



GROLSCH BIERBROUWERIJ NEDERLAND B.V.

Richtlijn gebruik Social Media



Inleiding

Social Media zijn niet meer weg te denken uit onze huidige maatschappij. Introducties van nieuwe Social Media en digitale ontwikkelingen volgen elkaar snel op. Het medialandschap verandert steeds weer. Maar wat zijn Social Media eigenlijk? Een vaste definitie is er niet, maar men zou onder Social Media kunnen verstaan:

'Websites waarvan de inhoud bepaald wordt door niet-professionele partijen, via welke deze partijen communiceren door middel van het verspreiden van informatie en het uitwisselen van kennis, gedachten en ervaringen'.

Op dit moment zijn voorbeelden (niet limitatief) van veel gebruikte Social Media: Facebook, Instagram, Snapchat, MySpace, Yammer, lens, LinkedIn, TripAdvisor, Twitter, Wikipedia, diverse fora en weblogs.

Social Media gebruiken kan leuk, nuttig en gewenst zijn. Door Grolsch zijn hierbij voor het gebruik door onze medewerkers regels gesteld voor zover het gebruik de onderneming betreft. Deze regels zijn in deze richtlijn weergegeven en dienen nageleefd te worden.

Wat wordt er van jou verwacht

Goed medewerkerschap brengt met zich mee dat jij zelf verantwoordelijk bent voor het gebruik van de verschillende Social Media en jouw eventuele account(s). Dit betekent dat je je telkens dient af te vragen wat het doel is van jouw communicatie via Social Media. Waarom kies je voor een bepaald communicatiemedium en is dit wel een geschikt medium?

Wij verwachten van onze medewerkers dat zij ook bij het gebruik van Social Media loyaal zijn aan onze onderneming en onze doelstellingen en kernwaarden en dat zij staan voor de kwaliteit en de reputatie van onze onderneming, onze producten en/of diensten.

Als medewerker ben je verantwoordelijk voor de inhoud van je berichtgeving. Bedenk dat niet iedere opkomende gedachte direct hoeft te worden gedeeld met anderen en overweeg zorgvuldig wat en wie je met jouw bericht wilt bereiken. Houdt er rekening mee dat veel – ook voor jou onbekende/onzichtbare – mensen kunnen meelezen. Een klein bericht kan hierdoor een sneeuwbal effect hebben met soms grote gevolgen, bijvoorbeeld voor onze reputatie.

Communicatie is een kwestie van zenden en ontvangen. Een boodschap die je met een bepaalde intentie zendt, kan door een ander anders worden uitgelegd. Betrokken, interessante

discussies, waarbij respectvol met de ander wordt omgegaan, zijn prima. Wees dus beleefd, integer en geloofwaardig in je communicatie.

Wees altijd bedacht op de mogelijke gevolgen en impact van jouw communicatie. Berichten zijn lang op internet terug te vinden en kunnen door anderen worden opgeslagen. Het verwijderen van berichten is niet altijd mogelijk of is niet eenvoudig te realiseren.

Algemene aandachtspunten voor gebruik tijdens het werk

- Heb je een leidinggevende functie, realiseer je dan dat je een voorbeeldfunctie hebt. Goed voorbeeld doet goed volgen!
- Gebruik geen Social Media tijdens een bijeenkomst, van welke aard dan ook, tenzij dit gebeurt tijdens een pauze. Hinder ook in dat geval anderen niet en blijf je ervan bewust dat er mensen zijn die het hinderlijk vinden wanneer mensen in hun omgeving niet meer actief deelnemen aan een gesprek, maar steeds met bijvoorbeeld een mobiele telefoon bezig zijn.

Identiteit duidelijk maken / bronvermelding

- Laat in je communicatie geen misverstand bestaan over wie je bent en namens wie je communiceert. Ga bij ieder gebruik van Social Media na uit welke hoofde je communiceert. Spreek je namens onze onderneming of uitsluitend namens jezelf als privépersoon of als medewerker van onze onderneming?
- Als je op persoonlijke titel communiceert, vermeldt dit dan duidelijk.
- Communiceer je zakelijk, over of namens onze onderneming, noem dan onze bedrijfsnaam. Uiteraard is hetgeen je communiceert intern afgestemd. Maak duidelijk wie je bent en wat jouw functie is. Gebruik daarbij je echte naam en dus geen nickname (bijnaam/fantasiernaam).
- Wanneer je jouw mededelingen baseert op informatie die afkomstig is van een bepaalde bron, ga dan na of en hoe je daaruit mag citeren en benoem die bron dan ook. Openheid en transparantie in de communicatie is belangrijk.

Tijdsbesteding

- Tijdens werktijd mag in beperkte mate gebruik gemaakt worden van Social Media. Het mag hierbij uitsluitend gaan om Social Media die zakelijk worden benut, zoals voor het onderhouden van zakelijke netwerken, tenzij de aard en inhoud van de functie meeromvattend gebruik vergt.
- Gebruikmaking van Social Media zoals Facebook en Instagram, die voornamelijk of uitsluitend bedoeld zijn om privé-contacten te leggen en te beheren, dient niet plaats te vinden onder werktijd.

Gebruik bedrijfsmiddelen

- Houd je bij het gebruik van onze bedrijfsmiddelen aan de codes en richtlijnen die wij daarvoor hanteren. In het bijzonder wijzen wij op onze integriteitscode en de Gedragscode gebruik company computer (zie de HR site op SharePoint).

- Binnen de grenzen van ons internetbeleid, mag gebruik worden gemaakt van Social Media voor zakelijke doeleinden. Het downloaden van (extra) applicaties die verband houden met het gebruik van Social Media op de computers/laptops van het bedrijf, is niet toegestaan.
- Overleg bij twijfel over het gebruik van bedrijfsmiddelen met je leidinggevende.
- Houd je wachtwoorden geheim en kies een veilig wachtwoord dat je ook regelmatig wisselt.
- Zorg dat anderen niet onder jouw naam of gegevens berichten kunnen versturen waarop jij geen zicht hebt.



Inhoud

- Houd er rekening mee dat informatie bedrijfsgevoelig of vertrouwelijk kan zijn en respecteer die vertrouwelijkheid. Gebruik dergelijke informatie niet in jouw communicatie en verwijt er ook niet naar.
- Op grond van de CAO, de arbeidsvoorwaardenregeling, het huisreglement of de arbeidsovereenkomst ben je gebonden aan huisregels, richtlijnen en gedragscodes. Respecteer deze. Dit geldt ook voor een geheimhoudingsbeding dat daarin is opgenomen.
- Communiceer helder. Gebruik korte zinnen en zorg dat jouw tekst niet voor meer dan één uitleg vatbaar is.
- Overweeg zorgvuldig wat je schrijft én hoe je dat communiceert. Houd rekening met onze reputatie en onze belangen, die van ons personeel, onze (potentiële) klanten en relaties.
- Discrimineer, beledig, scheld of pest niet. Roddel niet en spreek niet negatief over leidinggevenden, collega's, klanten en relaties, ook niet wanneer deze niet meer aan de onderneming verbonden zijn.
- Communiceer niet negatief over onze onderneming cq. onze producten of diensten. Ben je het niet eens met de gang van zaken binnen onze onderneming of andere zaken die onze onderneming raken, communiceer hier dan niet over met derden, maar maak de situatie intern bespreekbaar. Spreek in eerste instantie met je direct leidinggevende of – indien deze afwezig is – met de hogere leidinggevende. Eventueel kun je ook bij de afdeling HR of onze vertrouwenspersoon terecht.

Negatieve uitlatingen van derden of klachten

- Wanneer derden zich in algemene zin via Social Media negatief uitlaten over onze onderneming, reageer daar dan niet op. Wanneer het je stoort en/of je meent dat het schadelijk is voor onze onderneming, neem dan contact op met je leidinggevende, zodat hij kan bepalen of en zo ja welke actie er ondernomen dient te worden.
- Respecteer de belangen en rechten van anderen, zoals het recht op privacy, beeld- en portretrecht of auteursrecht en schaad deze niet.
- Wanneer je merkt dat er in de communicatie iets mis is gegaan, corrigeer dit dan zo snel mogelijk en maak, waar mogelijk of waar nodig, excuses. Verander niets in oorspronkelijke berichten. Het kan hierbij bijvoorbeeld gaan om onjuiste feitelijke informatie, maar ook om een verkeerde interpretatie of een misverstand.

Gevolgen van onjuist gebruik

Onjuist gebruik van Social Media kan leiden tot imago- en of reputatieschade van jezelf, van onze onderneming en van derden. Dit kan beperkte, maar ook vergaande gevolgen hebben. Verstoring van de (arbeids)relatie kan daarvan het gevolg zijn.

Wanneer door jouw handelwijze nadelige gevolgen ontstaan, kan, afhankelijk van de aard en ernst van de situatie en de gevolgen, besloten worden tot het toepassen van sancties. In lichte gevallen zal een waarschuwing volstaan, in ernstiger gevallen zal een verdergaande sanctie worden toegepast, waarbij ontslag niet wordt uitgesloten.

Tom Verhaegen
Algemeen Directeur

Pavel Semik
Technisch Directeur

Peter van Rooijen
Directeur Personeel en Organisatie

