

---

## Anhang

### 1,3 Gewinnspielbedingungen

Bitte beachtet bei der Erstellung eurer Social-Media-Beiträge folgende rechtliche Rahmenbedingungen:

- **<sup>1</sup>Alle Geld- und Sachgewinne über einem bestimmten Geldwert müssen versteuert werden.** Dies variiert von Land zu Land. Jeder Gewinner ist eingeladen sich bei Rückfragen beim lokalen HR (Lohnabrechnung) über die Versteuerung zu informieren.
- **<sup>3</sup>Eure Erlebnisse aus diesem Team-Event** sollten wiederum Content für einen weiteren, tollen **Social Media Post** geben.
- **Verwendet nur Inhalte, für die ihr die Rechte besitzt oder die abgabefrei sind:** Das gilt für Bilder, Videos, Texte – und ganz besonders für **Musik**: Die Nutzung kommerzieller Musik ist in der Regel nicht erlaubt, es sei denn, es liegt eine Lizenz vor. Nutzt stattdessen lizenzfreie Musik oder von der jeweiligen Plattform bereitgestellte Audiodateien (z. B. aus der Meta Sound Collection für Instagram).
- **Holt bei der Abbildung von Personen deren schriftliche Einwilligung ein.**
- **Achtet auf Datenschutz:** Keine sensiblen Daten oder vertraulichen Informationen dürfen veröffentlicht werden.
- Bei Unsicherheiten rund um Urheberrechte, Markenrechte oder Persönlichkeitsrechte steht euch das Social Media Team (Gabi Olpp und Lukas Guntern) beratend zur Seite.

Diese Punkte werden im Kick-off-Meeting und bei der Finalisierung der Beiträge im Detail besprochen und geprüft.

**Wichtig:** Beiträge, die gegen rechtliche Vorgaben verstoßen, können leider nicht berücksichtigt oder veröffentlicht werden

## Bewertungskriterien für die Social Media Team Challenge

### Kreativität & Originalität (20 %)

- Ist die Idee neu, überraschend oder besonders einfallsreich?
- Gibt es einen unkonventionellen Blick auf unsere Welt der Hydraulik?

### Social Media- und Engagement-Potenzial (15%):

- Wie gut eignet sich der Beitrag zur Interaktion mit der Zielgruppe?
- Ist der Beitrag ansprechend und könnte er eine hohe Reichweite erzielen (z.B. durch ansprechende Bilder oder Call-to-Action)?

### Markenfit & Unternehmensidentität (20 %)

- Spiegelt der Beitrag unsere Werte, unsere Kultur und unser Miteinander wider?
- Wird Bucher Hydraulics als innovativer, kundenorientierter Partner sichtbar?
- Trägt der Inhalt zur Positionierung als führender Anbieter smarter Hydrauliklösungen bei?

### Produkt- oder Technologiebezug (15 %)

- Wird ein Bezug zu unseren Produkten, Anwendungen oder Technologien hergestellt?
- Zeigt der Beitrag, wie unsere Hydrauliklösungen im Alltag, im Arbeitskontext oder in Maschinen wirken?

### Informationsgehalt & Verständlichkeit (10 %)

- Wird Wissen interessant und einfach erklärt?
- Werden komplexe Themen verständlich aufbereitet – auch für Nicht-Techniker?

### Umsetzbarkeit (10 %)

- Ist die Idee innerhalb des Zeitrahmens und mit den vorhandenen Mitteln realisierbar?
- Liegt ein klarer Umsetzungsplan vor?

### Storytelling & Emotionaler Impact (10 %)

- Erzählt der Beitrag eine starke Geschichte mit Persönlichkeit?
- Erzeugt er Emotionen – Neugier, Staunen, Sympathie?