



INKEN HÄFELE

Berufliche Sichtbarkeit für Frauen  
auf LinkedIn

# Corporate Influencer

## Rechtshinweis zu den Unterlagen

Die in der Präsentation dargestellten Ideen, Verfahrensweisen und Angebote stellen geistiges Eigentum dar, an der Inken Häfele die ausschließlichen Nutzungs- und Verwertungsrechte hält. Jegliche Nutzung, Weiterentwicklung oder Veränderung dieser Ideen, Verfahrensweisen und Angebote sind untersagt.

Dies gilt auch für eine Nutzung der Ideen und Verfahrensweisen in einem anderen Produktkontext. Ausnahmen hier von bedürfen der vorherigen, schriftlichen Zustimmung.

Hinweis zu  
den  
Unterlagen

VR  
Counge

Keynote  
Speakerin

Trainerin

Seit 2015  
auf Social  
Media aktiv.

Führungskraft

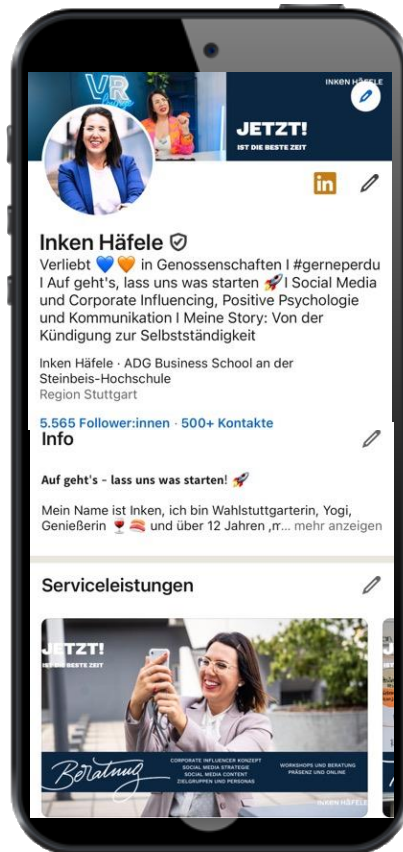
Traurednerin



# INKEN HÄFELE

Instagram: [@inken\\_haeefe](#)

Linked In: [Inken Häfele](#)



Instagram: [Trauredner Akademie](#)

Instagram: [Herzensworte Freie Trauung](#)





Volksbanken  
Raiffeisenbanken

 ATRUVIA

**bwgV**



 **DZ BANK**

**Diakonie** 

 **Schwäbisch Hall**

**AOK** 

# REFERENZEN

**ADG** 

 **GenoAkademie**  
Bildung mit mehrWert.

**ABG**  

# Mitarbeiterpartizipation:

Fans im eigenen Haus gewinnen

# Die Kernfragen:

Warum beteiligen sich nicht alle bzw. wenige Mitarbeiter an den Social Media-Aktivitäten der Bank?



Unsicherheit

Angst

Warum beteiligen sich  
nicht alle bzw. wenige  
Mitarbeiter an den Social  
Media-Aktivitäten der  
Bank?

Unwissenheit

nicht affin

Unverständnis

Keine Lust



# Die Kernfragen:

Was können wir für mehr  
Mitarbeiterpartizipation und -aktivität  
tun?



Unsicherheit nehmen

Vertrauen  
aufbauen

Was können wir für  
mehr Mitarbeiter-  
partizipation und  
-aktivität tun?

Wissen  
aufbauen

Affinität  
fördern

Verständnis  
schaffen

Lust machen

Unsicherheit nehmen

Wissen  
aufbauen

Verständnis  
schaffen

## **Ansatzpunkte:**

- **Interne Kommunikation:**
  - Das Warum
  - Mission und Storytelling
- Guidelines & “Erlauber“
- Mitarbeiterbefähigung

# Soziale Medien sind heute fester Teil der Unternehmenskommunikation

**Profis aus dem SM-Team**

vs.

**Mitarbeiter**

**Das Problem:** Nicht alle Mitarbeiter wissen, wie Sie sich dort als Mitarbeiter einerseits und Privatperson andererseits verhalten sollen...

# Die Lösung: Social Media Guidelines

## **Social Media Richtlinien schaffen Klarheit und Sicherheit**

- wichtiger Teil der externen und internen Kommunikationskultur und –etikette
- erklären Mitarbeitern, wie ihr Verhalten in den sozialen Medien mit dem Unternehmen verknüpft ist
- macht Vorgaben für richtiges Verhalten und zeigt, was der Arbeitgeber in der öffentlichen Kommunikation von seinen Mitarbeitern erwartet

# Wozu Social Media Guidelines?

- Sie geben Mitarbeitern Sicherheit.
- Sie schaffen Klarheit über Rechte & Pflichten.
- Sie sind Teil der internen & externen Kommunikation.
- Sie dienen als Gesprächsgrundlage.
- Sie vermitteln die Ernsthaftigkeit der Sozialen Medien im Betrieb.
- Sie beugen Shitstorms vor.
- Sie etablieren eine Kommunikationskultur.



# Einführung Social Media Guidelines

## Checkliste:

- Guidelines aktiv im Unternehmen einführen
- Klar stellen, dass es sich nicht um Vorschriften, sondern um eine Hilfestellung handelt
- Erklärung der Guidelines bei internen Veranstaltungen
- Auch das **WARUM** und die **Zielsetzung** der Social Media Aktivitäten erläutern
- Dafür sorgen, dass alle (!) Mitarbeiter die Guidelines erhalten
- Richtlinien gleichzeitig im gesamten Unternehmen einführen

# Social Media-Erlauber

## **Was soll das denn bitte sein? Ein Erlauber?**

- „Erlauber“ kommen aus dem Systemischen Coaching
- Das sind Sätze die etwas erlauben z.B: „Ich muss nicht perfekt sein!“

## **Übertragen auf unsere Social Media Arbeit:**

- Technische „Erlauber“ → Kanäle für die Nutzung am Arbeitsplatz auf machen
- Menschliche „Erlauber“ → Führungskräfte und Vorgesetzte die die Nutzung der Kanäle (im Sinne der Unternehmensstrategie) erlauben und zwar während der Arbeitszeit
- Mentale „Erlauber“ → „Social Media-Aktivität ist ein Teil meiner Arbeit.“



Social Media-Erlauber

**„Ja, ich darf das tun!“**



# Social Media Kenntnisse und Fähigkeiten vermitteln:

## Aber wie?

**Es gibt keine pauschal gültige Antwort** – wie so oft kommt es darauf an:

- Wie sieht der Wissensstand im Unternehmen aus?
- Welche (technischen) Möglichkeiten haben wir im Haus zur Wissensvermittlung?
- Wie viel Kapazitäten und Ressourcen haben wir zur Verfügung?

# Mögliche Ansatzpunkte:

- **Workshops**
  - Einsteigerworkshop für Anfänger
  - Fortgeschrittenenworkshop
- **Social Media-Hotline**
  - Bankweiter Ansprechpartner
- **Coaching- bzw. Mentorenprogramm**
  - Social Media affine Mitarbeiter unterstützen die weniger affinen
  - Azubis und/oder Social Media-Team als Ansprechpartner
- **Interne Messe**

# Mögliche Ansatzpunkte:

- **Hospitation**
  - Offene Social Media-Teamsitzung
  - Schnuppertage
- **Zahlen, Daten, Fakten**
  - Social Media-Newsletter
  - Intranet
- **Interne Veröffentlichungen**
  - Mitarbeiterzeitschrift
  - Forum

# Mögliche Ansatzpunkte:

- **Mitarbeiter vor der Kamera**
  - Gesichter der Bank → Markenbotschafter / Influencer
  - Models bei Fotoshootings und Videoaufnahmen
  - Team- und Geschäftsstellenvorstellung
  - Account-Takeover durch Mitarbeiter oder Azubis
- **Mitarbeiter hinter der Kamera**
  - Mitarbeiter als Impuls- und Ideengeber
  - Mitarbeiter-“Flashmob“

# Mögliche Ansatzpunkte:

- **Interne Wettbewerbe - Die Community darf abstimmen**
  - „Wer backt den schönsten Geburtstagskuchen der Bank?“
  - “Wer hat das schönste Homeoffice?“
  - „Wer hat das beste Lunch-Rezept?“
  - ...
- **3 – 2 – 1 → Blitz-Verlosungen**
  - Die ersten 3-5 Mitarbeiter, die den Beitrag X liken & teilen bekommen...

# ***SUPPORT?***

**INKEN HÄFELE**

Beratung – Training – Coaching

Böblinger Str. 231  
70199 Stuttgart

hallo@inkenhaefele.de  
www.inkenhaefele.de  
Mobil: 0176 21605290





# **Eine Welt voller Menschlichkeit, Herzlichkeit und Kreativität**

Ich stärke meine Kunden,  
Klienten und Partner für ihren  
Weg, indem ich sie motiviere,  
inspiriere und begeistere.

*Danke*