



Schweizer Radio
und Fernsehen

www.srf.ch

Social-Media-Leitlinien für Mitarbeitende

(v 1.3)

verabschiedet in der GL SRF vom 11.11.2010



Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	3
2. Verhaltensgrundsätze	3
3. Verantwortlichkeit/Copyright	3
4. Datenschutz	3
5. Netzwerke	4
6. Private Webseiten und Blogs.....	4
7. Spezifische Richtlinien für Journalisten	4
8. Anlaufstellen	4

1. Einleitung

Die Social-Media-Leitlinien sollen allen SRF-Mitarbeitenden helfen, sich adäquat im Web zu verhalten und mitzuteilen. Die Richtlinien sind verbindlich und richten sich an alle Mitarbeitende von SRF, die sich auf Social-Networking-Plattformen aufhalten, in virtuellen Welten aktiv sind oder in Blogs, Microblogs, Wikis etc. Einträge veröffentlichen.

Durch die stetige Weiterentwicklung von Social Media können diese Richtlinien angepasst werden.

Die folgenden Ausführungen ergänzen die «[arbeitsvertraglichen Grundsätze](#)», die «[publizistischen Leitlinien](#)», die «[Richtlinien für die Medienarbeit](#)», das «[Handbuch Kommunikation SF](#)» sowie die «[Blog-Richtlinien](#)».

2. Verhaltensgrundsätze

Wer sich im Internet explizit als Mitarbeiter von SRF zu erkennen gibt oder automatisch mit SRF in Verbindung gebracht wird (Moderatoren/Kommentatoren, Programmkader), ist angehalten, sich dementsprechend zu verhalten:

- nicht an Aktivitäten teilnehmen, die SRF schaden können
- keine verbalen Angriffe auf Kollegen und/oder andere User veröffentlichen
- authentisch sein: keine falschen Namen angeben, das Anstellungsverhältnis offen legen
- respektvoll und ehrlich anderen Usern begegnen
- keine rassistischen oder vulgäre Kommentare veröffentlichen
- keine Bilder oder Links veröffentlichen, die für SRF negative Konsequenzen haben können
- auch bei Meinungsverschiedenheiten/Kritik ruhig bleiben und sachlich argumentieren
- keine wertenden Statements über andere Medien und deren Mitarbeitende veröffentlichen
- grundsätzlich keine Äusserungen zu politischen und religiösen Themen veröffentlichen (Ausnahmen wie journalistische Recherchen etc. sind im Vorhinein vom Vorgesetzten zu genehmigen)

SRF behält sich das Recht vor, allfällige Zuwiderhandlungen dieser Richtlinien zu ahnden und Veröffentlichungen, welche das Image von SRF gefährden, zu löschen. Dazu gehören auch nicht oder schlecht bewirtschaftete Auftritte.

Wird ein Mitarbeiter wegen im Internet veröffentlichten Inhalten von der Presse kontaktiert, muss vor Eintritt/Weiterführung einer Korrespondenz der Leiter Media Relations informiert werden. Die entsprechenden [Anlaufstellen](#) sind auf der letzten Seite dieses Dokuments aufgeführt.

3. Verantwortlichkeit/Copyright

SRF-Mitarbeitende sind persönlich verantwortlich für die von ihnen publizierten Inhalte auf Social-Networking-Webseiten und Blogs. Es dürfen keine geheimen Inhalte von SRF oder von Dritten veröffentlicht werden. Das geistige Eigentum, die Logos und Brands sowie Bilder von SRF unterstehen einem Copyright und dürfen nicht weiterverwendet werden. Ausnahmen bilden die offiziellen, von Media Relations genehmigten und dem MMZ aufgebauten Facebook-Auftritte der Moderatoren und Kommentatoren. Diese können offizielle Logos/Brands beinhalten.

4. Datenschutz

Dienste wie iGoogle, Facebook, Yahoo! etc. bieten seit kurzem die automatische Implementierung und Synchronisation der persönlichen Kontakte aus dem Microsoft Outlook in die jeweilige Kontaktdatenbank an. Aus Datenschutzgründen ist das Registrieren bei solchen Anbietern mit der offiziellen SRF-E-Mail-Adresse nicht erlaubt, da die Weiterverwendung der Outlook-Kontakte gemäss AGBs der Dienstleister nicht ausgeschlossen wird. Beim Beitritt auf Social-Media-Plattformen ist also hinsichtlich Datenschutz Vorsicht geboten.

5. Netzwerke

Einer der grossen Vorteile von Social-Media-Plattformen ist die Möglichkeit, mit Freunden in Kontakt zu treten und diese Kontakte zu pflegen. SRF legt den Mitarbeitenden jedoch nahe, jede Anfrage vor einer Kontaktbestätigung zu überprüfen:

- Sind auf dem Profil der potenziellen Freunde heikle Inhalte (rassistisch, vulgär) veröffentlicht?
- Aus welchem Grund wird der Kontakt gesucht (privat, kommerzielle Zwecke, Überwachung)?
- Soll der Kontakt wirklich alle Veröffentlichungen auf der eigenen Seite/dem eigenen Profil einsehen können?

6. Private Webseiten und Blogs

SRF-Mitarbeitende, die private Webseiten und Blogs betreiben, verhalten sich entsprechend den oben erwähnten «[Verhaltensgrundsätzen](#)» und den «[Blog-Richtlinien](#)». Private Webseiten und Blogs sind bezüglich Layout klar von der SRF-Tätigkeit zu trennen. Das Aufschalten von SRF-Logos und offiziellen Pressebildern von SRF ist nicht gestattet.

Die Voraussetzungen für die Aufschaltung und den Betrieb eines Blogs auf sf.tv sind in den «[Blog-Richtlinien](#)» festgehalten.

7. Spezifische Richtlinien für Journalisten

Werden in den neuen publizistischen Leitlinien abgehandelt.

8. Anlaufstellen

[Marco Meroni](#), Leiter Media Relations SRF

[Daniel Segmüller](#), Leiter Kundenservice SRF

Multimedia Zentralredaktion MMZ (Anlaufstelle für technische Anliegen)

Kontakt: 044 305 51 51