



LEITFADEN

UMGANG MIT SOZIALEN MEDIEN

GUIDELINES DEALING WITH SOCIAL MEDIA





LEITFADEN

UMGANG MIT SOZIALEN MEDIEN

BEDEUTUNG SOCIAL MEDIA AUFTRIFF

Der Social Media-Auftritt eines Eishockeyspielers/Mitarbeiters hat mittlerweile eine wichtige Bedeutung, sowohl für die persönliche Marke des Eishockeyspielers/Mitarbeiters als auch für seine Karriere und den Umgang mit Fans und Medien.

1 *Wie verhalte ich mich professionell in sozialen Medien?*

Verantwortung für dein Image:

Achte darauf, wie du dich in sozialen Medien darstellst, da deine Aussagen und Handlungen das Image deines Vereins und deiner Sponsoren beeinflussen können.

Umgang mit Fans:

Sei respektvoll im Umgang mit Fans, ignoriere toxische Kommentare und zeige Dankbarkeit für ihre Unterstützung.

Sponsoring und Werbung:

Halte dich an Verträge, kennzeichne gesponserte Inhalte korrekt und bewerbe keine nicht autorisierten Produkte.

Grenzen setzen:

Setze klare Grenzen für deine Social Media-Aktivitäten und vermeide es, zu viel Zeit darauf zu verwenden.

*Falls ihr euch bei bestimmten Themen unsicher seid oder spezielle Rückfragen habt, wendet euch gern an Jörg Buschmann (Geschäftsführer) oder Aaron Frieß (Head of Communication).





LEITFADEN

UMGANG MIT SOZIALEN MEDIEN

2 **Folgen und Risiken eines Fehlverhaltens**

Rufschädigung:

Ein unbedachter Post kann das öffentliche Image beschädigen und zu einem Verlust von Fans und Vertrauen führen.

Konflikte mit dem Verein:

Fehlverhalten kann Disziplinarmaßnahmen oder das Vertrauen im Team gefährden.

Rechtliche Konsequenzen:

Verleumdung, Diffamierung oder Urheberrechtsverletzungen können zu Klagen und Strafen führen.

Karriereeinbußen:

Ein beschädigtes Image kann den Marktwert und berufliche Perspektiven beeinträchtigen.

Psychische Belastung:

Negative öffentliche Reaktionen und Cybermobbing können das mentale Wohlbefinden beeinträchtigen.

*Falls ihr euch bei bestimmten Themen unsicher seid oder spezielle Rückfragen habt, wendet euch gern an Jörg Buschmann (Geschäftsführer) oder Aaron Frieß (Head of Communication).





LEITFADEN

UMGANG MIT SOZIALEN MEDIEN

3 **Rechtliche Faktoren**

Urheberrechtlich:

Nur Inhalte posten, für die du die Rechte besitzt. Das bedeutet: Keine urheberrechtlich geschützten Bilder oder Videos ohne Genehmigung (z. B. nicht einfach Bilder aus dem Internet teilen).

Persönliche Daten schützen:

Teile keine personenbezogenen Daten von dir oder anderen, wie etwa Telefonnummern, Adressen oder medizinische Daten, die nicht öffentlich zugänglich sind.

Wettbewerb und Fairness:

Der Vergleich mit anderen Wettbewerbern sollte fair und sachlich bleiben. Vermeide es, Konkurrenten direkt herabzusetzen, da dies rechtliche Konsequenzen nach sich ziehen könnte.

Verstöße gegen Urheberrechte, Persönlichkeitsrechte oder Datenschutzgesetze können rechtliche Konsequenzen wie Abmahnungen oder Bußgelder nach sich ziehen. Bei schwerwiegendem Fehlverhalten können auch Vereinstransfers oder Sponsorenpartnerschaften betroffen sein.

Psychische Belastung:

Negative öffentliche Reaktionen und Cybermobbing können das mentale Wohlbefinden beeinträchtigen.

*Falls ihr euch bei bestimmten Themen unsicher seid oder spezielle Rückfragen habt, wendet euch gern an Jörg Buschmann (Geschäftsführer) oder Aaron Frieß (Head of Communication).





GUIDELINES

DEALING WITH SOCIAL MEDIA

IMPORTANCE OF SOCIAL MEDIA PRESENCE

The social media presence of an ice hockey player/employee has become important, both for the personal brand of the ice hockey player/employee and for his career and interaction with fans and media.

1 *How do I behave professionally on social media?*

Responsibility for your image:

Pay attention to how you present yourself on social media, as your statements and actions can influence the image of your club and your sponsors.

Dealing with fans:

Be respectful when dealing with fans, ignore toxic comments and show gratitude for their support.

Sponsoring and advertising:

Adhere to contracts, label sponsored content correctly and do not promote unauthorized products.

Set limits:

Set clear boundaries for your social media activities and avoid spending too much time on them.

*If you are unsure about certain topics or have specific questions, please contact Jörg Buschmann (CEO) or Aaron Frieß (Head of Communication).





GUIDELINES

DEALING WITH SOCIAL MEDIA

2 ***Consequences and risks of misconduct***

Damage to reputation:

A thoughtless post can damage the public image and lead to a loss of fans and trust.

Conflicts with the club:

Misconduct can jeopardize disciplinary measures or trust in the team.

Legal consequences:

Slander, defamation or copyright infringements can lead to legal action and penalties.

Career losses:

A damaged image can affect market value and career prospects.

Psychological stress:

Negative public reactions and cyberbullying can affect mental well-being.

*If you are unsure about certain topics or have specific questions, please contact Jörg Buschmann (CEO) or Aaron Frieß (Head of Communication).





GUIDELINES

DEALING WITH SOCIAL MEDIA

3 ***Legal factors***

Copyright:

Only post content for which you own the rights. This means: No copyright-protected images or videos without permission (e.g. do not simply share images from the Internet).

Protect personal data:

Do not share any personal data about yourself or others, such as telephone numbers, addresses or medical data that is not publicly accessible.

Competition and fairness:

The comparison with other competitors should remain fair and objective. Avoid disparaging competitors directly, as this could have legal consequences.

Violations of copyrights, personal rights or data protection laws can have legal consequences such as warnings or fines. In the event of serious misconduct, club transfers or sponsor partnerships may also be affected.

Mental stress:

Negative public reactions and cyberbullying can affect mental well-being.

*If you are unsure about certain topics or have specific questions, please contact Jörg Buschmann (CEO) or Aaron Frieß (Head of Communication).

