



G_01_08 Social Media Richtlinie

Erstellt von:	Corporate Communications SV Group
Frei gegeben durch:	Risk Audit & Compliance Committee (RACC)
Verteiler:	Stiftungsrat, Verwaltungsrat, Konzernleitung, Führungsstufe 1 u. 2, alle Mitarbeitende

A. Was ist der Inhalt dieser Richtlinie?	
B. Für wen gilt das Dokument?	1
C. Was ist neu zur vorhergehenden Version?	1
D. Welche Unterlagen gelten noch zusätzlich?	1
1. Einleitung	2
2. Bestimmungen für die persönliche Nutzung sozialer Medien durch Mitarbeitende der SV Group	2
2.1. Übernahme Verantwortung für dein Handeln	2
2.2. Sprich nur für dich selbst und nie im Namen der SV Group	2
2.3. Halte gesetzliche Vorgaben ein	3
2.4. Geschäftsgeheimnisse und Interna gehören nicht ins Netz	3
2.5. Respekt und Anstand sind das A und O in jeder Kommunikation	3
2.6. Fehler sind menschlich, stehe dazu	3
2.7. Streitigkeiten gehören nicht in die Öffentlichkeit	3
2.8. Wissen, was zu tun ist, wenn es brennt	3
2.9. Verhalte dich respektvoll gegenüber Geschäftspartnern und Kunden	4
3. Bestimmungen für die Nutzung sozialer Medien im Namen von SV Group (Betreiben von Social Media Accounts einzelner SV Restaurants oder einer Marke der SV Group)	4
3.1. Grundsatz	4
3.2. Genehmigung	4
3.3. Verantwortlichkeiten & Stellvertretung	5
3.4. Namensgebung	5
3.5. Aufsetzen des Accounts	5
3.6. Cyber Security (Passwortsicherheit etc.)	5
3.7. Zweck des eigenen Accounts eines Betriebes	6
3.8. Minimalanforderungen für die Pflege eines Accounts	6
3.9. Was ist nicht gestattet?	7

B. Für wen gilt das Dokument?

Diese Richtlinie gilt für alle Mitarbeitenden der SV Group und deren Konzerngesellschaften in der Schweiz, in Deutschland und in Österreich. Die Verantwortung für die Umsetzung trägt die Abteilung Corporate Communications.

C. Was ist neu zur vorhergehenden Version?

☒ **Neu** ☐ **geändert**

Diese Richtlinie ist neu

D. Welche Unterlagen gelten noch zusätzlich?

C_G_CC_009 Tipps und Empfehlungen Social Media für Betriebe



G_01_08 Social Media Richtlinie

1. Einleitung

Social Media haben sich zu einem wesentlichen Bestandteil unseres Lebens entwickelt – vor allem auch im geschäftlichen Umfeld. Die Plattformen bieten uns neue Möglichkeiten, um mit Familie und Freunden in Verbindung zu bleiben, uns zu informieren und unseren Anliegen Gehör zu verschaffen.

Mit dieser Richtlinie wollen wir sicherstellen, dass die SV Group über alle Marken und Geschäftsbereiche hinweg mit einer Stimme spricht. SV Mitarbeitende, die auf ihren persönlichen Social Media Profilen ihre Zugehörigkeit zur SV Group offenlegen, müssen sich an diese Richtlinien halten.

Dieses Dokument ist in zwei Teile gegliedert:

- Bestimmungen für die persönliche Nutzung sozialer Medien durch Mitarbeitende der SV Group
- Bestimmungen für die Nutzung sozialer Medien im Namen von SV Group (Betreiben von Social Media Accounts einzelner lokaler SV Restaurants, einer Ländergesellschaft oder einer Marke der SV Group)

Bei Fragen steht die Abteilung Corporate Communications unter communications@sv-group.com jederzeit zur Verfügung.

2. Bestimmungen für die persönliche Nutzung sozialer Medien durch Mitarbeitende der SV Group

Jede Mitarbeiterin, jeder Mitarbeiter ist ein Markenbotschafter und kann über Social Media den guten Ruf der SV Group unterstützen. Deshalb freuen wir uns, wenn Mitarbeitende auf ihren privaten Profilen gut über die SV Group sprechen. Zu beachten ist folgender Verhaltenskodex:

2.1. Übernehme Verantwortung für dein Handeln

Du bist für dein Verhalten und deine Äusserungen auf sozialen Medien – ob beruflich oder privat – selbst verantwortlich. Bitte bedenke: was einmal veröffentlicht wurde, verschwindet kaum. Wahre deshalb deine Privatsphäre, und mache dich auf den von dir genutzten Plattformen mit den entsprechenden Funktionen vertraut.

2.2. Sprich nur für dich selbst und nie im Namen der SV Group

Im Namen des Unternehmens spricht einzig und allein unsere Kommunikationsabteilung (Corporate Communications). Mache entsprechend deutlich, dass es sich bei deinen Aussagen um deine Meinung und nicht zwingend die des Unternehmens handelt.

Die wichtigsten Werte in den sozialen Medien sind Transparenz, Offenheit und Authentizität. Aus diesem Grund ist es wichtig, dass du offenlegst, Mitarbeiter der SV zu sein und deinen echten Namen nutzt, wenn du dich zu einem für unser Unternehmen relevanten Thema äusserst. Fällt das Thema nicht in dein Fachgebiet, ist es immer hilfreich, mit dem jeweiligen Fachbereich Rücksprache zu halten, damit du keine Fehlinformationen verbreitest.



G_01_08 Social Media Richtlinie

2.3. Halte gesetzliche Vorgaben ein

Gesetze gelten genauso in Sozialen Medien. Du bist entsprechend auch online verpflichtet, gesetzliche Vorgaben, wie zum Beispiel Datenschutz, Persönlichkeitsrecht sowie Urheber- und Markenrecht, einzuhalten.

2.4. Geschäftsgeheimnisse und Interna gehören nicht ins Netz

Geschäftsgeheimnisse und Interna sind nicht für die Öffentlichkeit bestimmt. Als Richtschnur hilft dir hier, nichts zu kommunizieren, das du noch nicht auf unserer Website oder den Corporate Social-Media-Kanälen veröffentlicht gesehen hast. Gleiches gilt für inhaltliche Details oder interne Themen, bei denen du davon ausgehen kannst, dass ein betriebliches Interesse daran besteht, diese nicht zu veröffentlichen. Wann immer du unsicher bist – komm einfach auf Corporate Communications zu. Wir helfen gerne weiter und beraten bei Unsicherheiten.

2.5. Respekt und Anstand sind das A und O in jeder Kommunikation

Sein Gegenüber mit Respekt zu behandeln, ist selbstverständlich. Das ist in unserem Verhaltenskodex, zu dessen Einhaltung du dich bei deiner Anstellung verpflichtet hast, festgelegt. Halte dich an die Regeln des Anstands, und verhalte dich gegenüber anderen Personen respektvoll. Beleidigungen, Obszönitäten oder Verunglimpfungen sind unerwünscht. Schreib nie etwas, was du dem Adressaten nicht auch persönlich und im Beisein anderer sagen würdest. Es ist in Ordnung, anderer Meinung zu sein und dies auch auszudrücken, aber bitte nur auf respektvolle Weise.

2.6. Fehler sind menschlich, stehe dazu

Fehler (wie zum Beispiel die Publikation von missverständlichen, unvollständigen oder falschen Informationen) sind nicht immer vermeidbar, was dann zählt, ist der transparente und taktvolle Umgang mit der Situation. Entschuldige dich für Fehler und versuche nie, diese zu vertuschen. Wenn du bereits veröffentlichte Beiträge korrigieren musst, müssen die Korrekturen als solche gekennzeichnet sein.

2.7. Streitigkeiten gehören nicht in die Öffentlichkeit

Lasse dich nicht zu öffentlichen Streitereien provozieren, und vermeide besserwisserisches Auftreten. Ein ruhiger Kopf, in Kombination mit einer souveränen, sachlichen Antwort, gewinnt mehr als jede überhitzte Reaktion. In Konfliktfällen oder im Umgang mit besonders kritischen Kommentaren ist es immer empfehlenswert, die Diskussion in einen privaten Raum zu verschieben (E-Mail-Kontakt anbieten), anstatt online in eine endlose Diskussion zu verfallen. Ein persönlicher Kontakt (Anruf, privates Treffen) ist in besonders heiklen Fällen die geeignete Form der Kommunikation. Wenn du in einer Diskussion nicht weiterkommst, können wir dich gerne beraten.

2.8. Wissen, was zu tun ist, wenn es brennt

Du hast einen besonders kritischen Beitrag entdeckt oder fürchtest, dass ein Thema oder ein Vorfall unserem Unternehmen einen Reputationsschaden zufügen könnte? Dann informiere uns bitte sofort darüber. Wir prüfen den Fall umgehend und werden alle notwendigen Schritte einleiten.



G_01_08 Social Media Richtlinie

2.9. Verhalte dich respektvoll gegenüber Geschäftspartnern und Kunden

Alles, was im Internet steht, kann potenziell von unseren Geschäftspartnern gelesen werden. Jegliches despektierliche Verhalten fällt negativ auf das gesamte Unternehmen zurück. Deswegen sind respektlose Kommentare auf Social Media tabu, auch bei Stress und Problemen mit Partnern, Kunden und potenziellen Kunden.

3. Bestimmungen für die Nutzung sozialer Medien im Namen von SV Group (Betreiben von Social Media Accounts einzelner SV Restaurants oder einer Marke der SV Group)

Grundsätzlich sind die Abteilungen Corporate Communications und Marketing für die digitalen Kommunikationskanäle der SV Group und all ihrer Marken zuständig und betreiben diese. Corporate Communications kümmert sich dabei um alle SV-gebrandeten Kommunikationskanäle (B2B, DACH SV Group & SV Hotel) – das Marketing um alle Brands der Gastronomie- und Hospitality-Konzepte (B2C, z.B. SESH, SPIGA, BRIX, gustav, StayKooook, SV Restaurant etc.). Die Accounts der Ländergesellschaften (SV Deutschland, SV Österreich) gelten als Betriebs-Accounts und werden deshalb vom Marketing der beiden Länder betrieben.

Falls ein Betrieb sein Kommunikationsbedürfnis über diese offiziellen Kanäle nicht abgedeckt sieht, besteht die Möglichkeit, einen eigenen Social-Media-Kanal zu eröffnen und zu betreiben. Unter der Voraussetzung, dass die weiterführenden Bestimmungen in diesem Kapitel dieser Richtlinie stets eingehalten werden und die Erlaubnis von Corporate Communications erteilt wurde.

Konkret gelten folgende zusätzliche Bestimmungen für das Betreiben eines Social Media Accounts für Betriebe:

3.1. Grundsatz

Die Bestimmungen unter Kapitel 2 (persönliche Nutzung) dieser Richtlinie sind die Grundlage für das Betreiben eines eigenen Social Media Accounts. Oberstes Ziel muss immer sein, dass jeder Sorge trägt zur Marke SV. Grundsätzlich gilt: Jede und jeder ist alleinverantwortlich für ihr/sein handeln – auch auf Social Media.

3.2. Genehmigung

Das Einrichten von Konten und Profilen in sozialen Medien, die mit SV direkt in Verbindung stehen (z.B. Betriebe, Abteilungen, Ländergesellschaften etc.), müssen durch Corporate Communications genehmigt werden. Wer einen Social Media Account eröffnen und eigenständig betreuen möchte, meldet sich entweder direkt bei Corporate Communications per E-Mail oder über das Self Service Portal unter „Marketing Dienstleistungen“. Erste Voraussetzung für die Genehmigung ist die Bestätigung, dass die in dieser Richtlinie festgehaltenen Bestimmungen gelesen und verstanden wurden (unterschiedenes Formular). Das Einverständnis des Kunden via Kundenmanager muss für die Genehmigung immer vorliegen. Weiterführende Schulungen sind ebenfalls Voraussetzung für die Genehmigung.



G_01_08 Social Media Richtlinie

3.3. Verantwortlichkeiten & Stellvertretung

Wer den Antrag für einen neuen Account einreicht bzw. das in Kapitel 3.2 erwähnte Formular unterschreibt, übernimmt die Verantwortung über den Social Media Account seines Betriebs und ist damit für die Einhaltung dieser Bestimmungen zuständig (= Social Media Verantwortliche:r Betrieb XY). Eine Stellvertretung muss definiert werden. Änderungen der zuständigen Personen müssen Corporate Communications umgehend mitgeteilt werden.

3.4. Namensgebung

Ein Account kann sich nur auf einen bestimmten Betrieb oder eine Organisation beziehen. Übergeordnete Accounts, die mehrere Betriebe umfassen, sind grundsätzlich nicht erlaubt. Ausnahmen sind in Absprache mit Corporate Communications möglich, sofern mehrere Betriebe an einem Standort sind. Die Namensgebung des Accounts richtet sich immer nach dem Namen des Betriebs oder der Organisation. Der Brand SV Group darf weder im Namen noch mit Logo verwendet werden.

3.5. Aufsetzen des Accounts

Accounts werden nicht von einem Betrieb alleine aufgesetzt. Dies übernehmen die für Social Media verantwortlichen Personen von Corporate Communications und Marketing, damit beim Aufsetzen die richtigen Einstellungen vorgenommen werden. Sämtliche Social Media Accounts der Betriebe müssen als Business Accounts aufgesetzt werden, da für Unternehmen (kommerzielle Nutzung von Social Media) andere rechtliche Grundlagen gelten als für Privatpersonen. Bei Instagram muss als Unternehmenskategorie zwingend „Restaurant“ oder „Hotel“ ausgewählt werden, da dies für die weiteren Einstellungen rechtlich relevant ist. Der Account wird erst nach korrektem Aufsetzen und nach der Schulung an den Betrieb übergeben.

3.6. Cyber Security (Passwortsicherheit etc.)

Gehackte Social Media Accounts, die mit der SV Group in Verbindung stehen, können sich negativ auf die Reputation unseres Unternehmens auswirken. Um Sicherheitsrisiken zu minimieren, gilt seit dem Oktober 2023 die Passwort Richtlinie. Diese Regeln müssen zwingenden befolgt werden:

- Wähle sichere und zufällige Passwörter.
- Aktiviere die Multi-Faktor-Authentifizierung für alle Konten.
- Registriere die Konten nur mit einer offiziellen SV Group E-Mailadresse, die mehrere Personen einsehen können und nicht auf eine einzelne Person lautet (z.B. Team-Mailbox).
- Überwache alle Konten regelmässig (insbesondere, wenn sie nicht häufig genutzt werden).
- Erstelle ein Sicherheitskonto für die Wiederherstellung von Accounts, falls das offizielle Konto gehackt wurde.
- Benachrichtige sofort Corporate Communications, sofern du vermutest, dass der Account gehackt worden ist.



G_01_08 Social Media Richtlinie

3.7. Zweck des eigenen Accounts eines Betriebes

Der Zweck eines eigenen Accounts eines Betriebes ist immer die Steigerung der Bekanntheit dieses Betriebs gegenüber Gästen. Dementsprechend müssen sämtliche Inhalte (Bilder, Videos und Posts) einen klaren Bezug zum Betrieb oder zur Lokalität aufweisen.

3.8. Minimalanforderungen für die Pflege eines Accounts

Für die Inhalte des Social Media Accounts für einen Betrieb legt der Betrieb der/die Social Media Verantwortliche fest. Er/sie ist für Inhalte, Monitoring und Information gegenüber Corporate Communications zuständig. Es müssen Ressourcen zur Verfügung gestellt werden, damit der Account mit Inhalt belebt wird. Es gelten folgende Minimalanforderungen:

- Regelmässige Posts (mehrere pro Monat) sind ein Muss. Tote Kanäle wirken sich negativ auf den guten Ruf aus.
- Der Kanal muss fortlaufend beobachtet werden, damit auf Kommentare reagiert werden kann. Auch während längeren Betriebsschliessungen (z.B. Betriebsferien).
- Bei Fragen von Followern muss innert 48 Stunden reagiert werden.
- Fragen oder Kommentare, die sich nicht ausschliesslich auf alltägliche Fragen rund um den lokalen Betrieb, sondern die SV Group generell beziehen (z.B. Nachhaltigkeit bei SV generell), müssen an Corporate Communications weitergeleitet werden.
- Bei negativen Kommentaren, die den guten Ruf der SV schädigen könnten, umgehend bei Corporate Communications melden. Wir können beim Formulieren der heiklen Antworten unterstützen.
- Der/die Social Media Verantwortliche erteilt Corporate Communications Adminrechte (LinkedIn) bzw. kommuniziert alle Login- und Passwortdaten (z.B. Instagram), damit im Notfall (z.B. Account wurde gehackt) sofort reagiert werden kann. Das Teilen der Login- und Passwortdaten erfolgt über das offizielle Passworttool der IT.
- Wer ein Profil identifiziert, dass sich als offizieller Account eines SV Betriebes ausgibt (Fake-Profil), muss dies umgehend Corporate Communications melden.
- Im Falle einer Betriebsschliessung muss der Account geschlossen oder an den Nachfolgebetrieb übergeben werden. Eine entsprechende Meldung an Corporate Communications ist in beiden Fällen zwingend. Eine Checkliste für Social Media ist im Betriebsschliessungsprozess von GG Operations enthalten.
- Die Q&S-Vorgaben zur Hygiene und Sicherheit sowie zum einheitlichen Erscheinungsbild müssen auf allen Bildern und Videos sichtbar eingehalten werden (z.B. Arbeitsplätze sauber, wo erforderlich Handschuhe, korrekte Uniformen etc.).
- Verlässt der/die Social Media Verantwortliche eines Betriebs die SV Group oder übergibt die Verantwortung an eine andere Person, ist er/sie dazu verpflichtet, sich bei Corporate Communications zu melden und seine Nachfolge bekanntzugeben. Passwörter werden bei Änderungen der/des Verantwortlichen in Folge Kündigung sofort geändert.



G_01_08 Social Media Richtlinie

3.9. Was ist nicht gestattet?

Folgendes ist nicht gestattet:

- Bilder oder Videos von Personen dürfen nur mit deren Zustimmung gezeigt werden (Recht am eigenen Bild). Die gezeigten Personen haben jederzeit das Recht, ihre Zustimmung zu widerrufen, das Bild/das Video muss dann sofort gelöscht werden. Eine Vorlage für die „Zusatzvereinbarung Video-/Bilderverwendung für Mitarbeitende“ von Corporate Communications bekommst du auf Anfrage per E-Mail zugeschickt. Die Zusatzvereinbarung dient dazu, dass die Bilder und Videos für einen klar festgelegten Zweck eingesetzt werden dürfen.
- Musik, Sounds, Bilder und Videos sind urheberrechtlich geschützt und dürfen ohne Lizenz bzw. Einwilligung der Rechteinhaber nicht verwendet werden. Nur die Verwendung von lizenzfreien Inhalten ist gestattet.
- Die Social Media Accounts der SV Group sowie alle im Namen der SV Group betriebenen Profile (Betriebe, Abteilungen, Business Units, Brands) sind Eigentum der SV Group. Daher dürfen sie nicht für die persönliche Kommunikation oder zur Erreichung einer besseren Performance von persönlichen Social Media Profilen benutzt werden. Es ist unprofessionell, wenn ein Unternehmensprofil einem persönlichen Profil eines Mitarbeitenden oder Profilen mit fragwürdigen oder absolut branchenfremden Inhalten folgt, weshalb dies nicht gestattet ist. Es ist zudem nicht erlaubt Posts, die politische oder religiöse Meinungen, gewalttätige, sexuelle Handlungen, Diskriminierung oder Inhalte enthalten, die sich in irgendeiner Form unternehmensschädigend auswirken könnten, mit dem Betriebsprofil zu teilen, liken oder zu kommentieren.
- Der Kauf von Followern und Likes ist nicht gestattet.

Corporate Communications behält sich bei Verstößen gegen diese Richtlinie das Recht vor, den Kanal zu schliessen. Bei Verstößen droht zudem eine Meldung an HR sowie arbeitsrechtliche Konsequenzen bis hin zur Kündigung. Insbesondere bei Verstößen gegen das Urheberrecht oder bei Veröffentlichung und Verbreitung von strafbaren Inhalten wie Sexualität, Gewalt, Diskriminierung oder Hassreden, haftet die für den Account zuständige Person. Solche Verstöße widersprechen grundlegend den Werten und dem Verhaltenskodex der SV Group. Entsprechend wird eine Unternehmenshaftung für solches Verhalten strikt abgelehnt.