

Virksomheder overser risici ved sociale medier

Medarbejders brug af Facebook, Twitter osv. kan medføre nogle uovervejede problemer for en virksomhed.

Sociale medier bruges flittigt på (og uden for) danske arbejdspladser, hvilket skaber mange muligheder for virksomhederne. Men brugen af sociale medier skaber samtidig en række interne og eksterne risici, som de færreste danske virksomheder synes at have fokus på.

Sociale medier, som f.eks. Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, Plaxo, blogs mv., har opnået en enorm popularitet på verdensplan. I Danmark er det især Facebook, som hitter. Pt. har ca. 34 pct. 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.

En række risici

Medaljens bagside er, at brugen af sociale medier på arbejdspladsen er forbundet med en række interne og eksterne risici. Det gælder 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.

Det er værd at være opmærksom på, at medarbejders brug af sociale medier uden for arbejdspladsen direkte eller indirekte kan påvirke arbejdsgiveren, navnlig hvis de identificerer sig som medarbejdere i en bestemt virksomhed eller i øvrigt kommenterer virksomhedsrelaterede forhold.

Problemet er især, at mange medarbejdere 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,

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.

Hurtigt udbredelse

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 kommunikationen 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 let 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.

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

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

Lav retningslinjer

I Danmark har vi hidtil set ret få eksempler på tvister om medarbejderes 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 fem-seks kolleger ville læse indlægget.

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

Som arbejdsgiver bør man derfor tage stilling til, hvilke retningslinjer brug af sociale medier på og uden for arbejdspladsen skal være underlagt, bl.a. med henblik på en hensigtsmæssig udnyttelse af muligheder og forebyggelse af de risici, som er forbundne hermed.

TOMMY ANGERMAIR, advokat, Kromann Reumert
Offentliggjort 15.03.10 kl. 03:00
<http://jp.dk/morgenavisen/erhverv/article2009639.ece>