

## Roche Grundsätze für Social Media

Social Media Angebote wie Blogs, Wikis, Online-Netzwerke (z.B. Facebook, YouTube, LinkedIn usw.), Team Spaces oder personalisierte Websites verändern die Art und Weise, wie wir kommunizieren, miteinander umgehen und unsere Geschäfte abwickeln – dies betrifft Patienten, Kunden und andere Anspruchsgruppen sowohl ausserhalb wie innerhalb von Roche.

Obwohl ständig neue Social Media Angebote entstehen, bleibt ein Grundaspekt aus der traditionellen Kommunikation immer gleich: Es geht darum, den Dialog zu suchen, Informationen zu liefern und auszutauschen sowie Verständnis zu schaffen. Die Schnelligkeit, der Interaktivitätsgrad und der globale Zugang zu sämtlichen publizierten Informationen benötigen jedoch besondere Aufmerksamkeit für eine angemessene Beteiligung an Social Media Aktivitäten.

Roche erkennt den Nutzen und die Allgegenwart von Social Media Plattformen und begrüsst deren Anwendung – andererseits sind wir uns aber auch bewusst, dass diese neuen Kanäle gewisse Risiken bergen. Aus diesem Grund haben wir diese Roche Grundsätze für Social Media erarbeitet, die helfen sollen, diese neuen Kommunikationsformen verantwortungsvoll zu nutzen. In Anbetracht der fortgesetzten und schnellen Entwicklungen in diesem Bereich werden wir die Grundsätze regelmässig überprüfen und gegebenenfalls anpassen.

Grundsätzlich gelten auch für die Online-Welt dieselben Grundregeln wie für die Kommunikation in herkömmlichen Medien: Integrität, Mut und Leidenschaft gepaart mit gesundem Menschenverstand sowie der [Verhaltenskodex der Roche-Gruppe](#) und [weitere Richtlinien](#).

Bei Fragen stehen Ihnen unsere Kommunikationsteams oder das Roche [Social Media Advisory Board](#) gerne zur Verfügung.

Basel, August 2010

## Grundregeln für die Beteiligung an Online-Kommunikationen

Es ist ein grosser Unterschied, ob man sich „im Namen von“ Roche äussert (z.B. als offizieller Mediensprecher) oder ob man sich „über“ Roche äussert bzw. unsere Produkte oder Geschäftspartner. Es ist wichtig, dass Sie sich stets bewusst sind, in welcher Funktion Sie wahrgenommen werden und welche Rolle Sie in Social Media Netzwerken einnehmen.

Wie mit herkömmlichen Medien haben wir im Internet die Chance – und die Verantwortung –, den Ruf des Unternehmens mitzugestalten und unter den Tausenden von Online-Konversationen, in denen wir täglich vorkommen, diejenigen auszuwählen, an denen wir uns beteiligen wollen.

Nehmen Sie sich die Zeit, trotz der Schnelligkeit und Dringlichkeit, Ihren Beitrag abzuwägen und zu planen. Bedenken Sie dabei immer, dass Ihre Beteiligung in Social Media keine einmalige Aktion ist. Überlegen Sie sich ein langfristiges Konzept: Mit wem wollen Sie interagieren, mit welcher Absicht und welchem Ergebnis, was sind die Chancen und Risiken?

Sobald Sie in Dialog treten, entstehen Erwartungen an Sie, auf die Sie angemessen und sachkundig eingehen müssen; nicht nur einmal, sondern längerfristig. Definieren Sie daher einen klaren Plan und Verantwortlichkeiten, wie bei anderen Kommunikationsprojekten auch.

Unsere Grundwerte – Integrität, Mut und Leidenschaft – bilden zusammen mit dem [Verhaltenskodex](#) sowie den [Kommunikationsrichtlinien der Roche Gruppe](#) den Rahmen, in dem alle Mitarbeitenden die neuen Plattformen nutzen können, während gleichzeitig die Risiken für das Unternehmen und den Mitarbeitenden minimiert werden.

### Roche Grundsätze für Social Media in Kürze:

7 Regeln für PRIVATE Online-Aktivitäten <i>Äusserungen über Roche</i>	7 Regeln für PROFESSIONELLE Online-Aktivitäten - <i>Äusserungen im Namen von Roche</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Seien Sie sich bewusst, dass private und geschäftliche Themen überlappen können.</li> <li>▪ Sie sind für Ihre Handlungen verantwortlich.</li> <li>▪ Halten Sie sich an den Verhaltenskodex der Roche-Gruppe.</li> <li>▪ Bedenken Sie die globale Reichweite.</li> <li>▪ Seien Sie vorsichtig, wenn Sie sich über Roche äussern. Geben Sie nur öffentlich zugängliche Informationen wieder.</li> <li>▪ Geben Sie Ihre Roche-Zugehörigkeit zu erkennen und weisen Sie darauf hin, dass die geäusserten Meinungen Ihre eigenen sind.</li> <li>▪ Achten Sie auf Stimmungswandel und kritische Themen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Befolgen Sie den Verhaltenskodex und die Kommunikationsrichtlinien der Roche Gruppe.</li> <li>▪ Beachten Sie die Genehmigungsprozesse für Publikationen und Aussagen.</li> <li>▪ Beachten Sie Urheberrechte und würdigen Sie die Autoren.</li> <li>▪ Seien Sie besonders vorsichtig, wenn Sie sich zu Roche-Produkten oder Finanzdaten äussern.</li> <li>▪ Geben Sie sich als Vertreter von Roche zu erkennen.</li> <li>▪ Beobachten Sie Social Media Plattformen, die für Sie relevant sind.</li> <li>▪ Kennen und befolgen Sie die Richtlinien zum Dokumentenmanagement.</li> </ul>

## 7 Regeln für private Online-Aktivitäten

### *Äusserungen „über“ Roche*

Diese Grundsätze gelten für alle persönlichen Online-Aktivitäten, bei denen Sie sich auf Roche selbst oder auf ein Produkt oder Geschäft von Roche beziehen:

- 1. Seien Sie sich bewusst, dass private und geschäftliche Aktivitäten überlappen können.**  
Außenstehende unterscheiden möglicherweise nicht zwischen Ihrem privaten und geschäftlichen Profil in sozialen Netzwerken. Roche respektiert die Redefreiheit aller Mitarbeitenden, aber Sie müssen sich im Klaren darüber sein, dass Patienten, Kunden, Mitbewerber und auch Arbeitskollegen Zugang zu Inhalten haben können, die Sie im Internet veröffentlichen. Dies müssen Sie berücksichtigen, wenn Sie sich zu Themen äußern, die Roche betreffen könnten. Beachten Sie, dass Informationen, die ursprünglich nur für eine kleine Gruppe bestimmt waren, weitergeleitet werden können.
- 2. Sie sind für Ihre Handlungen verantwortlich.** Ihre Beiträge in sozialen Netzwerken sind öffentlich und können noch für sehr lange Zeit für ein breites Publikum – intern wie extern – auffindbar und abrufbar sein. Falls durch einen solchen Beitrag unseren Geschäften oder unserem Ruf geschadet wird, sind letztendlich Sie verantwortlich. Das bedeutet nicht, dass Sie auf sämtliche Aktivitäten verzichten müssen. Sie sollten aber gesunden Menschenverstand walten lassen und im Umgang mit Social Media mindestens so sorgfältig sein, wie bei anderen Kommunikationsformen.
- 3. Halten Sie sich an den Verhaltenskodex der Roche-Gruppe** sowie an alle anderen [Grundsätze, Richtlinien und Positionen](#) von Roche (Datenschutz, Regeln zum Insiderhandel usw.). Begegnen Sie allen Teilnehmern stets mit Respekt unabhängig der ethnischen Zugehörigkeit, Religion und Kultur. Ihr Verhalten im Internet fällt nicht nur auf Sie selbst zurück – es kann sich auch auf Roche und unsere Mitarbeitenden auswirken.
- 4. Bedenken Sie die globale Reichweite.** Auch Beiträge, die auf einer „lokalen“ Plattform veröffentlicht werden, können global zugänglich sein. Dies zu beachten, ist in unserem reglementierten Geschäft besonders wichtig: Während Ihre Aussage in einigen Teilen der Welt zutreffen mag, kann sie in anderen Ländern falsch aufgefasst werden oder Vorschriften verletzen. Beachten Sie, dass unterschiedliche Kulturen unterschiedliche Werte haben und Äusserungen, die in einer Kultur zulässig sind oder sogar für lustig gehalten werden, in einer anderen Kultur als beleidigend gelten können. Behalten Sie diese „Weltsicht“ im Blick, wenn Sie sich an Online-Konversationen beteiligen.
- 5. Seien Sie vorsichtig, wenn Sie sich über Roche äussern. Geben Sie nur öffentlich zugängliche Informationen wieder.** Es ist Ihnen untersagt, sich über den Umsatz, Zukunftspläne oder den Aktienkurs von Roche zu äussern, da dies zu ernsthaften rechtlichen Konsequenzen für Sie und das Unternehmen führen könnte. Beteiligen Sie sich nur an Diskussionen, wenn Sie mit dem Thema vertraut sind. Stellen Sie sicher, dass Sie nur Informationen wiedergeben, die öffentlich zugänglich sind. Falls Sie nicht sicher sind, ob die Informationen öffentlich zugänglich sind oder ob es aus anderen Gründen unangebracht ist, diese bekannt zu geben, kontaktieren Sie bitte vor der Publikation solcher Informationen Ihre Kommunikationsabteilung.
- 6. Geben Sie Ihre Roche-Zugehörigkeit zu erkennen,** wenn Sie sich in einem öffentlichen Forum, auf einer Website oder in einem persönlichen Blog über ein Produkt oder Projekt von Roche oder einem Mitbewerber äussern, und weisen Sie darauf hin, dass es sich um Ihre persönliche Meinung

und nicht um die von Roche handelt. (Beispiel: „Ich arbeite für Roche. Alle geäußerten Meinungen sind meine eigenen und repräsentieren nicht zwingend die Ansichten meines Arbeitgebers.“)

7. **Achten Sie auf Stimmungen und kritische Themen.** Auch wenn Sie nicht als offizieller Roche-Sprecher oder -Sprecherin im Internet auftreten, sind Ihre Feststellungen für uns sehr wichtig. Falls Sie im Web auf positive oder negative Bemerkungen über Roche oder unsere Produkte stossen, die Sie für wichtig halten, teilen Sie uns dies bitte mit, indem Sie die betreffenden Informationen an Ihre lokale Kommunikationsabteilung weiterleiten.

Dies ist umso wichtiger im Fall von unerwarteten Nebenwirkungen unserer Produkte: Falls Sie auf Informationen stossen, bei denen jemand auf glaubwürdige und identifizierbare Weise Nebenwirkungen nach der Einnahme eines unserer Medikamente erwähnt, senden Sie diese Informationen bitte umgehend an das [globale Drug-Safety-Team](#) für weitere Massnahmen.

## 7 Regeln für professionelle Online-Aktivitäten

### *Äusserungen „im Namen von“ Roche*

Die folgenden Grundsätze zeigen auf, was beachtet werden muss, wenn man im Internet als offizieller Sprecher von Roche auftritt:

1. **Befolgen Sie den [Verhaltenskodex](#) und die [Kommunikationsrichtlinien](#) der Roche Gruppe.** Unser Engagement für Transparenz, ausgewogene Informationen und die einheitliche Behandlung sämtlicher Parteien ist das Herzstück von allen unseren Kommunikationsaktivitäten. Sämtliche Handlungen stehen im Einklang mit unseren Konzernwerten und -grundsätzen und sind auf das entsprechende Publikum zugeschnitten.
2. **Beachten Sie die Genehmigungsprozesse für Publikationen und Aussagen.** Alle Kommunikation von Roche muss korrekt und klar sein und unserem Standard entsprechen. Grundsätzlich gilt der gleiche Genehmigungsprozess wie bei sonstigen offiziellen Aussagen oder Publikationen von Roche.  
Angesichts der Interaktivität und Schnelligkeit des neuen Mediums ist es jedoch nicht realistisch, dass bei jeder Rückmeldung der vollständige Genehmigungsprozess durch die Kommunikationsabteilung sowie die rechtlichen und behördlichen Bereiche durchlaufen wird. Aus diesem Grund sollten Sie mit Ihren dafür zuständigen Partnern eine gemeinsame Vereinbarung ausarbeiten, die die Bandbreite der Themen und Vorgänge definiert, die nicht dem normalen Prozess unterliegen. Hier ist Ihr professionelles Urteilsvermögen als Kommunikationsexperte gefragt. Falls Sie Zweifel bezüglich einer Aussage haben, beraten Sie sich mit einem erfahrenen Kommunikationskollegen oder dem Social Media Advisory Board.
3. **Beachten Sie Urheberrechte und würdigen Sie die Autoren.** Stellen Sie stets sicher, dass die ursprünglichen Autoren sämtlicher Inhalte, die Sie von Dritten veröffentlichen (Texte, Bilder, Warenzeichen, Videos usw.), erwähnt werden, und dass Roche über die Urheberrechte oder die schriftliche Genehmigung zur Verwendung dieses Materials verfügt.

4. **Seien Sie besonders vorsichtig, wenn Sie sich über Roche-Produkte oder Finanzdaten äussern.** Die Kommunikation über den Umsatz, zukünftige Pläne oder den Aktienkurs von Roche sowie Aussagen über unsere Produkte (potenzielle „Werbung“) bleiben den Spezialisten auf diesem Gebiet vorbehalten, die dafür ausgebildet sind. Falls Sie Informationen im Zusammenhang mit diesen Bereichen liefern müssen, halten Sie sich an die entsprechenden Leitfäden oder beziehen Sie sich auf Inhalte, die öffentlich zur Verfügung stehen (z.B. auf der Website von Roche). Sämtliche Informationen müssen vor der Publikation von Ihrer Rechts- und Kommunikationsabteilung genehmigt werden. Dies gilt auch für Beiträge in Foren oder Wissensdatenbanken wie Wikipedia.
5. **Geben Sie sich als Vertreter von Roche zu erkennen.** Wenn Sie im Namen von Roche kommunizieren, versteht es sich von selbst, dass Sie immer Ihren vollständigen Namen sowie die Funktion, in der Sie auftreten, angeben. Legen Sie offen, was Ihre Rolle in der entsprechenden Social Media Plattform oder Netzwerk ist und beziehen Sie sich bei Bedarf auf diese Richtlinien oder ein spezifisches Reglement (z.B. auf einem Roche-eigenen Kanal).
6. **Beobachten Sie die Social Media Kanäle, die für Sie relevant sind.** Sie sollten stets wissen, worüber diskutiert wird, damit Sie im Bedarfsfall reagieren können. Definieren Sie Prozesse, wie z.B. mit Berichten über unerwartete Nebenwirkungen unserer Medikamente umgegangen wird oder wie Sie auf Meldungen mit möglicherweise unangebrachtem oder illegalem Inhalt, die in Ihren Zuständigkeitsbereich fallen, reagieren.
7. **Kennen und befolgen Sie die Richtlinien zum Dokumentenmanagement.** Roche hat behördliche und gesetzliche Verpflichtungen, bestimmte Informationen aufzuzeichnen und aufzubewahren. Sie müssen deshalb sicherstellen, dass alle relevanten Informationen, die als Position von Roche interpretiert werden können, aufgezeichnet und im Einklang mit der Roche-Richtlinie zum Dokumentenmanagement (Roche Records Management Directive) aufbewahrt werden. Dokumentieren Sie entsprechende Interaktionen in den sozialen Netzwerken. Da Online-Konversationen oft schnell und kurzlebig sind, ist es wichtig, dass Sie diese aufzeichnen, wenn Sie Roche offiziell vertreten. Denken Sie daran, dass Online-Aussagen des Unternehmens den gleichen rechtlichen Standards wie herkömmliche Kommunikationsmedien unterliegen können.