

Medewerkers op sociale media: nog onbekende mix

Twitterprotocol: onzin of

Praktijkvoorbeelden lieten het zien: imagoschade voor organisaties ligt op de loer door onhandig gebruik van Twitter.

Moeten er daarom regels komen voor twittergebruik als onderdeel van een gedragscode sociale media? Of is er geen houden aan en kunnen we beter naar de voordelen kijken?

Door Jac. Janssen

Jan de Jong, directeur NOS:

'De NOS heeft geen aparte code voor twitteren. Wel heb ik onlangs binnen het bedrijf een e-mail rondgestuurd waarin ik aandrong op voorzichtigheid bij het gebruik van Twitter. Wij zien uiteraard ook de vele mogelijkheden en willen allesbehalve onze medewerkers muilkorven of iets verbieden. Maar tegelijk wil ik de verantwoording daar neerleggen waar hij hoort, namelijk bij onze medewerkers. Vergelijk het met wat er in onze cao staat over uitlatingen die je in interviews in kranten of in andere media doet. De boodschap is dat je eerst nadenkt over wat je de wereld in twitert om te voorkomen dat je de NOS schade toebrengt. De aanleiding voor mijn e-mail zat in de bezuinigingsronde [die de publieke omroepen is aangezegd, JJ]. Als NOS verzorgen wij nieuws en duiding. Echter, als een NOS-journalist zich bijvoorbeeld negatief uitlaat over een bepaalde politicus, brengt dat onze onpartijdigheid en objectiviteit in het geding. Als publieke omroep liggen we voortdurend onder het vergrootglas. De context van Twitter is niet anders dan andere uitingen. Het lijkt gericht aan een select groepje, maar het is in bereik openbaar.'

Jochem van de Laarschot, corporate communicatie Ahold:

'Veel van onze medewerkers zijn onder de twintig. Voor hen is Hyves, Facebook en Twitter dagelijkse kost. Dan kun je niet zomaar zeggen dat iets niet mag. Wel vragen we iedereen zijn gezonde verstand te gebruiken. Wat je in de kroeg tegen vrienden roept, kun je niet zomaar op Twitter zeggen. We hanteren een algemene gedragscode en onlangs hebben we vijf centrale waarden

gecommuniceerd die voor alle medewerkers wereldwijd gelden. Voor al onze merken, de supermarkten, Gall & Gall en Etos, wordt er gekeken naar specifieke regels voor het gebruik van social media. Niet iedereen realiseert zich welk bereik bijvoorbeeld Twitter heeft, dat gaat veel verder dan het kringetje waarvoor iemand een tweet misschien bedoelt. Ahold luistert voornamelijk goed naar wat er gebeurt binnen sociale media en kijkt tevens naar wat andere bedrijven op dit gebied doen. Zo heeft TNT een mooi document op zijn website dat niet alleen de risico's benoemt van het gebruik van sociale media, maar ook de voordelen. Zulke kansen zijn er voor ons ook. Zo bestaan er AH-winkels met hun eigen Hyvespagina, die gebruikt wordt om onder meer diensten te ruilen. Erg handig. We staan pas aan het begin van wat sociale media kunnen betekenen, ook wat betreft de commerciële mogelijkheden. Wie weet versturen we ooit de bonusaanbiedingen via de smartphone. Vliegt er toch eens iemand uit de bocht, dan blijkt misschien wel dat deze persoon of medewerkers in het algemeen meer getraind moeten worden in het gebruik van deze media. Krampachtigheid werkt hoe dan ook averechts. Sociale media vergroten de vrijheid en als je dan de luiken wil sluiten, wordt dat meteen doorgeprikt.'

Eef Meijerink, adviseur mz bij FNV Bondgenoten in zijn column voor OR informatie:

'Ja, ik Twitter, ik Hyves, ik Facebook, ik Blog, ik Flickr, [...] mijn leven is voor een groot deel virtueel, 2.0 en ik vind het geweldig. Ben ik daardoor een gevaar voor mijn werkgever? Mogelijk, ook deze column heb ik weer eens niet voorgelegd aan het hoofdbestuur ter goedkeuring. Wie weet wacht mij nu eenzelfde lot als Gerda Dijkman [Districtschef Dijkman politie Zuidwest-Drenthe, werd na een uitglijder op Twitter geschorst, JJ] En terecht als ik dingen zeg die anderen – ook mijn werkgever – niet welgevallig zijn, dan mag men mij daar op aanspreken. Ik ben tenslotte oud en wijs genoeg naar ik mag aannemen, daar is dus geen twitterprotocol voor nodig. Ik weet zo ook wel welk lot mij mogelijk treft als ik moedwillig mijn werkgever schade probeer toe te brengen middels een column of een tweet. Moedwillig is helder, bij Dijkman leek het me eerder een slip of the 'pen' en de schade? [...] Zo zien we maar weer. Wie een werknemer wil ontslaan, heeft dus geen twitterprotocol nodig. Gerda Dijkman had tenslotte ook geen twitterprotocol getekend.

'We staan pas aan het begin van het realiseren van wat sociale media kunnen betekenen'

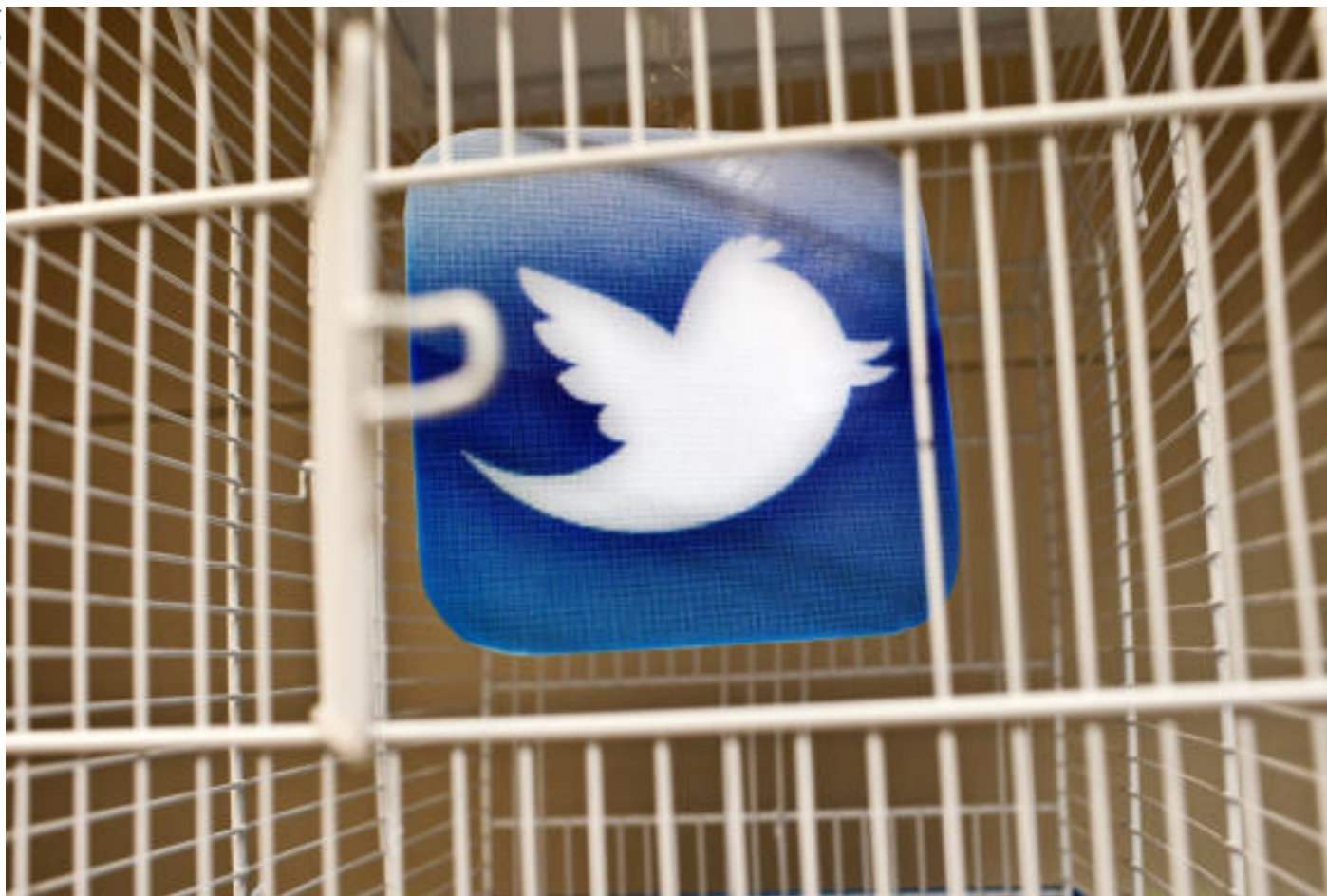
Zelfs als deze er was geweest, vraag ik me af of dit specifieke geval er wel in genoemd zou worden: "het twitteren van conclusies die achteraf niet juist blijken te zijn, wordt bestraft met ontslag op staande

voet". Mochten zulke details er wel in genoemd zijn, dan durft straks geen werknemer meer te twitteren, terwijl is aangetoond dat Twitter en ander sociale media juist zeer positieve effecten kunnen hebben op het imago van een werkgever, een dienst of een product. [...] Een twitterprotocol is gelukkig instemmingsplichtig en ik raad ondernemingsraden aan niet in te stemmen met deze protokolder en zeker niet te laten opnemen in de arbeidsovereenkomst [...]. De affaire Dijkman toont aan dat een twitterprotocol niet nodig is om medewerkers aan te spreken op alles wat zij al dan niet gerelateerd aan het werk melden via welke media dan ook.'

Iris van Rijswijk, Nederlandse Vereniging van Commissarissen en Directeuren (NCD):

bittere noodzaak?

foto: Bert Jonssen



'In 2011 stelt de NCD een document samen dat leden adviseert, inspireert en instrueert hoe u als leider de komende jaren social media in kunt zetten. Hoe u zowel de interne als externe communicatie van u zelf en uw organisatie kunt verbeteren en versterken. Directeuren regels opleggen is niet het streven van NCD: een gedragscode voor social media geldt primair voor mensen die namens de NCD communiceren. De NCD stelt uiteraard geen regels op over hoe leden op persoonlijke titel communiceren – met dien verstande dat als ze heel rare dingen communiceren dat ze daar wel op aangesproken kunnen worden, maar dat is niks nieuws en staat los van Twitter. Bij de NCD snappen we dat sommige organisaties met codes en handboeken komen, maar daar geloven wij niet in. Je kunt communicatie nu eenmaal moeilijk in allerlei regeltjes vangen. Wij geloven eerder in bewustwording door

voorlichting, afstemming en oefening. Omdat veel van onze leden hier behoefte aan hebben zal de NCD hier in toenemende mate in investeren. Onder meer door workshops en inspirerende, maar wel gepaste en doordachte, berichten te verzenden, want de noodzaak voor leidinggevendenden om hiermee om te gaan is door het incident Dijksman wel aangetoond.'

Jeroen Mirck, internetblogger en duo-raadslid D66 Amsterdam nieuw west, via LinkedIn:

'Moeten er regels voor Twitter komen? Natuurlijk niet, daar hebben we de Grondwet al voor. Toch duikt deze vraag steeds vaker op bij bedrijven die zelf een twitteraccount hebben geopend of hun medewerkers steeds vaker publiek zien praten over bedrijfszaken. Zie de complete paniek bij de Nederlandse politie, die volgens diverse media

bezig zou zijn met een landelijke richtlijn voor het gebruik van sociale media door het eigen korps. [Maar die komt er niet, JJ.] Hoe dan ook ligt het gevaar op de loer dat twitterbeleid te ver gaat. Dat je als organisatie te veel gaat ingrijpen in de persoonlijke vrijheid die eenieder als internetgebruiker heeft. Dat is ook het probleem met socialmediabeleid in het algemeen: natuurlijk moet personeel het eigen bedrijf niet publiekelijk afvallen, maar tegelijk kun je als werkgever ook niet van je eigen medewerkers eisen dat ze 24 uur per dag, zeven dagen per week optreden als PR-medewerkers van het bedrijf dat hun salaris betaalt. Gezond verstand is de beste richtlijn die er is. [...] Bedrijven kunnen zich daarnaast beroepen op interne richtlijnen over geheimhouding en het niet in diskrediet brengen van de eigen organisatie. En wellicht het niet-twitteren onder werktijd, maar dat is discutabel.' ←