

Umgangsformen in «sozialen» Netzen

E-Etikette im Social Network

Tag für Tag nutzen wir «soziale» Netzwerke. Nicht immer ist man richtig bei der Sache und sich zu wenig bewusst, welchen Eindruck man wirklich hinterlässt. Dabei sind die Regeln sehr einfach: Was offline gilt, gilt auch online. Anstand, Moral, Integrität und Ethik.

› Monika Seeger

Ob Facebook, Xing, LinkedIn, Twitter, Google+, Youtube, Instagram oder Whats App; sie alle gehören in der Zwischenzeit zum Alltag. Die einen etwas mehr, die anderen weniger. Besonders der Netzwerk-Gigant Facebook erfreut sich aller Unkenrufe zum Trotz nach wie vor grosser Beliebtheit. Weltweit sind weit über eine Milliarde Menschen registriert und nehmen Anteil am virtuellen Leben der anderen. 64 Prozent davon sind täglich aktiv. Auch in der Schweiz ist Facebook beliebt: 3,41 Millionen helvetische Bürger und Bürgerinnen (Stand Januar 2015) nutzen das Netzwerk regelmässig, teilen mit, in welchen Clubs und Vereinen sie aktiv sind, wo sie im Urlaub sind, welche Filme sie mögen, auf welchen Blogs für sie interessante Informationen publiziert werden etc. Auch Meinungen über nationale und globale Geschehen werden aktiv ausgetauscht.

Verhaltensregeln und Tipps

Kurzum: Ein Teil des eigenen Lebens findet in der Öffentlichkeit statt. Genau darum sollte man nie vergessen, dass auch viel über die sozialen Netze recherchiert wird. Um sich vor Kunden, Vorgesetzten, Arbeitskollegen, Freunden, Eltern oder Kindern nicht zu blamieren oder unlieb-

same Erfahrungen zu machen, gilt es, einige Regeln zu beachten. Die soziale Vernetzung soll Spass machen und einen Nutzen bringen. Damit es auch so bleibt, ist ein freundlicher, respektvoller und überlegter Umgang unabdingbar. Mit den folgenden Verhaltensregeln ist man in der virtuellen Welt auf der sicheren Seite.

Unter eigenem Namen

Egal wie viele Informationen im Profil preisgegeben werden: ehrlich bleiben, den richtigen Namen benutzen, das heisst auf Fantasienamen verzichten. Kein Mensch heisst «Zuckermäus» oder «Cyberhase». Zu vermeiden sind zudem Beiträge oder Fotos, zu denen man nicht mit dem persönlichen Namen stehen kann. Und was die Job-Beschreibung angeht: Sich für jemanden auszugeben, der man gar nicht ist, macht keinen guten Eindruck und kann unangenehme Folgen mit sich ziehen. Facebook schätzt, dass auf ihrer Plattform rund 100 Millionen Profile falsch oder Zweitaccounts sind und behält sich vor, solche «Fakes» zu löschen.

Vorsicht mit Fotos

Ferienfotos vom Après-Ski, die die eigene Person und Bekannte betrunken tanzend auf dem Tisch zeigen, für sich behalten. Auch den Freunden zuliebe. Man weiss

nie, wann sie plötzlich an einem anderen, unerwünschten Ort auftauchen. Immer daran denken: Das Internet vergisst nichts. Zuerst gut überlegen, was hochgeladen wird und sich Gedanken darüber machen, ob dies in ein, zwei Jahren peinlich sein könnte.

Auf der sogenannten Business-Netzwerkplattform sind Profilbilder aus den Ferien deplatziert. Hier gehört ein Porträtbild hin, das auch einer Bewerbung standhält sowie seriös, kompetent und sympathisch wirkt.

Weniger ist mehr

Die Freunde mit langweiligen Statusbeiträgen und Eigenwerbung im Übermass einzudecken, nervt. Man kann sie zwar ignorieren, doch insgeheim ärgern sie gewaltig. Miteinander vernetzt sein, heisst nicht, jeden Tag zu «posten» oder zu «twittern». Und Social Media bedeutet auch nicht Social Advertising. Banalitäten und täglich aktualisierte Standortangaben vermeiden. Lieber sorgfältig schreiben und «posten» und sich zuerst überlegen, ob eine Information wirklich für die Allgemeinheit bestimmt ist. Wer ist schon daran interessiert, ob der Mann einer Facebook-Freundin gerade extrem müde ist oder eine Pizza bestellt hat?

Fettnäpfchen vermeiden

Persönliches bleibt persönlich. Details über Familie, Religion, Krankheiten, Sex etc. gehören nicht ins Netz. Generell gilt: Privates niemals auf die Pinnwand eines Freundes oder Familienmitglieds posten, denn deren Freunde lesen mit, und das sind nicht selten ein paar Hundert. In solchen Fällen ist es ratsam, eine persönliche Nachricht auf dem diskreten Weg zu senden.

Kritik

Negative Kommentare, die nur einen Adressaten betreffen, haben im Netz nichts zu suchen. Hier gilt: öffentlich loben, privat kritisieren. Ob es wirklich Sinn macht, Personen, Firmen, Organisationen und Institutionen im grossen Stil in Foren zu kritisieren, ist ein wichtiger Gedanke. Vielleicht fallen die Sympathiewelle oder der grosse Entrüstungssturm für das eigene Anliegen aus und der «Shitstorm» wendet sich gegen die eigene Person. Kritik direkt beim Adressaten platzieren und das Anliegen so klären.

Qualität vor Quantität

Wahllos virtuelle Freunde sammeln, ist heikel, in vielen Fällen kontraproduktiv und mitunter sogar gefährlich (siehe Cybermobbing). Als Freunde nur Personen wählen, die man persönlich kennt. Zu bedenken ist, dass alle Kontakte eine ganze Menge über die eigene Person erfahren können. Also: Facebookfreunde mit Bedacht auswählen, die Freundesliste von Zeit zu Zeit bereinigen und sich von Verbindungen trennen, die ohnehin nur auf Social-Media-Plattformen existieren. Übrigens: Der Verschmähte bekommt keine Nachricht via Cyberspace, dass die Liebe gekündigt wird. Auch nicht per SMS.

Unerwünschte

Kontaktanfragen ablehnen

Sind Personen im richtigen Leben unsympathisch, sollte die Freundschaftsanfrage auf Plattformen abgelehnt werden. Auch bei Menschen, die man niemals persönlich kennengelernt hat, ist dies legitim und schützt zudem vor unliebsamen Überraschungen. Im Netz tummeln sich



auch «unseriöse» Erdenbürger, die man auf den ersten Blick nicht als solche identifiziert. Daraus könnte eine Eigendynamik entstehen, die weder kontrollierbar ist, noch rückgängig gemacht werden kann. Wer aus Nettigkeit jede Anfrage annimmt, wird bald mit belanglosen Nachrichten überschwemmt, begibt sich auf

Glatteis und verschlechtert die Qualität des persönlichen Netzwerks.

Geschäftliches und Privates trennen

Wer zum Beispiel Facebook ausschliesslich für private Zwecke nutzt, darf die Freundschaftsanfragen von Geschäfts-

partnern und Vorgesetzten ablehnen. Das kann den betroffenen Personen einfach erklärt werden, denn jeder darf seine Privatsphäre wahren. Für berufliche Kontakte kann auf andere Netzwerke zurückgegriffen werden. Die Alternative dazu ist, die Facebook-Freunde in verschiedene Gruppen einzuteilen und diese mit unterschiedlichen Inhalten und gezielten Nachrichten zu versorgen. Beim «Posten» sollte immer darauf geachtet werden, welche Gruppen die Information sehen dürfen und diese auch zu definieren.

Stil und Etikette bewahren

Bevor etwas veröffentlicht wird, sollte es gründlich geprüft werden. Erst denken, dann schreiben, dann nochmals lesen und wirklich erst dann freigeben. So viel Zeit muss sein. Ist man verärgert oder frustriert, sollte man sich besser zurückhalten und einmal darüber schlafen, damit das Ganze im Nachhinein nicht bereut werden muss. Überschnelle Reaktionen im Augenblick einer Frustration tun selten gut. Auf Plattformen noch stärker, denn was geschrieben ist, ist geschrieben. Auch wenn man es löscht, taucht es im Netz bei Recherchen wieder auf. Weil das Netz eben nichts vergisst.

Gross- und Kleinschreibung

Viele Benutzer missachten die Gross- und Kleinschreibung. Sie rechtfertigen es mit Zeitgründen. In Wirklichkeit stecken sie nur halbherzigen Aufwand in ihre Kommunikation und verlernen dabei erst noch die Rechtschreibung. Solche Fehler werden leider nicht kommuniziert, sondern jeder macht sich seine eigenen Gedanken über diese Person. Besser immer mit Stil kommunizieren, damit man positiv in Erinnerung bleibt.

Die Rechtschreibung

Diese wird online gerne vernachlässigt: Deshab immer auf die Rechtschreibung achten. Besonders in der Kommunikation mit geschäftlichen oder weniger bekannten Kontakten sollten nie Nachrichten mit Tippfehlern versandt werden. Auch das hinterlässt schnell einen schlechten Eindruck. Ebenfalls eine Überlegung wert ist

das Hinzufügen beliebter Smilies oder anderer Icons, denn sie kommen nicht immer so an, wie sich der Geist dies vorgestellt hat. Im privaten Rahmen sind sie ok, doch wenn Social Media auch beruflich genutzt wird, sollte besser darauf verzichtet werden.

Duzen oder Siezen?

Zugegeben, in Foren und sozialen Netzen ist die «Du-Form» weit verbreitet. Doch auch online ist es vorteilhaft, die korrekten Umgangsformen zu wahren und flüchtige Bekannte oder Geschäftskontakte nicht ungefragt zu duzen.

Auf Jobsuche

Soziale Netzwerke dienen immer mehr bei der Jobsuche. Man kann sich mit Menschen vernetzen, die die Karriere fördern und diese positiv beeinflussen können. Bei falscher Handhabung hingegen kann Social Media ein Jobangebot gefährden oder sogar den aktuellen Job kosten. Die Beantwortung einer einfachen Frage ist hier hilfreich: Was kann passieren, wenn mein derzeitiger oder zukünftiger Arbeitgeber meine Fotos der letzten feuchtfröhlichen Party oder verschiedene Kommentare in einschlägigen Foren sieht.

Dass immer mehr Unternehmen Social-Media-Plattformen bei der Auswahl neuer Mitarbeiter miteinbeziehen, ist vermut-

lich in der Zwischenzeit den meisten bekannt. Deshalb: Vorsicht.

Cyber-Mobbing

Die virtuelle Welt hat Mobbing auf eine neue Ebene gebracht. Immer mehr Personen werden bewusst aus Freundesgruppen ausgeschlossen, auf ihrer digitalen Pinnwand mit Beleidigungen bombardiert, bewusst blossgestellt oder es wird gezielt gegen sie intrigiert. Sogenannte «Cyberstalker» legen unechte Profile mit falschen Informationen an. In vollkommener Anonymität belästigen sie dann andere. Obwohl das Schweizerische Recht keinen einzelnen Tatbestand kennt, wird Cyber-Mobbing oder Mobbing unter Strafe gestellt. Je nach Sachverhalt (Belästigung, Drohung, verunglimpfende Handlung, Erpressung, Nötigung etc.) können sie als Straftatbestände erfasst und mit Geldstrafen oder mit Freiheitsstrafen bis zu fünf Jahren geahndet werden.

Empfehlung für Arbeitgeber

Die Nutzung von Social Networks im Unternehmen sollte erlaubt sein. Wichtig ist darauf zu achten, dass entsprechende Richtlinien erstellt und die Mitarbeitenden immer wieder darauf sensibilisiert werden. Die Social-Media-Weisung soll als Ergänzung zum Arbeitsvertrag von jedem Mitarbeitenden unterschrieben werden. <<



Porträt



Monika Seeger

Imageberaterin, Coach

Monika Seeger ist dipl. Imageberaterin, Coach, Seminarleiterin und Inhaberin der Imagenow GmbH. Sie hat langjährige Erfahrung im Verkauf und Marketing in der IT-Industrie sowie im Personal-Management. Sie ist Expertin für moderne Umgangsformen.



Kontakt

monika.seeger@imagenow.ch
www.imagenow.ch