

# MAC NOW RICHTLINIEN FÜR SOZIALE MEDIEN

	DO'S	DONT'S
MUSIKNUTZUNG		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verwende keine Musik, die nicht von MAC freigegeben/genehmigt wurde.</li> </ul>
DEN GESUNDEN MENSCHENVERSTAND EINSETZEN	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Respektvoll sein</li> <li>• Spreche nicht negativ über andere, auch nicht über Mitarbeiter, Kunden, Prominente usw.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etwas sagen, von dem du nicht möchtest, dass es auf der Titelseite einer Zeitung gedruckt wird, oder das sich negativ auf dich oder das Unternehmen auswirken würde.</li> <li>• Denke daran, dass Online-Inhalte ewig leben.</li> </ul>
SEI DU SELBST UND TRANSPARENT	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sei offen und gib immer an, dass du für das Unternehmen oder eine Marke arbeitest, wenn du über die Branche, das Unternehmen, seine Marken oder seine Produkte sprichst.</li> <li>• Lasse die Leute wissen, dass du deine persönliche Meinung mitteilst, nicht die des Unternehmens.</li> </ul>	Vorgeben, jemand zu sein, der man nicht ist, und das Vertrauen der Community verletzen, z. B. durch die Verwendung eines falschen Namens für Beiträge.
BEGEISTERUNG TEILEN, KEINE SLOGANS	„Ich liebe die neue MAC Foundation. Sie ist wirklich toll!“ (Denke daran, offenzulegen, wer du bist und dass du deine persönliche Meinung teilst).	Spezifische Leistungsversprechen für Produkte , z. B. „Die neue MAC-Foundation lässt mich 15 Jahre jünger aussehen!“, oder Werbung für Konkurrenzprodukte oder -marken in einem Maße, das zu einem Interessenkonflikt führt.
SICH AUSKENNEN UND WISSEN, WANN MAN ETWAS NICHT WEISS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ein gesundes Urteilsvermögen und gesunden Menschenverstand walten lassen, wenn es darum geht, zu entscheiden, ob und wann man sich online äußert oder beteiligt</li> <li>• In jeder Situation, in der du dich unwohl fühlst oder unsicher bist, wie und ob du dich engagieren solltest, lasse es bleiben.</li> </ul>	Der Versuch, knifflige Fragen selbst zu beantworten, oder das Ändern/Löschen von Inhalten, ohne zuzugeben, dass sie geändert wurden.
DEM VERBRAUCHER GEHÖR VERSCHAFFEN	Überlasse den Verbrauchern den größten Teil der Sendezeit auf den von der Marke gesponserten Social-Media-Seiten.	Sooft auf von der Marke gesponserten Websites posten oder kommentieren, dass die Verbraucher und die Stimme der Marke kaum noch zu hören sind.
COOL BLEIBEN	Denke genau nach, bevor du etwas schreibst oder dich einmischst. Manche Kommentare lässt man besser unkommentiert.	Sich online in ein kontroverses Gespräch oder eine hitzige Debatte einmischen.
NUTZEN JA, MISSBRAUCHEN NEIN	Schränke die persönliche Nutzung sozialer Medien und der Online-Kommunikation bei der Arbeit ein, wie du es auch bei jeder anderen Form der persönlichen Kommunikation tun würdest.	Zu viel Zeit bei der Arbeit mit sozialen Medien zu verbringen, die nicht zu deinen Aufgaben gehören.

# MAC NOW INHALTS-VORSCHLÄGE

BEWÄHRTE PRAKTIKEN/ARTISTEN-BRIEF

1. Die Bilder sollten unbeschnitten und
2. im hochauflösenden Jpeg- oder Tiff-Format sein. Alle Bilder sollten **scharf genug sein, um auf 1:1 - sRGB, 300 dpi beschnitten zu werden.**
3. Bei Aufnahmen mit einem Mobiltelefon sollten die Videos mit der Rückkamera aufgenommen werden. Verwende nicht die Selfie-Kamera, da die Auflösung zu gering ist.

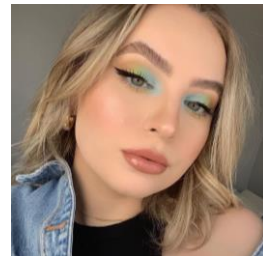
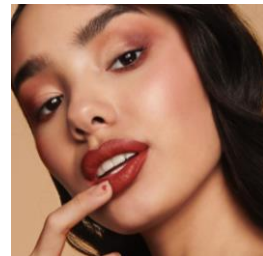
Alle Videos sollten mindestens in 4K 2160x3840 (9:16) 30 fps und 3840x2140 (16:9) 30 fps sein, je nach Plattform, für die gefilmt wird. Alle Videos müssen im .mov-Format zusammengefasst werden. Der Upload ist auf 100 MB begrenzt.

Bei längeren Videos empfiehlt es sich, einen Videodienst wie YouTube zu nutzen und dann die Links hinzuzufügen. Die Bereitstellung von Inhalten über einen stark skalierbaren Dienst wie YouTube kann zur Leistungsoptimierung beitragen.

1. Keine verpixelten Bilder.
2. Keine externen Logos, keine Typografie, keine Wasserzeichen auf Gegenständen, Oberflächen oder Kleidung.
3. Keine starken Filter, die die Farbe
4. des Kunstwerks/Hauttöns/Produkts verändern.
5. Verwende das Produkt nicht außerhalb seines Verwendungszwecks. (z. B. kein Eyeliner auf den Lippen, kein Lippenstift auf den Wangen)
6. Achte darauf, dass alles scharf ist, vermeide unscharfe oder verpixelte Bilder.
7. Achte darauf, dass die Bilder nicht zu sehr retuschiert werden. Die Hauttextur sollte noch sichtbar sein.
8. Keine tierischen Bestandteile:  
Keine Haustiere, kein Pelz, kein Kunstpelz, keine Tierdrucke
9. Verwende keine Musik, die nicht von MAC freigegeben/genehmigt wurde.

## GANZES GESICHT

1. Nicht übermäßig retuschierte Bilder
2. (Hauttextur noch sichtbar)
3. Die Produktöne sind genau
4. Lege die Finger nicht neben die Augen, um die Pose mit gezogenem Auge zu erstellen.
5. Fotografiere vor einem sauberen Hintergrund



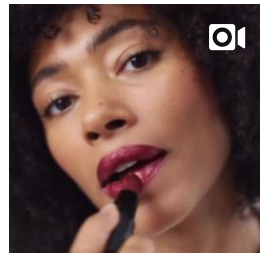
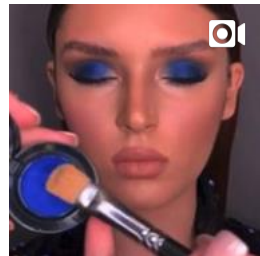
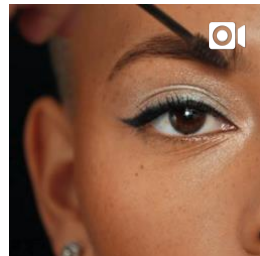
## MERKMAL FOKUS

1. Nahaufnahme von Augen/Wangen/Lippen
2. Die Verwendung des Produkts ist sichtbar
3. Füge ruhig die in der Aufnahme verwendeten Produkte hinzu



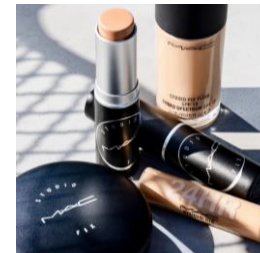
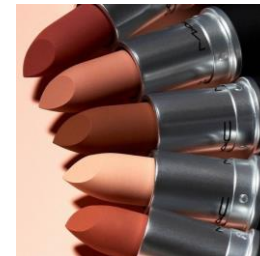
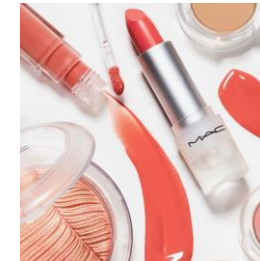
## HOW-TO

1. Videos werden bevorzugt
2. Kein Filter
3. Der Produktnutzen sollte
4. sichtbar sein
5. Fotografiere vor einem sauberen Hintergrund



## PRODUKT

1. Reiner Hintergrund
2. Helles Licht, harte Schatten
3. Textur des Produkts sichtbar
4. Kein Staub / Beschädigtes Produkt



## PRODUKT MAKRO

1. Nur scharfe Bilder
2. Helles Licht, harte Schatten
3. Textur des Produkts sichtbar
4. Kein Staub / Beschädigtes Produkt

