

Regeln über den Umgang mit sozialen Netzwerken

29. August 2013

Inhaltsverzeichnis

| | |
|----------------------------|---|
| 1. Zweck | 3 |
| 2. Anwendungsbereich | 3 |
| 3. Regeln | 3 |
| 4. Auskünfte | 4 |
| 5. Inkrafttreten..... | 4 |

1. Zweck

Soziale Netzwerke wie Facebook, Twitter usw., aber auch diverse Online-Diskussionsplattformen haben sich in unserer Gesellschaft längst etabliert und sind aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken. Informationen können schnell und global an eine Vielzahl von Personen verbreitet werden. Gerade dieser Vorteil birgt jedoch auch Risiken und Gefahren. Die AFG legt daher Regeln fest, die zur verantwortungsvollen Nutzung dieser Kommunikationsformen beitragen sollen.

2. Anwendungsbereich

Die vorliegenden Regeln finden auf sämtliche Mitarbeitende und temporäre Mitarbeitende (Personalverleih) der AFG Arbonia-Forster-Holding AG oder eine ihrer Gruppengesellschaften (nachfolgend „AFG“) Anwendung, wenn sie soziale Netzwerke oder Online-Diskussionsplattformen zu privaten Zwecken nutzen und Äusserungen über die AFG veröffentlichen.

Die nachfolgenden Regeln gelten ebenfalls für soziale Netzwerke, wie insbesondere Xing oder LinkedIn, die zu geschäftlichen Zwecken genutzt werden, z.B. für die Pflege von Kundenbeziehungen, Networking etc. mit Ausnahme der Ziffer 3.11.

Äusserungen in sozialen Netzwerken im Namen der AFG Arbonia-Forster-Holding AG erfolgen immer durch den Head of Corporate Communications. Äusserungen in sozialen Netzwerken im Namen der AFG-Gruppengesellschaften erfolgen, sofern die Äusserungen von konzernweitem Interesse sind, in Absprache mit dem Head of Corporate Communications. Sind die Äusserungen nicht von konzernweitem Interesse, erfolgen sie in Absprache mit dem zuständigen BU-Leiter/Geschäftsführer.

3. Regeln

- 3.1. **Halten Sie sich an den Verhaltenskodex der AFG und an die übrigen internen Richtlinien.** Begegnen Sie allen Teilnehmern mit Respekt und machen Sie keine diskriminierenden, beleidigenden, herabsetzenden oder sonstigen Äusserungen, welche die Persönlichkeit Anderer verletzen könnten. Bleiben Sie sachlich und werden Sie nicht emotional. Ihre Äusserungen fallen nicht nur auf Sie zurück, sondern können auch Auswirkungen auf die AFG haben.
- 3.2. **Jeder Mitarbeitende der AFG ist für den Inhalt seiner Äusserungen und Publikationen selbst verantwortlich.** Handeln Sie daher im Bewusstsein, dass alles, was einmal in sozialen Netzwerken veröffentlicht wurde, für eine lange Zeit im Internet auffindbar ist und schnell eine Vielzahl von Personen erreicht, selbst wenn die Information anfänglich nur für eine kleine Gruppe bestimmt war. Bedenken Sie, welche Informationen Sie publik machen, bevor Sie es tun. Seien Sie so sorgfältig im Umgang mit sozialen Medien, wie bei anderen Kommunikationsformen.
- 3.3. **Schützen Sie Ihre Privatsphäre.** Studieren Sie die Datenschutzhinweise der sozialen Plattformen und konfigurieren Sie die Einsichts- und Kontaktrechte bewusst und gezielt. Achten Sie darauf, dass Sie ein starkes Zugangspasswort wählen und verwenden Sie nicht dasselbe wie für die Anmeldung am Firmen-Computer.
- 3.4. **Geben Sie sich als Mitarbeitender der AFG zu erkennen,** wenn Sie Äusserungen publizieren, die einen Zusammenhang mit der AFG haben. Schreiben Sie in der Ich-Form und stellen Sie klar, dass gemachte Äusserungen die eigene Meinung wiedergeben und nicht zwingend derjenigen von AFG entsprechen (Beispiel: „Ich arbeite bei der AFG. Dies ist meine persönliche Meinung und nicht zwingend auch die Meinung der AFG.“). Insbesondere das Management der AFG muss sich bewusst sein, dass es

in einem besonderen Verhältnis zur AFG steht und daher seine Äusserungen – trotz eines solchen Hinweises – mit der Ansicht der AFG gleichgesetzt werden könnten. Das Management der AFG hat daher besondere Vorsicht und Zurückhaltung zu üben.

- 3.5. **Nationale und internationale Gesetze sind stets einzuhalten.** Beachten Sie insbesondere Datenschutzgesetze und verwenden Sie kein urheberrechtlich geschütztes Material.
- 3.6. **Es dürfen keine Geschäftsgeheimnisse bekanntgegeben werden.** Geben Sie über die AFG nur bekannt, was öffentlich zugänglich ist. Veröffentlichen Sie keine Geheimnisse, die Gegenstand einer Geheimhaltungsvereinbarung sind, Geschäftsgeheimnisse oder sonstige vertraulichen Informationen.
- 3.7. **Verwenden Sie Firmenlogos oder Marken der AFG nur,** wenn Sie vom Head of Corporate Communications dazu ermächtigt wurden.
- 3.8. **Werden Geschäftspartner der AFG, Kunden, Lieferanten oder Dritte zitiert, ist vorgängig deren Zustimmung einzuholen.** Wird die Zustimmung erteilt, ist eine entsprechende Quellenangabe anzubringen. Äussern Sie sich nicht negativ über Mitbewerber oder deren Produkte.
- 3.9. **Wichtig ist der Informationswert Ihrer Beiträge.** Veröffentlichen Sie nur Informationen, von denen Sie ausgehen, dass andere sich dafür interessieren.
- 3.10. **Pflegen Sie Ihre Beiträge.** Entsteht eine Diskussion über einen Ihrer Beiträge, beteiligen Sie sich daran und beantworten Sie aufgeworfene Fragen. Wenn Sie entdecken, dass einer Ihrer Beiträge einen Fehler enthält, korrigieren Sie diesen selbst und warten Sie nicht, bis Sie von einem Dritten darauf aufmerksam gemacht werden.
- 3.11. **Einträge auf sozialen Netzwerken oder anderen Online-Diskussionsplattformen dürfen nicht während der Arbeitszeit erfolgen.**

4. Auskünfte

Auskünfte im Zusammenhang mit den vorliegenden Regeln erteilt der Head of Corporate Communications.

5. Inkrafttreten

Diese Regeln treten per sofort in Kraft.

Arbon, 29. August 2013

Daniel Frutig
Chief Executive Officer

Stefan Kern
Head of Corporate Communications