

# Social Media Guidelines

## Leitfaden für soziale Medien



# Social Media Guidelines

## Inhaltsübersicht

1. Einleitung
2. Social Media Vision der Wiener Stadtwerke
3. Social Media Einmaleins - Was ist Social Media?
4. Chancen & Risiken
5. Social Media Plattformen
6. **6 Leitlinien für den Umgang mit Social Media**
7. Glossar
8. Ansprechpartner

# Social Media Guidelines

## Einleitung



Soziale Medien verändern unseren Kommunikationsalltag. Sie beeinflussen nicht nur die Art, wie wir mit Freunden und Familie kommunizieren, auch unser beruflicher Alltag wird immer stärker von den neuen digitalen Kommunikationskanälen geprägt.

Die wachsende Bedeutung sozialer Medien bringt für Arbeitgeber und ArbeitnehmerInnen zahlreiche neue Chancen mit sich, die es zu nutzen gilt. Zugleich ergeben sich natürlich auch neue Risiken. Diesen möglichen Risiken für MitarbeiterInnen und Unternehmen wollen wir durch gezielte Bewusstseinsbildung begegnen, um einen verantwortungsvollen Umgang mit sozialen Medien zu gewährleisten.

Chancen nutzen und Risiken erkennen, darum geht es in diesen Social Media Guidelines. Damit unsere Social Media Vision Wirklichkeit werden kann:

***Gemeinsam. BürgerInnen. Vernetzen.***



Ihre



  
Dr. Gabriele Payr



  
Mag. Dr. Martin Krajcsir



  
Dr. Gabriele Domschitz



  
KommR Mag. Helmut Miksits

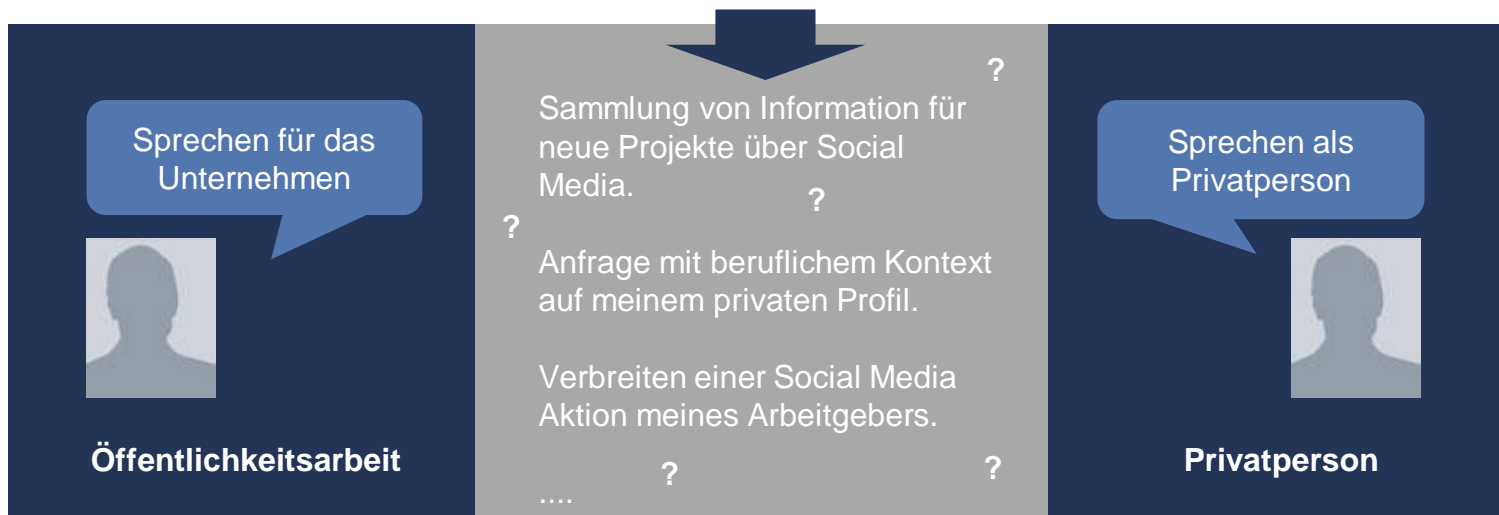
# Social Media Guidelines

## Einleitung: Für wen sind diese Guidelines gedacht?

In der Vergangenheit waren die **Rollen in der Kommunikation von Unternehmen klar verteilt**. Die Öffentlichkeitsarbeit sprach für das Unternehmen, Privatpersonen sprachen nur für sich.

Auch in einer Social Media geprägten Welt ist dies **weiterhin grundsätzlich die Regel**. Nur offiziell **autorisierte Personen** sprechen **für** das Unternehmen.

Zugleich ergeben sich jedoch zahlreiche **Grauzonen**, denn jeder Mitarbeiter und jede Mitarbeiterin wird von Außenstehenden indirekt auch als VertreterIn des Unternehmens wahrgenommen. Jede Person kann mit wenigen Klicks der ganzen Welt etwas mitteilen. Diese Guidelines sind dazu gedacht, **Klarheit** in dieser Grauzone zu schaffen und Leitlinien zu formulieren, an denen sich **alle MitarbeiterInnen des Wiener Stadtwerke Konzerns\*** orientieren können.



\* Der Begriff „Wiener Stadtwerke“ bezieht sich in diesen Guidelines immer auf den Gesamtkonzern inklusive aller Konzernunternehmen.

# Social Media Guidelines

## Die Social Media Vision der Wiener Stadtwerke

Die Wiener Stadtwerke sind Experten darin, die Stadt zu **vernetzen**: Das Netz der Wiener Linien ist eines der dichtesten Europas, Wien Energie versorgt KundInnen verlässlich mit Strom, Gas und Fernwärme, das Gesamtunternehmen sorgt durch seine zahlreichen Services für nachhaltige Lebensqualität. Letztendlich haben wir als **Infrastrukturanbieter Nummer 1** der Stadt das Wohl der BürgerInnen im Sinn.

Die Welt hat sich mit dem **Internet verändert**. Wir möchten auch bei dieser Veränderung als Vorreiter agieren. Nun geht es darum, die bereits bestehende **Stärke in der Vernetzung** von KundInnen und BürgerInnen auch **in einer digitalen Welt auszuspielen**. Es geht darum, soziale Netzwerke zum **Wohl des Unternehmens und der BürgerInnen** zu nutzen.

Um das zu erreichen, haben wir eine **ambitionierte Vision** definiert, die wir **langfristig anstreben** wollen:

**Gemeinsam. BürgerInnen. Vernetzen.**

**Gemeinsam.** Sämtliche **MitarbeiterInnen** der Wiener Stadtwerke sind **informiert, involviert** und **repräsentieren** das Unternehmen gemeinsam – unser **Teamgeist** wird sichtbar.

**BürgerInnen.** Die Wiener Stadtwerke sind *der* **moderne Rundumversorger** der Stadt, der auf **Augenhöhe** die **Bedürfnisse der KundInnen und BürgerInnen kennt** und so für höchste **Lebensqualität** sorgt.

**Vernetzen.** Social Media ist **integraler Bestandteil** der **internen und externen** Kommunikation der Wiener Stadtwerke. Dadurch werden die **BürgerInnen untereinander und mit dem Unternehmen** vernetzt.

Was sind soziale Medien überhaupt? Soziale Medien (Social Media oder auch Web 2.0) ist ein Überbegriff für die zahllosen sozialen Netzwerke und Communities (Gemeinschaften), die im Internet existieren.

Sie haben alle gemeinsam, dass sie vom Dialog zwischen den Nutzern leben. Wir sind damit nicht mehr reine Konsumenten, sondern können Texte, Fotos und Videos als „User Generated Content“ aktiv beitragen.



# Social Media Guidelines

## Chancen & Risiken von Social Media



### Chancen

- **Direkt.** Soziale Medien sind ein direkter Kanal zur Öffentlichkeit, ohne Umwege über klassische Medien.
- **Persönlich.** Kommunikation wird mit sozialen Medien weit persönlicher als in der Vergangenheit. Direkte Kundenbeziehungen können aufgebaut werden, die Nutzer können ihre Meinung mitteilen.
- **Schnell.** Trends können schnell erkannt und Kunden zeitnah über Neuigkeiten informiert werden.

### Risiken

- **Privat.** Leichtfertige Privatsphäre-Einstellungen können Personen gefährden und Details aus dem Leben zugänglich machen, die nicht für Fremde gedacht sind.
- **Beruflich.** Jeder kann heutzutage ganz einfach der ganzen Welt etwas mitteilen. So kann etwa das unbedachte Veröffentlichen von vertraulichen Unternehmensinformationen hohen Schaden erzeugen.

# Social Media Guidelines

## Social Media Plattformen

Social Media Dienste gibt es wie Sand am Meer. Die Wiener Stadtwerke sowie einige Tochterunternehmen sind bereits auf Facebook und anderen Plattformen präsent.

Im Folgenden wird ein Überblick über die am häufigsten genutzten Plattformen mit entsprechenden Beispielen der Wiener Stadtwerke und ihrer Tochterunternehmen gegeben.





# Social Media Guidelines

## Plattformen - Facebook

Auf Facebook können sich Nutzer persönliche Profile anlegen, mit Informationen wie Name, Alter und Foto. Das Netzwerk dient dazu, mit Bekannten und Freunden in Kontakt zu treten und sich auszutauschen. Inhalte werden hauptsächlich über die sogenannte Pinnwand geteilt, auf der Nutzer Nachrichten, Bilder und Videos veröffentlichen können. Die Privatsphäre kann individuell angepasst werden, um das Profil allen oder nur bestimmten Kontakten zugänglich zu machen. Unternehmen können auf Facebook „Fanseiten“ anlegen und sich damit den Nutzern präsentieren.

### Die Facebook Auftritte des Unternehmens



Wiener Stadtwerke  
[facebook.com/WienerStadtwerke](https://facebook.com/WienerStadtwerke)



Wien Energie  
[facebook.com/WienEnergie](https://facebook.com/WienEnergie)



Wiener Linien  
[facebook.com/WienerLinien](https://facebook.com/WienerLinien)

# Social Media Guidelines

## Plattformen - Twitter

Twitter ist ein sogenannter „Microblogging“ Dienst. Die Nutzer können kurze Statusnachrichten veröffentlichen, die andere Nutzer lesen können, wenn sie dieser Person „folgen“. So entscheidet nicht der Schreiber, wem er etwas mitteilt, sondern der Leser, der auswählen kann, wessen Kurznachrichten er empfangen will.

Die Kurznachrichten auf Twitter heißen „Tweets“ und sind ähnlich einer SMS auf maximal 140 Zeichen beschränkt.

Text-Tweets werden meist durch Kurz-Links ergänzt und können mittels Twitpics (<http://twitpic.com>) oder Twitter Videos (<http://www.twitvid.com>) bebildert werden.

Konversationen finden auf Twitter in Echtzeit statt. Dank sogenannter Hashtags (z.B. #wienersadtwerke) ist auch Beschlagwortung und Echtzeitsuche möglich.

### Die Twitter Kanäle des Unternehmens



Wiener Stadtwerke  
[twitter.com/WienStadtwerke](https://twitter.com/WienStadtwerke)



Wien Energie  
[twitter.com/WienEnergie](https://twitter.com/WienEnergie)



Wiener Linien  
[twitter.com/wiener\\_linien](https://twitter.com/wiener_linien)

# Social Media Guidelines

## Plattformen - YouTube

YouTube ist eine Plattform auf der Videos hochgeladen und angesehen werden können. Die Nutzer haben die Möglichkeit, die Videos zu kommentieren und an andere weiterzuleiten.

Unternehmen haben die Möglichkeit, eigene YouTube Kanäle im passenden Design anzulegen. Dort können sie etwa Werbespots und aktuelles Videomaterial veröffentlichen.

### *Die YouTube Kanäle des Unternehmens*



Wiener Stadtwerke  
[youtube.com/wienerstadtwerke](https://youtube.com/wienerstadtwerke)



Wien Energie  
[youtube.com/WienEnergieGmbH](https://youtube.com/WienEnergieGmbH)



Wiener Linien  
[youtube.com/wienerlinien](https://youtube.com/wienerlinien)

# Social Media Guidelines

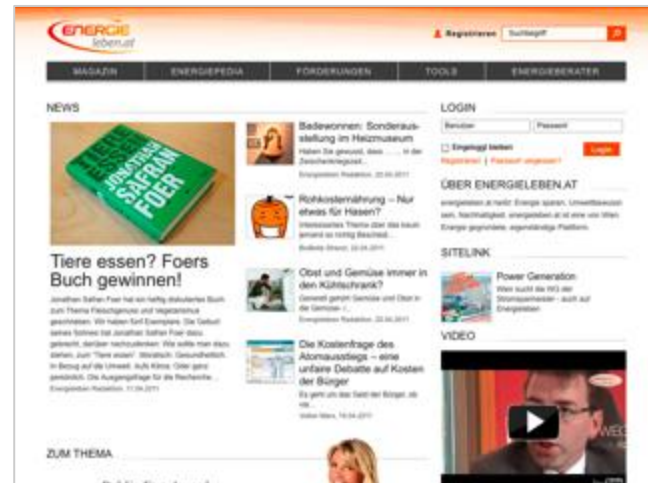
## Plattformen - Blogs

Ein Blog ist eine Art Online Tagebuch, das ähnlich einer Website funktioniert. Der wichtigste Unterschied ist jedoch, dass Beiträge umgekehrt chronologisch erscheinen, sehr unkompliziert veröffentlicht werden können und Leser die Möglichkeit haben, die Texte zu kommentieren. So können aktuelle Themen behandelt und von Nutzern diskutiert werden.

### Blogs des Unternehmens



Wien Energie Blog  
<http://blog.wienenergie.at>




Energie Leben (Wien Energie)  
<http://energieleben.at>

# Social Media Guidelines

## *Wichtiger Hinweis*

Die Social Media Guidelines der Wiener Stadtwerke dienen dazu, Ihnen als MitarbeiterInnen Chancen und Risiken hinsichtlich Social Media aufzuzeigen. Sie sollen Sie darin unterstützen, einen **verantwortungsvollen Umgang** mit Social Media – für sich **persönlich und das Unternehmen** – zu pflegen.

Zum einen enthalten diese Guidelines daher **Empfehlungen**, die Sie vor unüberlegten Handlungen schützen können und Ihnen auch persönlich helfen sollen, Social Media positiv zu nützen.

Zum anderen **verweisen sie auf bestehende rechtliche Vorschriften**, ohne diese zu ersetzen (Arbeitsvertrag/Dienstvertrag, IT-Richtlinie, allgemeine Gesetze,...), denn solche Vorschriften gelten auch im Social Web. Bitte denken Sie daran, dass Verstöße gegen diese Vorschriften zu entsprechenden Konsequenzen führen können. Die jeweiligen Passagen sind mit einem orangen Rufzeichen  gekennzeichnet.

# Social Media Guidelines

## 6 Leitlinien für den Umgang mit Social Media

### 1. Sprechen Sie für sich selbst

Bei Aktivitäten im Social Web handeln Sie grundsätzlich als Privatperson, nicht im Namen des Unternehmens. Damit sind Sie für Ihre Aktivitäten in sozialen Medien auch selbst verantwortlich.\*

Sind Sie mit einem Thema konfrontiert, welches das Unternehmen betrifft und von sehr hoher Relevanz ist, verweisen Sie auf die Social Media Auftritte und Verantwortlichen des Unternehmens (Kontakt siehe Abschnitt „Ansprechpartner“).

Verwenden Sie nur private E-Mail-Adressen zur Registrierung von privaten Social Media Profilen - die Nutzung der Unternehmens-Email-Adresse ist nicht erlaubt.



\* Für vom Unternehmen offiziell autorisierte Personen wie Community Manager oder Themenexperten gelten hier gesonderte Regelungen.

# Social Media Guidelines

## 6 Leitlinien für den Umgang mit Social Media

### 1. Sprechen Sie für sich selbst: **Beispiel**

Sie werden von jemandem über Facebook angesprochen, der von Ihnen wissen möchte, was Wien Energie zur aktuellen Strompreisentwicklung denkt.

#### So nicht



**Max Mustermann**  
Hallo, jetzt ist Strom schon wieder teurer geworden – was sagt dein Arbeitgeber, Wien Energie, eigentlich dazu?  
27. Juni um 23:24 ·  · Gefällt mir · Kommentieren

**Anna Musterfrau** Wien Energie meint, dass die Erhöhung des Strompreises notwendig war, weil ...  
27. Juni um 23:30 · Gefällt mir

Schreibe einen Kommentar ...

#### Richtig



**Max Mustermann**  
Hallo, jetzt ist Strom schon wieder teurer geworden – was sagt dein Arbeitgeber, Wien Energie, eigentlich dazu?  
27. Juni um 23:24 ·  · Gefällt mir · Kommentieren

**Anna Musterfrau** Diese Frage kann ich so leider nicht beantworten, du kannst deine Frage aber auf [www.facebook.com/WienEnergie](https://www.facebook.com/WienEnergie) stellen oder dich direkt an das Kundenservice wenden.  
27. Juni um 23:30 · Gefällt mir

Schreibe einen Kommentar ...



# Social Media Guidelines

## 6 Leitlinien für den Umgang mit Social Media

### 2. Kommunizieren Sie respektvoll, freundlich und authentisch

Selbst wenn Sie als Privatperson kommunizieren, werden Sie von Außenstehenden oft automatisch als VertreterIn des Unternehmens wahrgenommen.

Wir wollen unserer Umwelt freundlich und respektvoll begegnen. Sollten Sie mit Kritik konfrontiert sein, nehmen Sie diese gelassen an und lassen Sie sich nicht provozieren. Sehen Sie (vor allem konstruktive) Kritik als etwas Positives, das uns helfen kann, gemeinsam noch besser zu werden.

Seien Sie authentisch. Zeigen Sie wenn möglich Ihr Gesicht und verwenden Sie Ihren vollen Namen. Wir wollen uns nicht hinter anonymen Äußerungen verstecken, sondern durch Echtheit Vertrauen gewinnen.



# Social Media Guidelines

## 6 Leitlinien für den Umgang mit Social Media

### 2. Kommunizieren Sie respektvoll, freundlich und authentisch: **Beispiel**

Jemand weiß, dass Sie als Busfahrer bei den Wiener Linien arbeiten und beschwert sich auf der Pinnwand Ihres persönlichen Facebook Profils über die Unpünktlichkeit einer Buslinie.

#### So nicht




**Max Mustermann**  
Die Intervalle vom 15A waren heute wiederum eine Frechheit! Es ist eine Sauerei, dass die Wiener Linien ihre Kunden so lange warten lassen!  
27. Juni um 23:24 ·  · [Gefällt mir](#) · [Kommentieren](#)



**Anna Musterfrau** Ich bin Busfahrerin und nicht der Ersteller von Fahrplänen! Das geht mich wirklich nichts an, fahr halt mit dem Auto!  
27. Juni um 23:30 · [Gefällt mir](#)

#### Richtig



**Max Mustermann**  
Die Intervalle vom 15A waren heute wiederum eine Frechheit! Es ist eine Sauerei, dass die Wiener Linien ihre Kunden so lange warten lassen!  
27. Juni um 23:24 ·  · [Gefällt mir](#) · [Kommentieren](#)



**Anna Musterfrau** Du könntest deine Kritik dem Kundenservice der Wiener Linien melden – dort wird versucht, den Anliegen der Kunden nachzugehen. Hoffentlich musst du morgen nicht wieder so lange warten!  
27. Juni um 23:30 · [Gefällt mir](#)

# Social Media Guidelines

## 6 Leitlinien für den Umgang mit Social Media

### 3. Schützen Sie sich und Ihre Privatsphäre

Achten Sie auf Ihre Privatsphäre-Einstellungen und geben Sie nicht unnötige Informationen über sich preis. Denken Sie daran, dass das Internet ein Gedächtnis hat und einmal veröffentlichte Inhalte schwer bis gar nicht gelöscht werden können, bzw. sich sehr schnell weiterverbreiten können.

Veröffentlichen Sie keine Inhalte, die nicht auch Ihre Vorgesetzten, Kollegen und Kunden lesen/erfahren dürfen.

Seien Sie vorsichtig bei dubiosen Nachrichten. Verteilen Sie Nachrichten nicht, ohne den Absender zu kennen und sich ggf. der Seriosität des Inhalts zu versichern. Hacker können Ihr Profil verwenden, um z.B. Spam-Nachrichten weiter zu verbreiten. Um sich vor Viren zu schützen, sollten private Rechner mit entsprechenden Anti-Viren Programmen ausgestattet sein.

# Social Media Guidelines


## 6 Leitlinien für den Umgang mit Social Media

### 3. Schützen Sie sich und Ihre Privatsphäre: **Beispiel**

So nicht



Beispiel unvorsichtiger Privatsphäre-Einstellungen auf Facebook:

 **Inhalte auf Facebook teilen**  
Diese Einstellungen bestimmen, wer sehen kann, was du teilst.

Alle	Freunde von Freunden	Nur Freunde
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

☒ **Alle**  
☐ **Freunde von Freunden**  
☐ **Nur Freunde**

Status, Fotos und Beiträge  
 Biografie und Lieblingszitate  
 Familie und Beziehungen  
 Fotos und Videos, in denen du markiert wurdest

# Social Media Guidelines

## 6 Leitlinien für den Umgang mit Social Media

### 4. Schützen Sie das Unternehmen

Es liegt im Interesse von uns allen, das Unternehmen für das wir arbeiten zu schützen. Geben Sie niemals interne Daten heraus. Erinnern Sie sich, dass Sie zur Wahrung von Geschäfts- und Betriebsgeheimnissen, bzw. zur dienstlichen Verschwiegenheit verpflichtet sind und Verstöße zu entsprechenden Konsequenzen führen können. Im Zweifelsfall wenden Sie sich immer an Ihre Führungskraft oder an die Social Media Verantwortlichen.



Tragen Sie interne Differenzen nicht im Social Web aus, sondern kommunizieren Sie Kritik immer intern.

# Social Media Guidelines

## 6 Leitlinien für den Umgang mit Social Media

### 4. Schützen Sie das Unternehmen: **Beispiel**

#### So nicht:



**Max Mustermann**

Mal schauen, ob jetzt wirklich die neue U-Bahn Strecke gebaut wird von der eigentlich noch niemand etwas weiß..."

27. Juni um 23:24 ·  · [Gefällt mir](#) · [Kommentieren](#)

#### Weitere Beispiele für interne Daten, die nicht nach außen getragen werden dürfen:

- Projektvorhaben des Unternehmens
- Vermeintlich oder tatsächlich beabsichtigte An- und Verkäufe von Unternehmen
- Finanzdaten des Unternehmens
- Inhalte von Verträgen aller Art
- Technische Pläne und Entwürfe
- Usernamen, Passwörter und Sicherheitscodes
- Das (vermeintliche) Einkommen von KollegInnen, MitarbeiterInnen oder Vorgesetzten

# Social Media Guidelines

## 6 Leitlinien für den Umgang mit Social Media

### 5. Halten Sie sich an allgemeine Gesetze & Richtlinien

*Dienst- und Arbeitsrecht:* Es ist selbstverständlich, dass wir uns alle an Gesetze, Richtlinien und Vereinbarungen halten – diese gelten auch im Social Web.

*Urheberrecht:* Bild- und Videomaterial ist in der Regel urheberrechtlich geschützt. Veröffentlichen Sie keine Inhalte, von denen Sie die Rechte nicht besitzen.

*Datenschutz:* Veröffentlichen Sie niemals personenbezogene Daten Dritter. Seien Sie sensibel, wenn Sie Fotos veröffentlichen, auf denen Gesichter von Personen erkennbar sind. Veröffentlichen Sie keine Bilder von Personen, wenn diese damit nicht einverstanden sind.

# Social Media Guidelines

## 6 Leitlinien für den Umgang mit Social Media

### 5. Halten Sie sich an allgemeine Gesetze & Richtlinien: **Beispiel**

Sie waren auf einer Feier und haben dabei Fotos von Freunden und Kollegen gemacht. Veröffentlichen, sowie „taggen“ Sie diese Fotos nur, wenn Sie zuvor die Zustimmung dieser Personen eingeholt haben.

So nicht




Beispiel: Foto ist auf Flickr öffentlich zugänglich, Person ist getaggt.

# Social Media Guidelines

## 6 Leitlinien für den Umgang mit Social Media

### 6. Achten Sie auf Ihre Arbeitsleistung

Die Nutzung von Social Media Plattformen am Arbeitsplatz, sowohl auf Firmencomputern als auch Smartphones, ist grundsätzlich für geschäftliche Zwecke vorbehalten. Die private Nutzung ist auf das unbedingt notwendige Ausmaß zu beschränken und darf sich nicht auf Ihre Arbeitsleistung auswirken. 

Bei Bedarf können einzelne Internetseiten im internen Netzwerk von der Unternehmens-IT gesperrt werden.



# Social Media Guidelines

## 6 Leitlinien für den Umgang mit Social Media

### 6. Achten Sie auf Ihre Arbeitsleistung: **Beispiel**

Sie werden von einem Geschäftspartner über Xing kontaktiert. Achten Sie darauf, dass der Fokus des Gesprächs geschäftlich bleibt.

#### So nicht

Von: Anna Musterfrau  
An: Max Mustermann  
Datum: 01.07.2011, 16:36  
Betreff: Re: Hallo Ronald



Hallo Peter, mir geht's super! Letzte Woche war ich auf Urlaub in Kärnten, das war total super. Was tut sich bei dir? Hast du unsere letzte Disconacht gut überstanden? ;)

Hallo Ronald, fein, dass wir jetzt auch auf Xing vernetzt sind. Wie geht's dir? Alles im grünen Bereich?

#### Richtig

Von: Anna Musterfrau  
An: Max Mustermann  
Datum: 01.07.2011, 16:36  
Betreff: Re: Hallo Ronald



Hallo Peter, mir geht's super! Fein, dass du dich meldest, ich wollte dich ohnehin nach den Unterlagen fragen, über die wir kürzlich gesprochen haben ...

Hallo Ronald, fein, dass wir jetzt auch auf Xing vernetzt sind. Wie geht's dir? Alles im grünen Bereich?

# Social Media Guidelines

## Übersicht: 6 Leitlinien für den Umgang mit Social Media

1. Sprechen Sie für sich selbst
2. Kommunizieren Sie respektvoll, freundlich und authentisch
3. Schützen Sie sich und Ihre Privatsphäre
4. Schützen Sie das Unternehmen
5. Halten Sie sich an allgemeine Gesetze & Richtlinien
6. Achten Sie auf Ihre Arbeitsleistung

# Social Media Guidelines


## Glossar

- **App:** kommt von Application (Anwendung); Apps sind als Programme für mobile Endgeräte wie Smartphones bekannt, im Social Media Kontext versteht man darunter interaktive Anwendungen auf Social Media Plattformen wie Facebook.
- **Blog:** kurz für Weblog; Online Tagebuch, heute auch starker Informationscharakter, jedoch stark subjektiv gefärbt.
- **Blogger:** Verfasser eines Weblogs.
- **Community:** virtuelle Gemeinschaft von Nutzern.
- **Facebook:** Größtes soziales Netzwerk (siehe Soziale Netzwerke).
- **Flickr:** Social Media Plattform zum Teilen von Foto-Inhalten mit anderen Nutzern.
- **Followen/unfollowen:** Person/Marke/Unternehmen auf Twitter der eigenen Leseliste hinzufügen bzw. von dieser entfernen.
- **Frienden/adden:** Person in einem Sozialen Netzwerk (z.B. Facebook) als Freund hinzufügen.
- **Hashtag:** Beschlagwortung von Tweets, dem Wort wird ein „#“ (Raute=engl. Hash) davor gesetzt.
- **Liken/thumbs up/“gefällt mir“:** einen Artikel, ein Unternehmen, eine Veranstaltung etc. gut finden (Daumen hoch).
- **Link:** Kurz für Hyperlink, Verweis auf andere Webseite.
- **Microblog:** kurze Mitteilungen (Statusupdates, Linkempfehlungen,...) an Freunde und Follower, oft begrenzte Zeichenanzahl.
- **Posten:** Veröffentlichen eines Beitrags oder Kommentars.
- **Retweeten:** Weitersenden von Tweets anderer.
- **RSS (Really Simple Syndication):** Standardisiertes Format zur Verbreitung von Inhalten im Web.
- **Soziale Netzwerke:** Plattformen auf denen User Profile einrichten, um miteinander zu interagieren und sich zu vernetzen.
- **Spam:** Nachrichten, die dem Empfänger unverlangt zugestellt werden und häufig werbenden Inhalt haben.

# Social Media Guidelines

## Glossar (Fortsetzung)

- **Tag:** Schlagwörter, die Inhalten zugewiesen werden, um Nutzern das Auffinden dieser Inhalte zu erleichtern.
- **Taggen** (Verb): siehe Tag; Auch: Person auf einem Foto (v.a. auf Facebook) markieren.
- **Teilen/sharen:** Artikel, Bilder, Links etc. an Freunde/Kontakte auf der Plattform weiterleiten.
- **Tweet:** Kurznachricht auf Twitter mit max. 140 Zeichen.
- **Twitter:** Microblogging Plattform.
- **Twittern** (oder Tweeten): Versenden einer Kurznachricht/eines Tweets.
- **Unfrienden:** Person aus der Freundesliste in einem sozialen Netzwerk entfernen.
- **Wikipedia:** Gemeinsam von Nutzern erstelltes Online Lexikon.
- **Xing:** Soziales Netzwerk für geschäftliche Kontakte und geschäftliches Networking.
- **YouTube:** Größte Video Plattform und gleichzeitig zweitgrößte Suchmaschine.

Die Social Media Guidelines wurden in Zusammenarbeit mit den unten genannten Personen unter Leitung der Agentur  **wilkallgrau** erstellt.

# Social Media Guidelines

## AnsprechpartnerInnen

### Sie haben Fragen rund um das Thema Social Media?

Weitere Informationen finden Sie im Wiener Stadtwerke Intranet unter Wissen / Richtlinien.

Wenn Sie für ein Unternehmen arbeiten, das hier nicht aufgelistet ist, wenden Sie sich bitte an das jeweilige zuständige Bereichsunternehmen.

### Die Social Media Verantwortlichen der Wiener Stadtwerke

- Wiener Stadtwerke Konzern:
  - Robert Hanke [robert.hanke@wienersstadtwerke.at](mailto:robert.hanke@wienersstadtwerke.at)
  - Martin Zinkner [martin.zinkner@wienersstadtwerke.at](mailto:martin.zinkner@wienersstadtwerke.at)
- Wien Energie
  - Alexandra Radl [alexandra.radl@wienenergie.at](mailto:alexandra.radl@wienenergie.at)
  - Melanie Adam [melanie.adam@wienenergie.at](mailto:melanie.adam@wienenergie.at)
- Wiener Linien
  - Michael Unger [michael.unger@wienerslinien.at](mailto:michael.unger@wienerslinien.at)
  - Claudia Riegler [claudia.riegler@wienerslinien.at](mailto:claudia.riegler@wienerslinien.at)
- Bestattung & Friedhöfe Wien
  - Andrea Rauscher: [andrea.rauscher@bfwien.at](mailto:andrea.rauscher@bfwien.at)
- Wien IT
  - Andrea Kampelmühler [andrea.kampelmuehler@wienit.at](mailto:andrea.kampelmuehler@wienit.at)
- Wien Energie Gasnetz
  - Alexandra Deschkan [alexandra.deschkan@wienenergie-gastnetz.at](mailto:alexandra.deschkan@wienenergie-gastnetz.at)
- Wien Energie Stromnetz
  - Monika Wührer [monika.wuehrer@wienenergie-stromnetz.at](mailto:monika.wuehrer@wienenergie-stromnetz.at)
  - Sabine Leitgeb [sabine.leitgeb@wienenergie-stromnetz.at](mailto:sabine.leitgeb@wienenergie-stromnetz.at)
- Wiener Lokalbahnen
  - Angelika König [angelika.koenig@wlb.at](mailto:angelika.koenig@wlb.at)
  - Thomas Duschek [thomas.duschek@wlb.at](mailto:thomas.duschek@wlb.at)