

# Daimler Blogging Guideline



## Grundsätzliches

1. Wer im Daimler-Blog schreibt, spricht von sich und in seinem eigenen Namen. Niemand spricht dort für die Daimler AG. Keiner wird von seinem Vorgesetzten aufgefordert zu bloggen.
2. Wir vermeiden jede „wir“-Formulierung und schreiben „ich“, wenn wir eine Meinung vertreten. Meinungen sind ausdrücklich erwünscht.
3. Wir denken nach, bevor wir etwas schreiben. Wir bedenken mögliche Folgen und handeln so, dass wir es mit reinem Gewissen vertreten können.
4. Wir schreiben nichts, was wir nicht auch Außenstehenden sagen dürfen und würden, denn wir verraten keine Betriebsgeheimnisse und halten uns an die entsprechenden Passagen unseres Arbeitsvertrags.
5. Wir beleidigen niemanden und argumentieren sachlich.
6. Wir schreiben nicht negativ über Wettbewerber oder ihre Produkte.
7. Wenn wir uns unsicher sind, wie wir Beiträge oder Kommentare formulieren sollen, fragen wir einen Kollegen, oder lassen es vor Veröffentlichung gegenlesen.
8. Wir halten uns an die Gesetze – insbesondere verwenden wir kein urheberrechtlich geschütztes Material.

## Worüber soll ich bloggen?

1. Bloggen ist grundsätzlich zu allen Themen, die im Zusammenhang mit Daimler und seinen Marken stehen, möglich.
2. Wichtig ist der Informations- oder Unterhaltungswert.
3. Die Themen, die über das Daimler-Blog einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden, können vielfältig sein: Vom Hintergrundwissen zu technischen Themen über soziale Projekte der Mitarbeiter, Veranstaltungen rund um Daimler und seine Marken bis hin zu lesenswerten Einblicken in den Arbeitsalltag oder in die kulturelle Vielfalt im Konzern. Dabei stellen diese Inhalte nicht die offizielle Unternehmensmeinung dar, sondern bieten ganz individuelle Einblicke hinter die Kulissen des Unternehmens.

### Wie sage ich es?

1. **Mehr Mensch – weniger Corporate:** Sei du selbst, sprich subjektiv und verbindlich, wie du es auch einem Freund erzählen würdest. Vermeide Fach- und Firmensprache.
2. **Echte Einblicke – keine Key Messages:** Keiner will in einem Blog Pressemitteilungen oder Marketingtexte lesen. Schreibe deshalb immer mit einem subjektiven Bezug. Spannend ist, was du zu einem Thema zu sagen hast, wo du einen Einblick in das Unternehmen anbieten kannst. Sage „ich“, wann immer möglich.
3. **Bescheiden bleiben:** Auch in Blogs sind Angeber nicht gern gesehen (auch wenn es für Außenstehende manchmal anders aussieht). Bescheidenheit ist sympathisch, wenn sie mit Selbstbewusstsein einhergeht. Zu Schwächen oder Fehlern zu stehen, wenn einer dich darauf aufmerksam macht, auch.
4. **Dialog, Dialog, Dialog:** Bloggen heißt Dialog mit den Lesern. Kommentare können sowohl nett als auch rüde ausfallen – aber sie sind immer erwünscht. Ermuntere deine Leser auch ruhig zu Kommentaren.

### Negatives Feedback – und nun?

1. Beim Kommentieren immer **Ruhe bewahren. Nicht im Affekt antworten!**
2. **Beobachten** – vielleicht verteidigt dich ein anderer Leser, das ist ideal.
3. **Nachdenken** und mit einem Kollegen oder dem Blog-Moderator (Uwe Knaus, Tel: 0711 17-43147 od. Marcus Schlüter, Tel: 711 17-34969) diskutieren, ob sich eine Reaktion lohnt und ob sie sinnvoll ist.
4. Wenn einer pöbelt um des Pöbelns willen, **reagieren wir nicht**. Im Internet gilt die Regel: „Don't feed the Trolls“. Entsprechende Kommentare werden wir aber auch nicht löschen, außer sie verstoßen gegen unsere Kommentarrichtlinien.
5. Bei inhaltlicher und höflicher Kritik nehmen wir das Feedback ernst – auch wenn die Kritik zu einem Thema kommt, das nicht im eigentlichen Blogeintrag behandelt wurde. Wenn wir antworten, so tun wir das **spätestens am Vormittag des folgenden Arbeitstages**.
6. Wir antworten **immer, wenn ein Kommentar uns zeigt, dass der Autor es ernst meint** – ob er mit uns diskutieren will, eine Anregung hat oder eines unserer Produkte oder unseren Service kritisiert. Mindestens ein „Ich habe es gelesen und kümmere mich“ ist notwendig.
7. Bei Unsicherheit gilt das „**Vier-Augen-Prinzip**“.