

SVEBRA RIKTLINJER E-91

Etiknormer

Fastställd 1991 Version 1:2

Branschföreningen SVEBRA, Svenska Brandsäkerhetsföretag publicerar två typer av dokument. SVEBRA INFORMERAR (SV-INF) och SVEBRA RIKTLINJER (SV-RI). Skillnaden är att SV-INF är en sammanfattning medan SV-RI är en riktlinje för företag som jobbar med brandsäkerhet men också organisationer och företag som köper in sådana tjänster och produkter.

1. Allmänt

Etiknormer är i första hand att betraktas som ett stöd för våra medlemmar hur SVEBRA önskar att vi sköter relationerna såväl internt som externt. God etik och affärsmoral torde ge bättre förutsättningar för såväl medlemsrekrytering som att trygga kundernas förtroende för oss.

Kunder och medlemmar skall med förtroende kunna vända sig till etiknämnden när tvister och problem uppstår.

Reglerna är indelade i:

A – Interna regler

B – Externa regler

C – Etik- och Reklamationsnämnden

A INTERNA REGLER

2. Ryktesspridning

Medlemsföretag skall verka för att falsk/illvillig ryktesspridning gentemot kollegor, deras personal och produkter motarbetas.

3. Försäljningsetik

Medlemsföretag skall vid kundkontakter tala för egen vara och ej nedsättande mot annat medlemsföretags produkter. Vid produktjämförelse skall argumentationen vara saklig och sann.

Vid gemensamma aktiviteter, till exempel produkt-demonstrationer, skall deltagande företag samarbeta och uppträda på sådant sätt att branschens anseende stärks.

4. Ritningar och beskrivningar

Teknisk information av ren standardkaraktär som är av vikt för service och underhåll av egna produkter bör lämnas till berörda kollegor i SVEBRA. För sådana ingrepp av service- och underhållskaraktär där medlemsföretaget kräver speciell utbildning eller kompetens bör möjlighet finns för annat medlemsföretag att förhandla om tillgång även till teknisk dokumentation av icke standardkaraktär.

5. Affärer mellan medlemsföretagen

Brandredskapsföreningen bildar en liten bransch och det är vanligt att man säljer och underhåller även kollegornas produkter. Medlemsföretagen skall vid affärer mellan företagen, ej genom prissättning och andra åtgärder försvåra för varandra att ge sina respektive kunder bästa service. Undantaget om en direkt konkurrenssituation med egen verksamhet uppstår.

6. Agentur

Vid övertagandet av en agentur från ett medlemsföretag, skall god moral iakttagas.

Övertagande får ej ske med huvudsyfte att skada en kollega i hans verksamhet.

Agenturen skall således överensstämja med företagets affärsmässiga struktur och affärsidé.

7. Personal

7.1 Vid personalövergång från ett medlemsföretag till ett annat skall medlem avstå från att acceptera eventuella erbjudande om tillgång till kollegas interna dokumentation i form av marknadsregister, kundförteckning, kalkyler och internprislistor mm.

7.2 Medlemmar bör ej bedriva personalvärning med huvudsakligt syfte att skada kollega. En eventuell värning bör endast ske då personen uppenbart tillför bolaget en för verksamheten klar resurs.

B EXTERNA REGLER

9. Lagar och förordningar

Medlemsföretagen skall följa gällande lagar och förordningar.

10. Försäljnings- och leveransvillkor

Av SVEBRA antagna allmänna leveransvillkor gäller. (Dock förhandlingsbart med kund.)

11. Ryktesspridning

Medlemsföretag skall verka för att falsk/illvillig ryktesspridning gentemot kollegor, deras personal och produkter motarbetas.

12. Produktkvalitet

SVEBRA-företagen skall marknadsföra fullgoda produkter och tjänster. Där standardiseringsnormer föreligger bör dessa följas.

C ETIK- OCH REKLAMATIONSNÄMNDEN

15. Ledamöter

Nämnden består av tre ledamöter och två suppleanter. Suppleant kallas då ordinarie ledamot ej kan närvara eller kan antas vara jävig.

16. Val

Nämnden väljs av årsmötet för två år på så sätt att en eller två ordinarie och en suppleant utses varje år.

17. Mötesverksamhet

Etiknämndens sammanträden protokoll-förs och rapport lämnas till styrelsen.

18. Ärenden och anmälan

Nämnden skall ta upp till behandling varje anmälan som rör förhållande mellan medlemsföretag och mellan medlemsföretag och kund. Anmälan till nämnden skall vara skriftlig.

Nämnden skall snabbt kunna sammanträda då en anmälan inkommer samt även kunna ta upp frågor på eget initiativ.

8. Tvister

Tvistigheter mellan medlemsföretag som ej kan lösas av parterna skall efter skriftlig anmälan tas upp av Etik- och Reklamationsnämnden.

13. Marknadsföring

Felaktig eller vilseledande information i marknadsföringen, till exempel i annonser och broschyrmaterial skall ej förekomma hos SVEBRA-medlemmar.

Marknadsföringen skall ske efter övriga vedertagna etiska och moraliska regler.

Medlem som representerar SVEBRA gentemot myndigheter, organisationer etc skall vid dessa kontakter ej tala i egen sak, samt snarast delge övriga medlemsföretag viktig information från dessa kontakter.

14. Tvist

Tvister mellan medlemsföretag och kunder som ej kan lösas av parterna skall tagas upp av Etik- och Reklamationsnämnden.

19. Beslut och påföljder

Nämndens utslag är bindande för medlemsföretagen. Överklagan kan ske till SVEBRAs styrelse.

Om medlemsföretag gravt bryter mot föreningens etikregler kan nämnden utdöma påföljder enligt följande:

1. Rekommendation med angivande av åtgärd. Åtterrapporering till Etiknämnden inom en angiven tidsfrist.
2. Varning! Handlingen får ej upprepas
3. Uteslutning ur föreningen.
Ex. Tidigare varning har ej anammats.
Ex. Om man flagrant bryter mot föreningens etiska regler.

Samtliga utslag skall distribueras till SVEBRAs medlemsföretag.