

## Få styr på brugen af sociale medier på din virksomhed!

*Sociale medier bruges flittigt i - og udenfor - danske virksomheder, hvilket skaber mange muligheder for virksomhederne. Men samtidig opstår en række interne og eksterne risici, som de færreste danske virksomheder synes at have fokus på. Denne artikel beskriver muligheder og risici ved brug af sociale medier samt hvordan man tager kontrollen hermed.*

*Af advokat Tommy Angermair, Kromann Reumert*

### Fordele og risici ved brug af sociale medier på arbejdspladsen

Sociale medier, som f.eks. Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, Plaxo, blogs mv., har opnået en enorm popularitet på verdensplan og i Danmark. I Danmark er det især Facebook, som hitter. Pt. har ca. 34 % af danskerne en Facebook-profil, hvilket er uofficiel verdensrekord.

De sociale medier bruges flittigt i Danmark, hvilket giver virksomhederne mulighed for øget kommunikation med deres interessenter, øget arbejdsrelateret "networking" mellem medarbejdere og forretningsforbindelser, "employer branding", øget information om medarbejdere og ansøgere, øget interaktion og vidensdeling mellem medarbejderne mv.

Medaljens bagside er, at brugen af sociale medier på arbejdspladsen er forbundet med en række interne og eksterne risici bl.a. nedgang i produktiviteten, brud på IT-sikkerheden, overtrædelse af lovgivningen (f.eks. markedsføringsloven, straffeloven, persondataloven samt diverse diskriminationslove), ansættelsesretlige tvister, uautoriseret/uønsket kommunikation med virksomhedens interessenter, skade på virksomhedens relationer, skade på virksomhedens brand, videregivelse af fortrolige oplysninger m.v.

### En del af privatsfæren?

Det er værd at være opmærksom på, at medarbejders brug af sociale medier udenfor for arbejdspladsen direkte eller indirekte kan påvirke arbejdsgiveren. Det gælder navnlig, hvis de identificerer sig som medarbejdere i en bestemt virksomhed eller i øvrigt kommenterer virksomhedsrelaterede forhold. Disse nævnte risici er således i vidt omfang aktuelle, uanset om medarbejdernes brug af sociale medier foregår på eller udenfor arbejdspladsen.

Problemet er især, at mange medarbejdere (og ledere) opfatter sociale medier som en del af privatsfæren, og at de derfor ikke udviser den fornødne omtanke, f.eks. når de:

- opretter en Facebook-gruppe i virksomhedens navn,
- lægger en sjov video fra kontoret på YouTube,
- lægger billeder fra firmajulefrokosten på Facebook,
- kritiserer en kollega eller en forretningsforbindelse på sin "væg" eller "statusopdatering" på Facebook,
- skriver en fræk besked på Facebook til en kollega,
- anbefaler en kollega på LinkedIn, som netop er blevet opsagt af virksomheden pga. dårlig performance,
- klikker på sjove links til ukendte hjemmesider og åbner kædebeskeder fra ukendte afsendere på Facebook,
- diskuterer virksomhedens interne forhold med kolleger på blogs,
- tilkendegiver deres holdning til et kontroversielt emne på Twitter, eller
- når de kommenterer en aktuel sag mod arbejdsgiveren eller arbejdsgiverens produkter på blogs.

En medarbejders (eller en leders) opslag på et socialt medie kan lynhurtigt blive udbredt til en langt større kreds end tilsigtet - og i yderste konsekvens blive forsidestof. Det skyldes bl.a., at kommunika-

tionen via de sociale medier overvåges af journalister, medieanalytikere og andre aktører, f.eks. de mange danske og udenlandske virksomheder, som tilbyder skræddersyede løsninger til overvågning af sociale medier.

Opslaget kan som regel spores tilbage til arbejdsgiveren, typisk fordi medarbejderen oplyser arbejdsgiverens identitet eller på grund af de digitale spor, som brugen af internettet via arbejdsgiverens IT-system efterlader.

### Hot HR-tema

I USA er brug af sociale medier på arbejdspladsen et af de absolut hotteste HR-temaer. Dette skyldes bl.a., at der har været adskillige tvister, som er udsprunget af en eller flere medarbejders ugenomtænkte brug af sociale medier.

Også fagforeningerne i Danmark har fokus på brugen af sociale medier på arbejdspladsen. F.eks. har HK for nyligt udstedt en guide om "Facebook på jobbet".

I Danmark har vi indtil videre set ret få eksempler på tvister om medarbejders brug af sociale medier. I december 2009 blev en politibetjent fyret, efter at hun var blevet idømt en bøde for racisme, fordi hun havde skrevet et racistisk indlæg på sin blog. Af bloggen fremgik bl.a. hvilken station politibetjenten var tilknyttet. Politibetjenten forklarede i retten, at hun var frustreret pga. oplevelser på arbejdet, da hun skrev indlægget, og at hun ikke havde regnet med, at andre end 5-6 kolleger ville læse indlægget. Sagen er et rigtigt godt eksempel på, at en medarbejders opslag på et socialt medie, som var tiltænkt en begrænset privat kreds, hurtigt kan nå ud til en bredere ubestemt kreds af personer.

Selvom vi måske aldrig får amerikanske tilstande i Danmark, er der ingen tvivl om, at medarbejders brug af sociale medier vil give anledning til flere tvister og andre udfordringer i de kommende år.

### Hvordan får man styr på medarbejdernes brug af sociale medier?

Som arbejdsgiver bør man først og fremmest tage stilling til, om brug af sociale medier på arbejdspladsen skal være tilladt, og i givet fald, hvilke retningslinjer brugen skal være underlagt.

Det lader til, at de fleste danske virksomheder endnu ikke har foretaget en sådan stillingtagen.

Blandt de virksomheder, som har taget stilling, har nogle valgt helt at forbyde medarbejdernes brug af alle eller udvalgte sociale medier i arbejdstiden og at blokere for brugen heraf, typisk med henvisning til hensynet til virksomhedens IT-sikkerhed og/eller produktivitet.

Hvorvidt det er bedst at forbyde brugen af sociale medier eller ej, er et spørgsmål, som man ikke kan svare generelt på. Det beror i høj grad på virksomhedstypen og virksomhedskulturen.

I de virksomheder, hvor man kræver stor fleksibilitet af medarbejderne med hensyn til arbejdstidens omfang og placering, vil medarbejderne normalt have en forventning om at have adgang til at kommunikere via sociale medier til private formål.

De fleste virksomheder synes dog at tillade brugen af sociale medier på arbejdspladsen. Blandt disse har flere mere eller mindre frivilligt

indført retningslinjer for medarbejdernes brug af sociale medier, oftest som en separat politik eller som en del af virksomhedens IT-politik.

En refleksvirkning af udviklingen i USA er, at mange amerikanske moderselskaber har pålagt deres datterselskaber at implementere koncernens politik for medarbejdernes brug af sociale medier, hvilket en række danske virksomheder har været berørt af.

Uanset om man tillader brug af sociale medier på arbejdspladsen eller ej, er det generelt anbefalelsesværdigt, at man udarbejder skriftlige retningslinjer herom.

I sidstnævnte tilfælde er det anbefalelsesværdigt ikke alene at kommunikere selve forbuddet mod brugen samt eventuelle sanktioner.

Man bør samtidig gøre medarbejderne opmærksomme på, at deres brug af sociale medier uden for arbejdspladsen direkte eller indirekte kan påvirke deres ansættelsesforhold, navnlig hvis de identificerer sig som medarbejdere i en bestemt virksomhed eller i øvrigt kommenterer virksomhedsrelaterede forhold. Sagen med den fyrede politibetjent er et rigtigt godt eksempel herpå.

Budskabet til medarbejderne kan derfor med fordel være, at medarbejderne skal bruge deres sunde fornuft og huske på deres ansættelsesretlige forpligtelser (loyalitet, tavshedspligt, adfærdskrav mv.), når de bruger sociale medier, uanset at brugen foregår på eller udenfor arbejdspladsen.

Hvis man tillader brug af sociale medier på arbejdspladsen, bør man i sine skriftlige retningslinjer i hvert fald omtale:

- Det tilladte omfang heraf (f.eks. kun i begrænset omfang eller uden for arbejdstiden),
- at medarbejderes brug af sociale medier ofte meget let kan føres tilbage til virksomheden og derfor kan skade virksomheden og ansættelsesforholdet,
- generelle anvisninger for adfærd (omgangstone, forhold til andre medarbejdere/ledere)
- særlige typer af ikke-tilladt adfærd (f.eks. udtalelser der fremstår som afgivet på vegne af virksomheden, publicering af internt materiale),
- eventuel kontrol, samt
- sanktioner ved overtrædelse af retningslinjerne.

Som tilfældet er med andre typer af politikker, bør retningslinjerne individuelt tilpasses virksomhedens kultur af hensyn til, at de i videst muligt omfang får den ønskede effekt på medarbejdernes brug af sociale medier.

Fordelene ved at have fyldestgørende skriftlige retningslinjer for medarbejdernes brug af sociale medier er mange, herunder:

- at de bidrager til at afstemme virksomhedens og medarbejdernes forventninger,
- at de skaber et bedre juridisk og moralsk grundlag for, at virksomheden imødegår uacceptabel brug,
- at de vidner om proaktiv, moderne og god virksomhedsledelse i forhold til virksomhedens interessenter.

Den mest oplagte fordel er imidlertid, at virksomheden derved tager stilling til brugen af sociale medier på arbejdspladsen og dermed fremmer en hensigtsmæssig udnyttelse af muligheder og begrænsning af risici, som er forbundne hermed.