



Social Media Policy

Datum / Versie: mei 2025 / 2.1

Proces: Algemene naleving

Uitgever: Chief Compliance Officer

P 1 | 5

Beleid voor sociale media

Geldig vanaf september 2021

De Hilti Group ("Hilti") promoot ethisch gedrag als onderdeel van onze bedrijfscultuur. Dit beleid beschrijft de secties van de Hilti Gedragscode met betrekking tot integriteit.

Het beleid inzake sociale media moet worden nageleefd wanneer werknemers bijdragen aan socialemediaplatforms met betrekking tot Hilti, terwijl het geen betrekking heeft op het privégebruik van socialemediaplatforms die geen verband houden met Hilti. Socialemediaplatforms omvatten externe en interne online tools zoals blogs en microblogs (bijv. X, Viva Engage, YouTube, wiki's (bijv. Wikipedia), sociale netwerken (bijv. Facebook, Instagram, REDi), professionele netwerken (bijv. LinkedIn) en communitybuildingsites die worden gebruikt om vrijwillig inhoud, meningen, inzichten, ervaringen en perspectieven te delen om gesprekken en interactie tussen mensen te vergemakkelijken. Het juiste gebruik van sociale mediaplatforms veronderstelt eigen verantwoordelijkheid en is in overeenstemming met de Hilti-waarden en het principe van empowerment van medewerkers. Er gelden speciale regels voor teamleden die communiceren via officiële Hilti-kanalen.

Dit beleid is van toepassing op (i) Hilti Corporation, (ii) elk van de dochterondernemingen waarin Hilti Corporation wettelijk, direct of indirect, meer dan de helft van het uitgegeven (aandelen)kapitaal bezit of die anderszins onder zeggenschap staat van Hilti Corporation (door de mogelijkheid om haar zaken te leiden en/of om de samenstelling van haar raad van bestuur of gelijkwaardig orgaan te controleren) en (iii) alle werknemers van de voornoemde, waaronder directeuren, functionarissen en managers, stagiaires en uitzendkrachten. Externe vertegenwoordigers van Hilti moeten ook de bepalingen van dit beleid naleven en zullen de naleving van de principes hiervan aanmoedigen, binnen het kader van hun bevoegdheden en verantwoordelijkheden.



Basisregels

Je moet:

1. **Volg de Gedragscode ook online.**
2. **Identificeer uzelf en uw rol/relatie met Hilti.**
3. **Houd bedrijfsinformatie vertrouwelijk.**
4. **Respecteer persoonlijke rechten en bescherm persoonlijke gegevens.**
5. **Schrijf alleen over onderwerpen waar je goed thuis in bent.**
6. **Deel alleen foto's/video's van Hilti-producten die worden gebruikt volgens de gebruiksaanwijzing en de gebruiker draagt de vereiste persoonlijke beschermingsmiddelen (PBM)**

Je zou moeten:

- **Fungeren als rolmodel en authentiek zijn**
- **Houd het simpel.**
- **Ga ervan uit dat alles wat u online schrijft, openbaar wordt en wees voorzichtig.**
- **Zeg het juiste op het juiste moment.**
- **Geef prioriteit aan kwaliteit boven kwantiteit.**

Zie de woordenlijst voor meer informatie.

Als je reageert:

U kunt reageren op:

- een positieve of neutrale opmerking;
- een opmerking of vraag die in uw vakgebied ligt;
- algemene vragen over Hilti.

Wees voorzichtig als je reageert op:

- grappen/ribbels maken over de producten en diensten van Hilti of over Hilti als bedrijf,
- Negatieve of aanstootgevende opmerkingen of vragen - neem liever contact op met uw lokale social media-manager om de reactie op elkaar af te stemmen.

Als u post of publiceert

Voordat u informatie deelt, moet u controleren of de informatie up-to-date is en correct zijn, en de bron valideren en vermelden.

Wanneer u afbeeldingen in uw bericht opneemt, zorg er dan voor dat ze geen vertrouwelijke informatie onthullen, bijvoorbeeld op de achtergrond.

Officiële communicatie naar het publiek, journalisten en de media vindt uitsluitend plaats via het management, bedrijfscommunicatie of duidelijk geautoriseerde medewerkers.

Aanvullende wettelijke richtlijnen moeten worden nageleefd door social media managers, corporate

communications, employer branding en brand & digital marketing teams – of speciaal gemachtigde communicatiegroepen via officiële Hilti-kanalen¹.

Niet doen

- schrijf geen eigen berichten over strategische onderwerpen (duurzaamheid, productiviteit, veiligheid, Spec2Site), maar plaats alleen officiële Hilti-inhoud voor deze onderwerpen - onjuiste feiten kunnen ons blootstellen aan juridische uitdagingen!
- spreek onze concurrenten aan met naam of met andere merkidentificaties, zoals kleur of slogan,
- geen vergelijkingen met concurrenten - Focus op onze sterke punten zonder concurrenten te noemen of hun logo's te gebruiken
- etnische beledigingen, persoonlijke beledigingen, obsceniteiten gebruiken, crimineel, discriminerend, haatdragend of intimiderend materiaal plaatsen/delen,
- Hilti koppelen aan negatieve of controversiële inhoud,
- uw Hilti-e-mailadres gebruiken om u te registreren op sociale mediaplatforms buiten Hilti
- vragen te beantwoorden buiten je vakgebied;
- Ga in uw eentje crisissituaties aan

Hilti heeft teams die social media monitoren en getraind zijn om te reageren op lastige online discussies of (potentiële) crisissituaties. Neem contact met hen op voor ondersteuning. Neem voor wereldwijde ondersteuning contact op met [het Global Social Platforms Team](#).

Bescherming van persoonlijke rechten en rechten van derden

In verband met het gebruik van sociale media moeten de rechten van personen en derden (bijv. persoonlijke rechten, auteursrechten, handelsmerken of activa/locaties van derden) in acht worden genomen. Het gaat hierbij niet alleen om content die door jou is gemaakt, maar ook om door derden.

Bekijk de algemene voorwaarden

Lees de algemene voorwaarden van de respectievelijke sociale mediaplatforms en stel de privacy-instellingen in op basis van uw doel.

Sancties

Activiteiten op sociale media die in strijd zijn met de regels van dit beleid zullen dienovereenkomstig worden bestraft. Houd er rekening mee dat alle vereisten van uw arbeidsovereenkomst (bijv. om bedrijfs- en bedrijfsgeheimen te beschermen), uw contractuele verplichtingen inzake overweging, de Gedragscode en het Antidiscriminatiebeleid ook van

¹ Bekijk [juridische richtlijnen](#), [instructies voor video-](#) en [bewegingsontwerp](#) en [regels voor het maken van inhoud met kunstmatige intelligentie \(AI\)](#) die wereldwijd van toepassing zijn.



toepassing zijn op uw gedrag op sociale mediaplatforms, als dit verband houdt met Hilti.

De sancties zijn afhankelijk van de ernst van de zaak en kunnen variëren van waarschuwingen en herinneringen tot onmiddellijke beëindiging, civiele vordering tot schadevergoeding en strafrechtelijke vervolging in overeenstemming met de toepasselijke lokale wetgeving.

Woordenlijst/ Definities

Volg de Gedragscode ook online.

- Dezelfde principes en richtlijnen die van toepassing zijn op de activiteiten van Hilti-teamleden in het algemeen - zoals de gedragscode en gedragsregels in competitie, de richtlijnen voor de bescherming van informatie en het cyberbeveiligingsbeleid - zijn ook van toepassing op de activiteiten van Hilti-medewerkers op socialemediaplatforms.
- Integriteit, Moed, Teamwork en Toewijding betekent handelen zoals je zou doen in elke sociale situatie en omgeving; Wees nooit bang om te spreken of te spreken; Wees een goede burger van het internet.

Identificeer jezelf.

- Transparantie is het beste beleid, identificeer altijd uw relatie met Hilti als u een Hilti-product of -dienst online onderschrijft, moet u in de eerste persoon schrijven. Als je dat doet, gebruik dan je echte naam en wees duidelijk over je rol. Laat echter nooit de indruk achter dat u officieel namens Hilti spreekt. Maak geen profielen, pagina's of accounts aan die de naam Hilti of het Hilti-logo gebruiken.
- Gebruik "ik" in plaats van "wij" voor communicatie.

Houd bedrijfsinformatie vertrouwelijk.

- Respecteer de vertrouwelijkheid van bedrijven, bijvoorbeeld voor toekomstige producten, vertrouwelijke documenten, contracten, verkoopresultaten of bedrijfsgeheimen van Hilti, onze klanten of aannemers.
- Dit omvat het niet citeren of verwijzen naar klanten, partners of leveranciers van Hilti zonder toestemming. Vraag toestemming om gesprekken te publiceren of te rapporteren. Neem geheimhoudings- en andere vertrouwelijkheidsvereisten in acht.

Respecteer persoonlijke rechten en bescherm persoonlijke gegevens.

- Foto's en andere visuele opnamen vereisen de voorafgaande toestemming van de fotograaf en/of de personen in het dossier.
- Iedereen heeft recht op de bescherming van persoonsgegevens, als u deze zonder toestemming plaatst, schendt u dit beleid en mogelijk lokale wetten.
- "Persoonsgegevens" betekent alle informatie met betrekking tot een geïdentificeerde of identificeerbare natuurlijke persoon, zoals een naam, een identificatienummer, locatiegegevens, een online identicator of elementen die specifiek zijn voor de economische, culturele of sociale identiteit van een natuurlijke persoon.

Schrijf alleen over onderwerpen die u goed kent.

- Zorg ervoor dat u schrijft en post over uw expertisegebieden, vooral met betrekking tot Hilti en Hilti-technologie. Zorg ervoor dat elke aanbeveling of mening die u geeft met betrekking tot Hilti-producten of -diensten nauwkeurig en volledig is.
- Volg en ga aan de slag met een doel. Kies wie je volgt en wat hun relevantie is voor het merk.
- Stap niet buiten uw vakgebied en plaats of reageer niet op een trending topic dat geen betrekking heeft op ons bedrijf.

Gedraag je als een rolmodel en wees authentiek.

- Gezond debat en opruiende reacties kunnen dichtbij zijn. Je hoeft en mag niet op elke kritiek of weerhaak reageren. Sommige onderwerpen, zoals politiek of religie, zijn over het algemeen niet geschikt voor zakelijke sociale netwerken. Wees voorzichtig en attent. Als de woorden er eenmaal zijn, kun je ze niet meer terugkrijgen. En als er eenmaal een opruiende discussie op gang komt, is het moeilijk om die te stoppen. Wees ten slotte transparant en geef toe wanneer je online ongelijk hebt.

Houd het simpel.

- De waarde van Social Media Platforms wordt verrijkt door creativiteit en spontaniteit. Pas een 80% informatieve, educatieve, vermakelijke en 20% promotieverhouding toe. Zorg ervoor dat u de meest geschikte media kiest, afhankelijk van het doel en het publiek.
- Je moet ernaar streven om onze klanten, partners en medewerkers te helpen. Het moet tot nadenken stemmen en een gemeenschapsgevoel opbouwen. Als het mensen helpt hun kennis of vaardigheden te verbeteren, hun bedrijf op te bouwen, hun werk te doen, problemen op te lossen of Hilti beter te begrijpen, dan voegt het waarde toe.

Ga ervan uit dat alles wat u online schrijft, openbaar wordt en voorzichtig is.

Wat je publiceert is breed toegankelijk en zal nog lang blijven bestaan, dus denk goed na over de inhoud. Alle verklaringen moeten waar en niet misleidend zijn, en alle beweringen moeten worden onderbouwd en goedgekeurd. Geef nooit commentaar op juridische procedures of claims met

Hilti.

Zeg het juiste op het juiste moment.

Hilti is een wereldwijd bedrijf dat staat voor diversiteit, gelijkheid en inclusie – volg de bijbehorende gedragscode.



Geef prioriteit aan kwaliteit boven kwantiteit.

Irriteer uw publiek niet met te veel inhoud. Neem liever meer tijd om minder maar relevantere inhoud te genereren.