

Social-Media-Guidelines

1. Präambel

1.1 Unsere Anforderungen an Social-Media-Guidelines

Mit unseren Social-Media-Guidelines möchten wir vor allem Ihnen, den Mitarbeitenden des Dietrich-Bonhoeffer-Klinikums, Informationen über unsere Social-Media-Accounts geben. Wir möchten Sie darüber informieren, auf welchen Portalen wir Accounts einrichten, warum wir dies tun und auf welche Art und Weise Sie auf den Portalen mit uns und untereinander netzwerken und kommunizieren können.

Wir haben uns bemüht, die Informationen auch für diejenigen verständlich zu erklären, die noch nicht mit sozialen Netzwerken vertraut sind. Wenn Ihnen das eine oder andere dennoch unklar ist oder Sie eine Anregung haben, bitten wir Sie, uns über diese E-Mail- Adresse zu kontaktieren: OEA@dbknb.de

1.2 Die Funktion von Social Media

Social Media oder soziale Medien sind Internetplattformen, mit denen in erster Linie zwei Dinge verfolgt werden: Kommunikation und die Vernetzung untereinander. Meist bilden sich in sozialen Netzwerken Gruppen von Menschen, die ähnliche Interessen haben und sich darüber austauschen. Soziale Netzwerke dienen aber auch als Werbe- und Informationsplattformen, die ihre Mitglieder mit für sie interessanten Beiträgen versorgen. Eine dritte Funktion dient der Unterhaltung: In vielen Netzwerken werden auch private Mitteilungen, Bilder oder Videos veröffentlicht und geteilt.

Die bekanntesten Plattformen sind Facebook, Instagram und TikTok. Darüber hinaus gibt es zahlreiche weitere Plattformen.

Die Plattformen, mit denen das Dietrich-Bonhoeffer-Klinikum zunächst online geht, sind

- Facebook
- Instagram
- TikTok

2. Warum nutzt das Dietrich-Bonhoeffer-Klinikum Social Media?

2.1 Vertiefung der Kommunikation

Viele unserer Interessensgruppen nutzen bereits Social Media und sind auf Facebook oder Instagram aktiv. Wir haben ein großes und berechtigtes Interesse daran, mit unseren Mitarbeitenden, aber auch mit anderen Gruppen, wie z.B. Bewerberinnen und Bewerbern, Patientinnen und Patienten oder Menschen, die sich für unser Unternehmen interessieren, in einen zeitgemäßen Kontakt zu treten und die Kommunikation zu vertiefen.

2.2 Was wir mit unseren Social-Media-Auftritten erreichen möchten

Wir möchten für Sie, unsere Mitarbeitenden, die Transparenz erhöhen und Ihnen einen Einblick in die Vielfältigkeit der Arbeit an allen vier Standorten ermöglichen. Patientinnen und Patienten sowie interessierte Bürgerinnen und Bürger können sich auf unseren Accounts über Veranstaltungen, medizinische Angebote und den Freundeskreis informieren, Fragen stellen und Kommentare hinterlassen. So können wir in einem zeitgemäßen Dialog schnell und direkt auf Anfragen reagieren und unseren Ruf als großer Arbeitgeber und zuverlässiger

medizinischer Dienstleister, der seit Jahrzehnten in der Region verankert ist, mit einer zeitgemäßen Kommunikation festigen.

Die Viralität der Netzwerke, die Funktionen, mit denen Inhalte geteilt werden können, ermöglichen uns eine schnellere Verbreitung unserer Beiträge als in anderen Medien. Über soziale Medien ermöglichen wir unseren Interessensgruppen auch, uns ein Feedback zu geben, Fragen zu stellen und direkt mit uns in Kontakt zu treten.

3. Woran wir uns bei der Kommunikation in Social Media halten

Wir möchten unsere Unternehmenskultur, die von christlichen Werten, gegenseitigem Respekt und kollegialem Miteinander geprägt ist, auch in der Kommunikation in den sozialen Medien zeigen. In unserem Leitbild haben wir uns zu einem wertschätzenden Miteinander, unabhängig von ethnischer Herkunft, sexueller Orientierung oder Weltanschauung bekannt. Damit setzen wir den Maßstab für eine offene, authentische und ehrliche Kommunikationskultur, die eine Orientierung für alle gibt, die sich am Dialog beteiligen. Wir stellen uns konstruktiver Kritik, indem wir zeitnah und zuverlässig auf Anregungen und Anfragen antworten. Wir achten auf die Qualität unserer Beiträge und möchten damit einen echten Mehrwert für die Nutzerinnen und Nutzer unserer sozialen Medien schaffen. Wir sind grundsätzlich an einem offenen Austausch mit unseren Mitarbeitenden interessiert. Nutzen Sie daher die Möglichkeiten zum Gespräch, die wir im Rahmen unserer internen Kommunikation anbieten.

4. Schutz von Persönlichkeitsrechten

Inhalte, die Urheber- oder Persönlichkeitsrechte verletzen, gegen Gesetze, den Datenschutz oder Urheberrechte verstoßen, oder Inhalte die sittenwidrig sind, dürfen nicht gepostet werden.

Ebenfalls nicht gepostet werden dürfen

- personenbezogene Daten
- Interna oder Betriebsgeheimnisse
- jegliche Informationen oder Bilder, die die Persönlichkeitsrechte von Patientinnen und Patienten verletzen könnten
- Bilder ohne das ausdrückliche und schriftliche Einverständnis der abgebildeten Personen und der Urheberin bzw. des Urhebers
- gewaltverherrlichende oder –verharmlosende Inhalte.

Sofern bei Fotos, z.B. bei Aufnahmen aus der Öffentlichkeit und bei Veranstaltungen, kein Einverständnis der abgebildeten Personen eingeholt werden muss, bemühen wir uns darum, die Anwesenden vorab darüber zu informieren, dass Fotos gemacht werden und dass diese ggf. in unseren sozialen Medien veröffentlicht werden. So hat jede und jeder die Chance, der Veröffentlichung zu entgehen und ihre/seine Persönlichkeitsrechte und Anonymität zu wahren.

Beim Posten der Beiträge ist darauf zu achten

- die Netiquette einzuhalten (s. unter 5.)
- eine einfache und verständliche Sprache zu wählen
- keine Unwahrheiten, so genannte Fake News, zu verbreiten

5. Netiquette

Je mehr Menschen sich frei in einem sozialen Netzwerk bewegen, desto größer sind die Vielfalt und damit auch die Unterschiede im Denken und Fühlen. Damit jede und jeder die Chance auf

einen wertschätzenden Austausch auf unseren Accounts hat, bitten wir die Nutzer unserer sozialen Medien, Folgendes zu berücksichtigen:

Botschaften und Kommentare sollten

- konstruktiv und inspirierend
- offen und freundlich
- tolerant und wertschätzend
- nachdenklich und kritisch, in jedem Fall aber
- respektvoll gegenüber Menschen mit unterschiedlichen Meinungen sein.

Beiträge und Nachrichten, die wir nicht tolerieren, sind

- beleidigend oder bedrohlich
- verletzend oder abwertend im Sinn von Rassismus, Sexismus oder religiöser Diskriminierung
- üble Nachrede oder Gerüchte
- Eindringen in die Privatsphäre und/oder Offenlegung persönlicher Informationen ohne echtes öffentliches Interesse
- Spam oder Werbebotschaften
- Verletzung des Urheberrechts, des Persönlichkeitsrechts oder anderer Gesetze.

In einem solchen Fall behalten wir uns vor, Beiträge zu verbergen, zu löschen oder im Wiederholungsfall die Nachrichten einer Nutzerin/eines Nutzers auch ganz zu blockieren.

6. Krisenintervention (Shitstorm)

Auch wenn sachliche Kritik erwünscht ist, kann es passieren, dass Nutzerinnen und Nutzer in einer Art und Weise Beiträge von uns kommentieren oder sich zu Kommentaren anderer Nutzerinnen und Nutzer äußern, die wir nicht tolerieren können. In einem solchen Fall werden wir versuchen, sehr zeitnah und mit Offenheit und Sachlichkeit zu reagieren. Bei Verdacht auf strafrechtlich relevante Inhalte (Beleidigung, Volksverhetzung, Bedrohung etc.) behalten wir uns vor, eine Prüfung rechtlicher Schritte einzuleiten und die für solche Straftaten zuständigen Stellen zu informieren. Beim Verdacht auf strafrechtliche oder die Netiquette verletzende Postings bitten wir auch unsere Mitarbeitenden um Aufmerksamkeit und sind dankbar für entsprechende Hinweise. Dies gilt auch dann, wenn sich eine Nutzerin oder ein Nutzer von einer anderen Person in ihren oder seinen Rechten verletzt fühlt. In einem solchen Fall werden wir prüfen, wie wir darauf reagieren.

7. Berufliche und private Nutzung sozialer Medien

Viele Mitarbeitende des Dietrich-Bonhoeffer-Klinikums nutzen soziale Medien bereits privat in ihrer Freizeit. Die Tatsache, dass das Dietrich-Bonhoeffer-Klinikum ebenfalls Accounts in diesen sozialen Medien betreibt, führt unweigerlich zu einer Überschneidung privater Accounts mit unseren Unternehmens-Accounts. Um Ihnen auch weiterhin einen sicheren Umgang mit Ihren privaten Accounts zu ermöglichen, wollen wir Ihnen nachfolgend die Regeln an die Hand geben, die dann greifen,

1. wenn Sie sich fragen, ob Sie soziale Medien ab sofort auch während der Arbeitszeit nutzen dürfen,
2. wenn Sie unsicher sind, ob Sie jetzt auch einen Social-Media-Account anlegen und Ihre Zugehörigkeit zum Unternehmen in Ihren privaten Accounts erkennbar machen müssen,

3. wenn in Ihren privaten Accounts die Zugehörigkeit zum Dietrich-Bonhoeffer-Klinikum deutlich erkennbar ist,
4. wenn Sie Beiträge posten, die uns als Ihren Arbeitgeber betreffen,
5. wenn Sie wissen möchten, an wen Sie sich vertrauensvoll bei Fragen zu unseren Social-Media-Accounts wenden können.

7.1 Nutzung sozialer Medien während der Arbeitszeit

Grundsätzlich ist die Nutzung sozialer Medien während der Arbeitszeit nur zu dienstlichen Zwecken gestattet. Hiervon ist in erster Linie die AG Personalmarketing des Dietrich-Bonhoeffer-Klinikums betroffen. Das Team entscheidet im Bedarfsfall, weitere Personen aufzunehmen, für die die dienstliche Nutzung sozialer Medien dann entsprechend gilt.

7.2 Sichtbarkeit Ihrer Unternehmenszugehörigkeit in privaten Social-Media-Accounts

Wir werden niemals von unseren Mitarbeitenden verlangen, einen Social-Media-Account anzulegen. Viele Menschen haben aus unterschiedlichen Gründen Vorbehalte dagegen. Das ist ihr gutes Recht. Auch ob Sie Ihre Unternehmenszugehörigkeit zum Dietrich-Bonhoeffer-Klinikum in Ihren persönlichen Social-Media-Accounts angeben, bleibt Ihre Entscheidung. Es gibt allerdings Netzwerke, in denen Angaben zu beruflichen Informationen, also auch zum Arbeitgeber, obligatorisch sind. Dies ist in Business Netzwerken wie z.B. Xing und LinkedIn der Fall. Hier müssen Sie entscheiden, ob Sie Mitglied in einem solchen Business Netzwerk werden möchten.

7.3 Sie sind in Ihrem privaten Social-Media-Account als Mitarbeiterin oder Mitarbeiter des Dietrich-Bonhoeffer-Klinikums sichtbar

Alle Mitarbeitenden des Dietrich-Bonhoeffer-Klinikums, die sich in ihren privaten Social-Media-Accounts als solche zu erkennen geben, tragen die Verantwortung dafür, den Werten und ethischen Standards des Dietrich-Bonhoeffer-Klinikums nicht zuwider zu handeln. Eine Grundlage dafür bieten die in diesen Social-Media-Guidelines unter 5. (Netiquette) aufgeführten Handlungsempfehlungen und unsere Selbstverpflichtung zu transparentem, wertschätzendem und ehrlichem Handeln im Social Web.

7.4 Sie posten Beiträge, die uns als Arbeitgeber betreffen

Alle Beiträge und Kommentare, die uns als Ihren Arbeitgeber betreffen, sollten vor ihrer Veröffentlichung stets sorgfältig bedacht werden. Denn wenn sie einmal veröffentlicht sind, wird es mitunter unmöglich sein, sie zu bearbeiten oder zu löschen. Kritik, sofern sie sachlich vorgetragen wird, ist willkommen und wird von uns auch sehr ernst genommen.

Unqualifizierte Beiträge, die im Affekt gepostet werden, können jedoch negative Folgen für das Dietrich-Bonhoeffer-Klinikum haben und somit einen wirtschaftlichen Schaden bedeuten, unter dem auch Ihre Kolleginnen und Kollegen leiden. Sicherlich ist es einfacher, aus der Anonymität heraus Kritik zu üben. Bitte geben Sie aber auch uns eine faire Chance, uns zu verbessern, indem Sie Ihre Kritik auf einer sachlichen Ebene veröffentlichen. Wenn Sie als Mitarbeiterin oder Mitarbeiter des Dietrich-Bonhoeffer-Klinikums einen Beitrag oder Kommentar veröffentlichen, der Ihrer Meinung nach unseren Ansätzen entgegensteht, bitten wir Sie, diesen als Ihre rein private Meinung zu kennzeichnen. Wir sind grundsätzlich an einem offenen Austausch mit unseren Mitarbeitenden interessiert. Nutzen Sie daher die Möglichkeiten zum Gespräch, die wir im Rahmen unserer internen Kommunikation anbieten.

7.5 An wen Sie sich bei Fragen wenden können

Die AG Personalmarketing des Dietrich-Bonhoeffer-Klinikums steht Ihnen bei Problemen oder für Rückfragen unter OEA@dbknb.de gerne zur Verfügung. Bei der Nutzung von Social-Media-Angeboten sind die allgemeinen arbeitsrechtlichen Grundsätze, insbesondere bzgl. der Weitergabe von Interna und Betriebsgeheimnissen zu beachten.

8. Dietrich-Bonhoeffer-Klinikum AG Personalmarketing

8.1 Verantwortliches Team / Community-Management

Die Verantwortung für die Nutzung sozialer Medien trägt die Leitung des Dietrich-Bonhoeffer-Klinikums. Gemeinsam mit der AG wird ein Redaktionsplan erstellt und über die Inhalte der Beiträge entschieden. Ihnen obliegt auch das Community-Management und die Koordination aller Aktivitäten. Offizielle Inhalte werden ausschließlich über den jeweiligen offiziellen Account des Dietrich-Bonhoeffer-Klinikums gepostet.

8.2 Monitoring und Analyse des Erfolgs der Social-Media-Accounts

Unsere Social-Media-Aktivitäten werden von unserem Community-Management laufend einer kritischen Bewertung unterzogen. Wir wollen sicherstellen, dass wir mit unseren Social-Media-Accounts einen nachhaltigen Mehrwert für unsere Interessensgruppen schaffen. Und wir wollen anhand der Entwicklung der Aktivitätsraten und der Feedbacks daran arbeiten, unserem Anspruch als guter Arbeitgeber gerecht zu werden.