



Online op één lijn

Communiceren via social media: zakelijk en privé

Auteur: Directie
Communicatie
Status: Definitief
Versie: Versie 1
Datum:
september 2020

Inhoud

	Inleiding: doel van social media bij politie	4
1	Doel van dit document	5
2	Het socialmedialandschap van de politie	6
3	Soorten accounts	7
	3.1 Accounttype 1: Politie vs alleen	8
	3.2 Accounttype 2: Politie vs samen	9
	3.3 Accounttype 3: Privé vs alleen	10
	3.4 Accounttype 4: Privé vs samen	11
4	Socialmediaprotocol zakelijke accounts (type 1 en 2)	13
	4.1 Welke ruimte heb ik met een zakelijk account?	15
	4.2 Opstarten en aanmelden van het account	15
	4.3 Inrichten account volgens huisstijl	16
	4.4 Webcare	16
	4.5 Wet & regelgeving	16
	4.6 Spelregels platformen	17
	4.7 Beroepscode	17
	4.8 Het onderhouden van je account	17
	4.9 Wachtwoordbeheer	17
	4.10 Stopzetten account	18
	4.11 Nieuwe platformen	19
5	Beroepscode privéaccounts (type 3 en 4)	20
6	Governance zakelijke accounts (kwadrant 1 en 2)	22
	6.1 Netwerken	22
	6.2 Rollen en verantwoordelijkheden	23

Inleiding: doel van social media bij politie

Social media is voor ons een manier om ons als politie te verbinden met burgers, bedrijven en partners. Via communiceren op social media dragen we bij aan de doelen van de organisatie, het politiewerk en het vertrouwen in de politie.

Dit betekent dat we proactief en interactief communiceren en bereikbaar zijn. Precies zoals burgers kunnen verwachten van onze (online) dienstverlening. Alle politieaccounts op social media zijn als zodanig herkenbaar. We reageren op vragen en tips van burgers conform het dienstverleningsconcept en webcareafspraken en houden ons aan de gedragscode. Privé zijn er uiteraard ook collega's actief op social media. Hiermee is een groot online ambassadeursnetwerk ontstaan. Bij privéaccounts horen eveneens verantwoordelijkheden als je bij de politie werkt: je bent online net zo goed een politie-ambtenaar als offline. Dit beleid vervangt het oude beleid: "Platformafhankelijke social media afspraken". Dat stuk werd in 2017 door het KMTO goedgekeurd. Voor social media begrippen is dit beleid met een kleine 3 jaar 'oud'; de ontwikkelingen op gebied van social media gaan snel.

1. Doel van dit document

De afspraken in dit document helpen om op een herkenbare en voorspelbare manier verbonden te zijn via social media met wijk, web en wereld. Met dit nieuwe beleid wordt het ambassadeurschap van medewerkers op social media gestimuleerd, of het nu zakelijk of privé is. We maken daarbij een knip tussen zakelijke accounts en privé-accounts. Hierdoor wordt het veel

duidelijker welke ruimte en welke verantwoordelijkheden bij beide typen accounts horen. Als je na het lezen nog vragen hebt kun je altijd terecht bij jouw socialmediaregisseur.

Veel succes en plezier met het werken op sociale media!

The image shows two views of the Twitter profile for 'Verkeerspolitie Eenheid Rotterdam' (@POL_TVRotterdam). The left view is a desktop browser view, and the right view is a mobile app view.

Desktop View:

- Profile name: **Verkeerspolitie Eenheid Rotterdam**
- Handle: @POL_TVRotterdam
- 1,430 Tweets
- Team Verkeer | Eenheid Rotterdam | Verkeershandhaving en toezicht in de Eenheid Rotterdam | Ondersteuning en samenwerking met de basisteams
- Location: Rotterdam en omstreken
- Website: politie.nl
- Joined: December 2015
- 214 Following, 7,037 Followers
- Not followed by anyone you're following

Mobile App View:

- Time: 16:16
- Profile name: **Verkeerspolitie Eenheid Rotterdam**
- Handle: @POL_TVRotterdam
- Team Verkeer | Eenheid Rotterdam | Verkeershandhaving en toezicht in de Eenheid Rotterdam | Ondersteuning en samenwerking met de basisteams
- Location: Rotterdam en omstreken
- Website: politie.nl
- Lid geworden in december 2015
- 213 Volgend, 7.030 Volgers
- Gevolgd door De Pit, Fire Rescue Chick, Politiehonden Rdam en 91 anderen
- Tweets, Tweets en antwoorden, Media, Vin
- Recent tweet: "We zijn weer een aantal dagen op pad geweest met de touringcar tegen afleiding in het verkeer. De resultaten zijn weer niet om over naar huis te schrijven..."
- Engagement: 6 replies, 9 retweets, 32 likes
- Bottom navigation: Home, Search, Notifications, Messages

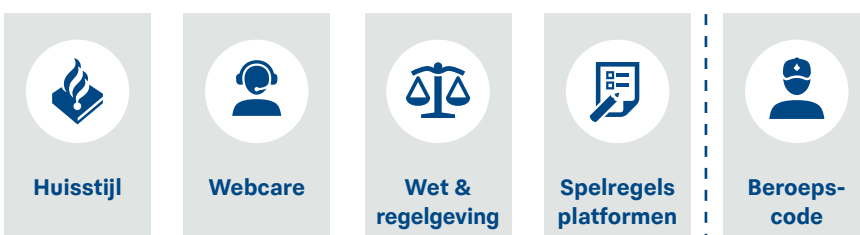
Retweet:

- Verkeerspolitie Eenheid Rotterdam Retweeted
- Politie Rotterdam eo (@Politie_Rdam) · Oct 3
- Onze collega #Dennis van @POL_TVRotterdam van @Politie_Rdam verloor zijn arm bij een ongeluk met vrachtwagen: 'Opeens ben je gehandicapt'. Prachtig artikel van @SandervdWerff @RDStad #vijfjaarlater. Om

2. Het socialmedialandschap van de politie

Het socialmedialandschap binnen de politie gaat door alle lagen van de organisatie heen. Er wordt vanuit verschillende taakvelden en met verschillende doelen met social media gewerkt. Daardoor is het bijna onmogelijk om een beleidsstuk te maken dat allesomvattend is. In onderstaande afbeelding kun je zien uit welke facetten het socialmedialandschap er bij de politie uitziet. Dit document gaat over een klein gedeelte van het totale socialmedialandschap van de politie, namelijk over “het communiceren via social media via zakelijke en privéaccounts”. De

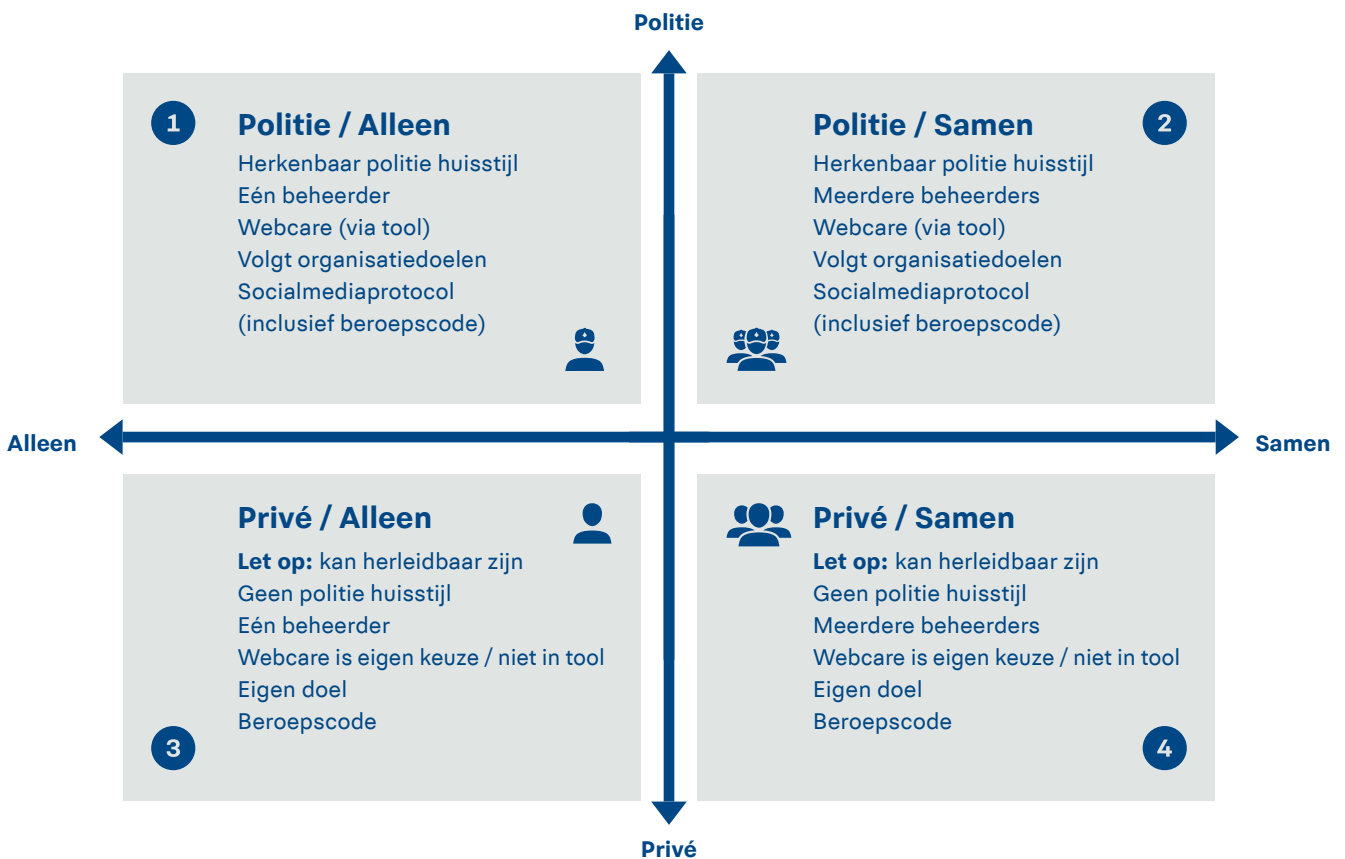
afspraken gaan niet over “opsporen, surveilleren of analyseren van social media”. Communiceren via social media kun je privé doen maar ook namens de politie. De ruimte die we je daarbij geven en de verantwoordelijkheden die daarbij horen kun je in dit document vinden.



3. Soorten accounts

De socialmedia-accounts bij de politie kun je indelen in 2 typen accounts afhankelijk van het aantal beheerders (bovenste helft verticale as). Daarnaast hanteren we 2 typen accounts voor privéaccounts (onderste helft verticale as).

De horizontale as geeft aan of een account beheerd wordt door 1 of meerdere personen. Elk type account heeft zich te houden aan een aantal spelregels en aandachtspunten die per type gelden.



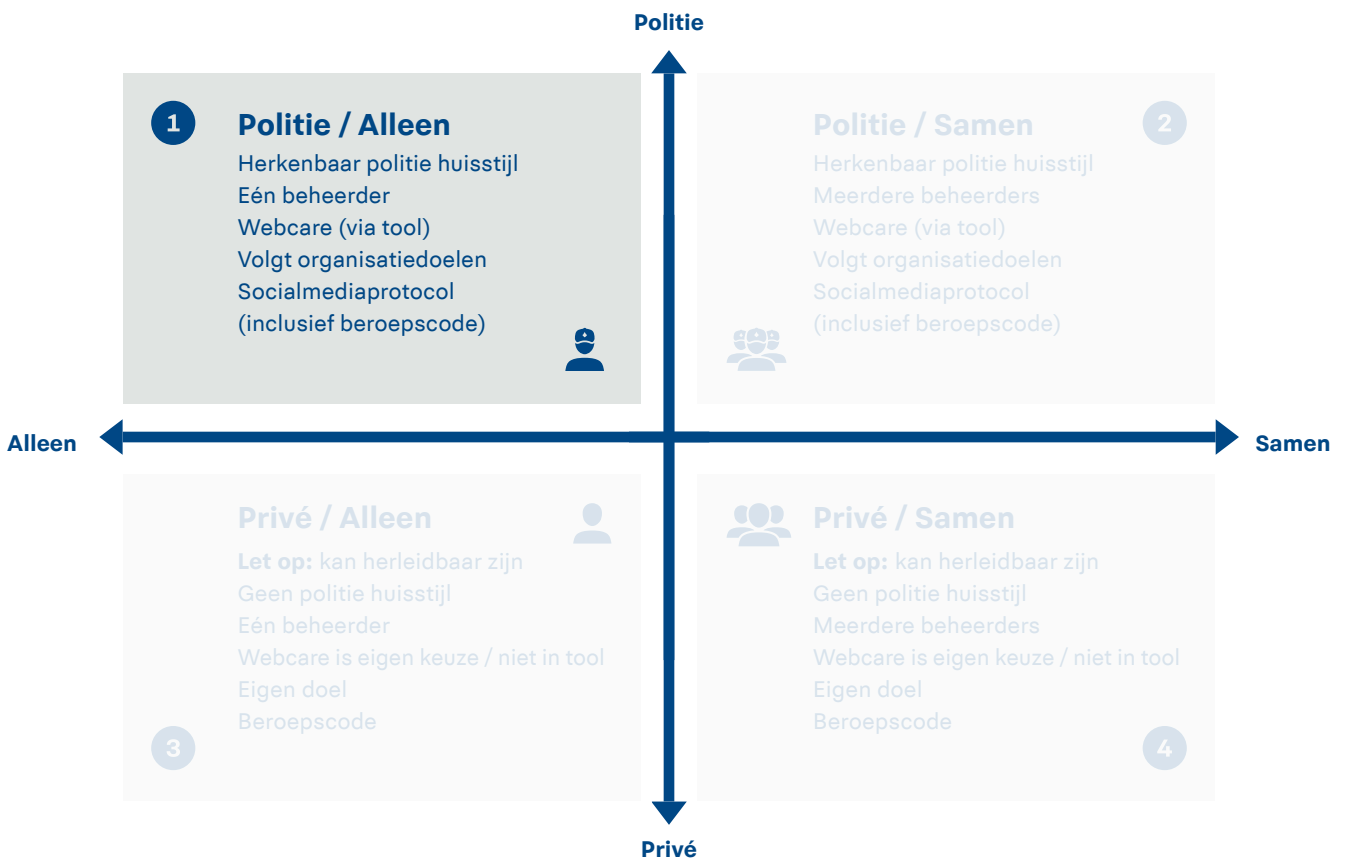
3.1 Accounttype 1: Politie vs alleen

Het initiatief voor het account komt/kwam vanuit jou in je rol als politiefunctionaris. Je bent in je eentje verantwoordelijk voor het beheer van het account. Het is een zakelijk account die je namens de werkgever mag gebruiken. Op je account spreek je dan ook namens de politie. Het account is voor burgers en partners herkenbaar als zijnde "politieaccount".

Wie kan zo'n account starten: vanuit gebiedsgebonden politiewerk zullen vooral jeugd- en wijkagenten gestimuleerd worden om dit type

account te starten. Deze accounts zijn verbonden aan een gebied, ongeacht wie de rol op dat moment vervult. Als een wijkagent naar een andere wijk vertrekt, wordt het socialmedia-account overgedragen aan de opvolger. Mits goed onderbouwd kunnen ook ambassadeurs buiten deze functierollen een politie-account starten.

Specifieke regels: Je volgt het socialmediaprotocol voor zakelijke accounts (zie hoofdstuk 4).



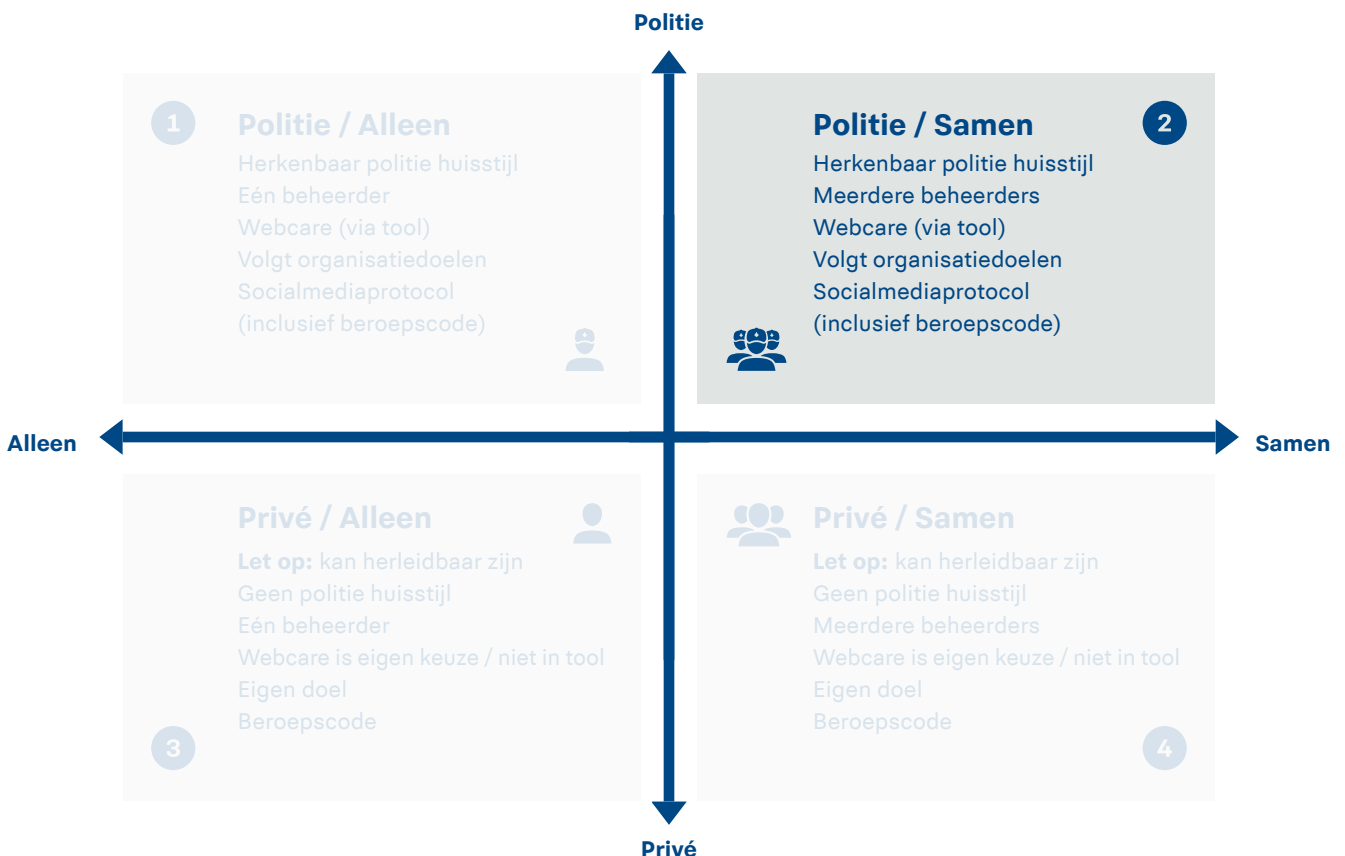
3.2 Accounttype 2: Politie vs samen

Het initiatief voor het account komt/kwam vanuit jou in je rol als politiefunctionaris. Samen met een aantal collega's ben je verantwoordelijk voor het beheer van het account. Het is een zakelijk account die jullie namens de werkgever mogen gebruiken. Op jullie account spreken jullie dan ook namens de politie. Het account is voor burgers en partners herkenbaar als zijnde "politie-account".

Wie kan zo'n account starten: vanuit gebiedsgebonden politiewerk zullen vooral basisteams en regionale thema-accounts (bijvoorbeeld

hondengeleiders) gestimuleerd worden om dit type account te starten. Mits goed onderbouwd kunnen ook ambassadeurs buiten deze functierollen een politie-account starten.

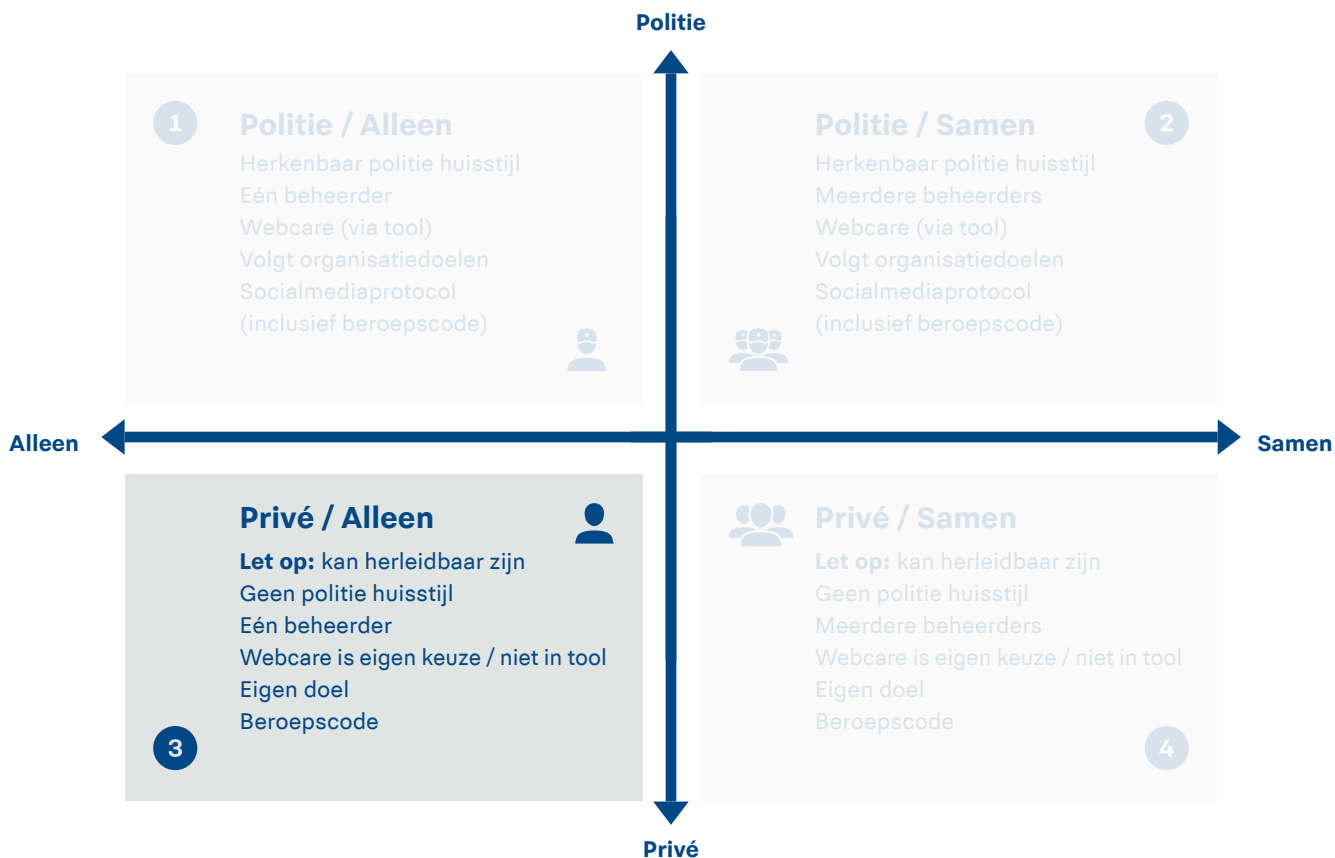
Specifieke regels: Je volgt het socialmediaprotocol voor zakelijke accounts (zie hoofdstuk 4).



3.3 Accounttype 3: Privé vs alleen

Je account is op eigen initiatief geopend vanuit jou als privépersoon en niet als politiefunctionaris. Je bent in je eentje verantwoordelijk voor het beheer van het account. Je account wordt niet gefaciliteerd door de politie. Burgers en partners kunnen wellicht zien aan je account dat je voor de politie werkt (en dus herleidbaar is naar je werk), maar het account is niet herkenbaar als formeel "politie-account".

Wie kan zo'n account starten: het staat iedereen vrij om een privéaccount te starten.
Specifieke regels: Je volgt de Beroepscode voor privéaccounts (zie hoofdstuk 5).

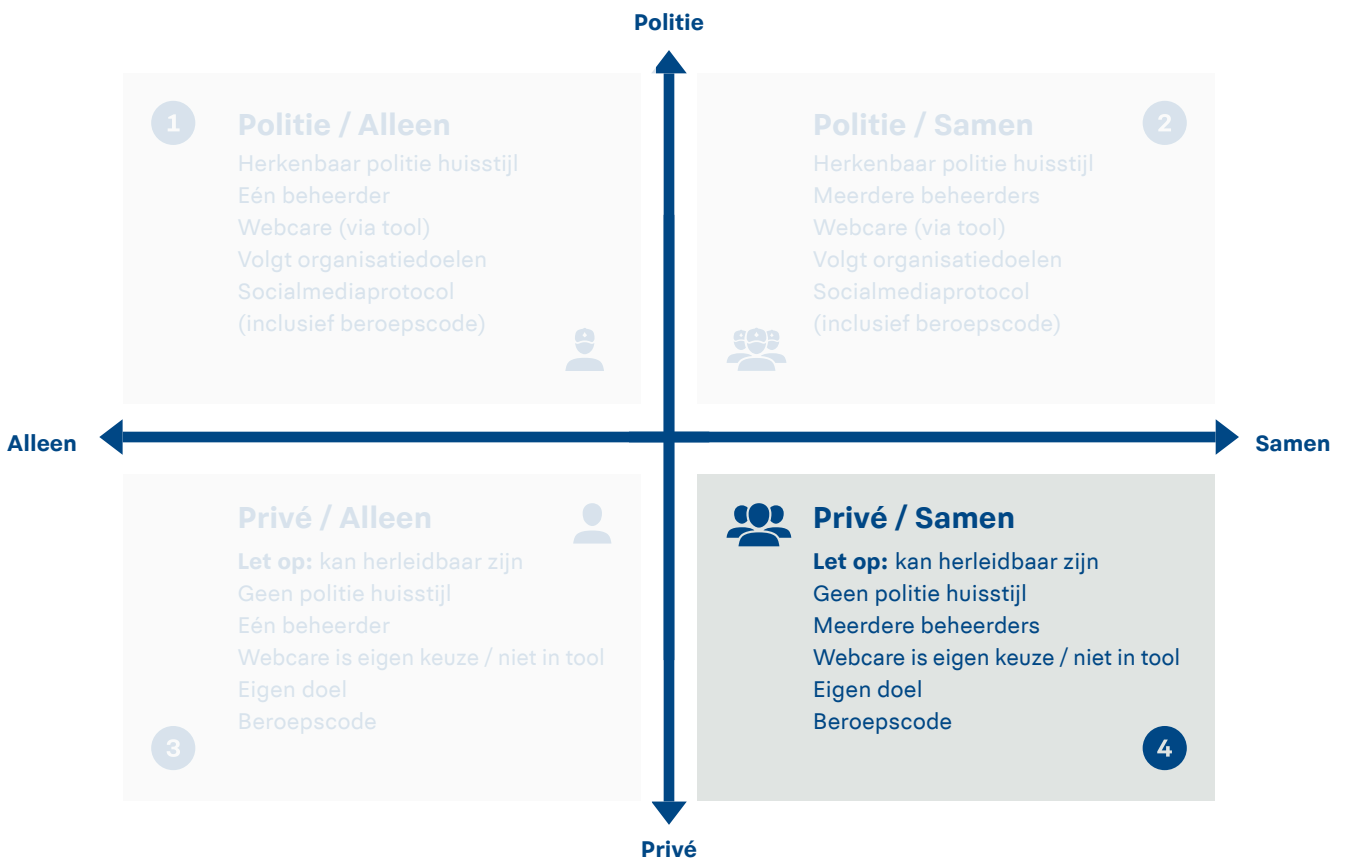


3.4 Accounttype 4: Privé vs samen

Je beheert samen met een aantal collega's (of andere mensen) een account of community. Op het account/de community praten jullie over een onderwerp waar jullie gezamenlijke interesse ligt. Dit kan bijvoorbeeld een groep op Facebook zijn of een Whatsapp groep (voorbeeld besloten groep collega's politie op Facebook). Burgers en partners kunnen wellicht aan het account of de community zien dat het onderwerp politie gerelateerd is (en dus herleidbaar naar de politieorganisatie), maar het account is niet herkenbaar als zijnde "politie-account".

Wie kan zo'n account starten: het staat iedereen vrij om een gezamenlijk privéaccount of community te starten of er aan deel te nemen.

Specifieke regels: Je volgt de Beroepscode voor privéaccounts (zie hoofdstuk 5).

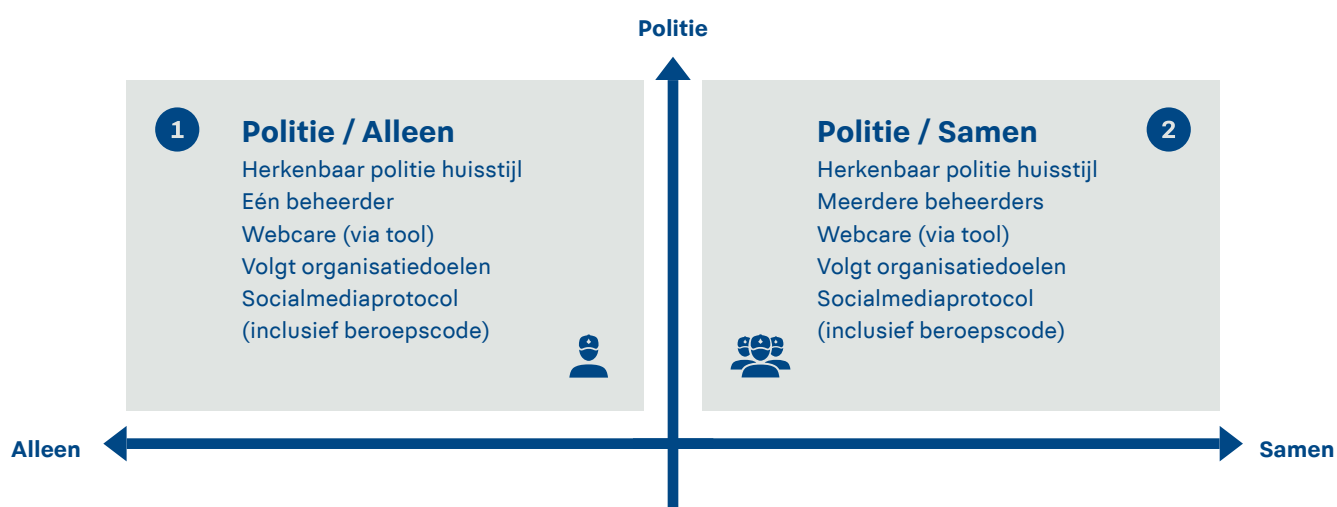


Wil je weten aan welke regels jij je moet houden? Controleer dan tot welke categorie jouw (toekomstige) account behoort met behulp van dit stroomschema:



4. Socialmediaprotocol zakelijke accounts (type 1 en 2)

Wanneer jouw account valt onder type 1 of 2 krijg je te maken met het socialmediaprotocol voor zakelijke accounts.



Met onze zakelijke accounts wordt bijgedragen aan de volgende doelstellingen:



Daarmee geven we invulling aan de vijf elementen van de Politie van Overmorgen, onderdeel van de Strategische Agenda 5-4-3 van het korps.

Afgelopen periode is de politie nationaal georganiseerd. Nu werken we aan de verdere ontwikkeling van de organisatie. Met oog voor ontwikkelingen buiten en aan de hand van onze strategische agenda, op weg naar de politie van overmorgen.

De politie van overmorgen ...

- .. is verbonden met **wijk, web en wereld**
- .. werkt in nieuwe **coalities**
- .. werkt met state-of-the-art **technologie** en **intelligence**
- .. is actief transparant
- .. is **wendbaar** als organisatie met wendbare medewerkers die hun talenten blijven **ontwikkelen**.

5

werkt aan 4 opgaven ...

- Veiligheidsagenda 2019 - 2022
- Evaluatie Politiewet
- Uitvoeren politie CAO
- Dóórontwikkeling korps

4

getoetst aan 3 toetsstenen ...

- Met zorg voor elkaar
- Met oog voor de menselijke maat
- en bouwend aan onze realisatiekracht

3

Voor zakelijke accounts gelden een aantal voorwaarden:

- Je account levert een wezenlijke bijdrage aan de organisatie-doelstellingen. Vanuit het GGP beleid 'Podium voor goed politiewerk' worden vooral jeugd- en wijkagenten, basisteams, teamchefs en boegbeelden gestimuleerd actief te zijn op social media.
- Je teamchef en socialmediaregisseur zijn akkoord met je plan om via social media bij te dragen aan de organisatiedoelen en geeft je (en je eventuele medebeheerders) tijd en ruimte om het account te onderhouden.
- Je account is vooraf aangemeld bij de socialmediaregisseur van jouw eenheid; je wachtwoord gedeeld met je teamchef.
- Je gebruikt op je account de politie huisstijl volgens de stijlguides 'Huisstijl social media'.
- Je voldoet aan de geldende afspraken op gebied van webcare.
- Je account is actief. Dat betekent dat we verwachten dat je op structurele basis eigen content plaatst. Jaarlijks wordt een norm bepaald per platform wat wordt verstaan onder 'actief'
- Iedere collega die start met een socialmedia-account namens de politie volgt een start-training social media.
- De Beroepscode is van toepassing.

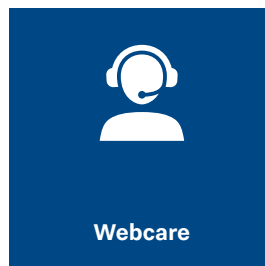
4.1 Welke ruimte heb ik met een zakelijk account?

We geven je met een zakelijk account van de politie op social media veel ruimte. Jij bepaalt zelf, in overleg met je teamchef en/of de socialmediaregisseur van je eenheid, hoe je je account inzet en wat je op je account plaatst. Er zijn echter een aantal harde grenzen waar je je aan moet houden. Dit kader is in feite een toetssteen om te beoordelen wat je wel en niet op social media moet doen. Als je het gevoel hebt dat je aan een of meerdere zijdes een gouden lijn of 'grens over gaat', moet je je idee (je *post*) heroverwegen en aanpassen zodat het wel binnen de gegeven ruimte past. Toets dit zonedig bij je teamchef, je directe collega's, je regionale socialmediaregisseur of de afdeling communicatie in je eenheid. Je kunt dit kader ook gebruiken om achteraf te reflecteren op een casus.

De belangrijkste randvoorwaarde is dat je account moet bijdragen aan de doelen van de politie. Een andere belangrijke randvoorwaarde is dat je samen met je leidinggevende bepaalt hoeveel capaciteit je steekt in het beheer van je account. Qua kennis en vaardigheden heb je geen certificaat of diploma nodig om namens de politie op social media te communiceren. Een contentstrategie kan je helpen om bewust en structureel bij te dragen aan de doelen van het korps. Overleg over zo'n strategie met je afdeling communicatie. Per eenheid kunnen er aanvullende afspraken worden gemaakt over deze 'zachte' randvoorwaarden.



Huisstijl



Webcare

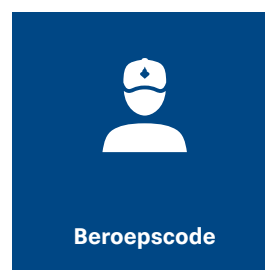


Wet & regelgeving



Spelregels platformen

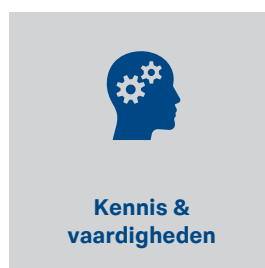
Ruimte: optimale situatie waarin elke collega op social media bijdraagt aan politiewerk



Beroepscode



Capaciteit



Kennis & vaardigheden



Bijdragen aan de doelen van de politie

4.2 Opstarten en aanmelden van het account

Voordat je jouw account kunt starten heb je eerst overleg met jouw socialmediaregisseur en je leidinggevende. Samen kijken jullie of het type account dat je wilt openen inderdaad geschikt is en of het kanaal de juiste keuze is met de doelen die je hebt en/of die de organisatie heeft. Er wordt ook naar de toekomst gekeken, past het openen van een account bij je logische vervolgstappen in je carrière? Tot slot wordt er

gekeken of het niet logischer is dat je aansluit bij een al bestaand politie-account op social media. De socialmediaregisseur heeft in nauwe afstemming met de leidinggevende het laatste woord.

Open je daadwerkelijk een zakelijk account, zorg dan dat je account is aangemeld bij jouw socialmediaregisseur. Hij/zij houdt voor jullie eenheid een overzicht van alle zakelijk accounts bij en zorgt ervoor dat jouw account gekoppeld kan worden aan o.a. politie.nl en de landelijke webcare-tool.

4.3 Inrichten account volgens huisstijl

Burgers moeten in één oogopslag kunnen zien dat ze te maken hebben met een zakelijk of privéaccount. Of met een echt of fake account. Daarom willen we dat onze zakelijke accounts zowel tekstueel als visueel herkenbaar zijn als politie accounts. Denk hierbij aan de accountnaam maar ook aan het logo, de omslagfoto en de bio. Het account heeft een logische en voor de burgers herkenbare naam; zo hebben geografische accounts (bijvoorbeeld basisteams en wijkagenten) altijd een geografische naam van dat gebied.

Profiel foto's op socialmedia-accounts van de politie worden voorzien van of een pasfoto (in uniform) of van het monogram (vlammetje) van de politie. Zowel het logo van de politie als ook het monogram (vlammetje) zijn onderdeel van de politiehuisstijl en daarmee zijn beide een beschermd element. Het is niet toegestaan om het logo of het monogram te bewerken of aan te vullen met eigen teksten of afbeeldingen.

Alle actuele afspraken over de huisstijl social media staan in de stijlguide 'Huisstijl social media'. Deze is te vinden op Intranet > Ondersteuning > H > Huisstijl social media.

4.4 Webcare

Op elk politie account (kwadrant 1 en 2) wordt webcare toegepast. Daarmee moeten alle accounts voldoen aan de afspraken die rondom webcare zijn vastgelegd. Per platform en per kwadrant zijn of worden aparte afspraken gemaakt door het landelijke project webcare in het Webcarekader (onder verantwoordelijkheid van proces Dienstverlening). Voor alle platformen gelden de volgende uitgangspunten:

- Voor elk politie-account op social media is webcare ingeregeld en vastgelegd in afspraken door de beheerder(s) met zijn teamchef en de socialmediaregisseur, gebaseerd op het landelijke Webcarekader.
- Gefaseerd worden alle accounts aan een webcaretool gekoppeld. Vraag bij je socialmediaregisseur na hoe je account gekoppeld moet worden aan de webcaretool en hoe de afspraken over beantwoording in jouw eenheid lopen.
- Ambitie is om vragen van burgers binnen een uur te beantwoorden, het streven is binnen 24 uur. Op die manier verbinden we ons conform de dienstverleningsovereenkomst daadwerkelijk aan wijk, web, wereld en zijn we bereikbaar en voorspelbaar.

Indien webcare op een account niet (meer) haalbaar is, voldoet het account niet aan de gestelde kaders in paragraaf 4.1; en mag je het account (nog) niet opstarten. De webcaretool is niet geschikt voor alle socialmediakanalen. Voor Twitter, Facebook en Instagram werkt deze het beste, maar met beperkingen. Vraag jouw socialmediaregisseur voor de mogelijkheden.

4.5 Wet & regelgeving

Met het gebruik van social media kunnen we het publiek een uniek kijkje bieden in ons dagelijks werk. Het uitgangspunt daarbij is dat we dit zorgvuldig doen om te voorkomen dat we wetten of geldende regels overtreden. Denk bijvoorbeeld aan de WPG en de AVG. Als we die wetten op social media secuur toepassen worden personen, voorwerpen of omgevingen zodanig in beeld gebracht dat ze nooit herleidbaar zijn tot een natuurlijk persoon. Op dit moment gelden de volgende afspraken.

- Instructie beeld op social media
- Richtsnoer opsporingsberichtgeving & nieuwe media
- Aanwijzing voorlichting opsporing en vervolging

Indien er nieuwe relevante wet- en regelgeving komt word je hiervan via je socialmediaregisseur op de hoogte gesteld.

4.6 Spelregels platformen

We hebben als politie ook online een voorbeeldfunctie, en dat betekent dat we ons netjes aan de gebruiksvoorwaarden van het platform dienen te houden wanneer we openlijk communiceren met publiek.

Facebook hanteert bijvoorbeeld als algemene voorwaarde, dat vriendenprofielen te allen tijde privéaccounts zijn. Ofwel: geen vriendenprofielen om te communiceren vanuit je functie. Om contact met burgers te onderhouden geldt voor de politie dat alleen Facebook-pagina's (zogenaamde "Bedrijven-pagina's") zijn toegestaan.

4.7 Beroepscode

Het zorgvuldig omgaan met social media op je zakelijke account moet verankerd zijn in je gedrag. Je zorgt ervoor dat je gedrag op sociale media het imago van de politie niet schaadt. De Beroepscode geldt hier. In de Beroepscode zijn tien gedragsregels benoemd. Voor het gebruik van een zakelijk socialmedia-account gelden specifiek de gedragsregels:

- Ik bespreek dilemma's
- Ik ben niet corrupt
- Ik houd mijn kennis en vaardigheden op peil
- Ik span mij in voor een veilige werkomgeving
- Ik draag bij aan positief imago en geef in houding, uiterlijk en gedrag het goede voorbeeld

- Ik vermijd de omgang met individuen, verenigingen of groepen die een imago hebben dat in strijd is met mijn functie als politieambtenaar
- Ik ga zorgvuldig om met (vertrouwelijke) informatie

4.8 Het onderhouden van je account

Onder het onderhouden van je account verstaan we een actieve houding ten opzichte van zenden, monitoring en interactie. Zenden moet op een structurele basis, met een boodschap die aansluit bij de beoogde doelgroep en het gekozen socialmediaplatform. Monitoring is het structureel en consequent volgen van de berichten en reacties op het account, en daar waar nodig er actie op ondernemen. Interactie is het contact dat je actief hebt met je volgers, door vragen te stellen en/of te beantwoorden, zaken terug te koppelen en in te gaan op relevante berichten van je volgers. Het produceren van goede content is soms best een uitdaging. Om dit te organiseren kun je (eventueel samen met je afdeling communicatie) een contentkalender inrichten. Je kunt je socialmediaregisseur om advies vragen. Net zoals in het oude beleid kan dit account in uitzonderlijke gevallen worden gebruikt door je afdeling communicatie voor crisiscommunicatie, bijvoorbeeld bij een ramp of terroristische aanslag.

4.9 Wachtwoordbeheer

In het verlengde van webcare is het goed om te benoemen dat accounts die namens de politie spreken op social media geen persoonlijk eigendom zijn van de beheerder, maar een middel om te communiceren met burgers. Elk socialmedia-account van de politie moet een veilig wachtwoord hebben, gekoppeld aan een emailadres.

Uitgangspunten wachtwoordbeheer:

- Het wachtwoord van het zakelijke socialmedia-account en het daaraan gekoppelde politie emailadres moeten door de beheerder van het account binnen het politiedomein bewaard worden (en/of gekoppeld zijn in de webcare-tool).
- De teamchef moet te allen tijde over het wachtwoord en het daaraan gekoppelde emailadres kunnen beschikken.
- De socialmediaregisseur controleert dat het wachtwoordbeheer van de eenheid op orde blijft.
- De inloggegevens van zakelijke socialmedia-accounts moeten door de socialmediaregisseur te allen tijde opgevraagd kunnen worden bij de beheerder of diens teamchef. Dit om het account te kunnen koppelen aan landelijke tools, of om het account te kunnen overnemen of overdragen bij ziekte, verlof, uitdiensttreding of misschien zelfs overlijden. Of vanwege het stopzetten van een account wanneer de beheerder zich stelselmatig niet houdt aan de gestelde kaders in paragraaf 4.1.

4.10 Stopzetten account

Het kan zijn dat je wilt stoppen met je socialmedia-account(s) of dat je account niet (meer) bijdraagt aan de organisatiedoelstellingen. Dan wordt het account uiteraard stopgezet. Dit kun je zelf doen (meldt het dan altijd bij je socialmediaregisseur) of dit kan besloten worden door of in overleg met de socialmediaregisseur. De socialmediaregisseur is hierin altijd leidend, maar zal voor een besluit altijd in gesprek gaan met de leidinggevende en/of de beheerder. Bij accounts die hangen aan een persoon, maar die wel vanuit de politieorganisatie zijn geïnitieerd, volgt na stopzetten verwijdering van het account. Dit gebeurt bij voorkeur door de beheerder zelf en als dat niet lukt door de landelijke socialmedia-regisseur. Daar ligt het 'Single Point of Contact' (SPOC) voor de verschillende socialmediaplatformen.

Accounts die we vanuit de beheerstructuur als verplicht zien, zoals geografische accounts op gemeentenniveau, kunnen we niet verwijderen. Samen met de teamchef kijkt de socialmediaregisseur wat de betreffende situatie nodig heeft om toch het account weer leven in te blazen.

Specifieke redenen voor opheffen accounts type 1 en 2:

- Het account is niet actief en er is geen nieuw leven meer in te blazen.
- De content slaat niet aan en er is geen oplossing om er voor te zorgen dat de content alsnog aanslaat.
- Het gekozen platform sluit niet meer aan bij het doel van het account (bv Twitter gebruik neemt zodanig af).
- De beheerder houdt zich stelselmatig niet aan de gestelde kaders in paragraaf 4.1.
- De content van het account sluit niet langer aan bij de normen en waarden van de politie (te veel posten over niet politie gerelateerde zaken of onderwerpen die niks met het oorspronkelijke doel te maken hebben).
- Er is geen interactie op het account. Het account zendt alleen maar.
- Als hetzelfde werkgebied gedekt is met accounts op nóg lokaler niveau.
- Als een aantal kleinere gefragmenteerde accounts opgaan in een groter lokaal account.
- Als een aantal kleinere gefragmenteerde accounts opgaan in een landelijk thema.
- Gemeentelijke herindeling.
- Het verzorgingsgebied van het basisteam verandert.

4.11 Nieuwe platformen

Niet elke trend of nieuw platform heeft betekenis voor de politie.

Maar ontwikkelingen en kanalen die voor de politie wél interessant of zinvol zijn, moeten worden geïdentificeerd. We werken volgens het principe 'learning by doing'. We experimenteren, we proberen nieuwe platformen uit, we zoeken grenzen op. Om te snappen hoe het werkt, om innovatief te blijven. Maar wel goed overwogen en door-dacht. En altijd in overleg met de regionale én landelijke socialmedia-regisseur. Zo kan het potentieel van een nieuw platform gemakkelijk en snel onderzocht worden.

Specifieke redenen voor opheffen accounts type 1:

- De beheerder houdt zich stelselmatig niet aan de gestelde kaders in paragraaf 4.1.
- Er wordt misbruik gemaakt van het account (bijvoorbeeld voor eigen gewin).
- De medewerker krijgt een andere functie/rol/gebied toegewezen en er is geen opvolger die het socialmedia-account overneemt.
- Bij uitdiensttreding en er geen opvolger is die het socialmedia-account overneemt.
- Ter bescherming van een medewerker (bijvoorbeeld bij een langdurige bedreiging)
- Bij overlijden en er geen opvolger is die het socialmedia-account overneemt.

5. Beroepscode privéaccounts (type 3 en 4)

Wanneer jouw account valt in account-type 3 of 4 val je niet onder het uitgebreide socialmediaprotocol voor zakelijke accounts. Wel geldt de Beroepscode en specifiek het themablad Social media van de Beroepscode.

We gaan bij deze typen account uit van je eigen verantwoordelijkheid en gezonde verstand. Let ook op dat een privé-account waarop duidelijk is dat je bij de politie werkt, onduidelijkheid kan veroorzaken bij het publiek of iets kan uitlokken dat je niet voorzien had. Probeer dit te vermijden en neem contact op met je leidinggevende of je socialmediaregisseur voor advies als er iets mis dreigt te gaan of anders loopt dan je gewild had. Realiseer je ook dat uitingen die je privé doet over je werk of je werkgever ook door derden, bijvoorbeeld journalisten, gevolgd en gelezen worden. Daardoor kan een grappige of scherpe tweet of post onbedoeld een vervelend staartje krijgen.

Om rekening mee te houden:

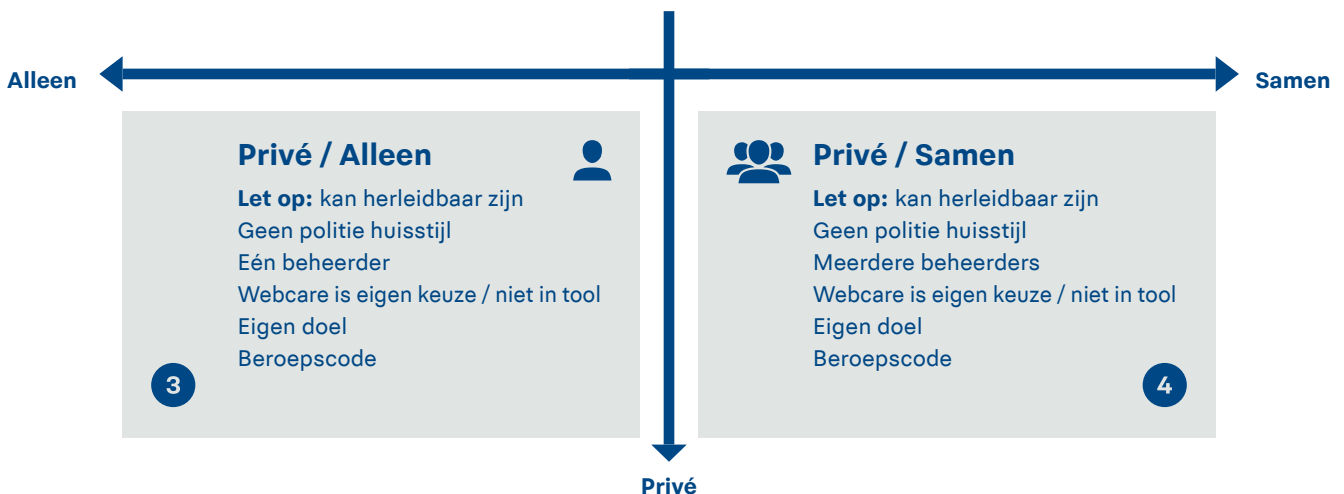
- Een privéaccount is qua naamgeving op het platform niet gelieerd aan de politie. De uitgang @POL_ of @politie wordt niet in de URL of in de accountnaam gebruikt.
- Een privéaccount voert geen politie huisstijl (geen banner met politiekenmerken, niet in uniform op de profielfoto, en geen politielogo op je account).
- De bio is overwegend gevuld met privégegevens. In de bio kan wel een verwijzing naar de politie staan (bv werkzaam bij/als).
- Je account wordt niet gefaciliteerd door de organisatie. Denk aan het regelen van een 'verified' account, het koppelen van je account op politie.nl of het koppelen van je account aan de landelijke webcare tool.
- De berichten gaan overwegend over eigen interesses, hobby's en/of passies.
- Je spreekt OVER de politie en NIET namens de politie. Er kunnen wel politie gerelateerde berichten geplaatst worden en er kunnen berichten van officiële politieaccounts gedeeld of getweet worden.

- Je bepaalt zelf of en hoe vaak je iets plaatst.
- Je bepaalt zelf of je wilt antwoorden op vragen van je volgers. Je wordt niet gekoppeld aan de landelijke webcare tool om webcare te kunnen doen.

Ook voor privéaccounts is de beroepscode van kracht. In de Beroepscode zijn tien gedragsregels benoemd. Voor het gebruik van een privé socialmedia-account gelden specifiek de gedragsregels:

- Ik ben niet corrupt
- Ik span mij in voor een veilige werkomgeving
- Ik draag bij een positief imago en geef in houding, uiterlijk en gedrag het goede voorbeeld
- Ik vermijd de omgang met individuen, verenigingen of groepen die een imago hebben dat in strijd is met mijn functie als politieambtenaar
- Ik ga zorgvuldig om met (vertrouwelijke) informatie

Het themablad Social media van de Beroepscode geeft hier nadere invulling aan.



Wijkagent Robin Peters
992 Tweets



Wijkagent Robin Peters
@WA_Lombardijen1

Wijkagent Homerusbuurt | Wijk Lombardijen | Gemeente Rotterdam | Basisteam IJsselmonde | Politie Eenheid Rotterdam

Rotterdam, Nederland politie.nl/mijn-buurt/wij...
Joined December 2016

921 Following 1,480 Followers

Not followed by anyone you're following

Wijkagent Robin Peters Retweeted

Wijkagent Arco @wijkagentarco · Sep 30
Getuigenoproep!! Vannacht is aan de Dantestraat in #Lombardijen een voertuig afgebrand, wij zijn op zoek naar getuigen die mogelijk iets gehoord of gezien hebben. Heeft u informatie bel ons dan aub op 0900-8844 of meld het anoniem op 0800-7000! @POL_IJsselmonde

Wijkagent Robin Peters
@WA_Lombardijen1

Wijkagent Homerusbuurt | Wijk Lombardijen | Gemeente Rotterdam | Basisteam IJsselmonde | Politie Eenheid Rotterdam

Rotterdam, Nederland politie.nl/mijn-buurt/wij...
Lid geworden in december 2016

921 Volgend 1.480 Volgers

Gevolgd door Thin Line Bracelets, Politie Basisteam IJsselmonde, Frank Ruitenb...

Tweets Tweets en antwoorden Media Vin

Wijkagent Robin Peters heeft geretweet

Wijkagent Arco @wijkagentarco · 2 d
Getuigenoproep!! Vannacht is aan de Dantestraat in #Lombardijen een voertuig afgebrand, wij zijn op zoek naar getuigen die mogelijk iets gehoord of gezien hebben. Heeft u informatie bel ons dan aub op 0900-8844 of meld het anoniem op 0800-7000! @POL_IJsselmonde

16:16



Wijkagenten Ommoord
@WA_Ommoord

Wijkagenten Arjan van Heusden, Cavit Koksals en Brenda van der Most | Wijk Ommoord | Gemeente Rotterdam | Basisteam IJsselland | Politie Eenheid Rotterdam

Rotterdam-Oost politie.nl
Lid geworden in februari 2019

31 Volgend 240 Volgers

Gevolgd door PA_Rijopleiding, Teamchef Kaag en Braassem /...

Wijkagenten Ommoord @WA_Ommoord · 1 d
Wij, Arjan, Brenda en Cavit, zijn de wijkagenten van de Rotterdamse wijk Ommoord.

U kunt ons ook vinden op Instagram, wijkagenten_ommoord
Hier geven wij u een inkijkje in onze dagelijkse werkzaamheden.
[#wa_ommoord](#) [#wijkagenten_ommoord](#) [#Rotterdam](#) [#Rotterdam_Oost](#) [#Police](#)

Wijkagenten Ommoord @WA_Ommoord · 1 d

6. Governance zakelijke accounts (kwadrant 1 en 2)

De dagelijkse verantwoordelijkheid voor een socialmedia-account van de politie (kwadrant 1 en 2) ligt primair bij de accounthouder(s) van het kanaal. Daar wordt per eenheid op toegezien door de socialmediaregisseur van de eenheid. Social media zijn onderdeel van het politiewerk. Daarom is iedere eenheid zelf verantwoordelijk voor de eigen invulling. Het landelijke socialmedia-beleid blijft leidend voor deze invulling.

Zoals in hoofdstuk 2 is beschreven gaat dit beleid over communiceren via social media. Andere processen hebben zelf aanvullend beleid gemaakt over hoe social media in de operatie toe te passen, zoals GGP, digitale opsporing, Intelligence of dienstverlening.

In afstemming met de teamchef en de regionale socialmediaregisseur

overlegt iemand die met een account wil starten, op basis van de uitgangspunten in het beleid, of en – zo ja – hoe dit vormgegeven wordt. Bij twijfel of een verschil van inzicht wordt de landelijke socialmediaregisseur gevraagd een besluit te nemen. Een eenheid kan een tussenstap inbouwen, namelijk het voorleggen aan de referent social media, mits die is aangesteld in het EMT van de eenheid. In de besluitvorming over socialmedia-kanalen, gaat de uitspraak van (de regionale) socialmediaregisseurs altijd voor op die van de teamchef.

6.1 Netwerken

Het is belangrijk om dit document te laten leven in de organisatie. Dat kan alleen door op regelmatige basis met mensen met praktijkervaring van

gedachten te wisselen over dit beleid en daaraan gerelateerde onderwerpen/cases. Daarom worden landelijk en in de eenheden de volgende netwerken ingericht:

Regionaal lokaal

- In de eenheid organiseert de socialmediaregisseur een lokaal netwerk voor socialmediagebruikers. Hierin worden ontwikkelingen in de gaten gehouden en cases besproken.

Netwerk landelijk

- De landelijke socialmediaregisseur organiseert periodiek een landelijk adviesnetwerk voor social media. In dit netwerk zitten naast de lokale socialmediaregisseurs ook vertegenwoordigers van GGP, Dienstverlening, Politieacademie, VIK, etc. Het netwerk komt elk kwartaal bij elkaar en wordt voorgezeten door de landelijke regisseur social media. In het netwerk worden ontwikkelingen in de gaten gehouden, cases besproken en zo nodig aanpassingen gedaan in dit socialmediabeleid en/of adviezen gegeven om andere bestaande afspraken te herzien (bijvoorbeeld webcare, GGP, opsporing, etc). De uitspraken van het netwerk zijn richtinggevend voor uitvoering van het protocol en dit beleid in de eenheden.

6.2 Rollen en verantwoordelijkheden

We zien de volgende rollen als essentieel in de organisatie van socialmedia bij de politie.

Rol	Omschrijving
<ul style="list-style-type: none"> • Socialmediateam/ beheerder 	<ul style="list-style-type: none"> • Achter ieder account gaat een socialmediateam of beheerder schuil. Op regionaal of lokaal werkt dit team samen aan goede content en contact met de burger via sociale media.
<ul style="list-style-type: none"> • Teamchef 	<ul style="list-style-type: none"> • Teamchef is verantwoordelijk dat sociale media als onderdeel worden gezien van het politiewerk. Wanneer een medewerker zich op social media niet houdt aan het protocol/de beroepscode is hij/zij de aangewezen persoon om dit bespreekbaar te maken met het betreffende team/ beheerder. De teamchef wordt in zijn rol (pro)actief ondersteund door de socialmediaregisseur van zijn eenheid en het regionale netwerk.
<ul style="list-style-type: none"> • Socialmediaregisseur 	<ul style="list-style-type: none"> • De socialmediaregisseur is de adviseur en vraagbaak voor sociale media per eenheid. Hij/zij organiseert initiatieven, faciliteert kennis en monitort of gewerkt wordt volgens socialmediaprotocol. Deze persoon helpt ook met het vergroten van social media kennis bij teamchefs en andere leidinggevenden. Heeft mandaat om accounts die niet bijdragen aan de organisatiedoelstellingen of die zich niet houden aan de kaders stop te zetten. In de meeste eenheden wordt deze rol van oudsher vervuld door een projectleider social media. Het is aan te bevelen deze conform dit beleid in te zetten als socialmediaregisseur. Is dit nog niet het geval, dan is het aan te bevelen een socialmediaregisseur aan te wijzen
<ul style="list-style-type: none"> • Referent social media 	<ul style="list-style-type: none"> • Elke eenheid heeft (of benoemt) een referent social media op EMT-niveau. De referent fungeert als opdrachtgever voor de regisseur binnen de eenheid en is eindverantwoordelijk voor de implementatie van en sturing op het protocol op eenheidsniveau. Is de escalatielijn in de eenheid als een verzoek/besluit van regisseur niet wordt opgevolgd.
<ul style="list-style-type: none"> • Communicatieadviseur 	<ul style="list-style-type: none"> • De communicatieadviseur kan gevraagd en ongevraagd adviseren over inzet social media. Signaleert en spart met socialmediaregisseur indien nodig. In geval van crisis schakelt de communicatieadviseur met de betreffende woordvoerder en kijkt welke accounts nodig zijn om zaken op te posten.
<ul style="list-style-type: none"> • Landelijk socialmediaregisseur 	<ul style="list-style-type: none"> • De landelijk socialmediaregisseur onderhoudt het netwerk met lokale socialmediaregisseurs en zorgt ervoor dat ze voldoende toegerust zijn om hun werk te doen. Verder staat deze persoon in verbinding met alle processen en afdelingen waar social media op van invloed is. Hij/zij initieert coaching en training(smateriaal). Is ook verantwoordelijk en single point of contact naar de socialmediaplatformen voor het verwijderen van fake accounts of eventuele zakelijke accounts.

