

BarCamp – Workshop 3: Social Media Audit Ergebnisse

Arten von Social Media

- Externe Social Media, z.B. Facebook, Intragram, Twitter, Xing
- Interne Social Media, z.B. Frageplattform, Microsoft Yammer, Slack

Risiken bei Social Media I/III

- Wenn Unternehmen keine Social Media Aktivitäten betreiben, können sie Inhalte dort nicht selbst kommentieren. Es droht ein Kontrollverlust über die öffentliche Diskussion.
- Reputationsverlust durch unangemessene Inhalte sowohl durch Mitarbeiter oder Externe
- I.d.R. weltweite Verbreitung auf Social Media Plattformen in unterschiedlichen Kulturkreisen.
- Versehentliche Verstoß gegen Gesetze: z.B. darf in bestimmten Ländern nicht für verschreibungspflichtige Medikamente geworben werden

Risiken bei Social Media II/III

- „*Das Netz vergisst nichts*“, Löschung von Inhalten kaum oder gar nicht möglich
- Negative als auch positive Reaktionen werden verstärkt
- Unbeabsichtigte oder beabsichtigte Veröffentlichung von vertraulichen Informationen
- Verstoß gegen Urheber-, Persönlichkeits- sowie Markenrechte oder den Datenschutz

Risiken bei Social Media III/III

- Hatespeech
- Veröffentlichung von inkonsistente bzw. nicht abgestimmten Inhalte durch verschiedene Abteilungen des Unternehmens
- Fehlende Awareness bei den Mitarbeitern bzgl. Social Media
- Fehlende Security Maßnahmen in Bezug auf Social Media

Maßnahmen / Vorgehensweise I/IV

1. Social Media Strategie festlegen
 - Strategic fit (passend zur Unternehmensstrategie)
 - Ziele der Aktivitäten, z.B. reine Kommunikation oder Werbeaktionen
 - KPIs zur Messung des Erfolgs
 - Unternehmensbereiche / Organisationseinheiten die Social Media verwenden
 - Art der Social Media Aktivitäten und Kanäle

Maßnahmen / Vorgehensweise II/V

2. Budget / Personalausstattung

- Schichtpläne, wenn unterschiedliche Zeitzonen betreut werden
- Schulung der zuständigen Mitarbeiter
- Awareness-Maßnahmen innerhalb des Unternehmens

Maßnahmen / Vorgehensweise II/IV

3. Verantwortlichkeiten bzw. Einbindung

- Marketing vs. Öffentlichkeitsarbeit
- Rechtsabteilung
- IT-Abteilung, u.a. Security
- Benutzer

Maßnahmen / Vorgehensweise IV/V

4. Prozess 2do's (1/2)

- Filtern, Scannen und Monitoring der Social Media Aktivitäten
- Vier-Augen-Prinzip bei Veröffentlichungen
- Vorgaben, welche Inhalte veröffentlicht werden
- Art der Kommunikation (Sprache) sowie Kommunikationsrichtlinie

Maßnahmen / Vorgehensweise V/V

4. Prozess 2do's (2/2)

- Tools und Workflow beim Einsatz von Social Media
- Einheitliches Auftreten, Stichworte „Tone at the Top“ und „On-Brand“
- Integration ins Risikomanagement
- Ausscheiden von verantwortlichen Mitarbeitern im Social Media Umfeld
- Notfallpläne und Krisenmanagement bei (potentiellen) „Shitstorms“

Fotos

