

Pravidla zacházení se sociálními sítěmi

29. srpna 2013

Obsah

1. Účel	3
2. Rozsah použití	3
3. Pravidla	3
4. Informace	4
5. Nabytí účinnosti	4

1. Účel

Sociální sítě, jakými jsou Facebook, Twitter atd., nebo také internetová diskuzní fóra, se v naší společnosti etablovaly již dávno a staly se neodmyslitelnou součástí našeho běžného života. Informace mohou být rychle a globálně šířeny mezi velkým počtem lidí. Právě tato výhoda s sebou přináší jistá rizika a nebezpečí. AFG proto stanovila pravidla odpovědného používání těchto forem komunikace.

2. Rozsah použití

Předkládaná pravidla se vztahují na všechny zaměstnance a dočasné pracovníky (poskytování pracovníků) AFG Arbonia-Forster-Holding AG nebo společností ve skupině (dále jen „AFG“), pokud používají sociální sítě nebo internetová diskuzní fóra k soukromým účelům a zveřejňují na nich názory o AFG.

Následující pravidla platí rovněž pro sociální sítě, jakými jsou především Xing nebo LinkedIn, které jsou využívány k obchodním účelům, např. k péči o zákazníky, networkingu atd., s výjimkou bodu 3.11.

Vyjádření na sociálních sítích jménem AFG Arbonia-Forster-Holding AG jsou povolena pouze ústy Head of Corporate Communications. Vyjádření na sociálních sítích jménem společností skupiny AFG jsou, pokud je to v zájmu koncernu, povolena pouze po předchozí dohodě s Head of Corporate Communications. Nejsou-li vyjádření v zájmu koncernu, je nutná předchozí domluva s příslušným vedoucím BU / jednatelem.

3. Pravidla

- 3.1. **Dodržujte pravidla etického kodexu AFG a ostatní interní směrnice.** Jednejte se všemi zúčastněnými s respektem, vyvarujte se diskriminujících, ponižujících, urážlivých a jiných vyjádření, kterými byste mohli urazit jinou osobu. Jednejte věcně, ne emocionálně. Vaše výroky se mohou nejen obrátit proti vám samotným, ale mohou mít negativní důsledky i pro AFG.
- 3.2. **Každý zaměstnanec AFG odpovídá za obsah svých výroků a jejich zveřejňování.** Jednejte proto vždy s vědomím toho, že vše, co se už jednou v sociálních sítích zveřejní, bude na internetu po dlouhou dobu dohledatelné a přístupné velkému počtu lidí, i když by byla tato informace na začátku určena pouze malé omezené skupině osob. Než tak učiníte, zvažte, jaké informace se chystáte zveřejnit. Se sociálními médii zacházejte obezřetně, stejně jako s dalšími formami komunikace.
- 3.3. **Chraňte si svou soukromou sféru.** Prostudujte si informace o ochraně osobních dat příslušných sociálních platforem a nastavte si míru soukromí pro prohlížení a kontakty. Dbejte na to, abyste si zvolili silné přístupové heslo. Nepoužívejte stejné heslo k přihlášení k firemní síti.
- 3.4. **Pokud zveřejníte své názory související s AFG,** uvádějte u nich, že jste pracovníky AFG. Formulujte je v 1. osobě a vysvětlete, že vaše výroky odrážejí váš vlastní názor a ne nutně názor AFG (například: „Pracuji u AFG. To je můj osobní názor a ne nutně také názor AFG.“). Především management AFG si musí být vědom toho, že je ve zvláštním poměru vůči AFG, a že proto jeho názory – i přes toto upozornění – mohou být ztotožňovány s postoji AFG. Management AFG proto musí dbát zvláštní opatrnosti a zdrženlivosti.
- 3.5. **Národní a mezinárodní zákony musí být dodržovány neustále.** Dodržujte především zákony na ochranu dat a nepoužívejte žádný materiál podléhající zákonu na ochranu autorských práv.
- 3.6. **Zveřejňována nesmí být žádná obchodní tajemství.** O AFG smíte zveřejnit pouze to, co je veřejně přístupné. Nezveřejňujte informace, které jsou předmětem ujednání o zachování mlčenlivosti, obchodní tajemství nebo důvěrné informace.

- 3.7. **Firemní loga nebo značky AFG používejte pouze tehdy**, pokud jste k tomu zmocněni ze strany Head of Corporate Communications.
- 3.8. **Budou-li citováni obchodní partneři AFG, zákazníci, dodavatelé nebo třetí osoby, je nutné si k tomu nejprve obstarat jejich souhlas.** Bude-li souhlas udělen, je nezbytné přitom uvádět příslušný zdroj informací. O konkurenci nebo jejich produktech se nevyjadřujte negativně.
- 3.9. **Důležitá je informační hodnota vašich příspěvků.** Zveřejňujte pouze informace, u nichž lze vycházet z toho, že budou pro ostatní přínosné.
- 3.10. **Pečujte o své příspěvky.** Vznikne-li nad některými vašimi příspěvky diskuze, zúčastněte se jí a odpovězte na položené otázky. Pokud zjistíte, že váš příspěvek obsahuje chybu, opravte ji sami a nečekejte, až vás na ni upozorní třetí osoba.
- 3.11. **Příspěvky na sociálních sítích či jiných internetových diskuzních fórech nesmí vznikat během pracovní doby.**

4. Informace

Informace v souvislosti s předkládanými pravidly poskytuje Head of Corporate Communications.

5. Nabytí účinnosti

Tato pravidla nabývají okamžité účinnosti.

Arbon, 29. srpna 2013

Daniel Frutig
Chief Executive Officer

Stefan Kern
Head of Corporate Communications