

Gedragcode social media Terre des Hommes Netherlands

Establishment date	Unknown
Revision date	25 June 2019
Responsible Department	Communications

Het delen van gedachten en verspreiden van ideeën via sociale media kan van grote waarde zijn voor het merk Terre des Hommes en de kinderen voor wie we werken. Goede discussies of posts kunnen mensen overtuigen van de kwaliteit van ons werk. Interacties via sociale media bouwen een band op tussen (medewerkers van) Terre des Hommes en haar achterban. Je wordt daarom nadrukkelijk uitgenodigd ook online informatie te delen en de dialoog aan te gaan op het gebied van jouw expertise.

Werknemers van Terre des Hommes mogen actief zijn op social media, mits het werk er niet onder lijdt. Afhankelijk van de functie van een werknemer kan het gebruik van social media meer of minder gewenst zijn. Leidinggevende en werknemer maken hierover afspraken.

Deze richtlijnen hebben enkel te maken met situaties waarbij er een overlap is (of kan zijn) tussen werk en privé. Weblogs, fora en netwerken waar je alleen als privépersoon actief bent – over hobby, familie en andere activiteiten die geen raakvlak hebben met de werksituatie – vallen hier expliciet niet onder.

Wel gelden ook digitaal de waarden en normen alsmede omgangsvormen die gebruikelijk zijn binnen de organisatie en het maatschappelijk verkeer. Dit betekent dat door Terre des Hommes niet getolereerd wordt dat medewerkers via social media anderen kwetsen, onrechtmatig handelen of de organisatie, medewerkers of projectpartners in diskrediet brengen.

Kortom: Belangrijk is dat werknemers vooral hun gezond verstand gebruiken bij wat ze plaatsen op social media. Bedenk dat:

- Het gebruik van social media 'real time' gebeurt. Een druk op de knop en jouw bericht staat direct online.
- Online informatie misschien wel eeuwig online staat. Het is niet altijd gemakkelijk om informatie naderhand te (laten) verwijderen. Bedenk dus goed hoe je wilt overkomen in tekst, beeld en geluid – en niet alleen voor dat ene moment.
- Het not-done is om eenmaal geplaatste berichten zomaar te verwijderen. Met een druk op de knop (real time) worden ook foute berichten online geplaatst. Probeer de eerste te zijn om je eigen fouten te corrigeren, zonder eerdere berichten per definitie te wijzigen of te verwijderen. Vermeld daarbij dat jij degene bent die het bericht wijzigt. Geef bij verwijdering een goede reden.
- Je ook rekening dient te houden met het wettelijk vastgelegde beeld-, auteurs- en citaatrecht. Het is verboden om zonder toestemming van de maker andermans werk te publiceren. Schending van deze wet kan je een boete opleveren van honderden euro's.
- Sociale omgangsvormen online net zo goed gelden als offline. Respecteer degene tot wie je je richt. Laster, beledigingen en obsceniteit zijn niet geoorloofd. De privacy van anderen wordt gerespecteerd.
- Je zoveel mogelijk inhoudelijk dient te reageren op stukken van anderen. Alleen je mening geven, zonder onderbouwing daarvan, vervuult de discussie en zegt meer over de schrijver van de reactie dan over het stuk. Onthoud dat dit soort reacties ook in google naar boven kunnen komen.
- Social media soms als gevolg hebben dat er een grijs gebied ontstaat tussen privé en werkgerelateerde zaken. Wanneer je op een persoonlijke blog over je werk schrijft, kun je een disclaimer (zie voorbeeld

onderaan het protocol) opnemen waarin staat dat dit blog jouw persoonlijke standpunt weergeeft en dat dit niet overeen hoeft te komen met dat van de organisatie.

Richtlijnen gebruik social media

1. Werknemers proberen kennis en andere waardevolle informatie te delen, mits die informatie niet vertrouwelijk is en Terre des Hommes niet schaadt. Werknemers publiceren niet ongevraagd vertrouwelijke of andere merkgebonden informatie. Voor het publiceren van gesprekken wordt eerst toestemming gevraagd aan de leidinggevende of de daarvoor verantwoordelijke afdeling of persoon.
2. Werknemers mogen geen vertrouwelijke en/ of schadelijke informatie verstrekken over donateurs, projectpartners of leveranciers zonder hun goedkeuring. Hierin wordt geen onderscheid gemaakt tussen informatie over het product en de persoon of het bedrijf.
3. Wees extra voorzichtig bij het publiceren over, of in discussie gaan met, een donateur, relatie of concurrent van Terre des Hommes. Verkeerd opgevatte of slecht onderbouwde stukken, kunnen direct nadelige gevolgen hebben voor Terre des Hommes.
4. Terre des Hommes ondersteunt de open dialoog en de uitwisseling van ideeën en het delen van kennis. Werknemers die publiceren op een website (of andere sociale media) anders dan die van Terre des Hommes over een onderwerp dat wel te maken kan hebben met Terre des Hommes, maken kenbaar of zij op persoonlijke titel publiceren. Als werknemers namens Terre des Hommes spreken, vermelden zij hun organisatie en functie.
5. Bestuurders, managers, leidinggevenden en degene die namens de organisatie het beleid en de strategie uitdragen, hebben een bijzondere verantwoordelijkheid bij het gebruik maken van social media. Voor sommige functies geldt dat iemand altijd wordt gezien als Terre des Hommes – ook als hij een privé-mening verkondigt. Op grond van hun positie moeten werknemers nagaan of zij op persoonlijke titel kunnen publiceren.
6. Werknemers zijn persoonlijk verantwoordelijk voor de inhoud die ze, voor zover dat niet tot hun functie behoort, publiceren op blogs, wiki's, fora en andere media die gebaseerd zijn op user-generated content. Zij zijn zich ervan bewust dat wat zij publiceren voor langere tijd openbaar zal zijn, met gevolgen voor hun privacy.
7. Wanneer een online discussie dreigt te ontsporen, of in het ergste geval al helemaal ontspoord is, neem dan direct contact op met je leidinggevende en overleg over de te volgen strategie.
8. Bij de geringste twijfel over een publicatie of over de raakvlakken met Terre des Hommes is het verstandig contact te zoeken met je leidinggevende of de daarvoor verantwoordelijke afdeling/persoon.

Richtlijnen gebruik Intranet:

Blogs en sociale netwerken die worden gepubliceerd onder naam van Terre des Hommes moeten worden gebruikt op een manier die waarde toevoegt aan de bedrijfsdoelstellingen van *Terre des Hommes*. Het moet eraan bijdragen dat jijzelf, collega's, klanten en partners hun werk beter kunnen doen en helpen bij het oplossen van problemen en het verbeteren van vaardigheden en kennis.

Voorbeeld disclaimer blog:

“© (jaar van het online gaan van de website) (uw naam). De standpunten en meningen op deze website, zijn de persoonlijke mening van (uw naam) en staan los van eventuele officiële standpunten van (organisatie). (uw naam) is niet verantwoordelijk voor de inhoud van uitlatingen en reacties van derden op de hier gepubliceerde stukken.”