

Social Media erfolgreich einsetzen

TEIL 1

Vorwort	3
Soziale Netzwerke – Gekommen, um zu bleiben.	4
Was sind soziale Netzwerke?	4
Wie funktionieren soziale Netzwerke?	5
Wer nutzt soziale Netzwerke?	5
Soziale Netzwerke im Unternehmenskontext	6
Chancen sozialer Netzwerke für Ihr Unternehmen erfolgreich nutzen	6
Große Reichweite und gestärktes öffentliches Interesse	6
Verständnis und Vertrauen durch spannende Geschichten	7
Direkter Austausch mit unterschiedlichen Anspruchsgruppen	7
Fachkräfte ansprechen dank einer starken Arbeitgebermarke	7
Entwicklungen und Diskussionen immer Blick behalten	7
Risiken der sozialen Netzwerke effektiv minimieren	8
Rasante Verbreitung von Falschinformationen	8
Digitale Empörungswellen und Online-Boycott	8
Hate Speech und persönliche Angriffe	9
Digitale Reputation mitbestimmen und erfolgreich in die Zukunft blicken	9

Vorwort

Geht es heute überhaupt noch ohne soziale Netzwerke?

Soziale Netzwerke sind heute nicht mehr wegzudenken – über die Hälfte der Weltbevölkerung nutzt Facebook, Instagram & Co. aktiv und allein in Deutschland gibt es rund 66 Mio. aktive Nutzer.¹ Knapp 1,5 Stunden tauschen sich die Menschen in Deutschland täglich in den sozialen Netzwerken aus², veröffentlichen Beiträge aus ihrem Alltag, ihrem Beruf oder dem Urlaub. Durch mobile Geräte wie Smartphones herrscht gerade bei jungen Nutzern aktuell eine „Immer-Online“-Mentalität vor, die dazu führt, dass soziale Medien zum festen **Bestandteil des Alltags** geworden sind. Aber auch Unternehmen sind mittlerweile ein zentraler Teil der digitalen Welt. Sie treten mit eigenen Profilen in den sozialen Netzwerken auf, tauschen sich mit der Öffentlichkeit aus oder schalten zielgerichtete Online-Werbung. Soziale Netzwerke bieten Privatpersonen, aber insbesondere Unternehmen also zahlreiche **Chancen**: Sie können die Öffentlichkeit auf sich selbst aufmerksam machen, den eigenen guten Ruf stärken und eine Faktenbasis rund um die eigene Arbeit und Branche schaffen. Gleichzeitig ermöglichen die sozialen Netzwerke einen unmittelbaren Austausch mit der Öffentlichkeit, wodurch Unternehmen das **Vertrauen** in der Bevölkerung und in die eigene Organisation aufbauen und stärken können. Dennoch rufen die **potenziellen Risiken** sozialer Netzwerke - wie z.B. kritische Kommentare und Co. - noch immer viele Bedenken bei den Verantwortlichen im Unternehmenskontext hervor.

Diese Broschüre soll Ihnen die **Chancen** und **Risiken** sozialer Netzwerke näherbringen und Ihnen hilfreiche Ansätze zu einem erfolgreichen Umgang liefern. Dazu erhalten Sie Einblicke in die digitale Welt, ihre Funktionsweise, Chancen und Fallstricke sowie wertvolle Anregungen, den Einsatz von Social Media in Ihrem Unternehmen erfolgreich anzugehen oder bereits Bestehendes zu optimieren.

In Teil 2 (MIRO-info 52I2022) stellen wir Ihnen praktische Tipps für einen erfolgreichen Auftritt in den sozialen Netzwerken vor.

¹ Siehe Hootsuite und We Are Social (2021): Studie „Digital 21“

² Siehe Hootsuite und We Are Social (2021): Studie „Digital 21“

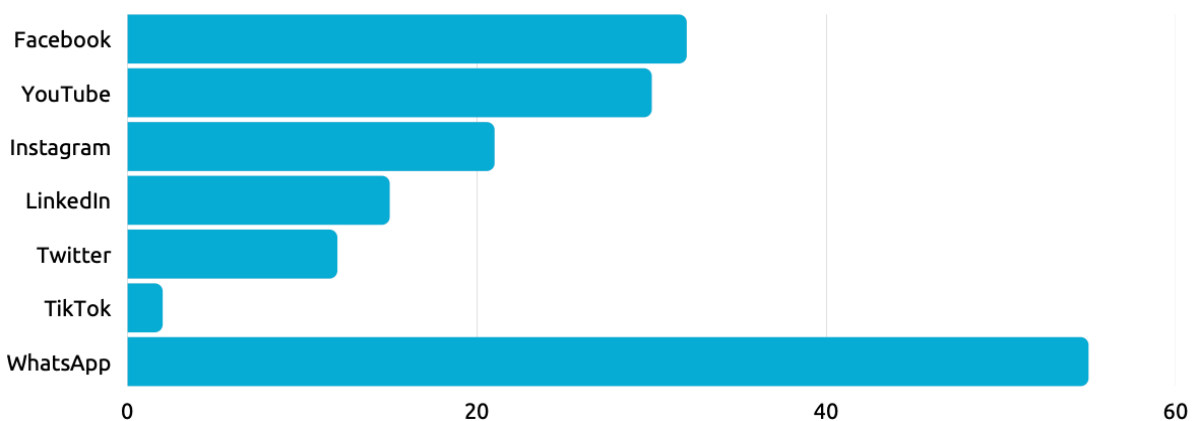
Soziale Netzwerke – Gekommen, um zu bleiben.

Soziale Netzwerke können schon lange nicht mehr als Eintagsfliege verstanden werden, sondern sind mittlerweile fester Bestandteil unseres Lebens. Nicht nur im privaten Raum kann der Einsatz sozialer Netzwerke für Freude sorgen, sondern ebenso im unternehmerischen Kontext. Auf den folgenden Seiten erfahren Sie u.a. wodurch sich soziale Netzwerke auszeichnen, wie sie funktionieren und welche Vorteile ihr Einsatz für Unternehmen mit sich bringt. Zudem erhalten Sie einen Einblick in die Risiken der digitalen Welt und erfahren, wie Sie diese bestmöglich minimieren können. Sie haben Lust mehr über die Welt der sozialen Netzwerke zu erfahren? Los geht's!

Was sind soziale Netzwerke?

Für **soziale Netzwerke** (synonym: soziale Medien oder Social Media) oder auch das sog. **Social Web** (also die Gesamtheit aller sozialen Netzwerke) gibt es keine einheitliche Definition. Generell beschreiben beide Begriffe aber Internet-Technologien, die es den Nutzern ermöglichen, sich miteinander zu vernetzen und sich auszutauschen. Ein zentrales Merkmal der sozialen Medien ist außerdem, dass jeder „mitmachen“ kann. Nutzer lesen also z.B. nicht mehr nur Artikel, die von Redaktionen erstellt und veröffentlicht wurden, sondern haben selbst die Möglichkeit, zu Produzenten von Inhalten wie Artikeln, Blogbeiträgen, Videos oder Kommentaren zu werden. Dieses beinahe grenzenlose „**Mitmach**“-Web führt dazu, dass sich heute jeder – egal ob Geschäftsführer, Politiker, Mitarbeiter oder Anwohner – über die sozialen Netzwerke öffentlich präsentieren, seine Meinung und Erfahrungen teilen und damit eine gewisse Reichweite erzielen kann. Das Social Web ist dadurch nicht nur eine Quelle für Informationen (knapp 70 Prozent nutzen digitale Medien als primäre Informationsquelle³), sondern auch ein Faktor, der Meinungen bestimmt, gesellschaftliche Debatten anstößt und zur Wahrnehmung von Personen, Unternehmen und Institutionen beiträgt.

Die beliebtesten sozialen Netzwerke im Überblick



Siehe Kontor 4 (2022): Social Media 2022: Aktuelle Nutzerzahlen; Monatliche aktive Nutzer in Deutschland in Mio.

Die aktuell beliebtesten sozialen Netzwerke sind u.a. Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, TikTok und LinkedIn. Nimmt man zudem Messenger-Dienste in das Feld der sozialen Medien mit auf, steht gerade in Deutschland außerdem **WhatsApp** an der Spitze

³ Siehe Leibniz-Institut für Medienforschung (2021): Studie #UseTheNews

der meistgenutzten Netzwerke. So unterschiedlich wie die einzelnen Plattformen auch sind, haben sie ein gemeinsames Grundprinzip: Die Nutzung ist in der Regel kostenlos, es geht um die Vernetzung mit anderen, das Veröffentlichen von Beiträgen, den Erfahrungsaustausch, Kennzahlen wie **Reichweite**, **Klicks** oder „**Gefällt mir**“-Angaben signalisieren meist, wie erfolgreich ein Nutzer auf einer Plattform ist.

Wie funktionieren soziale Netzwerke?

Im Zeitalter der sozialen Medien geht es darum, dass Menschen digital miteinander verbunden sind. Dabei zeichnet sich die digitale Welt durch verschiedene Faktoren aus: Nutzer kommunizieren nicht nur miteinander, sondern erstellen selbst Inhalte (in der Medienbranche auch **Content** genannt), stellen diese einer breiten Öffentlichkeit zur Verfügung und lernen voneinander, indem sie Informationen und Wissen teilen.

Dabei herrscht in den sozialen Netzwerken das **Gleichstellungsprinzip**. Es gibt keine Hierarchien oder Zugangsbeschränkungen aufgrund von Herkunft, Sexualität, Bildungsstand oder Geschlecht. Dadurch hat sich auch die Art und Weise entwickelt, wie wir in den sozialen Medien miteinander kommunizieren: Die „Einwegkommunikation“ ist zum Dialog und Konsumenten zu sog. **Prosumenten** (eine Mischung aus Produzenten und Konsumenten) geworden. Heutzutage muss man daher kein Medienvertreter mehr sein, um die öffentliche Meinung zu beeinflussen. Man braucht auch keine großen Redaktionen mehr, um viele Menschen zu erreichen. Was braucht man also? Am besten ein Verständnis dafür, wie soziale Netzwerke generell und die Kommunikation innerhalb der einzelnen Netzwerke funktionieren. Dann kann jeder eine enorme Reichweite erzielen, ein großes Netzwerk aufbauen, an öffentlichen Debatten aktiv teilhaben und wichtige Themen, Anliegen oder Dienstleistungen auf die Agenda der Öffentlichkeit setzen.



Tipp: Wählen Sie für Ihren Auftritt das soziale Netzwerk aus, in dem Ihre Zielgruppe vertreten ist. Meist lässt sich das über eine schnelle Suche im Internet oder direkt auf den Plattformen herausfinden. Geben Sie dazu z.B. einfach eine Berufsbezeichnung oder einen Wohnort in die Suche der Plattform ein und sehen Sie sich die Ergebnisse an, um einen ersten Eindruck zu erhalten.

Wer nutzt soziale Netzwerke?

Sind Sie selbst in den sozialen Medien aktiv? Dann werden Sie sicherlich schon bemerkt haben, dass es **keine typische Nutzergruppe** gibt. Durch die große Anzahl der Nutzer herrscht in den sozialen Netzwerken eine entsprechende **Diversität**. Insgesamt tummeln sich in den sozialen Netzwerken viele verschiedene Menschen, die auch für Ihr Unternehmen relevant sein können: Anwohner aus Ihrer Unternehmensregion, Personen, die sich für Ihre Branche und Ihre Arbeit interessieren, Presse und Politik sowie potenzielle zukünftige Auszubildende und Fachkräfte sind nur einige, die Sie über die unterschiedlichen Plattformen erreichen können.

Dabei sind die unterschiedlichen Gruppen meist in unterschiedlichen Netzwerken aktiv, so lassen sich z.B. Trends erkennen, welche Altersgruppen auf welcher Plattform vertreten sind. Als **Daumenregel** lässt sich hier festhalten: Die Nutzer „altern“ mit den Plattformen – so sind z.B. in dem Urgestein der sozialen Medien, Facebook, eher ältere Nutzer zwischen 30 und 59 vertreten, während junge Dienste wie TikTok (gegründet 2016) entsprechend

jüngere Nutzer zwischen 16 und 24 anziehen.⁴ Presse und Politik sind zudem eher auf Twitter unterwegs, Fachkräfte in Karrierenetzwerken wie Xing oder LinkedIn und Anwohner oder potenzielle Azubis auf Facebook oder Instagram.

Soziale Netzwerke im Unternehmenskontext

Im Unternehmenskontext gibt es heute kaum eine Firma, die nicht in den sozialen Netzwerken unterwegs ist. Und das nicht ohne Grund: Ein gut gepflegter Auftritt in den sozialen Medien hilft dabei, dauerhaft die Kontrolle über den eigenen „digitalen Ruf“ zu behalten. Durch ein Profil in den sozialen Netzwerken machen Sie Ihr Unternehmen für die Öffentlichkeit sichtbar, haben die Möglichkeit, Ihre Themen, Projekte und Ansichten zu teilen und bieten der Bevölkerung einen einfachen und unkomplizierten Kontaktpunkt. So können Sie mit begrenztem Aufwand für mehr Aufmerksamkeit, Interesse und Verständnis für Ihr Unternehmen, aber auch die gesamte Branche sorgen. Präsentieren Sie sich außerdem nicht selbst aktiv im Netz, tut es unter Umständen eine andere Person für Sie – z.B. durch das Veröffentlichen von Erfahrungsberichten oder Kommentaren. Sucht man Sie nun im Netz, stößt man möglicherweise auf falsche Informationen oder unberechtigte Kritik, die von Dritten über Sie verbreitet wird.

Hinzu kommt, dass Sie über die sozialen Netzwerke direkt mit relevanten Anspruchsgruppen wie (potenziellen) Mitarbeitern oder Anwohnern in Kontakt treten und sich langfristige eine **Gemeinschaft aus Unterstützern und Fans** (in den sozialen Netzwerken auch „**Community**“ genannt), aufbauen können. Diese Gemeinschaft bildet eine starke kommunikative Basis – auch für einen möglichen Krisenfall. Denn es ist bewiesen: Wer bereits vor Eintritt einer Krise eine starke Online-Community aufgebaut hat, den wird die Krise nicht so hart treffen. Die eigene Community ist i.d.R. geneigt, Ihr Unternehmen zu verteidigen und sich in der bestehenden positiven Meinung zu Ihnen nicht so einfach beeinträchtigen zu lassen. Zusammenfassend investieren Sie mit Ihrem Auftritt in den sozialen Medien nachhaltig in die zwei wichtigsten Währungen im digitalen Raum: **Glaubwürdigkeit** und **Vertrauen**.

Chancen sozialer Netzwerke für Ihr Unternehmen erfolgreich nutzen

Neben dem Aufbau von Glaubwürdigkeit, Vertrauen und einer starken Gemeinschaft, bieten die sozialen Netzwerke Ihrem Unternehmen viele weitere Chancen. Nachfolgend erhalten Sie einen kurzen Überblick über die größten Vorteile und Einsatzgebiete sozialer Medien in der Unternehmenswelt.

Große Reichweite und gestärktes öffentliches Interesse

Die sozialen Netzwerke eignen sich sehr gut dafür, die Gesteinsbranche sowie speziell die Arbeit, Herausforderungen und Projekte Ihres Unternehmens in der Öffentlichkeit bekannt zu machen. Mit einem professionellen Auftritt in den sozialen Medien können Sie mit verhältnismäßig wenig Aufwand und Kosten eine große Reichweite erzielen, wichtige Informationen verbreiten und Ihre Themen auf die öffentliche Agenda setzen.

Achten Sie hierbei immer auf die digitale Vernetzung mit anderen Unternehmen aus Ihrer Branche. **Verlinken** Sie gerne in Ihren Beiträgen andere Unternehmen, liken Sie gegenseitig die Beiträge und folgen sich in den sozialen Netzwerken. Das schafft eine größere Reichweite und dementsprechend mehr Aufmerksamkeit für Ihre und die Inhalte Ihrer

⁴ Siehe Firsching, Jan (2021): TikTok Statistiken 2021: 100 Mio. Nutzer in Europa & 1 Mrd. weltweit und Statista (2021): Umfrage zur Nutzung von Facebook nach Altersgruppen in Deutschland bis 2021.

Branchenkollegen. So können Sie Ihre Branchenkollegen mit ein paar einfachen Tricks unterstützen und erfahren im Gegenzug bestenfalls das Gleiche.

Verständnis und Vertrauen durch spannende Geschichten

Im Internet werden wir täglich mit einer echten Informationsflut konfrontiert. Um in den sozialen Netzwerken trotzdem herauszustechen und Reichweite für die eigenen Themen zu erzeugen, braucht es ansprechende Formen der Kommunikation: Komplexe Informationen in spannenden Geschichten zu verarbeiten, ist hierfür ein geeignetes Mittel, das in der Medienarbeit auch „**Storytelling**“ genannt wird. Durch das Erzählen von eingängigen Geschichten, haben Sie z.B. die Möglichkeit, Anwohnern oder Bürgerinitiativen das eigene Tun näher zu bringen und für mehr Verständnis für Ihre Arbeit zu sorgen. Um eine gute Geschichte zu erzählen, hilft es oft gängige Fragen Ihrer Zielgruppe als Ausgangspunkt zu nehmen: Was macht das Unternehmen in der Region überhaupt und warum ist das notwendig? Wofür braucht man Ihre Produkte? Was machen Sie in Sachen Umweltschutz? Beim Beantworten der Fragen sollten Sie dann versuchen, anschauliche Beispiele zu wählen, einfach zu formulieren und kein Fachchinesisch zu verwenden und – wenn möglich – Personen in den Mittelpunkt zu stellen.

Direkter Austausch mit unterschiedlichen Anspruchsgruppen

Jeder erwartet heute, Unternehmen schnell und unkompliziert über die sozialen Medien erreichen zu können. Durch einen eigenen Auftritt in den sozialen Netzwerken ermöglichen Sie genau das und bieten Interessierten zusätzlichen Mehrwert durch Einblicke in Ihr Unternehmen. Die Arbeiten der Steinbrüche und Kiesgruben können – wie Sie vermutlich selbst wissen – zudem schnell zu Fragen, Bedenken oder Sorgen in der Bevölkerung führen. Anwohner in direkter Nachbarschaft zu Ihrem Firmengelände könnten möglicherweise Fragen zu Ihrer Arbeit haben oder sich z.B. durch laute Geräusche gestört fühlen, Aktivisten könnten Bedenken hinsichtlich Ihrer Arbeit und dem Tier- und Umweltschutz haben – den möglichen Anliegen aus der Bevölkerung sind keine Grenzen gesetzt. Durch die sozialen Netzwerke geben Sie den unterschiedlichen Gruppen die Möglichkeit, Kontakt mit Ihnen aufzunehmen, können Fragen direkt beantworten und Sorgen verringern. Das hilft auch dabei, größere Krisen und **Empörungswellen vorzubeugen**.

Fachkräfte ansprechen dank einer starken Arbeitgebermarke

Motivierte Fachkräfte oder Auszubildende sind gleichermaßen zentral für den Unternehmenserfolg und heutzutage gar nicht mehr so einfach zu finden. Durch einen aktiven Auftritt in den sozialen Netzwerken können Sie sich allerdings gezielt als attraktiver Arbeitgeber präsentieren und kompetente Mitarbeiter anwerben. Dabei bieten soziale Netzwerke die Möglichkeit, mit potenziellen Mitarbeitern direkt in den Austausch zu gehen und sie regelmäßig über Ihre Unternehmensseite mit spannenden Inhalten auf dem Laufenden zu halten (sog. **Employer Branding**). Besonders die jüngere Zielgruppe nutzt die sozialen Medien schon längst für die Ausbildungs- und Jobsuche und „springt“ nur auf solche Unternehmen an, die sich modern, interessant und ansprechend in den sozialen Netzwerken präsentieren.

Entwicklungen und Diskussionen immer Blick behalten

Sie wollen wissen, was im Netz über Ihr Unternehmen gesagt wird? Dann ist das sog. **Social Listening** oder auch **Monitoring** genau das Richtige für Sie. Dabei beobachten Sie gezielt die Diskussionen rund um Ihr Unternehmen oder die Branche, die in den unterschiedlichen Netzwerken oder Bewertungsportalen stattfinden. Der Vorteil: Die „Überwa-

chung“ der digitalen Kanäle gibt Ihnen einen direkten Einblick in die Anliegen, Erwartungen, Fragen und Bedenken der Öffentlichkeit hinsichtlich Ihres Unternehmens und hilft zudem, mögliche Krisenthemen frühzeitig zu erkennen und darauf entsprechend zu reagieren. Bemerkungen im Rahmen des Monitorings z.B. negative Kommentare oder Kritik, können Sie schnell darauf antworten, falsche Darstellungen richtigstellen und einen Shitstorm effektiv verhindern.

Risiken der sozialen Netzwerke effektiv minimieren

Leider bringen die sozialen Netzwerke nicht nur Chancen, sondern auch einige Risiken mit sich, die mitunter zu kommunikativen Krisen führen können. Aber keine Sorge: Wer die wichtigsten Risiken kennt und sich entsprechend vorbereitet, kann Risiken effektiv minimieren, im Ernstfall adäquat reagieren und Krisen erfolgreich meistern. In diesem Abschnitt erhalten Sie daher einen Überblick über die gängigsten Risiken der sozialen Medien.



Tipp: Tragen Sie nicht zur Verbreitung von Falschinformationen bei!

Bevor Sie selbst einen Beitrag weiterleiten oder in Ihrem Netzwerk teilen, prüfen Sie unbedingt die Fakten und die Quelle. Sollten sich die als falsch oder fragwürdig herausstellen, melden Sie den Beitrag bei dem entsprechenden Netzwerk.

Rasante Verbreitung von Falschinformationen

Durch die schnelle und unkontrollierte Informationsverbreitung über die sozialen Medien, lassen sich heute ohne großen Aufwand sog. **Desinformationen** verbreiten. Darunter versteht man nachweislich falsche oder irreführende Informationen, die vorsätzlich und zum Zwecke der Manipulation verfasst und verbreitet werden.⁵ Die falschen Informationen können sich dabei auf jedes Thema beziehen und Ihr Unternehmen oder Ihre Mitarbeiter in den Fokus nehmen. Stoßen Sie im Netz auf Desinformationen zu sich oder Ihrem Unternehmen, ist es wichtig, diese entschieden zu widerlegen. Führen Sie dazu am besten einen Faktencheck durch und liefern Sie den Nutzern, wenn möglich, Quellen, die die falschen Informationen nachweislich widerlegen.

Digitale Empörungswellen und Online-Boycott

Die Funktionsweise der sozialen Netzwerke fördert aufgrund verschiedener Faktoren wie z.B. dem hohen Maß an Anonymität und scheinbarer Konsequenzlosigkeit eine **Enthemmung der Kommunikation**. Das führt dazu, dass Kritik in den sozialen Medien oft unverhältnismäßig heftig ausfällt und im schlimmsten Fall zu einem sog. **Shitstorm** führen kann. Shitstorms können als **Sturm der Empörung** in den sozialen Netzwerken verstanden werden. Dabei richtet sich die Empörung i.d.R. gegen Personen, Unternehmen oder Verbände. Ein Shitstorm kann viele Auslöser haben. Dazu gehören z.B. unzufriedene Kunden oder verärgerte Anwohner oder Initiativen, die ihrem Unmut in den sozialen Medien Luft machen, aber z.B. auch das vermeintliche Verletzen gesellschaftlicher Werte wie

Tipps zum Umgang mit einem Shitstorm

1. Bewerten Sie die Situation und das Ausmaß!
2. Definieren Sie strategische Ziele und eine Haltung.
3. Zeigen Sie Reaktionsgeschwindigkeit.
4. Kommunizieren Sie auf Augenhöhe: Im Netz gilt die kommunikative Gleichstellung
5. Seien Sie darauf vorbereitet, dass Krisen aus dem Kanal diffundieren können
6. Denken Sie an Watzlawik: "Man kann nicht nicht kommunizieren!"



⁵ Bundesregierung.de (2021): Was ist Desinformation?

Umwelt- und Klimabewusstsein durch das betroffene Unternehmen. Nimmt die Empörungswelle im Netz zu und trifft auf größere Zustimmung, kann es im schlimmsten Fall zu einer systematischen Bestrebung zum (sozialen) Ausschluss von Einzelpersonen oder Unternehmen, Verbänden oder Institutionen kommen. Diese digitale Version des klassischen Boykotts wird auch **Canceln** genannt. Gerade deshalb ist es für Unternehmen, Institutionen und Verbände heutzutage so wichtig, eine **klare Haltung** zu gesellschaftlichen Fragen und Themen zu entwickeln. Essenziell ist hierbei: Bleiben Sie immer authentisch und handeln Sie entsprechend Ihrer Grundsätze und Ihrer Kommunikation. Gibt es eine Diskrepanz zwischen Ihren Worten und Taten werden Online-Nutzer schnell darauf aufmerksam und kritisieren dies meist scharf.

Die gute Nachricht: Shitstorms lassen sich vermeiden und managen. Versuchen Sie vor dem Ernstfall möglichst sensibel für eventuelle Fallstricke zu sein, nehmen Sie Kritik ernst und versuchen Sie Konflikte nicht in der Öffentlichkeit der sozialen Medien auszutragen. Kommt es doch einmal zum kommunikativen Super-GAU, bleiben Sie ruhig, reagieren Sie schnell und vergessen Sie nicht: **Jeder Shitstorm geht irgendwann vorbei.**

Hate Speech und persönliche Angriffe

Nicht jeder meint es gut mit Ihnen und die Enthemmung im digitalen Raum kann auch zu persönlichen Angriffen und **Hate Speech** führen. Hate Speech wird dabei als der sprachliche Ausdruck von Hass verstanden, mit dem Ziel Einzelpersonen oder ganze Gruppen herabzusetzen und zu verunglimpfen.⁶

Natürlich ist diese Entwicklung keine erstrebenswerte und schöne. Allerdings gibt es hilfreiche Strategien, um mit Hate Speech bestmöglich umzugehen: Lassen Sie sich nicht provozieren, gewinnen Sie emotionalen Abstand und machen Sie sich klar, dass Sie nicht auf jeden Kommentar reagieren müssen. Am besten melden Sie Hasskommentare direkt bei den Plattformbetreibern – diese löschen die Kommentare dann nach einer entsprechenden Prüfung.

Tipps zum Umgang mit Hate Speech

1. Ruhig bleiben und Abstand gewinnen!
2. Bei grundlosen Attacken, nicht reagieren.
3. Hitzige Diskussionen konsequent beenden.
4. Inhalte melden, die gegen Plattformrichtlinien verstoßen.
5. Haltung zeigen bei extremistischen, rassistischen und sexistischen Inhalten
6. In Extremfällen: Anzeige erstatten!

Digitale Reputation mitbestimmen und erfolgreich in die Zukunft blicken

Abschließend wird deutlich: Soziale Netzwerke bringen für Unternehmen jede Menge Chancen mit sich – allen voran die Möglichkeit, ihre **digitale Reputation** aktiv zu kontrollieren, **Glaubwürdigkeit** und **Vertrauen** aufzubauen und eine enge Bindung zu unterschiedlichen Zielgruppen zu etablieren. Wer seinen Auftritt in den sozialen Medien besonders erfolgreich gestalten möchte, sollte nicht einfach ziellos „drauf los posten“. Für einen professionellen Auftritt sollten zunächst einige Fragen geklärt und Regeln festgelegt werden. Wer ist für die Pflege der Profile und das Veröffentlichen von Beiträgen im Unternehmen verantwortlich? Welcher Kanal ist der Passende? Was soll überhaupt veröffentlicht werden? Das sind nur einige der Fragen, die wir uns im zweiten Teil dieser Broschüre genauer anschauen. In der zweiten Broschüre erhalten Sie außerdem wertvolle Tipps zum Aufbau Ihrer Präsenz in den sozialen Netzwerken sowie Tricks und Kniffe für den Umgang mit Risiken und Krisen – damit Sie auch im Ernstfall bestmöglich reagieren und soziale Medien gewinnbringend in Ihrem Unternehmen einsetzen können.

⁶ Amadeo Antonio Stiftung: Was ist Hate Speech?

Sie wollen direkt in den sozialen Netzwerken durchstarten?

Es gibt auch noch einen zweiten Teil unserer Broschüre mit wertvollen Praxistipps und einer Anleitung, wie Sie in wenigen Schritten Ihre Präsenz in den sozialen Medien aufbauen können.

Verfasst von

Bundesverband Mineralische Rohstoffe e. V.
Arbeitsausschuss Öffentlichkeitsarbeit
Geschäftsstelle Berlin
Luisenstraße 45
10117 Berlin

in Zusammenarbeit mit

PREVENCY GmbH
Güterstraße 20
42217 Wuppertal
www.prevency.com

Über PREVENCY®

Die PREVENCY® GmbH steht für zeitgemäßes Reputations- und präventives Krisenmanagement. Dafür bieten wir eine einzigartige Kombination aus Beratung, Training und Technologie, die bereits erfolgreich im privaten, staatlichen und militärischen Sektor eingesetzt wird. Unter dem Motto „Bereitschaft durch Erfahrung“ bietet PREVENCY unter anderem eine Simulations- und Trainingssoftware zum kompetenten Umgang mit Krisen und medialen Informationsbedrohungen wie z.B. Shitstorms oder Desinformationskampagnen. Denn Krisen werden von Menschen gemeistert, nicht von Handbüchern!

Zu unseren Auftraggeberinnen und Auftraggebern gehören neben internationalen Konzernen, unter anderem auch die NATO, die Bundeswehr sowie das kanadische Verteidigungsministerium.