

THE LINDE GROUP

SO FUNKTIONIERT'S

SOCIAL MEDIA

Seien Sie ehrlich, offen und transparent.

Stellen Sie Fakten immer wahrheitsgetreu dar. Sollte Ihnen ein Fehler unterlaufen und sollte es Anlass zur Beschwerde geben, zeigen Sie Verständnis, bieten Sie eine Lösung an oder entschuldigen Sie sich.

Seien Sie authentisch.

Ihre Aussagen sollten professionell und kompetent sein, aber vergessen Sie nie, dass am anderen Ende Menschen sitzen. Wörtliches Zitieren aus Broschüren und Werbematerialien hat online dieselbe Wirkung wie im richtigen Leben. Verwenden Sie Ihre eigenen Worte, wenn Sie Ihre Zielgruppe erreichen wollen.

Stellen Sie klar, dass Sie bei Linde arbeiten.

Im Internet können die Grenzen zwischen Privatem und Beruflichem schnell verwischen. Wenn Sie Aussagen im Namen von Linde treffen, muss deutlich werden, dass Sie für uns arbeiten.



Vergessen Sie nie, dass die Welt mitliest.

Auf Facebook, Twitter und im Internet generell ist man nie unter sich. Alles, was Sie dort schreiben, wird von unzähligen Menschen gelesen. Selbst, wenn Sie jemandem eine persönliche Nachricht senden, findet dies im öffentlichen Raum des Internets statt.

Seien Sie rücksichtsvoll.

Jeder von uns hat das Recht auf seine eigene Meinung. Wahrscheinlich gibt es gute und berechnete Gründe für Ihre eigenen Ansichten. Sollte jedoch jemand anderer Meinung sein, respektieren Sie das. Vergessen Sie nie, den nötigen Respekt zu zeigen.

Bleiben Sie offen für Kritik.

Niemand ist vollkommen. Sollten Sie auf kritische Stimmen stoßen, bleiben Sie professionell und konstruktiv. Nutzen Sie diese Rückmeldungen produktiv für Verbesserungen – sowohl persönlich als auch für unser Unternehmen.

Atmen Sie tief durch.

Kritiken können auch einmal unfair und beleidigend sein. Lassen Sie sich nicht provozieren. Nehmen Sie sich einen Moment Zeit, bleiben Sie souverän und antworten Sie freundlich und mit guten Argumenten. Sollte sich Ihr Gegenüber nicht überzeugen lassen, beenden Sie die Diskussion mit einem höflichen Lächeln. Falls eine Diskussion außer Kontrolle gerät, informieren Sie bitte den verantwortlichen Social Media Manager und Corporate Communications (social.media@linde.com).



Bleiben Sie objektiv.

Es freut uns, wenn Sie stolz auf Linde und Ihre Arbeit sind und dieses Gefühl mit anderen im Internet teilen möchten. Bevor Sie sich entsprechend äußern, denken Sie aber bitte daran, dass Sie sich in einem öffentlichen Raum bewegen. Ihre Aussagen können leicht missverstanden werden.

Antworten Sie zeitnah.

Zu einem Dialog gehören beide Gesprächspartner. Lassen Sie sich bei einer Frage oder einer Beschwerde mit der Antwort nicht zu viel Zeit.

Machen Sie deutlich, was Tatsachen und was Meinungen sind.

Wir verlassen uns darauf, dass Sie deutlich zwischen Ihrer persönlichen Meinung und der offiziellen Haltung von Linde unterscheiden. Sollte Ihnen der Standpunkt von Linde einmal nicht ganz klar sein, wenden Sie sich bitte an Ihren Social Media Manager oder Corporate Communications.

Holen Sie eine zweite Meinung ein.

Wenn Sie sich über einen Beitrag unsicher sind, holen Sie eine zweite Meinung ein und fragen Sie einen Kollegen. Lassen Sie sich bei Ihren Antworten immer ausreichend Zeit und reagieren Sie angemessen und wahrheitsgemäß.



Schreiben Sie interessante Beiträge.

In den sozialen Medien müssen Beiträge spannend sein, damit andere Benutzer sie mit ihrem Netzwerk teilen. Seien Sie informativ und bieten Sie nützliche Einblicke, aber geben Sie dabei keine vertraulichen Informationen preis. Wiederholen Sie nicht einfach, was bereits einmal gesagt wurde, denn das wird nur wenige interessieren.

Denken Sie immer an die Urheberrechte.

Insbesondere Logos, Bilder und Marken von Linde können nur in der Weise verwendet werden, wie es im Brand Management Portal festgelegt ist.

Erwähnen Sie immer die Quelle.

Wenn Sie einen interessanten Beitrag mit Ihrem Netzwerk teilen möchten, geben Sie immer an, woher er ursprünglich stammt. Zitieren Sie Referenzkunden, Partner und Lieferanten nur mit ausdrücklicher Genehmigung, da Sie anderenfalls unseren Kunden und Partnern schaden könnten.

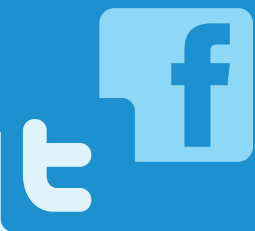
Haben Sie Spaß.

Wir wollen Sie mit diesen Richtlinien nicht einschränken. Ganz im Gegenteil: Sie sollen Ihnen dabei helfen, sich schnell und problemlos im Social Web zurechtzufinden.

Bei weiteren Fragen zu diesen Richtlinien und zu unserem Umgang mit sozialen Medien wenden Sie sich bitte an Ihren verantwortlichen Social Media Manager oder an Corporate Communications (social.media@linde.com).

ES IST SO WEIT

SOCIAL MEDIA BEI LINDE



Die sozialen Medien haben sich rasant entwickelt und sind zu einem wichtigen Kommunikationskanal für unser Unternehmen geworden. Immer mehr Plattformen bieten Menschen die Möglichkeit, sich im Internet über ihre gemeinsamen Interessen auszutauschen. Rund um die Uhr erhält man unbegrenzt Informationen und kann von überall aus direkt reagieren. Das hat die Art und Weise, in der wir kommunizieren, grundlegend verändert. Wir als Unternehmen müssen mit dem „demokratischen Konsumenten“, der umfassend informiert ist und seine Erfahrungen mit Marken und Produkten offener, schneller und direkter als je zuvor öffentlich mitteilt, in Kontakt treten können. Die Grundregeln eines sozialen Miteinanders hierbei spiegeln sich bei Linde im unternehmensweiten Verhaltenskodex wider. Die folgenden Richtlinien haben sich bei der Verwendung von sozialen Medien als besonders nützlich erwiesen.



Unser Video zu den Social-Media-Richtlinien finden Sie hier:
<http://intranet.linde.grp/socialmedia>

DER FOLGENDE ÜBERBLICK HILFT IHNEN DABEI, IHREN WEG DURCH DIE VIELZAHL AN SOCIAL MEDIA-KANÄLEN ZU FINDEN:



Was ist Facebook?

Facebook ist ein soziales Netzwerk. Nach Registrierung auf der Website kann man ein persönliches Profil erstellen, andere Benutzer in eine Freundesliste aufnehmen und Nachrichten austauschen. Außerdem wird man automatisch über Profilaktualisierungen von Freunden benachrichtigt. Darüber hinaus können sich Benutzer mit gleichen Interessen zu Gruppen zusammenschließen (organisiert nach Arbeitgeber, Schule, Hochschule oder anderen Merkmalen) sowie ihre Kontakte unterschiedlichen Listen wie z. B. „Arbeitskollegen“ oder „Enge Freunde“ zuordnen.

Linde auf Facebook

www.the-linde-group.com/en/news_and_media/linde_social_media/facebook/index.html



Was sind Xing und LinkedIn?

Xing und LinkedIn sind soziale Netzwerke für geschäftliche Kontakte. Hier kann man berufliche Netzwerke pflegen und erweitern. Xing ist die Nummer eins in Deutschland und primär auf diesen Markt beschränkt (nachdem es mehr oder weniger vergeblich versucht hat, international Fuß zu fassen). LinkedIn hingegen hat sich in letzter Zeit rasant entwickelt und ist zu einem globalen Anbieter geworden.



Obwohl beide Angebote nicht zur Unternehmenskommunikation gedacht sind, haben sie sich als überaus nützlich für die Personalrekrutierung erwiesen. Unternehmen können nicht nur als Arbeitgeber in Erscheinung treten, sondern auch geeignete Kandidaten und Talente anhand ausführlicher Profile auswählen.

Linde bei Xing und LinkedIn

www.the-linde-group.com/en/news_and_media/linde_social_media/linkedin/index.html



Was ist YouTube?

YouTube ist ein Internet-Videoportal, auf dem die Benutzer kostenlos Video-Clips ansehen und hochladen können. Die Plattform war ursprünglich als reines Unterhaltungsangebot gedacht. Inzwischen ist die Gesamtmenge aller Videos so groß, dass ein einziges Menschenleben nicht ausreicht, um sie alle anzuschauen. Auf YouTube wurde zum ersten Mal deutlich, welche Ausmaße die virale Wirkung von Werbung haben kann. Marken können hier ihre eigenen Markenkanäle hosten und jede beliebige Art von Video zeigen.

Die Benutzer können Kanäle abonnieren, mithilfe der Suchfunktion nach Inhalten suchen oder den Empfehlungen von Freunden oder anderen Nutzern folgen. Die Relevanz des Videos sorgt dafür, dass es bei einer Suche als einer der ersten Treffer angezeigt wird. Dabei ist die Relevanz u. a. davon abhängig, wie häufig ein Beitrag angesehen, als „Gefällt mir“ markiert und kommentiert wurde. In den meisten Fällen werden Unternehmensinhalte sehr kritisch betrachtet und es ist nicht einfach, die Benutzer für sich zu gewinnen. Sobald ein Video jedoch einen gewissen Beliebtheitsgrad erreicht hat, können Zahlen generiert werden, die bei klassischen Medien wie zum Beispiel dem Fernsehen kaum möglich wären – und erst recht nicht bezahlbar.

Linde auf YouTube

http://www.the-linde-group.com/en/news_and_media/linde_social_media/youtube/index.html



Was ist Twitter?

Twitter ist die größte Mikroblogging-Plattform der Welt. Die Länge eines Beitrags – auch „Tweet“ genannt – ist auf 140 Zeichen begrenzt. Dementsprechend ist Twitter keine Option für eine ausführliche, komplexe oder detaillierte Kommunikation. Die Möglichkeiten für kurze Ad-hoc-Mitteilungen mit Links zu weiteren Unternehmensinformationen sind dagegen gewaltig. Außerdem ist Twitter enorm wichtig, um sich über aktuelle Kundenmeinungen zu informieren und frühzeitig mögliche Krisen zu erkennen. Auch als Erweiterung des bestehenden Kundendienstes oder vorhandener Dialogkanäle hat diese Plattform durchaus Potenzial.

Linde bei Twitter

http://www.the-linde-group.com/en/news_and_media/linde_social_media/twitter/index.html



Was ist Google+?

Google+ ist das soziale Netzwerk von Google. Nur wenige Wochen nach seiner Einführung nutzten bereits über 25 Millionen Menschen diesen Kanal. Es ist das am schnellsten wachsende soziale Netzwerk, das es je gegeben hat. Googles Suchmaschine, der E-Mail-Dienst, Google Maps usw. bilden eine solide Grundlage und Google+ wird voraussichtlich bis in den dreistelligen Millionenbereich wachsen.

Zurzeit ist dieses Angebot für Unternehmen noch nicht wirklich relevant und wesentliche Merkmale wie die sogenannten Kreise, bei denen Mitglieder ihre Kontakte verschiedentlich zuordnen (Freunde, Kollegen, geschäftliche Kontakte etc.), verlangen von Marken mehr Kreativität und neue Ideen, wenn sie von den Benutzern wahrgenommen werden möchten.

Linde bei Google+

http://www.the-linde-group.com/en/news_and_media/linde_social_media/googleplus/index.html



Was ist Foursquare?

Foursquare ist ein standortbezogenes soziales Netzwerk für mobile Geräte wie Smartphones. Die Benutzer checken sich mittels SMS, mit einer gerätespezifischen App oder über eine mobile Website ein. Die App ermittelt dazu über GPS eine Reihe von Standorten in der Nähe des Benutzers. Bei jedem Check-in erhält der Benutzer Punkte und gelegentlich auch sogenannte Abzeichen.

Linde gibt auf Foursquare an beliebten Orten interessante Hinweise zum Thema Chemie und verlinkt den Benutzer dann mit den eigenen Unternehmens-Websites.

Linde auf Foursquare

<https://foursquare.com/linde>



Andere Social-Media-Kanäle

Die Social-Media-Landschaft ist groß und verändert sich ständig. Linde möchte diese Kommunikationsmöglichkeiten gerne aktiv nutzen und sich in der Community einbringen. Die unten angegebene Seite listet auf, an welchen weiteren Kanälen wir uns noch beteiligen. Dazu gehören zum Beispiel Pinterest, Slideshare und Tumblr.

Alle weiteren Social-Media-Kanäle von Linde finden Sie hier:

http://www.the-linde-group.com/en/news_and_media/linde_social_media/miscellaneous/index.html

Um weitere Informationen zu erhalten, wenden Sie sich bitte an die Kommunikationsabteilung in Ihrem Land oder in Ihrer Region oder senden Sie eine E-Mail an social.media@Linde.com