



GESELLSCHAFT DEUTSCHER CHEMIKER

## **Social-Media-Guidelines der Gesellschaft Deutscher Chemiker (GDCh)**

Die folgenden Guidelines sollen allen nicht hauptamtlich in der Kommunikation der GDCh Tätigen (Ehrenamtliche oder Mitarbeitende aus anderen Bereichen der Geschäftsstelle) eine Hilfestellung für die Nutzung der sozialen Medien im Kontext mit der GDCh bieten.

### **1) Geben Sie sich zu erkennen**

Wo immer Sie im Netz etwas publizieren, tun Sie das unter Ihrem Namen bzw. im Namen Ihrer Unterstruktur, falls Sie für diese sprechen (FG, OV, AG, JCF-Regionalforen...). Falls relevant, nennen Sie auch Ihre Funktion in der GDCh. Nie sollten Sie versuchen, anonym Kommentare zu verbreiten oder mit anderen unerkannt zu streiten – selbst wenn dies in bester Absicht geschieht. So etwas fliegt früher oder später auf und könnte Ihnen dann schaden.

### **2) Sprechen Sie für sich bzw. Ihre Unterstruktur, wenn Sie diese vertreten**

Machen Sie deutlich, dass Sie Ihre Meinung bzw. die Ihrer Unterstruktur publizieren – nicht die der gesamten GDCh. Letzteres ist Aufgabe der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit. Sprechen Sie daher bitte stets in der Ich-Form und trennen Sie Fakten deutlich von Meinungen. Falls Sie einen Blog oder eigene Social-Media-Profile betreiben, auf dem Sie sich auf die GDCh beziehen, kann folgende Fußnote helfen: „Die Meinungen, die hier geäußert werden, sind meine eigenen und repräsentieren nicht notwendigerweise die der GDCh.“

### **3) Verhalten Sie sich verantwortungsvoll**

Bedenken Sie, dass das Internet nie vergisst. Was immer Sie veröffentlichen, wird lange Zeit mit Ihrem Namen verbunden bleiben. Überlegen Sie also vorher, ob Ihnen das später einmal peinlich sein oder beruflich schaden könnte. Wahren Sie Ihre Privatsphäre, achten Sie aber auch die der anderen. Zitieren Sie keine Kolleg:innen ohne deren Zustimmung – schon gar nicht namentlich. Respektieren Sie auch das Recht am eigenen Bild – also keine Fotos von Personen ins Netz stellen, deren Erlaubnis Sie nicht eingeholt haben! Sollten Sie Bedenken

haben, etwas zu veröffentlichen, können Sie sich jederzeit an die Öffentlichkeitsarbeit der GDCh wenden.

#### **4) Bleiben Sie diskret**

Nur weil eine Information innerhalb der GDCh kursiert, heißt das nicht, dass auch der Rest der Welt zum jetzigen Zeitpunkt davon erfahren sollte. Falls die GDCh möchte, dass die Öffentlichkeit davon erfährt, übernimmt das die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit. Vertrauliche Informationen müssen ohne Ausnahme vertraulich bleiben.

#### **5) Achten Sie das Gesetz**

Das gilt zuerst für Copyrights. Das Verwenden von Logos, Bildern und Texten – egal, von welcher Internetseite – ist überwiegend rechtlich geschützt. Verwenden Sie diese nur mit dem ausdrücklichen, schriftlichen Einverständnis der Rechteinhaber. Falls diese damit einverstanden sind, nennen Sie zudem Ihre Quellen. Zusätzlich einen Link dorthin zu setzen, gilt im Netz als höflich. Es versteht sich von selbst, dass Sie nichts veröffentlichen, was verleumderisch, beleidigend oder anderweitig rechtswidrig wäre.

#### **6) Geben Sie Fehler zu**

Behaupten Sie nichts, was Sie nicht belegen können. Und falls Sie etwas geschrieben haben, was missverständlich, verletzend oder falsch war, dann berichtigen Sie dies. Geben Sie solche Fehler offen zu, erklären und korrigieren Sie sie. Warten Sie nicht, bis andere Sie dazu drängen. Die Aufregung darum kann im Netz manchmal sehr groß sein. Lassen Sie sich davon aber nicht verrückt machen – es wird genauso schnell vergeben.

#### **7) Bleiben Sie stets höflich**

Behandeln Sie jeden mit Respekt – auch Kritiker und Konkurrenten. Akzeptieren Sie, dass es unterschiedliche Sichtweisen und Meinungen gibt. Was immer Sie im Internet publizieren, sollten Sie Kollegen oder Vorgesetzten ins Gesicht sagen können. Vorsicht mit Ironie und Sarkasmus, sie werden oft nicht (richtig) verstanden. Vermeiden Sie Provokationen und Beleidigungen. Falls andere Ihnen gegenüber ausfällig werden: Gießen Sie nicht noch mehr Öl ins Feuer. Die beste Reaktion darauf ist: ignorieren und das Gespräch beenden. (Verhalten bei einem „Shitstorm“ s. Punkt 10)

## **8) Schaffen Sie Mehrwert**

Versuchen Sie nicht nur Aufmerksamkeit im Netz zu erzielen. Setzen Sie lieber auf Qualität statt auf Quantität. Versuchen Sie mit Ihren Beiträgen anzuregen, indem Sie diese etwa in einen größeren Zusammenhang stellen. Informieren Sie andere durch Ihre Erfahrungen, Analysen und interessanten Impulse. Betrachten Sie Ihr Schreiben jedoch nicht nur als kommunikative Einbahnstraße, sondern schaffen Sie einen echten Dialog mit den Leser:innen. Der Mehrwert, der durch diese Kommentare generiert wird, ist in der Regel größer, als der ursprüngliche Inhalt allein.

## **9) Reagieren Sie schnell und immer**

Hören Sie Ihren Leser:innen aufmerksam zu und gehen Sie auf deren Anregungen ein. Auch wenn Sie nicht allem zustimmen müssen, sollten Sie sich dennoch dafür bedanken. Da hat jemand Lebenszeit in Sie investiert. Beantworten Sie – soweit Ihnen das möglich ist – alle gestellten Fragen so schnell wie möglich. Falls Sie überfragt sind, antworten Sie trotzdem und sagen das offen. Noch besser ist, Sie verweisen auf jemanden, der weiterhelfen kann und wird.

## **10) Special: „Don't feed the Trolls“**

Als Troll bezeichnet man im Netzsargon eine Person, deren Ziel es ist, Unfrieden zu schüren, Leute gegeneinander aufzubringen und zu provozieren. Falls Sie einmal, z.B. durch eine umstrittene Äußerung viel Kritik und Widerspruch innerhalb kurzer Zeit (einen sogenannten „Shitstorm“) ausgelöst haben, sind unter Ihren Kritikern vielleicht auch ein paar Trolle dabei. Sie fallen durch besonders heftige Kritik und/oder Beleidigungen auf und dadurch, dass sie versuchen, die negative Stimmung zu verstärken. In diesem Fall ist es kontraproduktiv, auf jeden kritischen Kommentar zu antworten, weil dies die Kritiker befeuert und die Reichweite des Vorgangs, vor allem die Reichweite der kritischen Stimmen, erhöht. Trolle sollte man ignorieren und sich von ihnen weder provozieren noch die Gesprächsführung aufzwingen lassen. Zwar sollten Sie (s. Punkt 9) auf Rückmeldungen reagieren und bei Kritik nicht den Kopf in den Sand stecken. Konzentrieren Sie sich in einem solchen Fall aber auf diejenigen, die ihre Kritik sachlich und höflich formulieren.

Wenn bei einem Shitstorm immer wieder die gleichen Kritikpunkte vorgebracht werden, müssen Sie allerdings nicht immer wieder das Gleiche antworten. Wenn aus Ihrer Sicht alles

Wichtige gesagt wurde, sollten Sie weitere Kommentare nicht mehr beantworten und abwarten, bis sich die Aufregung wieder gelegt hat.

### **11) Und zum Schluss: Duzen oder Siezen**

Hier sollten Sie sich nach den Gepflogenheiten des jeweiligen Kanals richten. Während z.B. bei den Businessnetzwerken LinkedIn und Xing in der deutschsprachigen Kommunikation normalerweise gesiezt wird, ist der Ton z.B. bei Twitter, facebook oder Instagram informeller und es wird häufig geduzt, unabhängig vom Alter des Angesprochenen. Sollten Sie also im Rahmen einer Konversation auch von unbekanntem Personen geduzt werden, so ist dies nicht zwangsläufig als Respektlosigkeit zu sehen, sondern gehört bei vielen Nutzer:innen zur üblichen Ansprache.