

# BILFINGER SOCIAL MEDIA GUIDELINES

ZUR NUTZUNG VON SOZIALEN MEDIEN UND NETZWERKEN  
FÜR MITARBEITER VON BILFINGER



Social Media ist aus unserem Alltag nicht mehr wegzudenken. Unter dem Begriff werden unter anderem Bewertungsportale, Blogs, Diskussionsforen, Foto- und Videoportale, soziale Netzwerke und Wikis zusammengefasst. All diese Plattformen und Netzwerke bieten die Möglichkeit, sich auf digitalem Weg auszutauschen. Auch Bilfinger nutzt diverse Plattformen und Angebote im sogenannten Social Web, um mit Kunden, Investoren, Aktionären, Medien, Bewerbern und Mitarbeitern in den Dialog zu treten und die Bekanntheit des Unternehmens weiter zu steigern.

Als Mitarbeiter besitzen Sie möglicherweise eigene Accounts, Profile und Websites im Social Web und können selbst dazu beitragen, Bilfinger in der Öffentlichkeit ein Gesicht zu geben. Die folgenden Empfehlungen sollen Sie dabei unterstützen, verantwortungsvoll und sicher mit sozialen Medien umzugehen.



# BILFINGER SOCIAL MEDIA GUIDELINES

## 1. PRIVATES UND GESCHÄFTLICHES LASSEN SICH NICHT IMMER TRENNEN.

Auch wenn Sie soziale Netzwerke ausschließlich für private Zwecke nutzen, kann es vorkommen, dass Sie dort mit Arbeitskollegen, Kunden oder Mitbewerbern in Kontakt kommen oder auf Bilfinger angesprochen werden. Wenn Sie in Profilen Bilfinger als Arbeitgeber nennen oder in Beiträgen auf Ihre Arbeit und/oder Bilfinger verweisen, bitte bedenken Sie, dass diese Informationen oftmals öffentlich zugänglich sind. Von Außenstehenden werden Sie automatisch als Repräsentant des Unternehmens und der Marke Bilfinger wahrgenommen. Auch wenn Sie für eine Tochtergesellschaft oder in einem Joint Venture tätig sind – Ihr Verhalten im Web kann sich auf Bilfinger und andere Mitarbeiter auswirken.

## 2. SEIEN SIE EHRlich.

Auch in sozialen Medien gilt: Ehrlich währt am längsten. Im Web können Falschaussagen und Ungenauigkeiten besonders schnell aufgedeckt werden – und was einmal veröffentlicht wurde, lässt sich nur schwer wieder vollständig aus dem Web entfernen.

## 3. BLEIBEN SIE HÖFLICH.

Denken Sie immer daran, dass Sie es auch online mit echten Menschen zu tun haben. Behandeln Sie andere Personen so, wie Sie auch selbst behandelt werden wollen – insbesondere, wenn Sie öffentlich Kritik üben. Bleiben Sie sachlich und konstruktiv. Sollten Sie oder das Unternehmen angegriffen werden, lassen Sie sich nicht provozieren und brechen Sie das Gespräch ab. In diesem Fall liegt die Zuständigkeit bei den verantwortlichen Moderatoren, Plattformbetreibern oder Bilfinger Corporate Communications & Public Affairs.

## 4. SPRECHEN SIE NUR FÜR SICH SELBST.

Offizielle Unternehmensaussagen werden auch in den sozialen Medien nur von autorisierten Mitarbeitern veröffentlicht. Wenn Sie sich über Bilfinger, Wettbewerber oder damit in Verbindung stehende Inhalte äußern wollen, geben Sie sich offen als Mitarbeiter zu erkennen. Machen Sie deutlich, dass Sie als Privatperson und nicht im Auftrag von Bilfinger auftreten. Schreiben Sie in der Ich- statt der Wir-Form. Sollten Sie eine Website oder ein Blog mit unternehmensrelevanten Themen betreiben, nutzen Sie bitte den folgenden Hinweis (Disclaimer): „Die Beiträge auf dieser Website spiegeln meine persönliche Meinung und nicht zwingend die Meinung meines Arbeitgebers Bilfinger wider.“

## 5. BEACHTEN SIE DEN BILFINGER VERHALTENS-KODEX UND UNTERNEHMENSWERTE.

Der → **Bilfinger Verhaltenskodex** basiert auf den Werten des → **Leitbilds** und formuliert verbindliche Regeln für das geschäftliche Verhalten von Bilfinger-Mitarbeitern. Diese gelten natürlich auch im Social Web. Handeln Sie im Interesse des Unternehmens und respektieren, fördern und schützen Sie die Unternehmenswerte.

## 6. SCHÜTZEN SIE VERTRAULICHE UNTERNEHMENSINFORMATIONEN.

Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse von Bilfinger, Kunden oder Lieferanten gehören nicht ins Internet; selbiges gilt für Informationen aus internen Medien oder Veranstaltungen. Im schlimmsten Fall drohen Ihnen juristische Konsequenzen. Sollten Sie bei einem Thema nicht sicher sein, ob Sie eine Information vertraulich behandeln müssen oder weitergeben können, wenden Sie sich bitte an Ihren Vorgesetzten. Im Zweifelsfall verzichten Sie auf die Veröffentlichung.

## 7. HANDELN SIE VERANTWORTLICH.

Für die von Ihnen veröffentlichten Inhalte sind allein Sie verantwortlich. Deshalb lesen Sie einen Beitrag lieber noch einmal durch, bevor Sie ihn veröffentlichen.

## 8. BEACHTEN SIE GELTENDES RECHT.

Bestehende Gesetze gelten auch im Internet; relevant sind hier vor allem Copyright, Urheber- und Persönlichkeitsrechte. Veröffentlichen Sie deshalb nur eigene Inhalte, Bilder und Videos und respektieren Sie die Rechte anderer.

## 10. WERDEN SIE BOTSCHAFTER FÜR BILFINGER.

Bilfinger lebt durch die Menschen, die hier arbeiten. Mit interessanten Beiträgen aus Ihrem Alltag bei Bilfinger halten Sie nicht nur den Kontakt zu Ihrem Netzwerk, sondern vermitteln auch ein lebendiges Bild Ihres Arbeitgebers. Alles, was Sie auf unseren → **Social Media Präsenzen** finden, dürfen Sie gerne verlinken, kommentieren und mit anderen teilen.

## 10. SUCHEN SIE DEN KONTAKT.

Für Themenvorschläge, bei Problemen oder weiteren Fragen zu Aktivitäten in sozialen Medien wenden Sie sich bitte an den Fachbereich → **Corporate Communications & Public Affairs**.