

UMGANG MIT SOCIAL MEDIA BEI FRAUNHOFER

»MISSION-STATEMENT« ZUM EINSATZ VON SOCIAL MEDIA BEI FRAUNHOFER

Fraunhofer ist die größte Organisation für anwendungsorientierte Forschung in Europa. Unsere Forschungsfelder richten sich nach den Bedürfnissen der Menschen: Gesundheit, Sicherheit, Kommunikation, Mobilität, Energie und Umwelt. Und deswegen hat die Arbeit unserer Forscherinnen und Forscher sowie der Entwicklerinnen und Entwickler großen Einfluss auf das zukünftige Leben der Menschen. Wir sind kreativ, wir gestalten Technik, wir entwerfen Produkte, wir verbessern Verfahren, wir eröffnen neue Wege. Wir erfinden Zukunft!

Die wachsende Beliebtheit von Social Media gibt uns die Chance, mit verschiedensten Zielgruppen wie z. B. Kunden, Partnern, Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern, aber auch potentiellen Bewerberinnen und Bewerbern in Kontakt zu treten. Über verschiedene Kanäle lassen sich wiederum schnell Trends erkennen oder aber auch mit gestalten.

Die Fraunhofer-Gesellschaft ist als wissenschaftliche Forschungseinrichtung an einem offenen Diskurs auch durch Nutzung von Social Media interessiert. Die dienstliche Nutzung dieser wichtigen Diskussions- und Informationsplattformen ist ausdrücklich zu empfehlen und zu fördern. Zugleich müssen aber Risiken berücksichtigt, Regelungen und Gesetze sowie Vertraulichkeitspflichten aus Projekten heraus beachtet werden.

Die Social Media Guidelines von Fraunhofer basieren auf den geltenden Regelungen und Gesetzen. Sie stellen die Fraunhofer-weite Richtschnur für einen verantwortungsvollen beruflichen Umgang mit Social Media Diensten für alle Mitarbeitenden der Fraunhofer-Gesellschaft dar.

FRAUNHOFER SOCIAL MEDIA GUIDELINES

In Anknüpfung an das Mission-Statement und basierend auf den geltenden Fraunhofer-internen Regelungen und allgemein gültigen Gesetzen bieten die Social Media Guidelines eine Fraunhofer-weit geltende Orientierung im Umgang mit Social Media Angeboten und sensibilisieren die Mitarbeitenden für Risiken und Chancen. Die darin formulierten Empfehlungen gelten als Rahmen, innerhalb dessen die Institute – unter Beachtung der Gesetze und Mitbestimmungsrechte – institutsspezifische Ausgestaltungen vornehmen können.

EINLEITUNG

Die Guidelines sind Richtschnur für Ihre *dienstlichen* Social Media Aktivitäten. Dienstliche Aktivitäten sind diejenigen, die Sie offiziell im Namen von Fraunhofer und/oder unter Verwendung Ihrer Fraunhofer E-Mail-Adresse als Kontaktadresse unternehmen.

Dabei gilt es zu berücksichtigen, dass Persönlichkeitsrechte (Meinungsfreiheit, Freie Entfaltung der Persönlichkeit) nicht eingeschränkt werden und gleichwohl legitime Rechte und Bedürfnisse des Arbeitgebers oder Dritter (z. B. Kunden, Auftragnehmer, Rechteinhaber) beachtet werden.

Zweck der dienstlichen Nutzung von Social Media sind Kommunikation und Informationsaustausch, nicht jedoch eine Leistungs- und Verhaltenskontrolle der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer.

In der Praxis sind die Übergänge von offiziell dienstlichen (Betreiben des offiziellen Twitterkanals Ihres Instituts), persönlichen-beruflichen (z. B. Kommunikation in XING über Ihr Profil als Fraunhofer-Mitarbeitende/r mit Fraunhofer E-Mail-Adresse) und rein privaten Aktivitäten (z. B. Facebook Profil mit privater E-Mail-Adresse) häufig fließend. Daher ist es umso wichtiger, dass Sie sich der unterschiedlichen Rollen, die Sie in Social Media Kanälen einnehmen, bewusst sind und Ihre Aktivitäten und Äußerungen entsprechend überprüfen.

Denn grundsätzlich sind Sie für jegliche Äußerung in sozialen Netzwerken selbst verantwortlich. Denken Sie daran, dass Inhalte (z. B. Texte, Bilder oder Videos), die einmal online gestellt werden, jahrelang abrufbar sind. Achten Sie deshalb bei der Nutzung von Social Media zur Erfüllung Ihrer dienstlichen Tätigkeit stets auf einen bewussten Umgang mit Inhalten und Daten. Für die private Nutzung weisen wir darauf hin, dass es für Dritte oftmals leicht ist, einen Bezug zu Ihrer dienstlichen Tätigkeit herzustellen.

Legen Sie offizielle Accounts oder Domains für das Institut nur an, wenn Sie entsprechend autorisiert sind, z. B. als PR-Referentin/PR-Referent, und stellen Sie dann sicher, dass der Zugang zum Account bei Stellen- oder Aufgabenwechsel übergeben wird.

Sind Sie unsicher, ob Sie ggf. Rechte Dritter verletzen, holen Sie sich bei sachkundigen, internen Ansprechpartnern Rat.

GELTENDES RECHT BEACHTEN

Bei allen Social Media Aktivitäten, die Sie im Namen von Fraunhofer unternehmen oder bei denen Sie sich als Fraunhofer-Mitarbeiter/in zu erkennen geben, ist Folgendes zu beachten, um rechtssicher und erfolgreich im Social Web zu agieren:



SOCIAL MEDIA

Arbeitsrechtliche Pflichten

Auch bei der Online-Kommunikation gelten Ihre arbeitsvertraglichen Pflichten weiter. Beachten Sie stets die Vertraulichkeit von personenbezogenen Daten sowie von Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen (z. B. Informationen zu geplanten und aktuellen Projekten, Akquisitionen, Kundenbeziehungen und anderen marktrelevanten Interna). Die Geheimhaltungsverpflichtung besteht auch über das Ende Ihres Arbeitsverhältnisses hinaus.

IT-Sicherheit

Bestehende betriebliche Vorschriften der GBV »Grundsätze des IT-Einsatzes – generische IT-Lösungen« und die IT-Benutzungsordnung gelten auch im Umgang mit Social Media.

Nehmen Sie Rücksprache mit Ihrer IT-Administration, wenn Sie Software, Plug-Ins oder Add-Ons installieren wollen. Besondere Vorsicht ist außerdem geboten bei Funktionen, die lokale Verzeichnisse auf Ihrem Rechner frei schalten oder Kontakt- oder E-Mail-Adressen ins Internet an den Diensteanbieter übertragen.

Datenschutz-, Urheber- und Markenrecht

Seien Sie ebenfalls vorsichtig beim Hochladen von Texten, Grafiken, Fotos oder Videos. Diese müssen entweder von Ihnen selbst stammen oder Sie müssen vorab die Zustimmung der Rechteinhaber (z. B. Autoren, Verlage, Fotografen) zur Veröffentlichung eingeholt haben. Achten Sie beim Zitieren aus Dokumenten auf eine korrekte Zitierweise unter Nennung der Autorin/des Autors. Nutzen Sie möglichst Links, wenn Sie auf fremde Inhalte verweisen.

Bitte beachten Sie beim Einstellen von Fotos, dass alle abgebildeten Personen ihre Zustimmung zu dieser Veröffentlichung geben müssen. Darüber hinaus benötigen Sie die Zustimmung von Personen, von denen Sie personenbezogene Daten wie z. B. Namen, Adresse, Telefonnummer an Social Media Dienste übermitteln, auch wenn diese in Texten oder Präsentationen enthalten sind.

Nutzungsrechte und AGB der Social Media Dienste

Bringen Sie Inhalte wie Videos, Bilder, Texte oder Ähnliches in Social Media Dienste ein, räumen Sie mit der Zustimmung zu den AGB dem Anbieter des Dienstes oftmals weitgehende Nutzungsrechte zur Verbreitung ein. Videos und Bilder können also von allen Nutzern des Dienstes verlinkt, weitergeleitet oder kommerziell genutzt werden. Dies ist häufig unproblematisch, da es im Kontext von Social Media durchaus erwünscht ist, dass Inhalte weiter verbreitet werden. Das Urheberrecht bleibt in der Regel bei Ihnen. Es ist dringend angeraten, die Nutzungsbedingungen/AGB des jeweiligen Dienstes zu kennen und zu überlegen, ob Sie diesen zustimmen. In sozialen Netzwerken lassen sich meist individuell Privatsphäreneinstellungen vornehmen, die den Zugang zu diesen Daten mehr oder weniger einschränken. Auch bei der Nutzung von Creative Common-Lizenzen¹ sollten Sie sich über die Nutzungsrechte informieren.

¹ Creative Commons (CC) ist eine Non-Profit-Organisation, die in Form vorgefertigter Lizenzverträge eine Hilfestellung für die Veröffentlichung und Verbreitung digitaler Medieninhalte anbietet. Ganz konkret bietet CC sechs verschiedene Standard-Lizenzverträge an, die bei der Verbreitung kreativer Inhalte genutzt werden können, um die rechtlichen Bedingungen festzulegen.

NETTIKETTE FÜR SOCIAL MEDIA AKTIVITÄTEN

Bieten Sie Mehrwert

Sie sind selbst Experte in Ihrem Arbeitsfeld. Nutzen Sie Ihr Wissen, um andere, insbesondere die Zielgruppen der Fraunhofer-Gesellschaft zu unterstützen. Bieten Sie Informationen aus Ihrem Fachbereich und Ihrem Arbeitsalltag.

Nehmen Sie am Dialog teil

Die Kommunikation in Social Media Kanälen ist immer als Dialog zu verstehen. Interessante Informationen, eine klare Sprache und Ihre persönliche Note ermuntern andere Nutzer, mit Ihnen in den Dialog zu treten. Sie und beteiligte Nutzer erreichen so eine für alle bereichernde vertiefende Auseinandersetzung mit Themen und Inhalten.

Geben Sie Fehler zu

Fehler passieren. Wichtig ist es, diese zuzugeben, zu korrigieren und das den anderen Nutzern transparent zu machen. Löschen Sie nicht einfach Äußerungen oder Inhalte, denn das weckt im Netz Misstrauen bei den anderen Nutzern. Ehrlichkeit und Authentizität zahlen sich im Netz aus und sichern Ihnen eine Reputation als vertrauenswürdiger Partner bei Kunden und Kollegen.

Respektieren Sie Wettbewerber und Kritiker

Höflichkeit und Respekt der Meinungen anderer gegenüber garantiert eine langfristige, vertrauensvolle Kommunikation und Zusammenarbeit in Social Media Kanälen. Machen Sie deutlich, dass Sie die Kritik wahrgenommen haben und reagieren Sie möglichst schnell darauf. Auf Social Media Plattformen werden unpassende und unterlassene Rückmeldungen zu kritischen Beiträgen von anderen Usern bemerkt und diskutiert. Das kann Ihnen, Ihrem Institut und der Fraunhofer-Gesellschaft einen Imageschaden verursachen. Verlorenes Vertrauen muss dann mühsam wieder aufgebaut werden.

Kommunizieren Sie offen und ehrlich

Bei der dienstlichen Nutzung von Social Media Angeboten im Außenraum sind Transparenz und Offenheit unerlässlich für den Aufbau vertrauensvoller Beziehungen. Grundsätzlich sind Sie für jegliche Äußerung in Social Media Umgebung selbst verantwortlich. Verstecken Sie sich daher nicht hinter einem Pseudonym oder vollkommener Anonymität – nennen Sie Ihren vollen Namen und machen Sie die Zugehörigkeit zu Ihrem Institut oder der Zentrale und ggf. Ihre Funktion deutlich. Von Beiträgen oder Kommentaren unter falschem Namen ist grundsätzlich abzuraten.

Wenn Sie sich in öffentlichen Social Media Kanälen als Fraunhofer-Mitarbeiter zu einem beruflichen Thema äußern, schreiben Sie Ihre Meinung immer erkennbar aus der »Ich«-Perspektive und vermeiden Sie Formulierungen, die als Sicht der gesamten Fraunhofer-Gesellschaft oder Ihres Instituts wahrgenommen werden könnten. Offizielle Mitteilungen werden durch den Vorstand, die Institutsleitung, die Presseabteilung oder durch das Marketing veröffentlicht.

Ansprechpartner

IT-Sicherheit, Datenschutz, Geheimschutz:

Dr. Ulrich Pordesch
3C Hauptabteilung IuK-Management
socialmedia-sicher@fraunhofer.de

Personal, Personalmarketing, Arbeitsrecht:

Petra van Heek
B1 Personalentwicklung
petra.van.heek@zv.fraunhofer.de

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit:

Beate Koch
P2 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
beate.koch@zv.fraunhofer.de

Weitere Information

socialmedia.fraunhofer.de