

Onderwerp  
Besluit op Wob-verzoek



VERZONDEN 10 OKT. 2019

**Organisatieonderdeel**  
Korpsleiding  
Korpsstaf  
Team Juridische Zaken

**Behandeld door**  
[REDACTED]

**Functie**  
Juridisch adviseur

**Telefoon**  
088-1699047

**E-mail**  
Wobcoördinatiedesk.juridische-  
zaken.korpsstaf@politie.nl

**Ons kenmerk**  
2019-0061226

**Uw kenmerk**

**In afschrift aan**

**Datum**  
Zie stempel

**Bijlage(n)**  
0

**Pagina**  
1

Geachte mevrouw [REDACTED],

Op 2 september 2019 heb ik uw verzoek op grond van de Wet openbaarheid van bestuur (Wob) ontvangen. U vraagt om documenten die zien op – kort samengevat – het blokkeren van gebruikers op social media door de verschillende accounts van de politie.

#### **Uw verzoek**

In uw verzoek geeft u aan documenten te willen ontvangen die betrekking hebben op het blokkeren van gebruikers op social media door de verschillende accounts van de politie. In het bijzonder tot documenten met betrekking tot het aantal social media gebruikers dat door de politie per account is geblokkeerd, met daarbij een specificatie aan het ambt dat bij het account behoort en het soort account.

#### **Behandeling van uw verzoek**

De Wob ziet op het verstrekken van in documenten vastgelegde informatie in het bezit van een bestuursorgaan, opdat de burger de overheid kan controleren bij de uitvoering van haar taak. Een verzoek om informatie dient betrekking te hebben op een bestuurlijke aangelegenheid op het gebied van de voorbereiding en uitvoering van een door het bestuursorgaan uit te voeren beleid of taak, die bij wet aan haar is opgelegd. Uw verzoek valt onder de reikwijdte van de Wob en is op basis hiervan in behandeling genomen.

Bij brief van 4 september 2019 heb ik de ontvangst van uw verzoek bevestigd en meegedeeld dat de behandeling ervan is verdaagd.

#### **Aangetroffen documenten & toelichting**

De politie faciliteert in het ter beschikking stellen van zakelijk-persoonlijke accounts (in tegenstelling tot privé-persoonlijke accounts) voor haar medewerkers. Dit betreffen zakelijke accounts (van de organisatie, dan wel de functionaris), op de persoon verstrekt, niet zijnde privé-accounts (van de medewerkers).

Hieronder ga ik puntsgewijs in op de door u gevraagde documenten, zoals deze hierboven zijn beschreven.

1. Documenten die betrekking hebben op het blokkeren van gebruikers op social media door de verschillende accounts van de politie:  
In de Stijlgids social media staat op pagina 16 de huisregels betreffende Facebook omschreven die mede betrekking hebben op het blokkeren van accounts door de politie. Deze Stijlgids is reeds openbaar gemaakt op [www.politie.nl](http://www.politie.nl), thema Social media (<https://www.politie.nl/themas/2018->

**Onderwerp**  
Besluit op Wob-verzoek

**Datum**  
Zie stempel

**Pagina**  
2 van 2

[platformonafhankelijke-social-media-afspraken-2017.html](#)). Gemakshalve heb ik dit document als bijlage 2 bij dit besluit gevoegd. Deze huisregels worden bij de politieaccounts (zo veel mogelijk) bekend gemaakt. Er zijn verder geen documenten aangetroffen die betrekking hebben op het blokkeren van gebruikers op social media door de verschillende account van de politie.

2. Documenten met betrekking tot het *aantal* social media gebruikers dat door de politie per account is geblokkeerd, met daarbij een *specificatie* aan het *ambt* dat bij het account behoort en het *soort* account:

Met betrekking tot het *aantal* gebruikers dat door de politie is geblokkeerd en/of een daarbij behorende specificatie behorende bij het *ambt* dat bij het account behoort en/of het *soort* account zijn geen documenten aangetroffen. Ook zijn deze gegevens niet op eenvoudige wijze uit de systemen te halen. Er wordt door de politie niet bijgehouden hoeveel mensen geblokkeerd worden en door wie deze blokkeringen gedaan worden.

### Overwegingen

De motivering voor de hieronder opgenomen overwegingen ten aanzien van de toegepaste wetgevingen in relatie tot geweigerde informatie en/of de uitzonderingsgronden van de Wob, treft u aan in de onlosmakelijk aan dit besluit verbonden bijlage: 'Bijlage bij besluit op Wob-verzoek Blokkeren gebruikers social media (bijlage 1).

### Besluit

Gelet op het bovenstaande constateer ik dat overeenkomstig vraag 1 de door u verzochte informatie reeds openbaar is. Daarnaast is gebleken dat op de in vraag 2 gestelde vraag geen documenten zijn aangetroffen. De Wob ziet enkel toe op reeds bestaande documenten.

Dit besluit is gebaseerd op de artikelen 1, 2, 3, 4, 5 Wob en de artikelen 1:3 en 3:2 van de Algemene wet bestuursrecht (Awb).

### Rechtsbescherming

Indien u zich niet kunt verenigen met de inhoud van dit besluit, kunt u in overeenstemming met de Awb binnen een termijn van zes weken na bekendmaking van dit besluit schriftelijk bezwaar maken. Het bezwaarschrift dient te worden gericht aan de korpschef, ter attentie van de Wob-coördinatiedesk, postbus 17107, 2502 CC Den Haag onder vermelding van het kenmerk van de politie zoals deze is vermeld in het colofon van het besluit.

Het bezwaarschrift moet ondertekend zijn en ten minste bevatten: naam en adres, dagtekening, omschrijving van het besluit waartegen het bezwaarschrift is gericht en de gronden van bezwaar. Er dient een volmacht te worden verstrekt, indien het bezwaarschrift niet door de belanghebbende, maar namens deze wordt ingediend.

De elektronische weg voor het indienen van een bezwaarschrift is niet geopend.

Hoogachtend,  
de korpschef van politie  
namens deze

  
mr. B.N. van Hoek  
plv. Hoofd Juridische Zaken



**POLITIE**

**You  
Tube**



**Politiehuistijl,  
elementen en  
vormgeving in  
gebruik**

# **Richtlijnen Social Media**



« waakzaam en dienstbaar »

# Inhoud

<b>1.</b>	<b>Inleiding .....</b>	<b>3</b>
<b>2.</b>	<b>Visuele bouwstenen .....</b>	<b>5</b>
	Profiefoto's .....	6
	Uitgangspunten voor omslagfoto's .....	7
	Auteursrecht bij omslagfoto's .....	9
	Standaard omslagfoto's .....	10
<b>3.</b>	<b>Tekstuele bouwstenen.....</b>	<b>11</b>
	Accountnaam .....	12
	Schermnaam .....	13
	Bio (geldt voor Twitter en Instagram) .....	14
	Facebook pagina-info .....	15
	Huisregels Facebook .....	16
<b>4.</b>	<b>App 'Instagent' .....</b>	<b>19</b>
	Tijdlijnfoto's met de app bewerken .....	20





# 1. Inleiding

Bij de huisstijl van de politie denken de meeste mensen direct aan ons logo, de striping op de politieauto's en aan het 'wybertje' aan de gevel van onze politiebureaus. Maar er is meer: we hebben allemaal dezelfde politie-uniformen, een eigen lettertype, briefpapier, maar ook huisstijlafspraken die gelden voor social media. Al deze zaken die ons zo herkenbaar maken noemen we 'de politiehuisstijl'.

In de meest uiteenlopende situaties van de huisstijl-toepassingen blijven de kernwaarden van de politie overeind. Niet alleen op een gevel, maar ook op het scherm van je mobiel. Een professionele huisstijl wekt vertrouwen bij burgers en andere stakeholders van de politie. Een betere presentatie en een betere bedrijfs efficiëntie zijn het resultaat. Een goede huisstijl verdient zich dus terug!

## Gedachtengoed achter de huisstijl

De visuele identiteit is gebaseerd op de volgende uitgangspunten:

- **Puurheid en eenvoud:** geen frivoliteiten, geen vormtaal ofwel geen versiersels, geen overbodige vormpjes. Alles duidelijk en helder.
- **Striping:** alleen gebruiken waar striping hoort; niet als decoratie of vormtaal.
- **Doelmatig karakter:** de politieorganisatie gaat door een veranderingsproces en de tijd waarin we leven wordt gekenmerkt door economische crisis en bezuinigingen. Het zou

moeilijk te verkopen zijn als de politie zich een mooie, kleurrijke identiteit zou aanmerken. Laat de kracht van binnenuit komen, daar is genoeg te vinden.

## Huisstijl social media

Met de huisstijl voor social media zet de politie weer een stap in het verder professionaliseren van het social media gebruik door de politie. Uniformiteit in de visuele en tekstuele inrichting van alle social media accounts van de politie is belangrijk voor de herkenbaarheid. Burgers/volgers zien hiermee direct dat het om een gevalideerd politie account gaat, en geen nep account. Ook voor de politie is het hiermee makkelijker om nep accounts te traceren en aan te pakken. Bovendien zorgt uniformiteit voor een professionele uitstraling.

## Basisrichtlijnen

Deze stijlguides richt zich op de vertaling van de huisstijl naar de social media accounts van de politie.



Alle componenten, zoals het logo, voorwaarden over fotografie en wat wel of niet is toegestaan in

het gebruik van de huisstijl social media, worden uitgebreid beschreven. Ook informatie over de tekstuele inrichting van een social media account komt hierin uitgebreid aan bod. Van elke medewerker wordt verwacht dat hij of zij de huisstijl op de juiste manier toepast.

Heb je vragen over de huisstijl, neem dan contact op met de adviseur huisstijl van jouw eenheid.



## 2. Visuele bouwstenen

De visuele bouwstenen van de huisstijl social media bestaan uit:

### 1. Profielfoto (geldt voor alle social media platformen)

Je profielfoto zien jouw volgers in hun tijdlijn terug tussen de profielfoto's van alle andere mensen die ze volgen.

### 2. Omslagfoto (geldt voor Facebook en Twitter)

Je omslagfoto zien jouw volgers wanneer ze op je profiel hebben geklikt.



Voorbeeld Facebookpagina



Voorbeeld Twitteraccount



## Profielfoto's

Een profielfoto op social media dient te voldoen aan de richtlijnen van de politiehuisstijl. Je kunt kiezen uit het monogram van de politie of een pasfoto in uniform.

### Monogram

Het monogram van de politie bestaat uit het wetboek en een vlam. Dit monogram wordt diapositief gebruikt (wit op een blauwe achtergrond). Op social media platforms is de achtergrond meestal wit. Daarom is gekozen voor een diapositief monogram, dit blijft altijd goed leesbaar.

Het monogram is onderdeel van de politiehuisstijl en daarmee een beschermd element. Het is niet toegestaan om het monogram te bewerken of aan te vullen met eigen teksten of afbeeldingen. Door in profielfoto's alleen dit monogram te gebruiken bewerkstelligen we een eenduidige professionele uitstraling.

### Pasfoto

Voor pasfoto's geldt: in uniform en op een witte achtergrond (afbeelding 2). Is een witte achtergrond niet mogelijk, zorg dan voor een pasfoto met een lichte egale achtergrond.

Zorg dat er geen andere personen of andere elementen in de foto komen die zorgen voor ruis. Dit komt de herkenbaarheid niet ten goede.

Niet met meerdere personen op een profielfoto. Indien het account gedeeld wordt door meerdere personen, gebruik dan het monogram van de politie (de vlam met het wetboek) in deze kleurcombinatie (wit monogram, blauwe achtergrond).

### Geografische of teamaccounts

Voor profielfoto's van geografische accounts of van teamaccounts geldt: De enige profielfoto die je op social media namens de politie mag gebruiken is het monogram van de politie (de



*Het monogram, diapositief*



*Een pasfoto in uniform*

vlam met het wetboek) in deze kleurcombinatie (wit monogram, blauwe achtergrond).

### Persoonlijke accounts

Voor persoonlijke social media accounts geldt dat een pasfoto wenselijk is. Wil je liever geen pasfoto gebruiken, dan kies je het monogram.

### Downloaden monogram

Het monogram van de politie (de vlam met het wetboek) in deze kleurcombinatie (wit monogram, blauwe achtergrond) is te downloaden vanaf Intranet > Ondersteuning > Huisstijl Social Media.

## Uitgangspunten voor omslagfoto's

Onderstaande uitgangspunten gelden voor foto's die als omslagfoto op de platformen Twitter en Facebook worden gebruikt.

### De uitgangspunten

'Puurheid en eenvoud: geen frivoliteiten, geen vormentaal ofwel geen versiersels, geen overbodige vormpjes. Alles duidelijk en helder.

- Bovenstaande is het eerste uitgangspunt van de huisstijluitstraling. Logischerwijs geldt dit ook voor de fotografie; deze moet inhoudelijk helder zijn, randzaken moeten worden weggelaten.
- Kies voor fotografie waarin de dialoog centraal staat, namelijk als interactie tussen politie en burger. Zo laat je zien dat de politie midden in de samenleving staat en betrokken is. Het is niet altijd noodzakelijk dat er een burger op de foto te zien is, het kan ook zijn dat er interactie is met een burger die buiten beeld staat.



*De dialoog staat centraal*



*Diepte, duidelijke voorgrond en achtergrond*

- Geen geconstrueerde fotografie: Foto's zijn puur en eenvoudig. Laat de werkelijkheid van de organisatie zien. Die zal het gevoel van mensen aanspreken.

### Perspectief

De fotografie moet betrokkenheid creëren. Je bent geen toeschouwer, maar onderdeel van de situatie. Om de betrokkenheid te versterken en nogmaals te benadrukken dat de politie midden in de samenleving staat en niet daarboven, fotograferen we waar mogelijk vanuit ooghoogte. Zorg er eventueel voor dat de ogen van de gefotografeerde personen zichtbaar zijn. Houd hierbij wel rekening met de privacywensen van de gefotografeerde personen en het gevolg daarvan op de bruikbaarheid van de fotografie.

### Uitsnede

Wanneer een foto dicht op de gebeurtenis of situatie is geschoten, wordt het gevoel van betrokkenheid benadrukt. Wel is het praktisch om tijdens het fotograferen de uitsnede niet al te klein te maken, omdat er anders problemen kunnen ontstaan tijdens het plaatsen van de foto als omslag op Twitter of Facebook. Als de foto te dichtbij is geschoten is er geen ruimte meer om met de foto te schuiven.

### Diepte

Op elke foto zie je een duidelijke voorgrond met een helder focuspunt en een duidelijke achtergrond die voldoende diepte biedt maar niet onscherp wordt.

### Kleur

Beelden zijn altijd in kleur, op een natuurlijke manier. Dit is belangrijk voor het benadrukken van de betrokkenheid en persoonlijkheid. We nemen de kleuren dus zoals ze zijn. Wel moet er op gelet worden dat achtergronden niet te somber, donker of grijs zijn. Dat past niet bij de heldere uitstraling van de politie.

### Licht

We gebruiken bij voorkeur bestaand daglicht. Dit geldt voor zowel buiten- als binnen situaties. Studiofotografie wordt met klem afgeraden. Daglicht heeft een rustige en natuurlijke toon, er zijn geen harde slagschaduwen. Let wel op dat je niet gebruik maakt van teveel zonlicht en niet teveel de flits gebruikt. N.B. Omslagfoto's bij nacht kunnen bijvoorbeeld wel gebruikt worden in het kader van het Donkere dagen offensief.

### Mensen

Bij de politie werken verschillende functies. Zorg ervoor dat zowel gevorderden (hogere rangen) als beginnend personeel worden gefotografeerd.

### Contrast

De fotografie heeft een natuurlijk en rustig contrast; niet te veel, niet te weinig. Het contrast ontstaat op een natuurlijke wijze: door zacht, zon- en kunstlicht, door kleuren op de locatie of in de kleding.

### Liggende fotografie

Een liggend beeld voor een omslagfoto is beter te gebruiken dan een staande foto. Let hier op tijdens het fotograferen.



Collega's met verschillende rang



Fotografie met bestaand daglicht



## Auteursrecht bij omslagfoto's

### Auteursrecht

Gebouwen, bruggen, standbeelden; het zijn mooie objecten om te gebruiken in fotografie. Ze vormen immers vaak een herkenningspunt voor een stad of regio, maar hoe zit het eigenlijk met het auteursrecht?

### Wat is wel of niet toegestaan

Het auteursrecht houdt in het kort in dat de maker van een werk het exclusieve recht heeft om het werk openbaar te maken of te vereenvoudigen. Fotografie is een vorm van vereenvoudigen. Een uitzondering op dit vereenvoudigen geldt voor werken die permanent op openbare plaatsen staan. Daarvoor geldt dat het werk mag worden afgebeeld 'zoals het zich daar bevindt'. Dit mag onder voorwaarden worden gefotografeerd of nagetekend.



Het perron, een openbare plaats



De omgeving van het monument is herkenbaar

Ten aanzien van het auteursrecht op werken in de openbare ruimte zijn dus twee begrippen van belang 'openbare plaatsen' en 'zoals het zich daar bevindt'.

- Met 'openbare plaatsen' worden openbaar toegankelijke plekken verstaan. Dit gaat dus verder dan het begrip 'openbare weg'. Naast de openbare weg kan je hierbij ook denken aan stationshallen en winkelcentra. Plaatsen als musea, de entree van een bedrijf of een schoolplein zijn geen openbare plaatsen. Deze plaatsen zijn namelijk in principe alleen voor een specifieke – eventueel betalende – groep personen te betreden.
- Onder 'zoals het zich daar bevindt' wordt verstaan dat de omgeving zichtbaar moet zijn op de foto.

Een foto van een standbeeld op een plein is dus toegestaan. Je mag de foto van het standbeeld echter niet zo inzoomen dat de omgeving niet meer zichtbaar is. Als je dat doet, bestaat de kans dat je wel inbreuk maakt op het auteursrecht van de maker.

In geval van twijfel is het verstandig de foto voor te leggen aan de adviseur huisstijl van jouw eenheid.



## Standaard omslagfoto's

### Officiële omslagfoto's

Er wordt een aantal standaard omslagfoto's aangeboden voor Twitter en Facebook. Deze foto's zijn te downloaden vanaf Intranet > Ondersteuning > Huisstijl Social Media.

### Zelf gemaakte foto

Heb je zelf een foto gemaakt en wil je deze als omslagfoto gebruiken, zorg dan dat de foto voldoet aan de uitgangspunten die beschreven zijn in hoofdstuk 2.0: uitgangspunten omslagfoto's, op blz. 9.

### Grafische laag toevoegen

Om eenheid te behouden in alle omslagfoto's die door teams van de politie geplaatst worden, is het toevoegen van een grafische laag op de omslagfoto niet toegestaan.

### Ontwerpportaal

Het Ontwerpportaal is een tool waarmee eenvoudig flyers en posters opgemaakt kunnen worden in de huisstijl. Je vindt in dit portaal ook een beeldbank met daarin foto's die te gebruiken zijn als omslagfoto voor social media. Elk (basis)team dat het handig vindt om gebruik te maken van deze tool, kan een autorisatie aanvragen via de afdeling Communicatie van de eenheid.

Zou je graag een aanvulling zien op deze omslagfoto's? Maak dit dan kenbaar via: [ontwerpportaal.com@politie.nl](mailto:ontwerpportaal.com@politie.nl)



Voorbeeld officiële omslagfoto



Voorbeeld officiële omslagfoto



Voorbeeld officiële omslagfoto



Voorbeeld officiële omslagfoto



## 3. Tekstuele bouwstenen

De tekstuele bouwstenen van de huisstijl social media bestaan uit:

- Accountnaam
- Schermnaam
- Bio (geldt voor Twitter en Instagram)– Info (geldt voor Facebook)
- Huisregels (geldt voor Facebook)



Voorbeeld schermnaam op Facebook



Voorbeeld van een bio op Twitter

### DUIZENDEN ACCOUNTS

De afgelopen jaren zijn er honderden zo niet duizenden accounts geopend op social media namens de politie. De kaders voor de tekstuele bouwstenen gelden voor nieuw te openen accounts. Daarnaast wordt aangeraden om indien mogelijk reeds bestaande accounts zo veel mogelijk met terugwerkende kracht om te bouwen volgens de afspraken in dit document.

#### Let op:

Politiemedewerkers die vanuit hun professie gebruik willen maken van social media als communicatiemiddel kunnen dat doen binnen een aantal vastgestelde afspraken.

Stem voor je een account opent altijd af met de afdeling communicatie cq projectleider social media van jouw eenheid en vraag toestemming aan je leidinggevende.

## Accountnaam

Een accountnaam is de naam die achter de uitgang van een platform te zien is, hier door xxxx aangegeven:

[www.twitter.com/xxxx](http://www.twitter.com/xxxx)

[www.instagram.com/xxxx](http://www.instagram.com/xxxx)

Elk social media account van de politie in Nederland begint met de vier tekens '@POL\_': @POL\_<gevolgd door een provincienaam, gemeente-, team- of persoonlijke naam>.

Voor de herkenbaarheid staat POL altijd in hoofdletters en wordt altijd gevolgd door een underscore. Dit is herkenbaar en eenduidig.

Als voorbeeld:

@POL\_Gelderland, @POL\_Amsterdam, @

POL\_deVries

### URL Facebook

Voor Facebook geldt dat de URL (het webadres) van de Facebook-pagina vast te leggen is via:

[www.facebook.com/username](http://www.facebook.com/username)

**Let op:** Dit kan pas vanaf een bepaald aantal likes en het webadres is ook slechts eenmalig vast te leggen. Loop je tegen problemen aan? Neem contact op met de projectleider social media van je eenheid.



Accountnaam van een geografisch account op Twitter



Accountnaam van een persoonlijk account op Twitter



## Schermnaam

De schermnaam is de naam die als afzender te zien is in de tijdlijn van het betreffende platform.

### Schermnaam bij persoonlijke accounts

Voor het invoeren van de schermnaam voor persoonlijke accounts gelden de volgende afspraken:

[voornaam] [tussenvoegsel] [achternaam]



### Geografische schermnaam op Facebook



### Geografische schermnaam op Twitter



### Persoonlijke schermnaam op Twitter

### Schermnaam bij geografische accounts

Voor het invoeren van de schermnaam van een geografisch of teamaccount gelden de volgende afspraken:

[politie] [dorp / plaats / wijk / gebied ]

In dit voorbeeld is te zien dat alle schermnamen op dezelfde manier worden gehanteerd.





## Bio (geldt voor Twitter en Instagram)

De bio's van Twitter en Instagram accounts laten we er eenduidig uitzien:

### Bio persoonlijke accounts:

[Functie], [wijknaam], [Gemeentenaam], [Naam Basisteam], [Naam eenheid], [Eventuele nevenfuncties of andere opmerkingen die van belang zijn voor publiek], Spoed: bel 112. Geen spoed: 0900-8844.

### Bio geografische accounts:

Politie [naam dorp/plaats/wijk/gebied], [Gemeentenaam], [naam Basisteam], [naam Eenheid], [Eventuele andere opmerkingen die van belang zijn voor publiek], Spoed: bel 112. Geen spoed: 0900-8844.

### Website

[Vul hier [www.politie.nl](http://www.politie.nl) in]

Ben je wijkagent? Vul dan de volledige URL in die verwijst naar jouw wijkagent-pagina op [politie.nl](http://politie.nl) (je vindt je pagina via "mijn buurt" op [politie.nl](http://politie.nl)).

### Jerzy Bondov

@POL\_Bondov

Wijkagent, Veenendaal Centrum, Basisteam Veenendaal, Eenheid Midden-Nederland. Spoed: bel 112. Geen spoed: 0900-8844

© Veenendaal, Nederland [politie.nl](http://politie.nl)

Ingevulde bio van persoonlijk twitteraccount



### Politie Ter Apel

@POL\_TerApel

Politie Ter Apel, Gemeente Westerwolde, Basisteam Ommelanden-Oost, Eenheid Noord-Nederland. Spoed: bel 112. Geen spoed: 0900-8844.

© Ter Apel, Nederland [politie.nl](http://politie.nl)

Ingevulde bio van geografisch twitteraccount

## EXTRA OPTIES BIJ TWITTER

Twitter kent ten opzichte van Instagram twee extra opties die je aan je account kunt meegeven: locatie en themakleur:

### Locatie

[Vul hier je eigen werkgebied in]

### Themakleur

Voor Twitter geldt dat je de kleur van je hashtags kunt bepalen. Om consistent te zijn met de kleuren op [www.politie.nl](http://www.politie.nl) vul je ook voor hashtags de kleur [004382] in. Je hashtags krijgen dan de politieblauwe kleur die ook in het monogram zit. Hashtags zijn altijd te herkennen aan het hekje (#). De themakleur wordt overigens niet alleen toegepast op de hashtags. Door de themakleur te wijzigen, krijgen alle onderdelen van je account deze kleurcode.



Ingevulde themakleur op Twitter



Hashtags in een tweet krijgen juiste kleur mee

## Facebook pagina-info

Onder de knop 'info' op Facebook kunnen we onder verschillende velden informatie kwijt. Afhankelijk van het type Facebookpagina kan de indeling van deze velden wisselen. Daarnaast verandert Facebook de indeling van de info-knop ook regelmatig. In onderstaand kader wordt een suggestie gegeven voor het invullen van een aantal velden op Facebook.

Politie Nederland

@politie

Startpagina

Info

Berichten

Video's

Livevideo's

Foto's

Evenementen

Community

### INFO

---

#### BEDRIJFSGEGEVENS

##### Missie

'Onveranderd is de politie 'waakzaam en dienstbaar' aan de waarden van de rechtsstaat'. Deze missie vervult de politie door afhankelijk van de situatie gevraagd en ongevraagd te beschermen, te begrenzen of te bekrachtigen.

#### CONTACTGEGEVENS

Adres *[Vul hier het adres in van het desbetreffende politiebureau]*

112

0900-8844

www.politie.nl

*[Vul hier het eventuele andere social media kanalen in]*

#### MEER INFO

##### Info

Dit is een officiële Facebook-pagina van de Nederlandse politie. U vindt hier informatie van de Politie in [verzorgingsgebied aangeven]. Volg hier het laatste politienieuws. Let op: deze pagina wordt niet 24 uur per dag bekeken. U kunt geen meldingen doorgeven via Facebook. Belt u hiervoor met de politie via 0900-8844. Als elke seconde telt, belt u met 112.

##### Algemene gegevens

Op deze pagina zijn de regels van Facebook van toepassing en onze huisregels. Positieve en kritische reacties zijn welkom. Berichten die scheldwoorden, bedreigingen of beledigingen bevatten worden verwijderd.

*[Vul dit veld eventueel aan met de huisregels die vermeld staan op de volgende pagina]*

## Huisregels Facebook

Onderstaande tekst kan op Facebook aangeboden worden in één van de velden onder de info-knop. Naar deze huisregels kan desgewenst verwezen worden indien een Facebook gebruiker zich racistisch of discriminerend uitlaat in een reactie op de politie Facebook pagina.

### HUISREGELS

---

Welkom op één van de officiële Facebookpagina's van de politie. Deze pagina is open en toegankelijk voor iedereen. Op deze Facebookpagina laten we als politie zien waar we voor staan en wat we doen, maar bovenal willen we graag in contact komen met u. Wel geldt er een aantal huisregels. De regels zijn van toepassing op alle Facebookpagina's die onder de verantwoordelijkheid van de politie vallen.

#### Melding

U kunt via de Facebookpagina geen melding maken van een incident. De pagina wordt niet 24 uur per dag beheerd. Wanneer u melding wilt maken van een incident, bel dan 0900-8844 of 112 als elke seconde telt. Liever Anoniem? Bel M 0800-7000.

#### Respect voor elkaar

De politie vraagt bezoekers van de Facebook pagina elkaar te respecteren en Facebook's 'Verklaring van rechten en verantwoordelijkheden' in acht te nemen. Niet alle type berichten worden op prijs gesteld. Het gaat dan om berichten die:

- laster, persoonlijke aanvallen, beledigingen of bedreigingen bevatten of kwetsend zijn;
- grof taalgebruik bevatten;
- zich richten tegen specifieke (etnische of raciale) groepen;
- personen of organisaties in diskrediet brengen;
- auteursrechten schenden. Het is verboden content te uploaden waarvan de intellectuele eigendomsrechten niet bij jou liggen;
- aanzetten tot criminele activiteiten;
- frauduleus, vals of misleidend zijn;
- seksueel getint of anderszins aanstootgevend zijn;
- gewelddadig materiaal of gewelddadige informatie bevatten;
- reclame-uitingen bevatten;
- virussen of spam bevatten.

Berichten met bovenstaande inhoud worden zonder kennisgeving verwijderd. Bij herhaling kan een bezoeker worden uitgesloten van de Facebookpagina.



---

De politie is niet verantwoordelijk voor meningen en reacties die niet door de politie zelf zijn geplaatst. De politie behoudt het recht om berichten zonder kennisgeving en naar eigen inzicht te verwijderen van de Facebookpagina. Personen die herhaaldelijk de huisregels overtreden, worden uitgesloten van deze pagina.

**Transparantie**

We zijn zo transparant mogelijk. We kunnen echter niet op alle vragen ingaan, bijvoorbeeld in het kader van een onderzoek, de privacy van betrokkenen etc.

**Privacy**

We respecteren uw privacy. In verband met uw privacy worden reacties die privégegevens bevatten onmiddellijk verwijderd. We roepen op om vertrouwelijke informatie niet via onze Facebookpagina te delen. Wilt u dergelijke informatie uitwisselen, bel dan met 0900-8844. Het is ook niet toegestaan om persoonlijke gegevens van politiemedewerkers te plaatsen.

**Klacht**

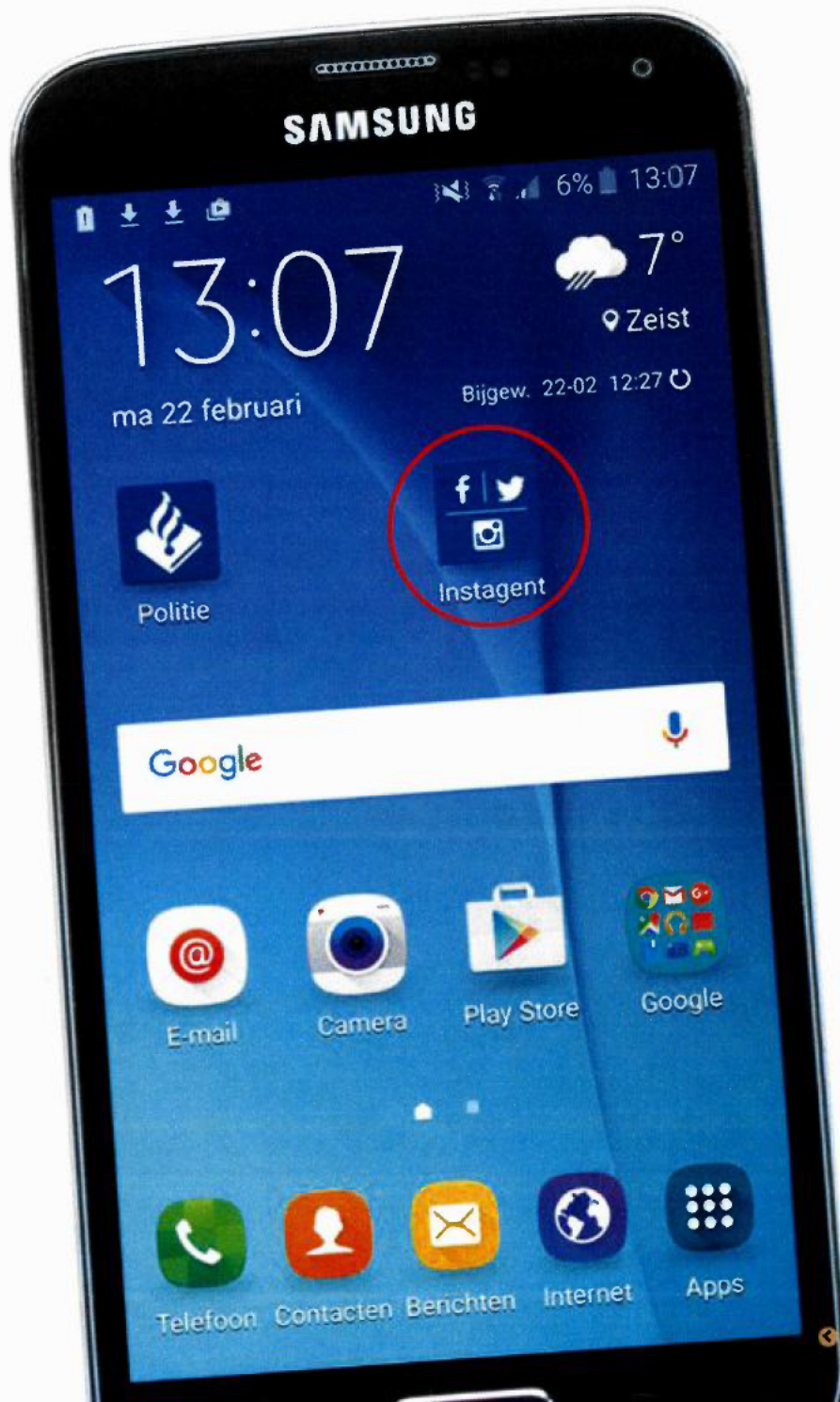
De politie voert haar werk zo goed mogelijk uit.

Toch kan het gebeuren dat u vindt dat u niet naar behoren bent behandeld door een van de medewerkers van de politie. In dat geval kunt u een klacht indienen. U kunt via de Facebookpagina geen klacht indienen. Meer informatie over de klachtenregeling vindt u op [www.politie.nl](http://www.politie.nl).

Op onze pagina zijn de algemene voorwaarden van Facebook van toepassing. Indien de voorwaarden overtreden worden, zal dit aan Facebook gerapporteerd worden.

Er kunnen geen rechten worden ontleend aan de huisregels. De huisregels zijn onder voorbehoud van mogelijke wijzigingen.





## 4. App 'Instagent'

### Instagent - Delen in stijl op social media

'Instagent' is een smartphone-app die politiemedewerkers kunnen gebruiken om foto's die bestemd zijn voor social media op een makkelijke manier te voorzien van watermerk, vervagingen en tekstkader.

### Wat kunnen collega's met deze app?

- elk formaat foto kan snel en gemakkelijk van een watermerk worden voorzien
- je kunt foto's op meerdere punten blurren (vervagen)
- je kunt een tekstkader op de foto plaatsen
- vanuit de app kun je de bewerkte foto delen op Twitter, Facebook of Instagram.
- wanneer je de foto deelt, wordt deze met watermerk, eventuele vervagingen en/of tekst met een goede kwaliteit opgeslagen in de galerij van de telefoon.

### Hoe wordt de app aangeboden en aan wie?

De Instagent app is te vinden in de Citrix Secure Hub op je telefoon. De app is dus alléén te gebruiken door politiemedewerkers die in het bezit zijn van een android-toestel met Citrix Worx. Let op: indien je nog een oude versie van Instagent op je telefoon hebt staan, dien je deze eerst te verwijderen (deinstalleren) voor je de nieuwe Instagent app installeert.

## Tijdlijnfoto's met de app bewerken

### Watermerk

Tijdlijnfoto's worden met behulp van de app 'Instagent' automatisch voorzien van een watermerk (transparant monogram) in de vorm van het wetboek met de vlam. Het watermerk heeft een belangrijke functie als waarschuwing. Hiermee laten we weten dat de politie de maker is van de foto en dat derden deze foto niet zonder bronvermelding mogen gebruiken.

### Blurren/vervagen

Met de app 'Instagent' kun je (delen van) een foto onherkenbaar maken, zoals gezichten en kentekens. Het onherleidbaar maken van dergelijke gegevens is verplicht. De bescherming van persoonsgegevens is bij de uitvoering van de dagelijkse politietaak geregeld in de Wet politiegegevens (Wpg). Publiceren van beelden op social media is alleen mogelijk als beeld (foto en video) in combinatie met het social media bericht niet herleidbaar zijn tot een natuurlijk persoon, tenzij de beelden gebruikt worden voor opsporingsberichtgeving (toestemming OM).

### Aanvullen met tekst

Via de app kan de foto desgewenst ook voorzien worden van een tekstkader. De app legt dan een kader op de foto met daarin de tekst. Tekst en foto worden samengevoegd tot één fotobestand. Het voordeel hiervan is dat wanneer de foto door derden via social media verspreid wordt, de tekst ook mee verstuurd wordt. Op deze wijze blijft de consistentie van de boodschap ook bij het delen van foto's geborgd.

### Let op:

De laag die de app 'Instagent' over het beeld heen legt is de enige laag die aan een tijdlijnfoto mag worden toegevoegd. Om de eenheid te behouden in alle tijdlijnfoto's die door teams of medewerkers van de politie geplaatst worden, is het toevoegen van extra eigen lagen niet toegestaan.



Automatisch voorzien van watermerk



Tekstkader op de foto



Gezichten onherkenbaar maken

[www.politie.nl](http://www.politie.nl)



« waakzaam en dienstbaar »



18102-1