

Tweet met grote gevolgen

Social media zijn voor werkgevers een aandachtspunt. Het is allereerst ongewenst als werknemers de hele dag op hun Twitter- of Facebook-pagina zitten. Daarnaast kan een misplaatste tweet onherstelbare schade toebrengen aan een zorgvuldig opgebouwde reputatie. Vertrouwelijke informatie kan op straat komen te liggen. In hoeverre kan uw werkgever juridisch gezien paal en perk stellen aan het gebruik van social media door werknemers?

Steeds meer bedrijven ontwikkelen een socialmediabeleid met adviezen voor hun werknemers hoe zich online te gedragen. Onderdeel van een socialmediabeleid kan zijn dat u zich niet mag uitlaten over bedrijfsactiviteiten en geen concurrentiegevoelige informatie mag delen. Een socialmediabeleid kan ook meer in het algemeen het online posten van vulgaire of respectloze berichten aan de orde stellen. In de Social Media Guidelines van TNT is in dit kader opgenomen: 'Do not post

things that you would be embarrassed to have your mother/boss see'.

Werktijd

Een werkgever kan echter in beginsel geen juridische actie ondernemen tegen privéberichten van werknemers. Het staat iedereen vrij op basis van de vrijheid van meningsuiting om privéaangelegenheden en -foto's te delen. Of dit altijd verstandig is, is vers twee. Ook uw directe collega's

en uw baas kunnen immers op social media actief zijn. Vanuit professioneel oogpunt kunt u daarom beter geen berichten plaatsen die u in verlegenheid kunnen brengen. Het gaat hier uiteraard om berichten die een werknemer post in zijn eigen tijd. Werkgevers kunnen wel regels stellen ten aanzien van het (overmatig) gebruik van

“ Er moet sprake zijn van een dringende reden ”

social media tijdens werktijd. Er zijn zelfs bedrijven die de toegang tot websites van Facebook en Twitter vanaf werkcomputers geheel blokkeren.

Diskrediet

Zodra werk en privé in een bericht elkaar overlappen, wordt het een ander verhaal. Dit kan het geval zijn als iemand een publieke of verantwoordelijke functie bekleedt. Dan kan een al te gepeperde mening ook de werkgever in diskrediet brengen. Als u een bericht niet in de ik-vorm opstelt of u plaatst het bedrijfslogo erbij, kan verder de indruk worden gewekt dat u uw werkgever vertegenwoordigt. Het verspreiden van nieuwtjes over het bedrijf is mogelijk voorbehouden aan de marketing- of communicatieafdeling. In dergelijke gevallen kan de werkgever ingrijpen. Het maakt daarbij niet

Privémening kan werkgever schaden

Een onlineopmerking van een werknemer die zijn baas in verlegenheid brengt. Er zijn steeds meer voorbeelden bekend van de manier waarop het mis kan gaan. Zo werd de Vrije Universiteit Amsterdam (VU) onlangs geconfronteerd met een tweet van de heer Breedveld, redacteur van haar weekblad Ad Alvas. In deze tweet liet de redacteur weten dat als het aan hem lag er VN-troepen naar Neder-

land gestuurd zouden moeten worden om PVV'ers dood te schieten. De universiteit nam direct publiekelijk afstand van de opmerking van haar werknemer door te berichten: 'Vanuit zijn privéweblog heeft Breedveld een uitspraak gedaan die de VU op geen enkele wijze tolereert'. De PVV-tweet had verder geen al te verstrekende consequenties voor de redacteur. Hij bleef in dienst van de VU.

Tweet aanleiding voor schorsing

Een ander voorbeeld is Gerda Dijkman, districtschef van de politie in Drenthe. Ook zij ondervond de gevolgen van haar getwitter. Dijkman werd op non-actief gesteld na haar suggestie op Twitter dat twee doden in Meppel 'vast slachtoffer waren van huiselijk geweld'. Later bleek dat het tweetal door koolmonoxide om het leven was gekomen. Haar baas oordeelde dat deze tweet schadelijk zou kunnen zijn voor de integriteit van de slacht-

offers en nabestaanden. Eerder twitterde Dijkman al over een 'fascistische PVV'. Dijkman werd vanwege haar tweets geschorst. Naar aanleiding van de kwestie Dijkman heeft de Nederlandse vereniging van Commissarissen en Directeuren (NCD), een vereniging met 3000 leden uit de top van het bedrijfsleven en de overheid, direct een Twitter-beleid opgesteld. Zo probeert NCD meer Twitter-ellende te voorkomen.

zoveel uit of het bericht is geplaatst tijdens of buiten werktijd.

Onder omstandigheden kan zelfs een ontslag op staande voet volgen. Een bekend voorbeeld is songfestivalpresenter Cornald Maas. Hij twitterde rond de verkiezingen dat Nederland 'grappige exportproducten heeft zoals Sieneke, Joran van der Sloot en de PVV'. Deze tweet viel niet in de smaak bij zijn werkgever de TROS, die hem op staande voet ontsloeg.

Wissewasje

Wanneer is een ongepast bericht aanleiding voor juridische maatregelen? Ontslag op staande voet of op non-actiefstelling kan niet voor elk wissewasje worden ingezet. Op basis van de wet moet er sprake zijn van een zogenoemde dringende reden. De werkgever dient bij ontslag op staande voet aan te tonen dat het van hem niet meer kan worden gevergd de arbeidsovereenkomst te laten voortduren. Of een dergelijke situatie zich voordoet, hangt af van alle omstandigheden. Zo kunnen eerdere waarschuwingen een rol spelen. In dat geval is de laatste druppel eerder bereikt. Verder moeten de persoonlijke omstandigheden van de werknemer, de aard en duur van de dienstbetrekking en het karakter van de misstap tegen elkaar worden afgewogen. Als er geen dringende reden bestaat voor het ontslag op staande voet is de werkgever schadeplichtig. Een werkgever neemt dus een risico wanneer hij een werkne-

mer ontslaat op grond van een onhandige opmerking op internet.

Het online posten van bedrijfsgevoelige informatie zal vrij snel een dringende reden opleveren. Bij (misplaatste) grappen of stuitende meningen ligt het wat genuanceerder. Ook dit kan soms zo schadelijk zijn voor een werkgever dat er sprake is van een dringende reden voor ontslag. Berichten via Twitter of Facebook hebben een groot bereik en een enorme impact. Ze zijn bovendien altijd te traceren via Google.

Geheimen

In het socialmediabeleid kan de werkgever een waarschuwing opnemen dat niet-naleving wordt gesanctioneerd met ontslag. Bijvoorbeeld door de zinsnede: 'Ontsluiten van concurrentiegevoelige informatie of geheimen kan aanleiding geven tot ontslag'. Als er een streng socialmediabeleid bestaat, zal bij niet-naleving daarvan eerder sprake zijn van een dringende reden voor ontslag op staande voet. Een werkgever moet kunnen aantonen dat hij voor de zakelijke communicatie een streng socialmediabeleid hanteert en dat dit beleid consequent wordt toegepast en uitgedragen binnen de organisatie. Ook hier zal toch altijd een afweging van alle belangen moeten worden gemaakt. Een vergelijking kan worden gemaakt met een beruchte ontslagzaak bij KLM van jaren geleden. KLM ontsloeg een werknemer op staande voet vanwege het stelen van een aantal pinda's. De werkne-

mer had een zakje al geopende pinda's uit een leeg vliegtuig meegenomen om op te eten. Dit beslag hield stand aangezien KLM een duidelijk zerotolerancebeleid voert ten aanzien van diefstal. Dat de pinda's maar een geringe waarde vertegenwoordigen deed hier niet aan af.

Ontslag

Klagen over je werk op social media is professioneel gezien niet handig. Een algemene klacht zal echter niet snel voldoende zijn voor een ontslag op staande voet. Althans niet in Nederland. In het Verenigd Koninkrijk mogelijk wel. Daar werd onlangs een werknemster ontslagen vanwege een onlinewerkklacht. Zij klaagde hartgrondig over haar baas op Facebook: 'OMG I HATE MY JOB!! My boss is a total pervvy wanker always making me do shit stuff just to piss me off!! WANKER!' Haar baas antwoordde

Er kan zelfs ontslag op staande voet volgen

prompt via Facebook en deelde haar mee dat zij niet meer op haar werk hoefde te verschijnen. Voor zover bekend is dit het enige geval van ontslag via Facebook. Een werkgever kan zijn werknemers kortom niet zomaar de mond snoeren vanwege berichten op social media. Als het gaat om berichten waardoor de werkgever in zwaar weer terecht komt, kan hij hiertegen vaak actie ondernemen. Als het vertrouwen tussen de werkgever en de werknemer ernstig is geschaad, kan een op non-actiefstelling of zelfs ontslag op staande voet volgen. Er is sneller sprake van een dringende reden voor ontslag als een streng socialmediabeleid geldt waarvan alle werknemers op de hoogte zijn.

Mr. Anne Voerman en Mr. Krystel Noom zijn werkzaam bij Boekx Advocaten Media & IP, voerman@boekx.com en noom@boekx.com, www.boekx.com