

Guideline- Wie verhalte ich mich online? / Social Media bei der Sportgastro AG

Sie als Mitarbeitende prägen die Wahrnehmung von Sportgastro in der Öffentlichkeit, gehören für uns zu den wichtigsten Markenbotschaftern und tragen somit massgeblich zur Reputation und dem Image von Sportgastro bei. Diese Haltung möchten wir auch in die Onlinewelt transportieren und dabei die Marke Sportgastro stärken.

Bei Social Media ist der Übergang von Privat und Beruf fließend, was sowohl Arbeitnehmer als auch Arbeitgeber vor diverse Herausforderungen und Fragen stellt:

- Darf ich während der Arbeitszeit Social Media nutzen?
- Was darf ich über meine Arbeit erzählen?
- Darf ich im Namen meines Arbeitgebers einen Beitrag posten?
- Was muss ich tun, wenn ich kritische Kommentare über Sportgastro entdecke?

Um ihnen Antworten auf diese und weitere Fragen zu geben hat Sportgastro den vorliegenden Leitfaden erarbeitet. Damit wollen wir Ihr Bewusstsein für Social Media schärfen, Sie auf das Thema «Online» sensibilisieren und auf unsere wichtigsten Spielregeln hinweisen

Grundvoraussetzungen im Online-Kontext

- Digitaler Inhalt kann sich innert Sekunden auf der ganzen Welt verbreiten.
- Das Internet vergisst nicht.
- Online heisst Dialog, nicht Monolog.
- Online heisst teilhaben lassen.

Online-Verhaltenskodex

Freundlich & respektvoll

Seien Sie höflich, hören Sie zu und seien Sie sich der Auswirkungen und Konsequenzen Ihrer Online-Aktivitäten bewusst. Ein Respektvoller Umgang, Glaubwürdigkeit und Authentizität sind wichtige Eckpfeiler der digitalen Kommunikation

Ehrlich & korrekt

Kommunizieren Sie keine Lockangebote oder vorsätzlich falsche Informationen, bleiben Sie stets ehrlich und transparent. Bleiben Sie sachlich bei Meinungsäusserungen und Diskussionen. Social-Media-Kanäle stiften dann Mehrwert, wenn man zuhört und auf andere Nutzer eingeht.

Folgen Sie uns

Folgen Sie uns auf den verschiedenen Social Media Plattformen. So sind Sie immer darüber informiert, was auf den offiziellen Plattformen von Sportgastro geschieht. Liken, kommentieren und teilen Sie Inhalte, die Ihnen gefallen.

Unternehmenszugehörigkeit in den Social Media

Sportgastro AG begrüsst es, wenn MA ihre Zugehörigkeit zum Unternehmen öffentlich angeben (z.B. in beruflichen Netzwerken Xing & LinkedIn) - unter der Bedingung, dass Sportgastro AG für keinerlei Inhalte haftet / zur Verantwortung gezogen werden kann.

Unternehmensbezug

Mitarbeitenden ist es gestattet, in Social Media öffentlich private Äusserungen zur Sportgastro zu tätigen (z.B. Essen in einem betriebseigenen Lokal auf Instagram) - insofern sämtliche Inhalte eindeutig als eigene, persönliche Meinung gekennzeichnet sind. Die Mitarbeitenden tragen selbst die Verantwortung für die Auswirkungen ihrer Handlungen.

Private Nutzung

Die private Nutzung von Social Media gehört in die Pausen & Freizeit. Der Job steht an erster Stelle. Aufgabenerfüllung & Leistung sollten nicht unter Online-Aktivitäten leiden. Die Nutzung für geschäftliche Zwecke wie etwa Wissensmanagement und Informationssuche ist gewünscht.

Private Äusserungen in Bezug auf Sportgastro

Vermeiden Sie die Veröffentlichung privater Äusserungen mit Bezug auf Sportgastro, ohne sämtliche Inhalte eindeutig als eigene, persönliche Meinung zu deklarieren.

Gesundes Missvertrauen und Sicherheit

Betrüger nutzen zunehmend die Onlinewelt, um unachtsame Nutzer hereinzulegen. Seien Sie vorsichtig und kritisch, prüfen Sie Links vor dem Klicken und laden Sie Dateien nur von vertrauenswürdigen Quellen herunter

Persönlichkeitsverletzende Äusserungen

Unterbinden Sie rassistische, sexuelle, politische, religiöse & sonstige diskriminierende Kommentare oder Abfälligkeiten jeglicher Form. Interne Anliegen sind nicht öffentlich an den Pranger zu stellen. Impulsive Antworten auf beleidigende oder negative Äusserungen und das Verharren im Verteidigungsmodus sind absolute Tabus.

Urheberrechtsverletzungen

Unterbinden Sie jegliche Inhalte, welche Rechte von Dritten verletzen oder falsche / unerlaubte Inhalte aufweisen.

Internes ist vertraulich

Unterbinden Sie die Verbreitung geheimer, vertraulicher oder interner Informationen nach aussen – durch Social-Media-Kanäle, durch E-Mails oder durch sonstige digitale Kanäle.

Zensieren von Beiträgen mit Unternehmensbezug

Die Sportgastro AG behält sich das Recht vor, Äusserungen & Inhalte, welche sich auf Sportgastro AG beziehen oder mit Sportgastro AG in Verbindung gebracht werden, zu melden, zu verbergen oder zu löschen – wenn diese gegen Gesetze, Rechte Dritter, den (Online-) Verhaltenskodex oder vorangehend genannte Voraussetzungen verstossen.

Bei der Feststellung eines Online-Fehlverhaltens bei Kollegen oder Vorgesetzten ist die Abteilung Services / HR zu informieren.

Social Media Kanäle von Sportgastro

Unter www.sportgastro.ch/socialmedia ist eine Übersicht sämtlicher offiziellen Social Media Auftritte von Sportgastro zu finden.

Bärner Beizer



Bärner Beizer vereint sämtliche Gastronomiebetriebe von Sportgastro unter einem Dach und fasst die Geschehnisse in den einzelnen Betrieben auf Instagram, Twitter und YouTube zusammen. Ein Facebook-Account Bärner Beizer besteht ebenfalls. Dieser wird einerseits für unternehmensübergreifenden Inhalt und andererseits für Betriebe oder Bereiche ohne eigenen Facebook-Account (PostFinance-ArenaRestaurant Emmentaler, etc.) verwendet.

Facebook



Mit Facebook will Sportgastro für all seine Konzepte/Brands die Präsenz und die Bekanntheit der jeweiligen Marken nachhaltig steigern. Nutzer sollen zudem dazu animiert werden, über die Marke(n) zu sprechen und Inhalte zu teilen.

Instagram



Durch den Einsatz von Instagram sollen Bekanntheit und Reichweite durch hochwertige und zielgruppenspezifische (Bewegt-)Bilder ansehnlich gesteigert werden. Die Philosophie der Marke/des Unternehmens visuell darzustellen, ist das Ziel.

Twitter



Mit Twitter soll die Präsenz und auch die Bekanntheit aller Sportgastro Konzepte/Brands gesteigert werden. Von zentraler Bedeutung ist das Betreiben eines professionellen Reputationsmanagements: Zügige, unkomplizierte Beantwortung von Supportanfragen werden festgelegt.

YouTube



Mit Youtube sollen lehrreiche, informative und unterhaltende Sportgastro-Informationen übermittelt werden (über die einzelnen Marken / die Betriebe oder konkrete Angebote).

XING



Mit einem Auftritt auf XING will Sportgastro berufliche Kontakte knüpfen, pflegen und stärken. Dazu soll es sich in Gruppen vorteilhaft präsentieren, als Experten auf bestimmten Gastronomie-Gebieten darstellen und sich als reizvollen Arbeitgeber herausstellen.

LinkedIn



Mit einem Auftritt auf LinkedIn will Sportgastro berufliche Kontakte knüpfen, pflegen und stärken. Im Fokus steht zunächst der Auf- und Weiterausbau des eigenen Netzwerkes. Mit dem Auftritt soll weiter eine Kontrolle und ein Ausbau von Image und Reputation erzielt werden.

TripAdvisor



Weil Kunden sich gegenseitig orientieren und vertrauen, ist eine professionelle Bewirtschaftung dieses Kanals für jeden einzelnen Sportgastro-Betrieb von hoher Wichtigkeit. Dadurch soll bei guter Bewertung kostenfreies Word of Mouth-Marketing entstehen.

Google My Business



Mit einem Eintrag auf Google My Business soll die Chance erhöht werden, dass Kunden den jeweiligen Betrieb auf Google finden, das Lokal dadurch vor Ort besuchen oder online Kontakt aufnehmen und auch Bewertungen hinterlassen.

Kontakt

Bei Fragen oder Unsicherheiten zum Thema Onlineverhalten sowie Social Media können Sie sich gerne an das Service Departement wenden.

Sportgastro AG

Service Departement (Marketing & Entwicklung)

T +41 31 332 56 44

socialmedia@sportgastro.ch