SOCIAL MEDIA GUIDELINES DER CHRISTOPHSBAD KLINIKGRUPPE

1. Social Media Guidelines

Die Social Media Guidelines der Christophsbad Klinikgruppe bieten den Mitarbeitenden Informationen über unsere Social Media Accounts. Es ist uns ein Anliegen, Ihnen mitzuteilen, auf welchen Plattformen wir Profile erstellt haben und aus welchem Grund wir dies getan haben. Zusätzlich möchten wir Ihnen zeigen, wie Sie sich auf diesen Plattformen mit uns und anderen Mitgliedern austauschen bzw. interagieren können. Wir haben versucht, die Informationen so zu erklären, dass auch Menschen ohne Vorkenntnisse in sozialen Netzwerken sie verstehen können. Wenn Ihnen etwas nicht klar ist oder Sie Anregungen haben, zögern Sie nicht, uns über diese E-Mail-Adresse zu kontaktieren: socialmedia@christophsbad.de

Social Media oder soziale Medien haben vorrangig zwei Funktionen: die Kommunikation und die Vernetzung untereinander. Menschen mit ähnlichen Interessen finden sich häufig in sozialen Netzwerken zusammen und tauschen sich dort aus. Werbe- und Informationsplattformen nutzen ebenfalls soziale Netzwerke, um auf diese Weise ihre Mitglieder mit relevanten Beiträgen zu versorgen. Neben ihrer Hauptfunktion dienen viele Netzwerke auch der Unterhaltung, indem sie die Veröffentlichung und den Austausch von privaten Mitteilungen, Bildern oder Videos ermöglichen. Facebook, XING/Kununu, LinkedIn, Youtube, Instagram und WhatsApp zählen zu den beliebtesten Plattformen für die Verbreitung von privaten Mitteilungen, Bildern oder Videos zur Unterhaltung. Darüber hinaus gibt es zahlreiche weitere Plattformen.

Auf diesen Plattformen ist die Christophsbad Klinikgruppe bisher vertreten:

- Facebook
- Instagram
- LinkedIn
- Xing
- Kununu
- Youtube

2. Warum nutzt die Christophsbad Klinikgruppe Social Media?

2.1 Vertiefung der Kommunikation

Die meisten unserer Zielgruppen haben Social Media für sich entdeckt und sind dort aktiv vertreten. Es ist uns wichtig, mit unseren Mitarbeitenden, mit Bewerber*innen oder Menschen, die sich für unsere Klinikgruppe interessieren, in einen zeitgemäßen Kontakt zu treten und die Kommunikation zu vertiefen.

2.2 Ziele: Das möchten wir mit unseren Social Media Auftritten erreichen

Wir möchten die Transparenz erhöhen und einen Einblick in die Vielfältigkeit der Arbeit an unseren Standorten ermöglichen. Interessierte können sich auf unseren Accounts über Veranstaltungen, medizinische Angebote informieren. Wir können im Dialog schnell und direkt auf Anfragen reagieren. Inhalte können geteilt werden, das ermöglicht uns eine schnellere Verbreitung unserer Beiträge als in anderen Medien.

3. Unsere Grundsätze in der Social Media Kommunikation

In den sozialen Medien möchten wir unsere Unternehmenskultur, die auf gegenseitigem Respekt und kollegialem Miteinander basiert, widerspiegeln. Wir reagieren zeitnah und zuverlässig auf Anregungen und Anfragen und nehmen gern konstruktive Kritik an.

Um einen echten Mehrwert für die Nutzerinnen und Nutzer unserer sozialen Medien zu schaffen, legen wir großen Wert auf die Qualität unserer Beiträge. Uns liegt viel daran, einen offenen Austausch mit unseren Mitarbeitenden zu pflegen und möchten Sie ermutigen, die vorhandenen Kontaktmöglichkeiten zu nutzen.

4. Persönlichkeitsrechte schützen

Es ist nicht erlaubt, Inhalte zu veröffentlichen, die Urheber- oder Persönlichkeitsrechte verletzen, gegen andere Gesetze oder den Datenschutz verstoßen.

Das Posten folgender Inhalte ist untersagt:

- Bilder ohne das ausdrückliche und schriftliche Einverständnis der abgebildeten Personen und der Urheberin bzw. dem Urheber
- Bilder, die die Persönlichkeitsrechte verletzen könnten

- personenbezogene Daten
- sittenwidrige, gewaltverherrlichende oder –verharmlosende Inhalte

Sollte es zu einem solchen Fall kommen, behalten wir uns vor, Beträge zu verbergen oder zu löschen. Die Verfasserin*innen dieser Inhalte werden im Wiederholungsfall blockiert.

Bei Veranstaltungen informieren wir die Anwesenden vorab, dass Fotos gemacht werden und dass diese ggf. auf unseren Social Media Kanälen veröffentlicht werden. Jede Person, die dies nicht möchte, kann den Veranstalter darüber informieren. So hat jede und jeder die Möglichkeit, seine Anonymität zu wahren und seine Persönlichkeitsrechte zu schützen.

5. Netiquette

Mit zunehmender Anzahl an Nutzern in einem sozialen Netzwerk, wächst auch die Vielfalt der Gedanken und Gefühle, die dort zum Ausdruck kommen. Bitte berücksichtigen Sie folgende Punkte, um sicherzustellen, dass jeder die Möglichkeit für einen wertschätzenden Austausch auf unseren Profilen hat. Kommentare sollten: konstruktiv, freundlich, tolerant und respektvoll gegenüber Menschen mit unterschiedlichen Meinungen sein. Wir dulden keine Beiträge sowie Nachrichten, die beleidigend, bedrohlich, verletzend, rassistisch, sexistisch oder religiös diskriminierend sind. Gerüchte, üble Nachrede, Offenlegung persönlicher Informationen, Spam, Werbebotschaften, Verletzung des Urheberrechts, des Persönlichkeitsrechts oder anderer Gesetze werden ebenso wenig toleriert. Sollte es zu einem solchen Fall kommen, behalten wir uns vor, Beiträge zu verbergen oder zu löschen. Die Verfasserin*innen dieser Inhalte werden im Wiederholungsfall blockiert.

6. Shitstorms und Krisenkommunikation

Konstruktive Kritik ist willkommen, allerdings kann es vorkommen, dass es auf unseren Kanälen zu Äußerungen von Nutzer*innen kommt, die unserer Netiquette widersprechen. In einem solchen Fall werden wir uns bemühen, zeitnah und sachlich zu reagieren. Bei Verdacht auf strafrechtlich relevante Inhalte behalten wir uns vor, eine Prüfung rechtlicher Schritte einzuleiten und die für solche Straftaten zuständigen Stellen zu informieren.

7. Berufliche und private Social Media Nutzung für Mitarbeitende der Christophsbad Klinikgruppe

7.1 Nutzung von Social Media während der Arbeitszeit

Die Nutzung von Social Media ist während der Arbeitszeit nur zu dienstlichen Zwecken gestattet.

7.2 Sichtbarkeit Ihrer Unternehmenszugehörigkeit in privaten Social Media Accounts

Es wird von unseren Mitarbeitenden nicht verlangt, einen Social Media Account anzulegen. Sie entscheiden, ob Sie Ihre Unternehmenszugehörigkeit zur Christophsbad Klinikgruppe in Ihren persönlichen Social Media Accounts angeben. Bedenken Sie jedoch, dass in Business Netzwerken, wie z.B. Xing und LinkedIn die Angabe des Arbeitgebers erforderlich ist, weshalb Sie als Mitarbeitende sichtbar werden.

7.3 Sie sind mit Ihrem privaten Social Media Account als Mitarbeiter*in der Christophsbad Klinikgruppe sichtbar

Mitarbeitenden der Christophsbad Klinikgruppe, die sich in ihren privaten Social Media Accounts als solche zu erkennen geben, tragen die Verantwortung dafür, nicht gegen die Werte und den ethischen Standards der Christophsbad Klinikgruppe zu verstoßen. Die in der Netiquette aufgeführten Handlungsempfehlungen und unsere Selbstverpflichtung zu transparentem, wertschätzendem und ehrlichem Handeln im Social Web bilden eine Grundlage dafür (siehe „5. Netiquette“). Es ist insbesondere darauf zu achten, dass keine Interna oder Geschäftsgeheimnisse der Christophsbad Klinikgruppe veröffentlicht werden.

7.4 Sie veröffentlichen Inhalte auf Social Media, die uns als Arbeitgeber betreffen

Alle Beiträge und Kommentare, die uns als Ihren Arbeitgeber betreffen, sollten vor der Veröffentlichung stets sorgfältig bedacht werden. Einmal veröffentlicht, wird es schwierig, sie zu bearbeiten oder zu löschen. Konstruktive Kritik ist willkommen und wird von uns auch sehr ernst genommen. Unqualifizierte Beiträge, die im Affekt gepostet werden, können jedoch negative Folgen für die Christophsbad Klinikgruppe haben, unter denen auch Ihre Kolleginnen und Kollegen leiden. Aus der Anonymität heraus, ist es sicher einfacher Kritik zu üben, geben Sie aber auch uns eine faire Chance, uns zu verbessern, indem Sie Ihre Kritik auf einer

sachlichen Ebene veröffentlichen. Wir sind an einem offenen Austausch mit unseren Mitarbeitenden interessiert, nutzen Sie die Möglichkeiten zum Gespräch.

Wenn Sie als Mitarbeiter*in der Christophsbad Klinikgruppe einen Beitrag oder Kommentar veröffentlichen, der unseren Ansätzen entgegensteht, bitten wir Sie, diesen als Ihre rein private Meinung zu kennzeichnen.

8. Christophsbad Klinikgruppe: das Social Media Team

8.1 Bei Fragen und Problemen

Das Social Media Team der Christophsbad Klinikgruppe steht Ihnen bei Problemen oder für Rückfragen unter socialmedia@christophsbad.de oder über die Messenger der jeweiligen Plattformen gerne zur Verfügung.

8.2 Monitoring und Analyse des Erfolgs der Social Media Accounts

Unsere Social Media Aktivitäten werden laufend einer Analyse unterzogen. Damit wollen sicherstellen, dass wir mit unseren Social Media Accounts einen nachhaltigen Mehrwert für unsere Interessensgruppen schaffen.

8.3 Verantwortliches Team / Community Management

Die Verantwortung und die Steuerung der sozialen Medien der Christophsbad Klinikgruppe trägt die Abteilung Digitalisierung & Projektmanagement. Sie ist als Schnittstelle zwischen der Stabsstelle für interne und externe Kommunikation und der Personalabteilung und für den Inhalt der Beiträge sowie für das Community Management zuständig.