

Regels voor het omgaan met sociale netwerken

29 augustus 2013

Inhoudsopgave

1. Doel.....	3
2. Toepassingsgebied.....	3
3. Regels.....	3
4. Informatie.....	4
5. Inwerkingtreding.....	4

1. Doel

Sociale netwerken zoals Facebook, Twitter enz., maar ook verschillende online discussieplatforms zijn al lang ingeburgerd in onze samenleving en zijn niet meer weg te denken uit het dagelijkse leven. Informatie kan snel en wereldwijd worden verspreid onder een groot aantal mensen. Maar juist dit voordeel brengt ook risico's en gevaren met zich mee. AFG stelt daarom regels op die bedoeld zijn om bij te dragen aan een verantwoord gebruik van deze vormen van communicatie.

2. Toepassingsgebied

Deze regels zijn van toepassing op alle medewerkers en tijdelijke medewerkers van AFG Arbonia-Forster-Holding AG of een van de vennootschappen van de groep (hierna 'AFG') als zij sociale netwerken of online discussieplatforms voor privédoeleinden gebruiken en uitspraken over AFG publiceren.

De volgende regels zijn ook van toepassing op sociale netwerken, zoals meerbepaald Xing of LinkedIn, die worden gebruikt voor zakelijke doeleinden, bijvoorbeeld voor het onderhouden van klantrelaties, networking, enz. met uitzondering van punt 3.11.

Uitspraken in sociale netwerken namens AFG Arbonia-Forster-Holding AG worden altijd gedaan door het hoofd Corporate Communications. Uitspraken in sociale netwerken gebeuren in naam van de vennootschappen van de AFG-groep, mits de uitingen van belang zijn voor de hele groep, in overleg met het Hoofd Corporate Communications. Indien de uitspraken niet van belang zijn voor de hele groep, gebeuren deze in overleg met het verantwoordelijke hoofd/de verantwoordelijke directeur van de BU.

3. Regels

- 3.1. **Volg de gedragscode van AFG en de overige interne richtlijnen.** Behandel alle deelnemers met respect en doe geen discriminerende, beledigende, minachtende of andere uitspraken die anderen persoonlijk kunnen kwetsen. Wees feitelijk en word niet emotioneel. Uw opmerkingen hebben niet alleen een impact op uw reputatie, maar kunnen ook een impact hebben op AFG.
- 3.2. **Iedere medewerker van AFG is verantwoordelijk voor de inhoud van zijn/haar uitingen en publicaties.** Handel daarom in de wetenschap dat alles wat op sociale netwerken is gepubliceerd lange tijd op het internet te vinden is en snel een groot aantal mensen bereikt, ook al was de informatie in eerste instantie alleen bedoeld voor een kleine groep. Denk na over welke informatie u gaat publiceren voordat u het doet. Wees net zo voorzichtig met sociale media als met andere vormen van communicatie.
- 3.3. **Bescherm uw privacy.** Lees de gegevensbeschermingsverklaringen van de sociale platforms en configureer de toegangs- en contactrechten bewust en specifiek. Zorg ervoor dat u een sterk wachtwoord kiest en niet hetzelfde wachtwoord gebruikt dat u gebruikt om in te loggen op de zakelijke computer.
- 3.4. **Maak uzelf bekend als AFG-medewerker** als u uitspraken publiceert die betrekking hebben op AFG. Schrijf in de eerste persoon en maak duidelijk dat de gedane uitspraken uw eigen mening weergeven en niet noodzakelijkerwijs overeenkomen met die van AFG (voorbeeld: "Ik werk bij AFG. Dit is mijn persoonlijke mening en niet noodzakelijk de mening van AFG."). Vooral de leden van het management van AFG dienen zich ervan bewust te zijn dat zij een bijzondere relatie hebben met AFG en dat hun uitlatingen – ondanks een dergelijke vermelding - als de mening van AFG kan worden opgevat. Het management van AFG dient daarom bijzonder voorzichtig en terughoudend te zijn.

- 3.5. **Nationale en internationale wetten moeten altijd worden nageleefd.** Besteed bijzondere aandacht aan de wetgeving inzake gegevensbescherming en gebruik geen auteursrechtelijk beschermd materiaal.
- 3.6. **Er mogen geen zakelijke geheimen worden bekendgemaakt.** Maak over AFG alleen openbaar wat openbaar beschikbaar is. Plaats geen informatie die deel uitmaakt van een vertrouwelijkheidsovereenkomst, handelsgeheimen of andere vertrouwelijke informatie.
- 3.7. **Gebruik alleen bedrijfslogo's of handelsmerken van AFG** als u hiervoor toestemming heeft gekregen van het hoofd Corporate Communications.
- 3.8. **Indien zakenpartners van AFG, klanten, leveranciers of derden worden geciteerd, dient vooraf hun toestemming te worden verkregen.** Indien toestemming wordt gegeven, moet een overeenkomstige bron worden bijgevoegd. Doe geen negatieve uitspraken over concurrenten of hun producten.
- 3.9. **De informatieve waarde van uw bijdragen is belangrijk.** Plaats alleen informatie waarvan u denkt dat anderen hierin geïnteresseerd zullen zijn.
- 3.10. **Onderhoud uw berichten.** Als er een discussie ontstaat over een van uw bijdragen, neem dan deel en beantwoord eventuele vragen. Als u ontdekt dat er een fout in een van uw berichten staat, corrigeer het dan zelf en wacht niet tot iemand anders u erop wijst.
- 3.11. **Inbreng op sociale netwerken of andere online discussieplatforms mag niet tijdens werkuren gebeuren.**

4. Informatie

Informatie in verband met onderhavige regels kan worden verkregen bij het hoofd Corporate Communications.

5. Inwerkingtreding

Deze regels treden onmiddellijk in werking.

Arbon, 29 augustus 2013

Daniel Frutig
Chief Executive Officer

Stefan Kern
Head of Corporate Communications