

## Guideline

# Wie verhalte ich mich online?



## Sie ...

- ✓ sind Mitarbeitende/r der Migros Aare
  - ✓ nutzen digitale Medien
  - ✓ kommunizieren Online
- 

## Sie bewegen sich ...

- ✓ in den Social Media (beruflich und/oder privat)
  - ✓ in internen Online-Medien der Migros Aare (aare NET, aare APP)
  - ✓ in anderen digitalen Medien
- 

## Sie haben Fragen wie zum Beispiel:

- Was muss ich beachten, wenn ich selber etwas beitrage?
- Wie reagiere ich auf Beiträge?
- Gebe ich die Migros Aare in den beruflichen Netzwerken wie Xing und LinkedIn als Arbeitgeberin an?
- Social Media während der Arbeitszeit: Ja, nein, vielleicht?



# Grundvoraussetzungen im Online-Kontext

- ➔ Privatsphäre gehört zu den wichtigsten Grundrechten des Menschen.
- ➔ Digitaler Inhalt kann sich inert Sekunden auf der ganzen Welt verbreiten.
- ➔ Das Internet vergisst nicht.
- ➔ Online heisst Dialog, nicht Monolog.
- ➔ Online heisst Teilhaben lassen.

Seien Sie höflich, hören Sie zu und seien Sie sich der Auswirkungen und Konsequenzen Ihrer Online-Aktivitäten bewusst.

Es gelten die Grundprinzipien der Anständigkeit, Menschlichkeit, Unbefangenheit und Privatsphäre.

# Online-Verhaltenskodex

## Dos

Die wichtigsten allgemeingültigen Grundsätze im Online-Verhalten

## Don'ts

Online-Verhalten das allgemeingültig, inakzeptabel und zu vermeiden ist

## Während der Arbeitszeit

Zusätzliche Anforderung im Geschäftskontext (Auftreten als Mitarbeitende/r der Migros Aare) bzw. während der Arbeitszeit

## Verhaltenskodex

Als Mitarbeitende und Mitarbeitender der Migros Aare stimmen Sie zu, diesem Verhaltenskodex stets zu folgen.

## Allgemeingültige Online-Verhaltensgrundsätze

Ich bin ...

### verantwortlich

Seien Sie sich der Konsequenzen Ihrer Online-Aktivitäten bewusst. Schreiben Sie nichts, was Sie nicht auch genauso einer Person gegenüber persönlich mitteilen würden.

### respektvoll/freundlich

Respektieren Sie andere Nutzer und deren Meinungen. Vergessen Sie auch bei Forenbeiträgen, Kommentaren oder sonstigen Beiträgen nicht den freundlichen Ton und das Grüßen.

### glaubwürdig/transparent

Kommunizieren Sie keine Lockangebote oder vorsätzlich falsche Informationen. Verlinken Sie auf die Quelle oder die Grundlage Ihrer Information. Wenn Sie sich nicht sicher sind, dann schreiben Sie lieber nicht.

### bedacht/überlegt

Bleiben Sie sachlich bei Meinungsäusserungen und Diskussionen. Handeln Sie bedacht bei Thematiken, die emotional besonders sind (bspw. Politik, Religion, Ethik). Nutzen Sie die vorhandenen Privatsphäre-Einstellungen der Social Media Kanäle, um die Sichtbarkeit Ihrer Beiträge zu kontrollieren.

### aufmerksam

Social-Media-Kanäle stiften nur dann Mehrwert, wenn man auch zuhört und auf andere Nutzer eingeht.

### deutlich

Versuchen Sie stets, Missverständnissen vorzubeugen. Meiden Sie daher Ironie oder Zweideutigkeit. Kommunizieren Sie, wer der Absender ist und in welcher Rolle die Aussage gemacht wird.

# Allgemein inakzeptables Online-Verhalten

Ich bin nicht ...

## gesetzeswidrig

Unterbinden Sie jegliche Inhalte, welche die Rechte von Dritten verletzen oder falsche/unerlaubte Inhalte aufweisen.

## unangemessen

Unterbinden Sie rassistische, ethische, sexuelle, politische, religiöse und sonstige diskriminierende Kommentare oder Abfälligkeiten jeglicher Form.

## unsachlich

Vermeiden Sie die Teilnahme an sogenannten „Shitstorms“. Interne Anliegen (bspw. Unzufriedenheit mit dem Chef) sind nicht öffentlich an den Pranger zu stellen. Impulsive Antworten auf beleidigende oder negative Äusserungen und das Verharren im Verteidigungsmodus sind absolute Tabus.

## nachlässig

Vermeiden Sie die Veröffentlichung privater Äusserungen mit Bezug auf die Migros Aare, ohne sämtliche Inhalte eindeutig als eigene, persönliche Meinung zu deklarieren.

## fahrlässig

Unterbinden Sie die Verbreitung geheimer, vertraulicher oder interner Informationen, sowie Aussagen zu Informationen die (noch) nicht öffentlich publiziert worden sind, nach aussen – durch Social-Media-Kanäle (wie z.B. Facebook), durch E-Mails oder durch sonstige digitale Kanäle.

Die Don'ts gelten als allgemeingültig inakzeptabel und werden damit als «Online Fehlverhalten» deklariert. Bei der Feststellung eines Online-Fehlverhaltens bei Kollegen oder Vorgesetzten ist die Abteilung Personelles per E-Mail an [personelles@migrosaare.ch](mailto:personelles@migrosaare.ch) zu informieren.

## Zusätze im Geschäftskontext

Als Mitarbeitende/r der Migros Aare beachte ich ausserdem ...

### Sorgfalt

Vor Veröffentlichung sind sämtliche Aussagen mit Sorgfalt zu prüfen. Einmal getätigte Äusserungen im Internet lassen sich in vielen Fällen nur sehr schwierig bzw. gar nicht mehr vollständig entfernen.

### klare Identität

Es ist ein grosser Unterschied, ob Sie sich „im Namen der“ oder „über die“ Migros Aare äussern. Sowohl als Privatperson wie auch als Mitarbeitende/r der Migros Aare können Sie grundsätzlich nur „über die“ Migros Aare sprechen und tun das dann immer unter Ihren eigenen Namen. „Im Namen der“ Migros Aare äussern sich ausschliesslich dazu befugte und entsprechend geschulte Mitarbeitende.

### Datenschutz

Kundendaten und jegliche Personendaten (auch von Mitarbeitenden) sind absolut vertraulich und keine Inhalte für die Kommunikation – Online sowie Offline.

### Interaktion

Begrüssen Sie stets den Austausch mit Anderen und fördern Sie aktiv den Dialog.

### Urheberrechte

Beachten Sie unter allen Umständen die Einhaltung der gesetzlichen Regelungen zum Schutz geistigen und materiellen Eigentums (bspw. Copyright). Deklarieren Sie externe Inhalte klar als solche; fügen Sie Quellen gut sichtbar ein.

### Werte

Leben Sie auch Online die Werte der Migros Aare: „Draablibe“, Glaubwürdigkeit, Innovationsfreudigkeit, Nähe und Leistungsorientierung.

### Vertraulichkeit

Ihre Pflichten aus dem Arbeitsvertrag gelten auch Online: Veröffentlichen Sie weder On- noch Offline jegliche Unternehmensinformationen operativer, finanzieller oder rechtlicher Natur, sowie Informationen die Dienstleister betreffen.

### Serviceorientierung

Informativ, hilfsbereit, zuvorkommend: Auch Online ist die Migros Serviceanbieter/Dienstleister. Verhalten Sie sich so, wie auch Sie gerne behandelt werden möchten.

# Grundsätze für vorbildliches Online-Verhalten als Mitarbeitende/r der Migros Aare



## Unternehmenszugehörigkeit in den Social Media

Die Migros Aare begrüsst es, wenn Mitarbeitende ihre Zugehörigkeit zur Migros Aare öffentlich angeben (bspw. in den beruflichen Netzwerken Xing und LinkedIn) – unter der Bedingung, dass die Migros Aare für keinerlei Inhalte haftet oder zur Verantwortung gezogen werden kann.



## Social Media während der Arbeitszeit

Die private Nutzung von Social Media gehört in die Pausen und Freizeit.

Der Job steht an erster Stelle. Aufgabenerfüllung und Leistung sollten nicht unter Online-Aktivitäten leiden.



## Unternehmensbezug bei Inhalten oder Äusserungen

Mitarbeitenden ist es gestattet, in Social Media öffentlich private Äusserungen zur Migros Aare zu tätigen (z.B. Zmittag in der Migros Aare auf Instagram) – insofern sämtliche Inhalte eindeutig als eigene, persönliche Meinung gekennzeichnet sind. Die Mitarbeitenden tragen selbst die Verantwortung für die Auswirkungen ihrer Handlungen.



## Zensieren von Beiträgen mit Unternehmensbezug

Die Migros Aare behält sich das Recht vor, Äusserungen und Inhalte, welche sich auf die Migros Aare beziehen oder mit der Migros Aare in Verbindung gebracht werden, zu melden, zu verbergen oder zu löschen – wenn diese gegen Gesetze, Rechte Dritter, den (Online-) Verhaltenskodex oder vorangehend genannte Voraussetzungen verstossen.

# Rechtliche Grundlagen für vorbildliches Online-Verhalten

## Schweizerisches Zivilgesetzbuch (ZGB) – Schutz der Persönlichkeit und Privatsphäre

- Jede Person hat Anspruch auf Achtung ihrer Persönlichkeit, ihres Privat- und Familienlebens, ihrer Wohnung sowie ihres Brief-, Post- und Fernmeldeverkehrs.
- Die Verletzung der Persönlichkeit und der Privatsphäre (bspw. durch beleidigende Äusserungen, unbefugte Verwendung einer Fotografie) kann zur gerichtlichen Anordnung der Beseitigung der Verletzung (bspw. Löschung von persönlichkeitsverletzenden Websiteinhalten) sowie zu Schadenersatzpflicht führen.

## Bundesgesetz über den Datenschutz (DSG/ VDSG)

- Personendaten dürfen nur rechtmässig beschafft und bearbeitet werden und die Bearbeitung hat nach Treu und Glauben zu erfolgen und verhältnismässig zu sein (bspw. Personendaten zu löschen, wenn sie nicht mehr benötigt werden).
- Personendaten dürfen nur zu dem Zweck bearbeitet werden, der bei Beschaffung angegeben wurde
- Informationen dürfen nicht ins Ausland übermittelt werden (ausser bei gesetzlich geregelten Ausnahmen)
- Personendaten müssen durch angemessene technische und organisatorische Massnahmen gegen unbefugtes Bearbeiten geschützt werden
- Die Verletzung des Datenschutzes kann zu den gleichen Konsequenzen wie die Verletzung der Persönlichkeit und der Privatsphäre führen

## Bundesgesetz über das Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (URG)

- Schutz des geistigen Eigentums (bspw. Bilder, Fotos, Texte, Logos, Musik oder Audiofiles/Filmmaterial)
- Urheber oder Urheberin ist die natürliche Person, die das Werk geschaffen hat. Die Urheberrechte werden jedoch regelmässig an Verlage, Agenturen etc. übertragen.
- Geschützt sind auch die Inhaber der sogenannten verwandten Schutzrechte, bspw. die Produzenten von Ton und Tonbildträgern (bspw. CDs, DVDs, BDs).

- Die Inhaber der Urheberrechte und die Inhaber der verwandten Schutzrechte haben das ausschliessliche Recht zu bestimmen, ob, wann und wie ihre Werke bzw. Ton- und Bildträger verwendet, bspw. kopiert und wiedergegeben, werden dürfen.
- Die Verletzung des Urheberrechts kann zur gerichtlichen Anordnung der Beseitigung der Urheberrechtsverletzung (bspw. Löschung von verletzenden Websiteinhalten) sowie zu Schadenersatzpflicht führen und ist zudem auch strafbar.

### Auch online greift das Urheberrecht

- Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass sämtliche Inhalte geschützt sind und stets eine Erlaubnis vom Inhaber der Urheberrechte bzw. verwandten Schutzrechte benötigt wird.
- Text: Rechtssicher zitieren, ohne die Zustimmung des Rechteinhabers dürfen nur kurze Ausschnitte verwendet werden und die Quelle muss deutlich als solche erkennbar gemacht werden.
- Bilder/Fotos/Audio/Video: Die Verwendung (auch nur ausschnittsweise) ist nur mit Zustimmung des Rechteinhabers zulässig (Lizenz); Quelle und Urheber sind deutlich als solche erkennbar zu machen (bspw. durch Logoplatzierung)
  - Als unproblematisch gelten: Eigene, selbst beauftragte oder gekaufte Bilder/Videos/Audiodateien.
  - Vorsichtig zu behandeln bzw. zu prüfen sind: Bilder/Videos/Audiodateien von Dritten. Diese dürfen nur mit einer entsprechenden Lizenz verwendet werden, falls sie vom Rechtsinhaber nicht ausdrücklich zur freien Verwendung freigegeben sind.

### Markenschutzgesetz (MschG)

- Marken sind Zeichen (Wort, Bild oder kombinierte Wort-/Bildmarken) zur Kennzeichnung von Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens.
- Der Inhaber der Marke hat das ausschliessliche Recht, die Marke für die Kennzeichnung von Waren oder Dienstleistungen zu verwenden.
- Geschützt sind nur Marken, welche registriert sind und nur mit Bezug auf die im Register angegebenen Waren/Dienstleistungen (Ausnahme: sog. berühmte Marken, für welche der Schutz für alle Arten von Waren/Dienstleistungen gilt).

- Die Verletzung des Markenrechts kann zur gerichtlichen Anordnung der Beseitigung der Markenverletzung (z.B. Löschung von verletzenden Websiteinhalten) sowie zu Schadenersatzpflicht führen und ist zudem auch strafbar.

## Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)

- Unlauter und widerrechtlich ist jedes täuschende oder in anderer Weise gegen den Grundsatz von Treu und Glauben verstossende Verhalten oder Geschäftsgebahren, insbesondere
  - die Herabsetzung anderer Unternehmen und deren Leistungen durch unrichtige, irreführende oder unnötig verletzende Äusserungen
  - unrichtige oder irreführende Angaben über das eigene Unternehmen und dessen Leistungen
  - das Herbeiführen von Verwechslungen mit anderen Unternehmen oder deren Leistungen, z.B. durch Verwendung verwechselbarer Marken und sonstiger Kennzeichen (Firmennamen, Logos etc.)
- Die Verwertung fremder Leistung, z.B. das unerlaubte Kopieren, gilt als unlauter
- Unlauteres Verhalten kann zur gerichtlichen Anordnung der Beseitigung der Unlauterkeit (z.B. Löschung von unlauteren Websiteinhalten) sowie zu Schadenersatzpflicht führen und ist zudem auch strafbar.

## Schweizerisches Strafgesetzbuch (StGB)

- Bei widerrechtlichem, unlauterem, unehrenhaftem Offenbarung von Geschäftsgeheimnissen, ehrverletzendem Verhalten und bei illegalen Inhalten greift auch online das Strafgesetzbuch
- Gegen unlautere Geschäftspraktiken, die Kollektivinteressen gefährden oder verletzen, kann mittels Straf- oder Zivilklage interveniert werden (Verweis aus 23 des UWG)
- Verletzung des Fabrikations- und Geschäftsgeheimnisses (Art. 162),
- Vergehen gegen die Ehre: üble Nachrede (§Art. 173), Verleumdung (§Art. 174), Beschimpfung (§Art. 177)
- Illegale Inhalte: Gewaltdarstellungen (Art. 135), Pornografie (Art. 197), Rassendiskriminierung (Art. 261).