

Guideline der Unternehmenskommunikation zur Nutzung von Twitter (V5.0)

Umgang mit dem Twitter-Kanal „GSK Deutschland (GSK_DE)“

Für die Nutzung des Twitter-Kanals gelten die bei GSK gültigen internationalen und nationalen SOPs, deren eLearnings von aktiven Nutzern des Twitter Accounts durchgeführt und nachgewiesen werden müssen. Darüber hinaus gelten folgende, konkretisierende Vorgaben für den nationalen Twitter-Account „GSK Deutschland“ (GSK_DE):

1. Aktive Nutzer des Accounts

Als Initiator und Nutzer des Accounts ist die Unternehmenskommunikation der GlaxoSmithKline GmbH & Co. KG für die Erstellung und Überwachung der Kommunikation dieses Kanals zuständig. Namentlich sind dieses:

- a) Claudia Kubacki
- b) Melanie Piatanesi

Weitere Nutzer bedürfen einer Genehmigung durch die Leiterin CGPA nach Erfüllung aller o.g. Vorgaben.

2. Erstellen und Freigabe von Inhalten

Grundsätzlich gilt, dass der Kanal für allgemeine GSK-Unternehmensthemen (Pharma), u.a. rund um die Themen CSR, Employer Branding, Footprint, Geschichte, Global Health genutzt wird.

Die Inhalte sind so zu wählen, dass sie keine Aussagen beinhalten, die einer offiziellen Freigabe gemäß anderer SOPs bedürfen. Dieses betrifft insbesondere (gesundheits-)politische und/oder produkt- bzw. indikationsspezifische Aussagen. Dagegen sind Aussagen zu öffentlich zugänglichen Inhalten und Verweise auf bzw. Anhänge mit entsprechende/n Materialien jederzeit für Tweets nutzbar. Gleiches gilt auch für Materialien, die bereits früher für die Laienkommunikation freigegeben wurden.

3. Überprüfung von Inhalten/Feedbacks (bezgl. Nebenwirkungsmeldungen)

Die vorgenannten Nutzer überprüfen während der Arbeitstage (Montag-Freitag) mindestens einmal täglich mögliche Reaktionen auf Tweets in Form von Meldungen und persönlichen Mitteilungen, gerade hinsichtlich möglicher (verdeckter) Nebenwirkungsmeldungen. Jedwede Meldungen mit diesem Verdacht werden gem. Chimaera-Vereinbarung und Vorgaben an die Abteilung Drug Safety weitergeleitet und bearbeitet. Die Überprüfung erfolgt durch den im Twitter Account mit seiner Mail-Adresse hinterlegten Key User. Dieser ist in der Regel der Leiter der Unternehmenskommunikation. Sollte dieser User den Account nicht regelmäßig prüfen können (z.B. wegen Urlaub), so ist im Sinne der Vertreterregelung vorübergehend ein Stellvertreter zu benennen, dessen E-Mail-Adresse an dessen Stelle im Account für eingehende Nachrichten hinterlegt wird.

München, 21. Januar 2020

gez. Kristina Ostertag
Leiterin CGPA

Version 1.0 vom 4.10.2016 – vorgetragen und im Decision-Log der Unternehmenskommunikation eingetragen am 28.11.2016

Version 2.0 vom 28. Februar – Corinna Mittnacht wurde gelöscht, da sie das Unternehmen verlassen hat.

Version 3.0 vom 1. August 2018 – Markus Hardenbicker wurde gelöscht. Andreas Krause ergänzt. Leiter Unternehmenskommunikation wurde durch Leiterin GAMAC ersetzt.

Version 4.0. vom 16. Juni 2019 – Andreas Krause wurde durch Melanie Piatanesi ersetzt, da Andreas Krause eine andere Funktion übernommen hat. Passus „CR, CSR und im Sinne des Footprints“ wurde durch „CSR, Employer Branding, Footprint, Geschichte, Global Health“ ersetzt.

Version 5.0. vom 21.01.2020 – GAMAC wurde durch CGPA ersetzt, Bettina Brennecke wurde durch Kristina Ostertag ersetzt.