

Hewlett-Packard, Allerød, april 2009

Politik for brug af sociale medier i Hewlett-Packard (HP) Danmark

1. Formål og målgruppe

HP's politik for sociale medier er et forsøg på, at give medarbejdere gode råd og støtte til, hvordan man kan færdes trygt og sikkert på sociale medier samtidigt med, at man optræder som repræsentant for HP. I det efterfølgende fokuseres på Facebook, men de generelle punkter i denne politik dækker alle sociale medier, herunder LinkedIn, Plaxo og Flickr.

HP's Facebook politik er beregnet for alle medarbejdere, der benytter Facebook og som på den ene eller anden måde relaterer sin Facebook-profil til HP. Eksempelvis ved, at man omtaler emner fra HP på sin profil, eller har personer fra HP's kunder, partnere og andre stakeholdere blandt sine venner på Facebook.

2. Vision

I HP tror vi på, at medarbejdernes store interesse for og kendskab til nettets sociale univers er en styrke, som vi bør understøtte og udbygge frem for at slå begejstringen ned med forbud og forhindringer.

I stedet for at lukke for adgangen til sociale netværk, vil vi hellere uddanne HP Danmark i fornuftig og sikker brug af de sociale medier. Det sker både gennem HP's Facebook politik og gennem Facebook kurser, som alle medarbejdere i HP Danmark har fået tilbud om at deltage på.

Vores vision er, at Facebook og andre sociale medier bliver en naturlig del af medarbejdernes hverdag og at HP bliver kendt som en moderne, åben virksomhed, der går forrest når det gælder om at integrere og aktivt inddrage de nyeste kommunikationsformer i det daglige arbejde. Vores åbenhed over for sociale medier skal være med til at gøre os fortrolige med de nye kommunikationsmåder og netværk, som stadig flere af vores kunder anvender. Vi håber, at det på sigt giver hver enkelt af os en bedre mulighed for at tænke de nye medier ind i såvel det daglige arbejde som i markedsføringen af virksomhedens produkter.

3. Værdier

Vores Facebook politik bygger på [HP's syv værdier](#), herunder især de tre værdier: Fokus på kunderne, Tillid og respekt og Kompromisløs integritet.

3.1. Fokus på kunderne. Vi skal tage hensyn til vores kunder, når vi færdes på Facebook. Vi skal ikke kommunikere fortrolige oplysninger, som kan skade vores kunder og deres forretning, ligesom vi heller ikke skal miskreditere HP over for de kunder, som vi møder i Facebook verdenen.

3.2. Tillid og respekt. Frem for at mistænkeliggøre brugen af Facebook i arbejdstiden, har vi fuld tillid til og respekt for, at vores medarbejdere selv kan bedømme, hvordan de kan benytte Facebook i arbejdstiden. Vi forventer omvendt også, at alle medarbejdere er deres ansvar bevist over for HP, og respekterer de retningslinjer, som anvises i [HP's Standards of Business Conduct](#) (SBC).

3.3. Kompromisløs integritet. HP medarbejdere må på intet tidspunkt gå på kompromis med HP's integritet, når de færdes på Facebook. Facebooks meget afslappede form lægger op til uformel kommunikation, og netop her er det vigtigt, at vi omgås HP-information om produkter, kundesager, strategier etc. med stor forsigtighed og fortrolighed på præcis samme måde, som i alle andre situationer, hvor vi repræsenterer HP.

4. Gode råd til brug af Facebook i HP

4.1. Facebook kurser

Alle medarbejdere har fået tilbudt to kurser, der giver viden om Facebooks grundlæggende opbygning, sikkerhed, privatlivsindstillinger, behandling af fortrolig HP-information, etc. Vi anbefaler medarbejdere, der ikke har deltaget på disse kurser, og som på den ene eller anden måde relaterer sin Facebook-profil til HP, at kigge kursusmaterialet igennem. Materialet findes på HP's intranet.

4.2. HP's Facebook gruppe

Medarbejdere, der benytter Facebook fra sin firma-pc, opfordres til at tilmelde sig Facebook gruppen "HP Danmark - medarbejdere", så vi effektivt kan informere om sikkerhedstrusler, ændrede retningslinier eller nye Facebook baserede markedsføringstiltag, der kan have gavn af medarbejdernes opbakning. Det er den enkelte medarbejders ansvar at holde sig opdateret med information fra gruppen.

4.3. Facebook grupper i øvrigt

Vi bør alle være opmærksomme på, at vi som deltagere i grupper på Facebook figurerer som HP ansatte. Vi opfordrer derfor til, at man følger sin sunde fornuft, når man tilmelder sig grupper og henviser iøvrigt til HP's SBC.

4.4. Privatliv

Privatliv og arbejdsliv smelter mere og mere sammen og kan i visse situationer være svære at adskille. HP hverken forventer eller forlanger, at man benytter Facebook til arbejdsformål, og det er eksempelvis fuldstændig op til den enkelte at beslutte, om arbejdskontakter skal tilføjes Facebook netværket eller ej. Hvis Facebook benyttes i arbejdsmæssige sammenhæng, er det op til medarbejderen at sikre, at man har kontrol over hvilken information, der tilflyder hvem i ens netværk. Det er under alle omstændigheder obligatorisk at overholde nedenstående SBC- og juridiske retningslinier for fortrolighed og sikkerhed, når man benytter Facebook i arbejdsrelaterede sammenhænge.

4.5. Fortrolighed

Der findes en lang række muligheder for at dele information med sine venner, bekendte og forretningsforbindelser på Facebook. Den mest anvendte er statuslinien, hvor man kort kan sætte ord på, hvad man laver eller tænker på lige nu. Derfor bør den håndteres med stor omtanke og under hensyntagen til HP's SBC, uanset hvornår og hvorfra man logger sig på tjenesten. Man bør med andre ord ikke skrive noget, som man ikke ville e-maile til både pressen, forretningsforbindelser, familie og venner.

Ved hjælp af Facebooks privatlivsindstillinger er det muligt at differentiere den adgang, de enkelte kontakter i netværket har til forskellige typer af indhold. Eksempelvis kan et privat fotoalbum forbeholdes familiemedlemmer og lukkes for forretningsforbindelser og venner. Men alt indhold, som gøres tilgængeligt for forretningsforbindelser – hvad enten de er at betragte som personlige venner eller ej – er omfattet af HP's SBC og den danske lovgivning, som beskrevet under afsnit 6.

For at denne kategorisering skal fungere er det afgørende, at man altid ved besked med, hvem der kan se med på hvilket indhold. Det kræver ikke alene et indgående kendskab til, hvordan privatlivsindstillingerne styres, hvilket indgår på HP's Facebook-kurser. Det kræver også en betydelig opmærksomhed på disse indstillinger i det daglige, hvilket alene er den enkelte medarbejders ansvar.

4.6. God opførsel

HP tolererer under ingen omstændigheder mobning, sexchikane eller lignende uacceptabel adfærd – heller ikke på Facebook. Med hensyn til behandling af billedmateriale, henvises til afsnit 6 om juridiske retningslinjer.

4.7. Tidsforbrug

På kontoret er det naturligvis arbejdet, der har førsteprioritet – ligesom privatlivet har førsteprioritet derhjemme. Hvis det ikke er direkte arbejdsrelateret, bør brug af Facebook i arbejdstiden også holdes inden for en fornuftig ramme, hvor det ikke går ud over arbejdsopgaverne.

4.8. Sikkerhed

Facebook er en såkaldt "åben platform". Det vil sige, at enhver kan skrive applikationer og andet indhold og sende det i cirkulation på tjenesten. Sådant en åbenhed giver et stort spillerum for hackere og andre med tvivlsomme hensigter, der via Facebook kan trænge ind på HP's netværk, hvis vi ikke er forsigtige.

Vores interne it-afdeling gør alt, hvad de kan for at ruste vores netværk bedst muligt, så vi ikke får ubudne gæster eller skadelige programmer ind ad Facebook døren. Men ingen kæde er stærkere end sit svageste led, og kun hvis vi også som brugere følger en række basale forsigtighedsprincipper, når vi bevæger os rundt på tjenesten, kan vi holde Facebook truslerne på sikker afstand. Hvis du er i tvivl om hensigten og baggrunden for en applikation, skal du som udgangspunkt lade være med at installere den.

Medarbejderne opfordres til at kontakte HP's it-afdeling, hvis der opstår tvivlsspørgsmål vedrørende sikkerhed på Facebook.

Derudover bør vi alle læse og følge Facebooks egne sikkerhedsanvisninger <http://www.facebook.com/safety/>. Heraf fremgår det fx at man skal undlade at opgive kreditkort oplysninger, privatadresse og lignende følsomme oplysninger på profilen.

En opdateret liste over hvilke applikationer, der er udviklet af henholdsvis Facebook og eksterne udviklere kan altid ses på <http://www.facebook.com/help.php>. Hvis der står en applikation på listen med eksterne udviklere, eller findes den overhovedet ikke, bør der som udgangspunkt altid udvises forsigtighed.

5. HP's Standards of Business Conduct (SBC)

HP's SBC er baseret på vores syv virksomhedsværdier og målsætninger, og inkluderer et sæt af regler og politikker, som guider os i vores daglige arbejde. SBC er dermed også et helt central styringsværktøj i vores brug af Facebook og alle opfordres til at opfriske [HP's Standards of Business Conduct](#).

Grundlæggende kan man tage udgangspunkt i, at hvis man er i tvivl om en beslutning ligger inden for Business Conduct, skal man lade være. Alternativt søge vejledning hos sin chef. Ellers er det specielt følgende områder i SBC, som man skal være opmærksomme på, når man benytter Facebook som HP medarbejder:

- We make ethical decisions
- We take action when aware of misconduct
- We honor human rights
- We treat other with respect
- We promote and provide a harassment-free environment
- We respect privacy and protect personal information
- We avoid conflicts of interest
- We protect our sensitive information
- We do not trade on or disclose inside information

Læs uddybning af de enkelte områder i SBC.

6. Juridiske aspekter ved brug af Facebook

På [Abelone Glahn's](#) blog har [advokat Peter Lind Nielsen](#) fra advokatfirmaet [Bender, von Haller og Dragsted](#) uddybet de juridiske aspekter ved brug af Facebook. En del områder lapper ind over vores egen SBC, men modsat SBC relateres der til dansk lovgivning. Derfor er uddybningen medtaget uredigeret.

6.1. Ytringsfrihed, men...

Man har selvfølgelig – også som ansat – ytringsfrihed, men det er naturligvis under ansvar for anden lovgivning. Det betyder, at man ikke kan forbyde de ansatte at skrive på fx Facebook (slet ikke i fritiden) eller lægge billeder op, MEN at det skal ske under respekt af anden lovgivning og det vi jurister kalder "almindelige retsgrundsætninger".

Umiddelbart skal man som ansat altså overholde straffeloven (vedr. fx injurier, ærekrænkelser m.v.), ligesom man skal overholde persondataloven. Det medfører for eksempel, at man skal have tilladelse til at lægge billeder af andre på nettet, og i princippet til at lægge personoplysninger om andre på nettet.

6.2. Fotos uden tilladelse

Men netop som ansat er der flere andre forhold, man skal være opmærksom på. Er det billeder, vi taler om, kan der være et fotoforbud. Tager man billeder i private virksomheder af fx kollegaer, skal man både have tilladelse til at tage billedet af arbejdspladsen, men også af den ansatte, hvis man vil lægge billedet på fx Facebook eller Flickr.

Problemet med billeder på nettet opstår blandt andet, fordi mange mobiler har kamera: Det er nemt sidst på aftenen lige at knipse et par billeder af fulde kollegaer til en firmafest, men man må altså ikke lægge dem ud på Facebook. Som ansat har man selvfølgelig ret til at slå sig løs til en firmafest, uden at der tages billeder, der havner på alle mulige sites, uden at man har givet tilladelse.

6.3. Erhvervshemmeligheder

Et andet forhold, man som ansat skal være opmærksom på, er erhvervshemmeligheder og interne oplysninger, der ikke er beregnet til at blive spredt til personer uden for virksomheden. Det gælder for eksempel omsætningstal, oplysninger om kunder m.v. Som ansat må man naturligvis ikke sprede erhvervshemmeligheder eller for den sags skyld forretningsinterne oplysninger. Det følger af såvel markedsføringsloven som almindelige ansættelsesretlige grundregler.

6.4. Illoyalitet

Et tredje forhold er den almindelige loyalitetspligt, man har som ansat jf. almindelige ansættelsesretlige grundregler. Optræder man illoyalt kan det få ansættelsesretlige følger som bortvisning, opsigelse eller advarsel. Det kan fx være, at man skriver nedsættende om en kollega eller chef, virksomhedens produkter eller kunder. En statusopdatering fra en Coop-ansat på Facebook som fx "Hold kæft min chef er et røvhul" eller "Hvorfor er Kvickly's kunder altid så pisse irriterende" kan betragtes som illoyalt. Endelig kan man som ansat være skyld i at arbejdsgiveren får en markedsføringssag på halsen, fx hvis en medarbejder i SPORT-MASTER opretter en "Intersport Suck's" gruppe.

6.5. Blogs, LinkedIn m.m.

Ovennævnte er jo også relevant ved blogs og LinkedIn, men først med Facebook – som jo er blevet alles "fattigmandsblog", er problemet blevet meget aktuelt.

6.6 Overtrædelser kan undgås

- Så kort fortalt gælder ALLE love også for Facebook og andre sociale medier. Problemet er, at det jo ofte ikke er en lille lukket kreds af personer, der ser det, man skriver (især ikke hvis man ikke "logger-af" på Facebook).

Der var måske aldrig nogen, der fandt ud af, at man til en familiefest talte nedsættende om kollegaer, chefer og virksomhedens produkter, men nu er man lige pludselig på Facebook og "venner" med kollegaer og chefer, som kan se det man skriver!

7. Ansvar

Denne politik for brug af Facebook og andre sociale medier i HP er udarbejdet af kommunikationchef Henrik Kirkeskov med input fra Facebook konsulent Mikael Lemberg og godkendt HP's danske ledelse, CMT.

8. Nyttige links

- HP's Standards of Business Conducts: <http://sbc.corp.hp.com/pages/index.aspx>
- HP's værdier og målsætninger: <http://sbc.corp.hp.com/pages/ourSharedValues.aspx>
- Facebook gruppen "HP Danmark – Medarbejdere": <http://www.facebook.com/group.php?gid=56833960361>
- Facebook konsulent Mikael Lemberg: <http://faceblogger.dk>
- Facebooks hjælpesektion: <http://www.facebook.com/help.php>
- Facebooks sikkerhedssektion: <http://www.facebook.com/safety/>
- Facebooks privatlivsindstillinger: <http://www.facebook.com/privacy/>
- Få hjælp hvis din profil er blevet hacket: http://www.facebook.com/help.php?page=797&hloc=en_US
- Jura på Facebook: <http://www.abeloneglahn.dk/ansattes-lovbrud-pa-facebook-776>