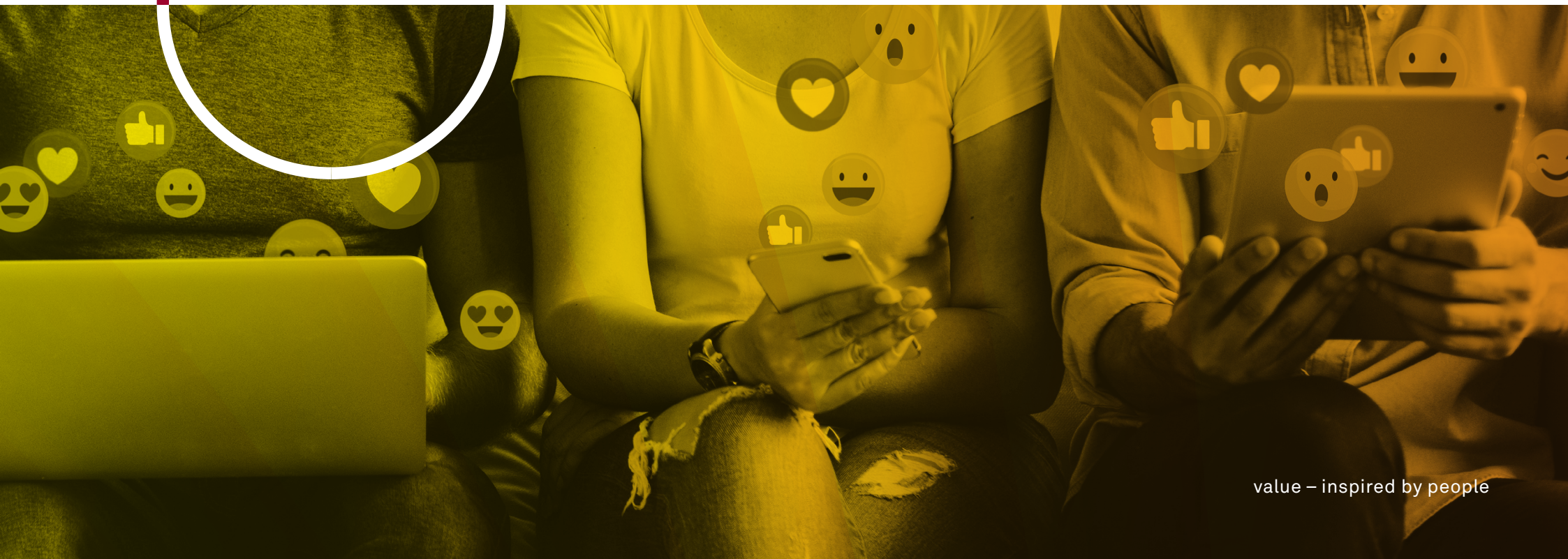


Stand: Februar 2024

Sichtbar im **Social Web**

Social Media Guidelines: Die msg-Gruppe im Social Web





Inhalt

Allgemein	3
Dos & Don'ts	4
Tipps zur Integration in den Alltag Intern	5
Kanalüberblick	6
Ansprechpartner	7

Allgemein

Wir wollen Orientierung für euer Engagement in Social Media geben. Die Social-Media-Guidelines sind Handlungsempfehlungen und als Leitplanken zu verstehen.

Verantwortungsvoll

Du bist für dein Handeln und deine Veröffentlichungen in sozialen Netzwerken selbst verantwortlich. Bitte gehe bewusst mit dieser Verantwortung um, in deinem eigenen Interesse und im Interesse von msg. Z.B. sollten Wettbewerber, Kollegen oder andere Personen nicht negativ hervorgehoben werden.

Transparent

In Social Media vertrittst du deine persönliche Meinung und sprichst nicht offiziell für msg als Unternehmen. Verwende immer deinen vollständigen Namen und mache kenntlich, dass es sich um deine persönliche Meinung handelt (z.B. von „ich“ statt „wir“ sprechen). Lege dennoch offen, dass du für msg tätig bist.

Abgestimmt

Offizielle Statements können nur von autorisierten Mitarbeitern veröffentlicht werden. Leite Anfragen zum Unternehmen z.B. von Journalisten bitte an msg.kommunikation@msg.group weiter. Was bereits auf msg-Kanälen veröffentlicht wurde, kann natürlich gern wieder verwendet werden. Aber bitte die Quelle angeben oder verlinken.

Professionell

Achte auch in hitzigen Debatten auf deine Schreib- und Ausdrucksweise. Ein höflicher und respektvoller Umgang sollte selbstverständlich sein. Lieber vor dem Veröffentlichenden noch einmal in Ruhe lesen. Denn: das Netz vergisst nie!

Akkurat

Überprüfe deine Aussagen mit Hilfe der Inhalte unserer offiziellen Unternehmensmaterialien. Diese sind in der Marketing- und Kommunikationsdatenbank in Guru zu finden oder bei ZM verfügbar.

Vertraulich

Behandle alle geheimhaltungsdürftigen Informationen vertraulich. Beachte bitte in diesem Zusammenhang die in den Arbeitsverträgen definierte Verschwiegenheitspflicht. Für Absprachen, Vereinbarungen und den Austausch von vertraulichen Daten mit Kunden, Mitarbeitern oder Partnern sollten weiterhin die Kanäle des Firmennetzwerks genutzt werden.

Fair

Gib fremde Inhalte nicht als deine eigenen aus. Wenn du auf fremde Inhalte verweisen möchtest, nutze am besten Links oder die „Teilen“-Funktion. Berücksichtige bei der Nutzung von Bildern, Texten und Marken die Urheber, Nutzungs- und Persönlichkeitsrechte. Achte auch stets auf eine geeignete Zitierweise und Quellenangabe.

Dos & Don'ts



Dos

Biete einen Mehrwert

Produziere spannende Inhalte, die hilfreich und anwendbar sind.

Vielfalt

Poste eine Mischung aus Artikeln, Fotos, GIFS, Videos und Links.

Verwende Hashtags

Eine Mischung aus reichweitenstarken Hashtags und unbesetzten, nischigen Hashtags ist ideal.

Engagiere dich

Regelmäßige Posts, Likes, Kommentare und Shares machen dich sichtbar im Netzwerk. Beantworte Fragen und beteilige dich an Diskussionen.

Fasse dich kurz

Auch wenn mehr Zeichen zur Verfügung stehen, halte deine Posts so kurz wie möglich



Don'ts

Nerven

Störe deine Kollegen nicht mit zu vielen Posts. Qualität geht vor Quantität.

Hastig posten

Überdenke deine Posts und Antworten, um Fehler zu vermeiden. Achte auf die Grammatik und die Rechtschreibung.

Hate Speech

Beteilige Dich nicht an Hate Speech. Darunter versteht man zumeist verbale Angriffe auf Personen oder Gruppen aufgrund bestimmter Attribute wie Hautfarbe, Herkunft, Geschlecht, sexuelle Orientierung, Weltanschauung oder Religion. Dies widerspricht unseren msg-Werten und Umgangsformen.

Übermäßige Selbstdarstellung

Bleibe persönlich, ohne zu privat zu werden.

Tipps zur Integration in den Alltag



Setze Ziele

(z.B. jede Woche 2 Posts, täglich 5 Kommentare, wöchentlich 10 neue Kontakte)



Mach´ es zur Gewohnheit

z.B. immer nach der Mittagspause / immer in der S-Bahn / jeden Montag



Nutze einen Redaktionsplan – bleibe aber flexibel

z.B. in Excel Posts mit Links, Bildern, Hashtags vorbereiten und Artikelthemen planen – weiche vom Plan ab, z.B. bei spannenden Diskussionen, passenden Zeitungsartikeln, Unternehmensnews.

Kanalüberblick

Kanal	 LinkedIn	 XING	 X (ehemals Twitter)	 Facebook	 YouTube
Fokus	Business (International)	Business (DACH)	Diskussion in Echtzeit	Universal	Erklärung, Hintergrund
Formate	Beiträge (max. 1.300 Zeichen)	Beiträge (max. 420 Zeichen)	Tweets (max. 280 Zeichen)	Posts (empfohlene Zeichenlänge 40 bis 140 Zeichen – max. 63.206 Zeichen)	Video
	Artikel (Ähnlich einer Blog-Plattform geben sie Nutzern die Gelegen- heit, als individuelle Autoren aktiv zu werden)	Artikel (Ähnlich einer Blog-Plattform geben sie Nutzern die Gelegen- heit, als individuelle Autoren aktiv zu werden)		Stories (mit kurzen zeitlich begrenzten Clips aus mehreren automa- tisch-ablaufenden Sequenzen wird eine Geschichte erzählt)	
Beste Zeiten (Tendenz)	Montag – Freitag, insbesondere Die – Do 7:00 – 10:00 Uhr 12:00 Uhr & 16:00 – 18:00 Uhr	Montag – Freitag, insbesondere Die – Do 7:00 – 10:00 Uhr 12:00 Uhr & 16:00 – 18:00 Uhr	Zielgruppen-spezifisch, Tendenz : Montag – Samstag 10:00 – 15:00 Uhr*	Montag – Sonntag 11:00 – 15:00 Uhr Montag – Donnerstag 18:00 – 22:00 Uhr	zielgruppen-spezifisch

* Lerne mit dem einfachen Tool deine Follower besser kennen und finde die beste Tweet-Zeiten für deinen Account: <https://followerwonk.com/>

Ansprechpartner

Bei Fragen oder Unklarheiten wendet euch jederzeit gerne an uns:

Ansprechpartner für alle Corporate Themen:

Julian Heiss (Zentralbereich Marketing und Kommunikation) – julian.heiss@msg.group

Ansprechpartner für alle Employer Branding Themen:

Laura Luisa Richter (Zentralbereich Personal) – laura.luisa.richter@msg.group

Ansprechpartner für alle Compliance-Themen

Peter-P Zach (Group Compliance Officer) – peter-p.zach@msg.group

Wir unterstützen euch gerne!