

## Richtlinien zur Nutzung von Sozialnetzwerken im Rahmen der dienstlichen Tätigkeit

### Vorwort

#### **Internet, Social Media, Web 2.0 und Online-Kommunikation**

Unter den Oberbegriffen „Social Media“ und „Web 2.0“ werden verschiedene integrative Aktivitäten zusammengefasst, die um Internettechnologien, soziale Online-Interaktionen und Content-Erstellungen kreisen. Die Handels- und Geschäftsaktivitäten, die in sozialen Medien und Web 2.0. stattfinden, sind als konstitutive Bestandteile der Online-Unternehmenskommunikation dem „Social-Media-Marketing“ zuzuordnen.

Die sozialen Medien bestehen aus unterschiedlichen Tools und Technologien wie z. B. Blogs, Wikis, Foto- und Video-Sharing, Podcasts, sozialen Netzwerken, Mashups und virtuellen Welten. Um alle diese Tools geht es unter anderem in den Social-Media-Richtlinien der Hager Gruppe (im Folgenden „Hager Group“ genannt).

Ausführlichere Informationen zu den sozialen Medien im Allgemeinen und den unterschiedlichen Tools bietet der einschlägige Artikel im HagerWiki.

### **1. Ziel / Zweck**

Die Hager Group fördert im Interesse ihrer Unternehmensziele die Nutzung der Social-Media-Tools zur Optimierung der Kommunikation, der Zusammenarbeit und des Informationsaustauschs.

Wir glauben, dass der Informations- und Erfahrungsaustausch der menschlichen Gemeinschaft in gleicher Weise nutzen kann wie jedem Einzelnen von uns. Wenn wir unser Wissen, unsere Best Practices und die Erfahrungen, die wir im Unternehmen gesammelt haben, an unsere Kunden, Lieferanten, Partner und die Öffentlichkeit weitergeben, können wir effizientere und effektivere Kommunikationslösungen entwickeln und damit die Leistungsfähigkeit unseres Unternehmens steigern.

Zur Förderung dieser positiven Effekte hat sich die Hager Group mit der Integration der Social-Media-Tools in die Online-Kommunikation für eine proaktive Nutzung dieser Tools entschieden. Diese wird durch dieselben hohen Standards der Professionalität, Verantwortung und Ethik geregelt, die auch für alle anderen Tätigkeiten der Hager Group gelten. Routinemäßige Kontrollen und Sanktionen werden nicht vorgenommen. Anlass bezogene Kontrollen und Sanktionen (bei Rechtsverstößen) bleiben vorbehalten.

Die Motivation und Qualifizierung zur Nutzung von Sozialnetzwerken durch Mitarbeiter der Hager Gruppe soll den wohlwollenden Umgang mit den Medien fördern. Ständige Verbesserung soll durch entsprechende Maßnahmen erreicht werden.

Der Verhaltenskodex der Hager Group, der insbesondere unsere gemeinsamen Verhaltensregeln, eine Datenschutzerklärung und eine Ethik-Charta umfasst, ist auch auf die Nutzung sozialer Netzwerke anwendbar.

## 2. Hinweise

### Konzentrieren Sie sich auf Ihre vorrangigen Aufgaben

Die Nutzung von Social-Media-Tools darf auf keinen Fall mit der Wahrnehmung Ihrer vorrangigen Aufgaben kollidieren. Sie ist nur mit vorheriger, ausdrücklicher Zustimmung Ihrer Führungskraft gestattet und wenn sie für die Erledigung Ihrer Arbeit erforderlich ist.

### Koordination mit der Abteilung Corporate Communications

Bitte beachten Sie: Nur weil Sie über die Hager Group und unternehmensrelevante Themen schreiben können, sind Sie noch kein offizieller Sprecher des Unternehmens.

### Genehmigung zur Nutzung Sozialer Netzwerke

Jede zur Hager Group gehörende rechtliche Einheit, Business Area, Market Area, Abteilung oder Gesellschaft, die soziale Netzwerke nutzen möchte, um die Aktivitäten der Hager Group zu fördern oder zu unterstützen, muss unabhängig von ihrem Standort dafür eine Genehmigung von Martin Mosler ([martin.mosler@hagergroup.com](mailto:martin.mosler@hagergroup.com)), dem Senior Manager Corporate Digital Communications, der für Social Media Governance und Aktivitäten im Zusammenhang mit sozialen Netzwerken zuständig ist, einholen. Martin Mosler unterstützt Sie dabei mit Informationen über geeignete Methoden, um Synergieeffekte zu erzielen und die Koordination sämtlicher Social Media-Aktivitäten zu optimieren.

### Präsentieren Sie sich korrekt

Seien Sie sich der Tatsache bewusst, dass Sie in den sozialen Netzwerken mit der Hager Group verbunden sind, und geben Sie sich als Mitarbeiter der Hager Group zu erkennen, um mögliche Anschuldigungen wegen Schleichwerbung zu vermeiden.

Seien Sie natürlich und bleiben Sie authentisch. In der Welt der sozialen Medien ist Glaubwürdigkeit von zentraler Bedeutung. Täuschen Sie nicht vor, etwas zu sein, was Sie nicht sind, sondern zeigen Sie offen, wer Sie sind.

### Veröffentlichte Inhalte bleiben dauerhaft im Internet verfügbar

Wenn Sie die Hager Group mit vorheriger, ausdrücklicher Zustimmung der Führungskraft in offizieller Funktion vertreten, ist die Hager Group verantwortlich für die Inhalte, die Sie auf Facebook oder Twitter, auf Wikis, in Blogs oder ähnlichen nutzergenerierten Medien hinterlassen.

Seien Sie sich bitte bewusst, dass kommunizierte Äußerungen öffentlich zugänglich sind, in allen Medienformen publiziert und diskutiert werden können und für einen unbegrenzten Zeitraum im Internet vorgehalten werden und abrufbar sind.

### Nicht alle Inhalte dürfen in sozialen Netzwerken veröffentlicht werden

Veröffentlichen Sie keine Inhalte (wie z. B. Bilder, Sounds, Musik, Videos, Texte etc.) ohne Genehmigung des Konzessionsgebers. Respektieren Sie die Urheberrechte (Autorenrechte u. a.), ihre rechtmäßige Nutzung, vertrauliche Inhalte, die Gesetze über die Veröffentlichung von Finanzdaten und vertrauliche Daten etc. Posten Sie Informationen oder Fotos zu anderen Personen nur mit deren Einwilligung.

Wenn Sie Informationen oder Artikel von anderen Autoren umformulieren oder zitieren, verweisen Sie bitte immer durch einen kurzen Disclaimer oder einen Link auf den Eigentümer dieses Inhalts.

### Schaffen Sie Mehrwert

Vergewissern Sie sich, dass Sie Inhalte produzieren und zu Diskussionen über Themen anregen, die für andere interessant sind. Die soziale Kommunikation der Mitarbeiter der Hager

Group muss für unsere Kunden, Geschäftspartner und Mitarbeiter von Nutzen sein. Ihre Beiträge sollten faktenbasierte Informationen liefern, die die Leser zu einer intensiveren Recherche über das Thema anregen oder ein Gefühl der Zusammengehörigkeit erzeugen.

Ihre Informationen sind nützlich, wenn sie Anwendern helfen, ihre Kenntnisse und Kompetenzen zu erweitern, Probleme zu lösen oder die Hager Group besser zu verstehen. Um diese Ziele zu erreichen, könnten Sie sich Gedanken darüber machen, welche Informationen für Sie persönlich von Nutzen wären.

## Seien Sie offen und ehrlich

Präsentieren Sie sich, die Hager Group oder unsere Geschäftspartner niemals inkorrekt oder falsch. Schließlich sind alle Informationen im Internet nachprüfbar.

Falsche Aussagen werden schnell als solche entlarvt und könnten Ihre eigene Glaubwürdigkeit ebenso in Frage stellen wie die des Unternehmens.

Wenn Sie Ihre Quellen angeben und ihren Urhebern Respekt zollen, erhöhen Sie Ihre eigene Glaubwürdigkeit. Gestehen Sie ruhig ein, wenn Sie etwas nicht wissen.

Hüten Sie sich davor, die Arbeit von Mitarbeitern anderer Unternehmen zu kommentieren, die außerhalb Ihres eigenen Kompetenzbereichs liegt.

## Korrigieren Sie andere, halten Sie sich dabei aber an die Fakten

Die Hager Group ist ein komplexes Unternehmen und das betriebliche Umfeld, in dem wir arbeiten, ist ebenfalls komplex. Es kann also zu versehentlichen oder absichtlichen Missverständnissen kommen.

Wenn Sie auf falsche oder fehlerhafte Daten oder Verzerrungen der Realität stoßen, geben Sie bitte Ihre Personalien unter Verweis auf Ihre Unternehmenszugehörigkeit an und korrigieren Sie den Fehler. Seien Sie dabei aber respektvoll und präsentieren sie reale, objektive und verifizierbare Fakten.

Setzen Sie sich im Zweifelsfall bitte mit der Abteilung Corporate Communications in Verbindung.

## Wahren Sie die Vertraulichkeit

Lassen Sie im Umgang mit Unternehmensdaten immer Vorsicht walten.

Lassen Sie sich in Zusammenhang mit unternehmensinternen und/oder vertraulichen Daten von Ihrem gesunden Menschenverstand leiten.

Bitten Sie im Zweifelsfall um eine vorherige Zustimmung des Eigentümers der Informationen, die Sie weitergeben möchten, oder konsultieren Sie die Abteilung Corporate Communications.

Schützen Sie stets sensible Informationen, beispielsweise Zugangsdaten zu Online Plattformen oder Informationen, die sich einer Person zuordnen lassen und alle anderen Informationen, die innerhalb des Unternehmensnetzwerks vertraulich behandelt werden.

Gespräche bzw. Mitteilungen, die zur Entscheidungsfindung beitragen sollen oder Interna der Hager Group betreffen, dürfen ohne Genehmigung Ihrer Führungskraft nicht veröffentlicht oder weitergegeben werden.

Setzen Sie sich bitte im Zweifelsfall mit der Abteilung Corporate Communications in Verbindung.

## Sensible Themen und Krisenmanagement

Wenn Sie das Gefühl haben, dass sich eine Situation zu einer Krise für die Hager Group (weil z. B. die Qualität eines Produkts zahlreiche Diskussionen auslöst) zuspitzen könnte, teilen Sie dies bitte der Abteilung Corporate Communications mit. Hier werden Verbesserungen und Qualifikationsmaßnahmen eingeleitet. Kontrollen oder Sanktionen werden bewusst nicht abgeleitet.

## **3. Netiquette (Kommunikationsgrundsätze)**

### Seien Sie ein guter Unternehmensbotschafter (Verhalten)

Auch wenn jedem Einzelnen die Entscheidung überlassen ist, ob er soziale Netzwerke und Social-Media-Tools privat nutzen möchte oder nicht, müssen Sie sich immer bewusst sein, dass Ihr Verhalten und Ihre Meinungsäußerungen dem Unternehmen zugeschrieben werden können.

Gelegentlich werden Sie feststellen, dass andere Personen nicht dieselbe Meinung vertreten wie Sie. Bleiben Sie in einem solchen Fall ruhig und sachlich. Ein Gespräch lohnt nur, wenn alle einander respektvoll begegnen. Provozieren oder beleidigen Sie andere nicht. Äußern Sie klar Ihre Meinung, versuchen Sie, Konfrontationen auszuweichen, und klären Sie Missverständnisse auf, wenn es doch zu einer Konfrontation kommen sollte.

Auf bestimmte Kommentare geht man manchmal besser nicht ein, um ihnen kein unnötiges Gewicht zu verleihen. Wenden Sie sich ruhig an die Abteilung Corporate Communications, wenn Sie einen Rat brauchen.

### Machen Sie sich bewusst, was Sie veröffentlichen (Ton)

Treffen Sie online keine Aussagen, mit denen Sie z. B. auf CNN oder in anderen Medien nicht zitiert werden wollen oder für die Sie sich Ihrer Mutter oder Ihrem Vorgesetzten gegenüber rechtfertigen müssten.

Wenn Sie sich bei dem Gedanken an eine bevorstehende Publikation nicht ganz wohl fühlen, denken Sie bitte noch einmal über den Zweck der Veröffentlichung nach und stellen Sie sich folgende Frage: „Will ich das wirklich sagen?“ Wenn Sie sich auch danach noch unwohl fühlen und sich die Publikation auf Unternehmensaktivitäten der Hager Group bezieht, besprechen Sie sich bitte mit Ihrem Vorgesetzten.

### Geben Sie Fehler unumwunden zu (Präzision)

Die Hager Group bemüht sich um präzise und wahrheitsgemäße Aussagen. Seien Sie ehrlich, wenn Sie einen Fehler gemacht haben. Geben Sie den Fehler zu und korrigieren Sie ihn. Wenn Sie ein Posting in einem älteren Blog korrigieren, kennzeichnen Sie bitte die Änderung. Nutzen Sie dafür beispielsweise die Durchstreichfunktion und fügen Sie am Ende einen Absatz zur Erklärung dieser Aktualisierung ein.

### Achten Sie auf den Inhalt (Qualität)

Nur Inhalte, die Qualität und Mehrwert bieten, lösen kontinuierliche und interessante Diskussionen aus. Daher sollten Sie vorzugsweise zu Themen aus Ihrem Fachgebiet Stellung nehmen.

Auf diese Weise können wir ein hohes Qualitätsniveau garantieren. Schreiben oder sprechen Sie nur dann über Themen in Zusammenhang mit Ihrem Zuständigkeitsbereich, wenn Sie sich sicher sind, dass die Inhalte aktuell, präzise und richtig sind.

Setzen Sie sich im Zweifelsfall bitte mit der Abteilung Corporate Communications in Verbindung.

### Bleiben Sie up-to-date (Termin)

Eine der größten Herausforderungen sozialer Netzwerke besteht darin, dass die Kommunikation in Echtzeit erfolgt.

Wenn Sie sich aktiv beteiligen möchten, stellen Sie bitte sicher, dass Sie sich immer genug Zeit für die Aktualisierung der Inhalte, die Beantwortung der Fragen und (falls erforderlich) die Korrektur falscher Inhalte nehmen können.

Geben Sie so schnell wie möglich ein Feedback. Manchmal kann es Zeit in Anspruch nehmen, Recherchen anzustellen und sich Informationen vom Unternehmen zu beschaffen. Setzen Sie in einem solchen Fall die Community bitte davon in Kenntnis.

#### Stellen Sie Fragen (interne Unterstützung)

Die Hager Group ist sich bewusst, dass nicht alle ihre Mitarbeiter über Erfahrungen im Umgang mit sozialen Medien verfügen, geschweige denn Spezialisten sind. Die Hager Group beantwortet gern Ihre Fragen und bietet Unterstützung. Bitte richten Sie Ihre Fragen an unseren Corporate Digital Communications Manager, Martin Mosler ([martin.mosler@hagergroup.com](mailto:martin.mosler@hagergroup.com)).

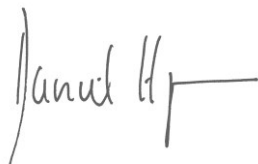
#### **4. (Vorläufige) Liste der Themen, die in den sozialen Medien nicht veröffentlicht werden dürfen**

Aus unternehmensinterner Sicht und aufgrund der speziellen Eigenschaften sozialer Medien dürfen folgende Themen weder veröffentlicht noch diskutiert werden:

- Preise und Geschäftsbedingungen
- Lieferfristen
- Qualitätsmängel
- Rückrufkampagnen
- Termine wie z. B. die Veröffentlichung von Mitteilungen jeder Art, Produktionsstarts, der Beginn von Vertriebsaktivitäten
- Informationen über Neuentwicklungen und Produktinnovationen vor dem (offiziellen) Start der Kommunikationskampagne

Auch andere Themen, die mit den oben genannten Themen in Zusammenhang stehen oder zu vergleichen sind, dürfen nicht veröffentlicht oder kommuniziert werden. Setzen Sie sich im Zweifelsfall bitte vorher mit dem Corporate Digital Communications Manager Martin Mosler ([martin.mosler@hagergroup.com](mailto:martin.mosler@hagergroup.com)) in Verbindung.

Blieskastel, den 15.01.2014



Daniel Hager  
Chief Executive Officer



Philippe Ferragu  
Chief Group Resources Officer



Franck Houdebert  
Chief Human Resources Officer

## **Allgemeine Hinweise für die private Nutzung von Sozialnetzwerken (Social Media):**

Diese nützlichen Ratschläge sollen Sie bei Ihrem täglichen Umgang mit Social Media unterstützen.

### Private Erklärungen und Postings

Jeder Mitarbeiter ist auch privat ein wichtiger Botschafter der Hager Group und ihrer Produkte und Visionen. Mit jeder Aussage, die Sie als Privatperson über Ihr Unternehmen treffen, können Sie auch als Mitarbeiter des Unternehmens wahrgenommen werden, sodass ihre Veröffentlichung zu Unrecht als offizielle Erklärung der Hager Group ausgelegt werden kann.

Bitte veröffentlichen Sie zur Vermeidung von Missverständnissen einen Disclaimer, wenn Sie sich als Privatperson über die Hager Group äußern. Dieser Disclaimer könnte z. B. folgenden Wortlaut haben: „Diese Äußerungen sind privater Natur und spiegeln nicht Positionen, Strategien oder Meinungen der Hager Group wider“.

Wenn Sie einen privaten Blog führen und Fragen anschnitten, die Ihre Arbeit betreffen, stellen Sie bitte auf allen Seiten in einem Disclaimer klar, dass die geäußerten Meinungen allein Ihre Meinungen sind und nicht diejenigen der Hager Group im Allgemeinen repräsentieren.

Der Austausch von Inhalten und Informationen kann zu einer Übertragung von Urheberrechten führen

Bitte beachten Sie: Durch die Einwilligung in die Nutzungsbestimmung von Social-Media-Plattformen erklären Sie, der Eigentümer aller Rechte an den Inhalten und Informationen zu sein, die Sie auf der jeweiligen Plattform (z. B. Facebook) veröffentlichen.

Zusätzlicher Hinweis: Durch die Veröffentlichung der jeweiligen Inhalte übertragen Sie Ihre Nutzungsrechte an die betreffende Social-Media-Plattform.

Beispielhaft zitiert sei der folgende Absatz aus den Nutzungsbedingungen von Facebook:

„Für Inhalte wie Fotos und Videos, die unter die Rechte an geistigem Eigentum fallen, („IP-Inhalte“) erteilst du uns, sofern du in deiner Privatsphäre- und Anwendungseinstellungen nichts anderes einstellst, die folgende Erlaubnis: Du gibst uns eine nicht-exklusive, übertragbare, unterlizenzierbare, gebührenfreie, weltweite Lizenz für die Nutzung jeglicher IP-Inhalte, die du auf oder im Zusammenhang mit Facebook postest („IP-Lizenz“). Diese IP-Lizenz endet, wenn du deine IP-Inhalte oder dein Konto löschst, außer deine Inhalte wurden mit anderen Nutzern geteilt und diese haben die Inhalte nicht gelöscht.“<sup>1</sup>

### Schützen Sie Ihre Privatsphäre

Viele Webseiten erlauben Ihnen die Kontrolle darüber, wer sich Ihre Inhalte anschauen oder auf sie zugreifen kann. Nutzen Sie diese Möglichkeit. Beispiel: Auf Facebook können Sie unter „Einstellungen -> Privatsphäre-Einstellungen -> Profil“ einschränken, inwieweit Ihre Privatsphäre geschützt werden soll. Wir empfehlen Ihnen, alle Einstellungen (mit Ausnahme von „Profil“ und „Allgemeine Informationen“) auf „Nur Freunde“ zu setzen.

Schützen Sie sich vor Wurmern, Spam, Scam und Viren sowie Clickjacking- und Likejacking-Angriffen

Verfolgen Sie nur seriöse Postings und Links in Ihrem Newsstream, um negative Folgen für Ihren Ruf und Ihren Rechner zu vermeiden. Auch wenn eine solche Schadsoftware meist nur in Zusammenhang mit der Nutzung sozialer Plattformen funktioniert, kann sie viele Schäden auf Ihrem Account anrichten.

<sup>1</sup> <http://www.facebook.com/legal/terms>, Erklärung der Rechte und Pflichten, Punkt 2: Teilen deiner Inhalte und Informationen, Absatz 1.

Die negativen Effekte variieren je nach Schadsoftware und reichen von automatischen „Gefällt mir“-Postings (die Ihren Ruf durch die Verknüpfung mit kompromittierenden, peinlichen oder pornografischen Inhalten schädigen können) bis hin zu Viren oder Trojanern, die auf Ihrem Computer platziert werden.

Denken Sie an die Sicherheit

Veröffentlichen Sie niemals Einzelheiten wie Ihre Privatanschrift oder Anschriften von Kollegen. Bitte denken Sie daran, dass es sich bei persönlichen Details von Mitarbeitern vor Ort in vielen betrieblichen Bereichen um äußerst sicherheitsrelevante Daten handeln kann – zu diesen Details gehören auch die Namen sowie Fotos solcher Mitarbeiter.