



Retningslinjer Sosiale medier

Norsk versjon

1. INNLEDNING

Sosiale medier som Facebook, Twitter og LinkedIn (m.fl) har blitt viktig kommunikasjonskanal for både privatpersoner, bedrifter og offentlige institusjoner. For virksomhetene gir sosiale medier mange muligheter og noen utfordringer. For at vi alle skal ha en felles og gjensidig forståelse, har vi etablert noen retningslinjer og anbefalinger for bruk av sosiale medier – på vegne av selskapet og som privatperson.

2. SELSKAPET I SOSIALE MEDIER

2.1 Innledning

Veidekke er – og skal være – synlig i sosiale medier.

2.2 Hvem uttaler seg på vegne av selskapet?

Uttalelser og innlegg i sosiale medier på vegne av selskapet, skal kun gjøres av personer som er autorisert for dette. Det er i hovedsak fagområdet kommunikasjon HR og ledelse som skal uttale seg på sosiale medier – gjennom bruk av Veidekkes kontoer i sosiale medier.

Konserndirektør kommunikasjon har det overordnede redaktøransvaret for Veidekkes kommunikasjon i sosiale medier.

Kommunikasjon og HR har det operasjonelle ansvaret for kommunikasjon i sosiale medier.

2.3 Krisekommunikasjon

I krisesituasjoner, som ulykker eller andre hendelser som skaper negativ oppmerksomhet, styrer kommunikasjonsavdelingen all informasjon internt og eksternt. Veidekkes medarbeidere skal ikke gi egne kommentarer.

Kommunikasjonsavdelingen avgjør hvilke kanaler som skal brukes til dialog med omverdenen, og på hvilket tidspunkt i krisen vi tar i bruk de ulike kanalene.

2.4 Innholdet i kommunikasjonen

Ved all kommunikasjon i sosiale medier på vegne av selskapet skal følgende ivaretas:

- Verdiene våre skal være grunnlaget for all kommunikasjon.
- Vi skal fremstå med åpenhet og transparens.
- Vi skal alltid være ærlig og snakke sant.
- Vi skal opptre med aktsomhet, informativt og profesjonelt.

All kommunikasjon skal være innenfor lov, forskrift og avtaler. Vi skal:

- Respektere opphavsrettigheter og den enkeltes personvern.
- Unngå krenkelser av privatlivets fred.
- Ikke omtale sensitiv eller taushetsbelagt informasjon, for eksempel innsideinformasjon (informasjon som kan knyttes til – og påvirke verdien av Veidekke-aksjen)
- Respektere Veidekkes etiske retningslinjer og våre retningslinjer for etterlevelse av konkurranseloven.

2.5. Workplace og Teams

Veidekke benytter Workplace (by Facebook) og Microsoft Teams som interne kanaler for samhandling. Det skal ikke benyttes grupper for dialog og samhandling på det ordinære Facebook, eller i andre sosiale medier.

2.6. Behandling av personopplysninger hos Veidekke (GDPR)

Veidekke har sammenfattet informasjon om hvordan selskapet samler inn og bruker personopplysninger i sosiale medier. Se kapittel [3. Sosiale medier](#) og andre relevante temaer.

3. PRIVAT BRUK AV SOSIALE MEDIER

Privat bruk av sosiale medier er i utgangspunktet opp til den enkelte og tilhører den private sfære. Selskapet respekterer den enkeltes ytringsfrihet. På bakgrunn av vår virksomhet ønsker vi likevel å komme med noen anbefalinger og retningslinjer for privat bruk og gjøre deg kjent med lojalitetsplikten.

3.1 Privat bruk og identitet

Tenk på ditt personlige digitale fotavtrykk. Det du selv publiserer i sosiale medier spres lett og forblir ofte synlig og søkbart i lang tid fremover, gjerne i flere år.

Unngå tvil og uklarhet om din identitet som kan bidra til unødige misforståelser. Skriv at du er ansatt i Veidekke om det er relevant. Du bør være åpen om at du jobber i Veidekke og du må tydelig nevne at du uttaler deg som privatperson og med dine egne meninger. Hvis du ikke har avtalt noe annet med din leder representerer du deg selv, ikke selskapet. Skriv i første person slik at det er tydelig at du uttaler deg som privatperson.

3.1.1 Lojalitetsplikt

Arbeidstakers lojalitetsplikt går ut på at arbeidstaker må opptre i samsvar med virksomhetens legitime interesser.

Som ansatt i Veidekke har du lojalitetsplikt gjeldende for ansettelsesforholdet. Bruk av sosiale medier privat kan identifisere deg med Veidekke selv om dette ikke oppgis. Aktsomhet for Veidekkes omdømme er derfor påkrevet og Veidekkes

verdigrunnlag og etiske retningslinjer er gjeldende også når du uttaler deg som privatperson.

3.2 Lytt først

Ethvert sosialt medium har sin ytringskultur. Sett deg inn i og forstå spillereglene, oppfatningene og behovene til nettsamfunnet du adresserer før du engasjerer deg.

3.3 Ta stilling til hva du ønsker å ytre

Det er viktig å være bevisst hva man ønsker å ytre. Opptre med fintfølehet, informativt og profesjonelt. Husk at innholdet kan bli synlig for alle, selv om du publiserer innholdet innenfor en lukket krets. Ikke legg ut innhold som er egnet til å skade andres eller ditt eget omdømme.

3.4 Unngå omtale av virksomhetsrelaterte forhold

Ta diskusjoner rundt utfordringer om forhold som angår jobben direkte med din leder – ikke på nettet. Når det gjelder jobben vår, skal vi ikke omtale:

- Virksomhetssensitive og taushetsbelagte tema.
- Rykter og spekulasjoner, kun offentlig kjent informasjon og fakta
- Kollegene og lederne våre, uten samtykke.
- Kunder, leverandører og samarbeidspartnere.
- Rykter og spekulasjoner, kun offentlig kjent informasjon og fakta
- Rykter om fusjon og oppkjøp, verken for Veidekke eller datterselskaper
- Tall for inneværende kvartal – vis til forrige kvartal
- Store og små omorganiseringer i Veidekke og Veidekkes datterselskaper.
- Konkurrenters produkter, resultater, aktiviteter eller lignende
- Krisesituasjoner. Ved alvorlige ulykker eller hendelser styrer kommunikasjonsavdelingen all informasjon internt og eksternt. Ansatte har ikke anledning til å gi egne kommentarer.
- "Sure oppgulp" eller usaklige meningsytringer

3.5 Vær åpen

Fremstå med åpenhet og transparens i sosiale medier som i andre sammenhenger.

3.6 Respekter dine lesere

Del din kunnskap og dine erfaringer. Respekter andres standpunkter og unngå å bidra til konflikt.

3.7 Ta ansvar

Hvis du skulle komme til å trå feil, er det ofte en god strategi å innrømme feilen, eventuelt beklage og bidra til å rette den opp.

4. IKKE BLI LURT

Sosial manipulering utnytter menneskelig kontakt og sosiale evner for å få tak i eller påvirke informasjon. Forretningshemmeligheter, personopplysninger og informasjon om IT-systemer kan være verdifulle for andre og misbrukes til svindel eller kriminelle handlinger. Angriperen opptrer ofte liketil og respektabelt, og kan eksempelvis utgi seg for å være en reparatør, nyansatt eller driftsansvarlig. Han samler ofte informasjon fra flere hold, og bruker opplysninger fra den ene kilden til å bygge tillit hos den andre.

Generelle forholdsregler:

- Vær skeptisk til spontane forespørsler.
- Forsøk å få bekreftet personers identitet.
- Gi ikke ut informasjon som mottaker ikke har krav på.

Vær også kritisk til det som skrives på sosiale medier. Informasjonen er ikke alltid faktabasert, men enkeltpersoners meninger eller forståelse.

5. KONTAKTINFORMASJON

Har du spørsmål? Spør kommunikasjonsavdelingene i Veidekke.