

Organisatieonderdeel Korpsstaf  
Juridische Zaken  
Wob-coördinatiedesk



Behandeld door [redacted]  
Functie Jurist  
Bezoekadres Nieuwe Uitleg 1  
2514 BP Den Haag  
Telefoon [redacted]  
E-mail [redacted]@knp.politie.nl

Ons kenmerk KNP16000584  
KNP16000585

Retouradres: Postbus 17107, 2502 CC DEN HAAG

Uw kenmerk [redacted]

Datum [redacted]

Bijlage(n) [redacted]

Pagina 1

VERZONDEN 13 JULI 2016

Onderwerp Beslissing Wob-verzoeken

Geachte mevrouw [redacted],

Op 19 mei 2016 ontving de politie de door u namens uw cliënte, [redacted] te [redacted] ingediende informatieverzoeken op grond van de Wet openbaarheid van bestuur (hierna: "Wob") van 18 mei 2016. De beslistermijn is op grond van artikel 3, tweede lid, van de Wob schriftelijk verdaagd tot uiterlijk 14 juli 2016.

#### ***Uw verzoeken***

In uw bovengemelde brieven van 18 mei 2016 verzoekt u op grond van de Wob de navolgende informatie in kopie te verstrekken:

1. de door de politie voor haar medewerkers opgestelde Twitter-instructie, en in het bijzonder de instructie voor het twitteren van foto's van de politie en/of foto's van delicten (uw kenmerk [redacted]);
2. de door de politie voor haar medewerkers opgestelde instructie voor het gebruik van de nieuwe mobiele telefoons met de applicatie waarbij de genomen foto's direct worden voorzien van het logo van de politie en de verspreiding daarvan (uw kenmerk [redacted]).

#### ***Beoordeling***

Ingevolge artikel 3, eerste lid, van de Wob kan een ieder een verzoek om informatie neergelegd in documenten over een bestuurlijke aangelegenheid richten tot een bestuursorgaan of een onder de verantwoordelijkheid van een bestuursorgaan werkzame instelling, dienst of bedrijf.

Naar aanleiding van uw informatieverzoeken bericht ik u als volgt.

Bij de politie berusten de navolgende documenten die zien op uw verzoeken:

1. Aan de slag met Twitter binnen de politieprofessie;
2. Posten en reageren op Twitter;
3. Basisrichtlijnen Huisstijl social media.

Ik besluit de door u gevraagde informatie te verstrekken met een aantal onleesbaar gemaakte gegevens. Alhoewel de Afdeling bestuursrechtspraak (ECLI:NL:RVS:2012:BY7303) heeft overwogen dat in beginsel per document of onderdeel daarvan moet worden gemotiveerd op welke grond openbaarmaking daarvan achterwege wordt gelaten, kan daarvan worden afgezien als dat zou leiden tot herhalingen die geen redelijk doel dienen. De onleesbaar gemaakte gegevens betreffen in de onderhavige documenten namen van in de documenten genoemde

politieambtenaren, alsmede interne e-mailadressen. Volgens vaste rechtspraak (zie bijvoorbeeld de uitspraken van de afdeling Bestuursrechtspraak van de Raad van State van 18 juli 2007, ECLI:NL:RVS:2007:BA9807 en recentelijk een uitspraak van de afdeling van 1 juli 2015 (ECLI:NL: RVS:2015:2060) kan, waar het gaat om het beroepshalve functioneren van ambtenaren, slechts in beperkte mate een beroep worden gedaan op het belang van eerbiediging van de persoonlijke levenssfeer. Dit geldt niet voor namen, aangezien namen persoonsgegevens zijn en het belang van de eerbiediging van de persoonlijke levenssfeer zich tegen het openbaar maken daarvan kan verzetten. Voorts is het van belang dat het hier niet gaat om het opgeven van een naam aan een individuele burger die met een ambtenaar in contact treedt, maar om openbaarmaking in de zin van de Wob. De betrokken politieambtenaren bekleden niet een publieke functie waarbij zij, gezien de aard van hun functie, beroepsmatig in de openbaarheid treden en dienen er bij het opstellen van het document op te kunnen rekenen dat hun namen niet voor een ieder openbaar worden gemaakt. Voor wat betreft het niet openbaar maken van de naam/namen van de betrokken politieambtenaar/politieambtenaren beroep ik mij derhalve op artikel 10, tweede lid, onder e, van de Wob (eerbiediging persoonlijke levenssfeer). Voor wat betreft het onleesbaar maken van interne e-mailadressen geldt dat ook contact kan worden opgenomen met de politie middels het landelijk telefoonnummer 0900-8844 (geen spoed, wel politie), dat hiervoor in het leven is geroepen. Het belang van de eerbiediging van de persoonlijke levenssfeer van de betrokken politieambtenaar of – ambtenaren weegt zwaarder dan het algemeen belang van openbaarheid.

Per document zal ik hieronder aangeven op welke pagina's namen en/of interne-e-mailadressen onleesbaar zijn gemaakt.

Ad 1. Aan de slag met Twitter binnen de politieprofessie

Pagina 2: namen van politieambtenaren.  
Pagina 8: een intern e-mailadres.

Ad 2. Posten en reageren op Twitter

Pagina 1: namen van politieambtenaren.  
Pagina 2: namen van politieambtenaren.

Ad 3. Basisrichtlijnen Huisstijl social media

Pag. 19: het gezicht van de betrokken politieambtenaar. Het gezicht van de politieambtenaar is onherkenbaar gemaakt met een beroep op artikel 10, tweede lid, onder e van de Wob (eerbiediging persoonlijke levenssfeer). Het belang van eerbiediging van de persoonlijke levenssfeer laat ik zwaarder wegen dan het algemeen belang van openbaarheid. Voor de uitgebreide motivering verwijs ik naar wat hiervoor is opgenomen in dit besluit. Volledigheidshalve wil ik hier nog aan toevoegen dat de Basisrichtlijnen Huisstijl social media in eerste aanleg zijn opgesteld voor intern gebruik binnen de politieorganisatie. De betrokken politieambtenaar hoeft derhalve niet te aanvaarden dat door zijn medewerking aan deze richtlijnen op grond van de Wob de bedoelde foto en daarmee, herkenbaar, zijn gezicht in de openbaarheid wordt gebracht.

***Rechtsmiddel***

Indien u zich niet kunt verenigen met de inhoud van dit besluit kunt u overeenkomstig de Algemene wet bestuursrecht binnen een termijn van zes weken na bekendmaking van dit besluit schriftelijk bezwaar maken. Het bezwaarschrift dient te worden gericht aan de korpschef van politie, ter attentie van de Wobcoördinatiedesk, postbus 17107. 2502 CC Den Haag.

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. Tevens wordt verzocht een kopie van het besluit waartegen het bezwaar is gericht, mee te zenden. Ook dient een volmacht te worden verstrekt, indien het bezwaarschrift niet door de belanghebbende, maar namens deze wordt ingediend. Het indienen van een bezwaarschrift schorst niet de werking van het besluit.

Mocht u nog vragen hebben over deze beslissing dan kunt u contact opnemen met de wobcoördinatiedesk van de korpsstaf. Deze mogelijkheid bestaat ook indien bijvoorbeeld van mening bent dat er informatie ontbreekt. Wellicht dat dan zonder bezwaarprocedure tot overeenstemming kan worden gekomen.

Ik vertrouw erop u naar behoren te hebben geïnformeerd.

Hoogachtend,

De korpschef van politie,  
namens deze

mr. M.H.E. Mathon  
Hoofd Juridische Zaken

**1.**

# Aan de slag met Twitter binnen de politieprofessie

Auteur: Project Social Media (IMDM)

Status: Definitief

9 september 2013 / Versie 1.0

# Documentinformatie

## Versiegeschiedenis

Versie	Versie datum	Samenvatting van de aanpassing	Gemarkeerde wijzigingen
0.1	12-6-2013	Start document	
0.2	26-6-2013	Aanvullingen H1 – H3: feedback projectteam	
0.3	23-7-2013	Document opgesplitst: beleid voor nieuwe accounts, conversie bestaande accounts en misbruik socialmediaaccounts	
0.4	31-7-2013	Nationale politie vervangen door de politie	
1.0	9-9-2013	Feedback _____ (Directie Communicatie) Aanvraag functionele accounts (H1), Code Blauw vervangen voor nieuwe beroepscode van de politie Revisie _____	

## Distributie

Versie	Verzend datum	Naam	Afdeling / Functie
0.1	24-6-13	_____	Social media projectteam (IMDM)
0.3	23-7-13	_____	Staf Directie Communicatie
0.4	31-7-13	_____	MT lid Directie Communicatie
1.0	27-8-13	Projectleiders Social Media (IMDM), Hoofden Communicatie, Projectteam SMPP, COR, Projectteam Social Media IMDM en Directie Communicatie	

©2013 Politie, all rights reserved.

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, op geautomatiseerde wijze opgeslagen of openbaar gemaakt in enige vorm of op enigerlei wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de Politie.

# Inhoudsopgave

Documentinformatie .....	2
Inleiding .....	4
Waar staan we .....	4
Doel van het document .....	4
Hoofdstuk 1 – Twitter binnen de politieprofessie .....	5
Criteria socialmediaprofielen .....	5
Niveaus van de accounts .....	5
Landelijk account.....	5
Gemeentelijk account.....	6
Persoonlijk account .....	6
Functioneel account .....	6
Hoofdstuk 2 – Levenscyclus Twitteraccount.....	8
Oprichting Twitteraccount .....	8
Gebruik Twitteraccount .....	8
Opheffen Twitteraccount .....	10
Hoofdstuk 3 – Oprichting Twitteraccount .....	11
Twitterinstellingen.....	11
Bijlage – Checklist.....	12

# Inleiding

Het gebruik van Twitter is niet meer weg te denken uit het werkveld van de politie. Twitter is een snel, activerend, multimediaal middel met een groot bereik. Dit document beschrijft hoe een politiemedewerker aan de slag kan met dit communicatiemiddel.

## Waar staan we

Het gebruik van Twitter is niet meer 'nieuw' te noemen, sinds 2009 zijn er ruim 1500 Twitteraccounts van de politie opgericht. Meer dan 75% van de twitteraccounts wordt gebruikt door een wijkagent. Daarnaast zijn er o.a bureau- en functionele accounts. Met de realisatie van de nationale politie is er een behoefte en noodzaak voor een eenduidige en herkenbare inrichting van onze socialmediakanalen. Twitter is immers digitale publiekscommunicatie: **open en zichtbaar voor iedereen**.

Naast het gebruik van socialmediakanalen door o.a. wijkagenten zijn er meer toepassingen te bedenken. Met de inrichting van de '9 domeinen socialmediastrategie' geeft de politie vorm aan de positionering en inbedding van de socialmediaactiviteiten.

Om de 9 domeinen goed te kunnen borgen zijn de domeinen ondergebracht in twee programma's. De onderdelen voor het managen van de communicatie in het programma Integraal Mediabeleid en Digitale Media (IMDM). De operationele politieprocessen in een project onder leiding van landelijk taakveldhouder Martine Vis. Meer informatie is beschikbaar bij de hoofden Communicatie.

## Doel van het document

Dit document beschrijft **hoe een politiemedewerker professioneel aan de slag kan met Twitter binnen de politieprofessie**. Dit is een uitwerking van één van de doelstellingen binnen domein 1 Sociale Media als mediakanaal. Politiemedewerkers die vanuit hun professie gebruik willen maken van socialmediaplatformen (zoals Twitter, Facebook en Youtube) kunnen dat doen binnen een aantal vastgestelde standaarden. Hiermee profileert de politie zich als een verbindende en betrouwbare partij naar de burger en andere relaties.

Dit document beschrijft de volgende onderwerpen:

- Twitter binnen de politieprofessie: niveaus van de accounts (H1)
- Levenscyclus van een Twitteraccount: oprichting, gebruik en opheffen: stop gebruik (H2)
- Oprichting account: praktische uitgangspunten (H3)
- Gebruik account: onderdelen om niet te vergeten (H4)

Na het lezen van dit document zijn er drie vragen om positief te beantwoorden:

- Heeft de politiemedewerker bedacht met welk doel hij/zij Twitter wil gaan inzetten?
- Is de ondersteuning door de afdeling Communicatie ingericht?
- Is de lijnchef geïnformeerd over het initiatief?

In de bijlage vind je een checklist.

*'What you say on Twitter may be viewed all around the world instantly. You are what you Tweet!'*



# Hoofdstuk 1 – Twitter binnen de politieprofessie

In dit hoofdstuk worden de volgende onderwerpen toegelicht: criteria socialmediaprofielen en niveaus van de accounts

## Criteria socialmediaprofielen

We stellen vast dat socialmediaprofielen van de politie in heel Nederland zo veel mogelijk aan de volgende criteria voldoen:

1. **Herkenbaar** voor elke burger in Nederland als zijnde van de politie, zoveel mogelijk lokale herkenbaarheid en volgens landelijk vastgestelde lay-out.
2. **Eenduidig** in benaming en lay-out;
3. **Beschikbaar** (op internet);
4. **Passend** bij technische beperkingen;
5. **Eenvoudig** en snel **uitvoerbaar** qua implementatie;
6. Voorzien van landelijk vastgestelde **lay-out** van de politie;
7. **Beveiligd** met solide wachtwoordmanagement, geborgd met een goed accountbeheer;
8. Goed **vindbaar** voor burgers.

Hierdoor dragen social media bij aan

- **Herkenbaarheid: één korps;**
- **Lokale verankering en (inter)nationale verbondenheid;**
- **Een goed imago van de politie**

---

## Niveaus van de accounts

Politieaccounts zijn voor burgers duidelijk lokaal herkenbaar door benaming en de bio, van buiten naar binnen geredeneerd. Burger moeten te allen tijde het gevoel krijgen: hierin herken ik de politie (zowel qua layout, benaming, inhoud van berichtenverkeer en verwijzing naar officiële kanalen).

Daarvoor zijn vier niveaus vastgesteld:

1. **Landelijk account:** bij landelijk gewenste communicatie, in beheer van de landelijke redactie
2. **Gemeentelijk account:** de lijn in de eenheid is verantwoordelijk voor de inhoud van de berichtgevingen
3. **Persoonlijk account:** denk aan wijkagenten, woordvoerders en leiding. De bio verschaft duidelijkheid in de functie en het werkgebied van de persoon.
4. **Functioneel account:** gericht op specifieke politietaken en spreekt tegelijkertijd specifieke doelgroepen aan.

## Landelijk account

Het landelijke corporate account op Twitter is **@Politie**

Dit account is een verified, wat een nog officiëlere en betrouwbaardere uitstraling aan het account geeft.

De landelijke redactie gebruikt dit Twitteraccount voor het delen van nieuws uit de operatie, resultaten en preventietips.

Alle andere politie (Twitter)accounts worden in een lijst gekoppeld aan het account **@Politie**, zodat iedereen op internet zelf kan verifiëren of het account dat men wil volgen ook daadwerkelijk gekoppeld is aan de politie. Geef het nieuwe account door aan de landelijke redactie, zij maken de koppeling met **@Politie**.

## **Gemeentelijk account**

Conform de visie van de nationale politie en de socialmediavisie 2012-2015 van de nationale politie fungeren we als één korps, lokaal verankerd en (inter)nationaal verbonden. De politie werkt overal, in elke gemeente in heel Nederland. Daarom richten we ook de socialmedia-accounts zo in dat elke burger in Nederland in staat is om via social media te kunnen communiceren met zijn/haar lokale politie.

De mogelijkheid wordt per eenheid geboden om:

- o OF voor elke gemeentenaam in de eenheid een Twitteraccount in te richten
- o OF om redenen van de gewenste werkbaarheid te kiezen voor een cluster van gemeenten, en/of een accountnaam die voor de bevolking herkenbaar is.

Deze keuze stemt de projectleider social media af met het hoofd Communicatie per eenheid.

### **Gebruikersnaam**

Ieder nieuw gemeentelijk account dient te worden gestart met @POL\_

Voor losse gemeente namen:

Bijvoorbeeld: @POL\_Leeuwarden, @POL\_Maastricht, @POL\_Breda.

Voor een cluster van gemeenten kan getwitterd worden via:

Bijvoorbeeld: @POL\_Flevoland.

In hoofdstuk 3 meer informatie over de instellingen van gebruikersnaam en bio.

## **Persoonlijk account**

Bij voorkeur worden de persoonlijke accounts beheerd door één collega. Dit maakt het gebruik en de interactie zeer persoonlijk, daar zit de burger op te wachten en dat maakt social media *social*.

Uit ervaring blijkt dat op deze manier ook effectief gebruik kan worden gemaakt van Direct Messages. De burger stelt persoonlijk contact zeer op prijs en ervaart doorgaans een lagere drempel om iets tegen een individu te vertellen dan tegen een algemeen account.

### **Meerdere wijkagenten op één account is mogelijk**

Het is toegestaan om met meerdere wijkagenten Twitteren vanuit één account te werken. In sommige eenheden gebeurt dat al. De beschrijving in de bio geeft daar dan duidelijkheid over. De benaming van dergelijke accounts verloopt altijd in overleg met de afdeling Communicatie en indien nodig met de projectleider Social media Communicatiedomeinen uit de eenheid. De afdeling Communicatie beslist uiteindelijk. Wanneer meerdere wijkagenten via één account Twitteren, eindigt de plaatser de Tweet met zijn/haar initialen, zodat de ontvanger ziet wie het verzonden heeft. (^GB).

Voorbeelden: wijkagent Nootdorp, wijkagent Pijnacker, wijkagenten Meerzicht.

### **Gebruikersnaam**

De Twiternaam, ook wel gebruikersnaam, begint altijd met een '@'. Bij een persoonlijk account heeft de achternaam de voorkeur. Daarnaast moet je in Twitter een naam invullen (in de instellingen staat bij dit vak: Vul je echte naam in, zodat personen je kunnen herkennen). Daar kun je Twiternaam nader duiding geven, in meer dan vijftien karakters. Een duidelijke verwijzing naar de politie is wenselijk. Zie hoofdstuk 3 Oprichting Twitteraccount voor suggesties.

## **Functioneel account**

Functionele accounts richten zich op specifieke politietaken en spreken tegelijkertijd ook specifieke doelgroepen aan. Deze accounts zijn die niet onder te brengen in provinciale of lokale structuren, en de berichtgeving valt niet onder het landelijk account.

Denk bijvoorbeeld aan

- De politieheliikopter
- De politie zoekt
- Kind vermist
- Een tijdelijk account met hoge functionaliteit: @POL\_TGOWiel

De Directie Communicatie benadrukt een beperkt gebruik van functionele accounts. Dat het makkelijk in gebruik is voor de politieorganisatie is geen valide argument om een functioneel account op te richten: het doel moet altijd zijn dat het bijdraagt aan de communicatie met de burger en het netwerk.

Vaak is het beter om gebruik te maken van bestaande kanalen: er is al een netwerk en geen eigen beheerorganisatie nodig.

Wanneer de afdeling Communicatie twijfelt over een aanvraag, kunnen zij advies vragen aan de projectgroep Social Media (programma IMDM).

#### **Gebruikersnaam**

Ieder nieuw functioneel account krijgt een accountnaam die begint met @POL\_

## Hoofdstuk 2 – Levenscyclus Twitteraccount

Dit hoofdstuk beschrijft de rollen en verantwoordelijkheden in verschillende fases van een Twitteraccount. Hierbij staan we stil bij de rol van de gebruiker, de afdeling Communicatie en de lijnorganisatie (eenheidsleiding). Dit hoofdstuk focust op de persoonlijke en functionele accounts die niet in gebruik zijn door de afdeling Communicatie.

### Oprichting Twitteraccount

Er zijn verschillende activiteiten bij het oprichten van een Twitteraccount. Allereerst is het belangrijk te weten met **welk doel** het Twitteraccount opgericht wordt, **door wie** het account gaat worden gebruikt en **welke doelgroep** er wordt beoogd te bereiken. Dit zijn vragen die beantwoord moeten worden door de initiator van het account, idealiter (één van) de gebruiker(s).

In iedere eenheid heeft de afdeling Communicatie de taak om de oprichting van een account te faciliteren. Eerst moet het account worden ingericht. Afhankelijk van de eenheid kan men dit zelf doen of wordt dit door Communicatie gedaan. Er is een uniforme lay-out beschikbaar, die aansluit bij de lay-out van de nationale politie. De gebruiker moet beschikken over de juiste middelen (smartphone). Een eventuele aanvraag daarvoor gaat via de leidinggevende, Communicatie kan daarbij ondersteunen. Daarna verzorgt Communicatie een opleiding die de medewerker klaarstoomt voor het gebruik van Twitter. Hierbij moet o.a. aandacht zijn voor het definiëren van boodschappen in 140 tekens, met goed gebruik van de Nederlandse taal.

Als een medewerker start met Twitter houdt hij/zij zich bezig met digitale publiekscommunicatie: de berichten zijn immers openbaar en zichtbaar voor iedereen. Omdat een medewerker niet 24/7 in dienst is, moet de afdeling Communicatie in het account kunnen. Bijvoorbeeld in geval van:

- een crisis/ernstig incident gericht op de betreffende wijk/regio
- afwezigheid ivm vakantie/ziekte e.d.
- Voor de toekomst: reageren op meldingen

Er zijn situaties uit de eenheden bekend waarbij een Twitteraccount plotseling niet meer werd gebruikt omdat de gebruiker langdurig ziek was. Doordat het account kon worden overgenomen, kon het communicatiekanaal echter intact blijven.

Bij de oprichting van een Twitteraccount moet de lijnchef worden geïnformeerd, zodat hij/zij weet dat iemand uit het team zich bezig houdt met externe communicatie.

Als de doelstelling van de politiemedewerker onduidelijk is, of er nog twijfel bestaat over de toekomstige berichtgeving, kan het verstandig zijn om de medewerker 'droog' te laten oefenen. Laat de medewerker voor een bepaalde periode (bijv. een maand) de Tweets noteren die hij/zij graag wil publiceren. Een andere mogelijkheid is om te oefenen met een gesloten account.

Wanneer alle stappen zijn doorlopen meld je het account aan bij de centrale webredactie  
zodat zij het kunnen koppelen aan het corporate @Politie-account

### Gebruik Twitteraccount

Als het Twitteraccount dan klaar staat, start de medewerker met het opbouwen van een netwerk door te gaan volgen en gevolgd te worden. Hij/zij gaat zelf Tweets formuleren en interessante Tweets retweeten.

Er is een aantal do's en don'ts die een medewerker op weg kan helpen. Deze zijn niet specifiek voor Twitter maar gelden voor alle online uitingen (zowel professioneel als privé).

### Do's

- Besef dat je **24/7 politiemedewerker** bent en een voorbeeldfunctie hebt. Wees integer, zorgvuldig en nauwkeurig
- **Praat waarover JIJ over gaat** (dus niet waar jij niet over gaat)
- **Wees helder** over wie je bent en voor wie je werkt, zeker als je schrijft over (het werk van) de politie
- **Wees eerlijk**. Zorg dat de dingen die je zegt ook kloppen. Gebruik feiten en geef aan hoe je er aan komt
- Alles wat je online publiceert, blijft **oneindig bestaan**. Houd dit in gedachte voordat je iets op internet plaatst waar je later misschien spijt van krijgt
- **Volg de reacties** op jouw teksten, let erop dat deze net zo correct en respectvol zijn als die van jou
- **Respecteer auteurs- en kopierechten**. Publiceer alleen (beeld) materiaal met toestemming van de eigenaar/OM.
- Wees je ervan bewust dat je maar een klein deel van de voor jou beschikbare informatie over je **werk privé** kunt delen
- Geef het toe als je fout zit, bied je **excuus** aan als dat moet
- Wees **respectvol** naar anderen. Respecteer de mening van anderen
- Houd er rekening mee dat je lezers misschien **geen onderscheid** (kunnen) maken tussen je persoonlijke en je professionele opvattingen
- Gaat het om jouw persoonlijke opvatting? Geef dat dan duidelijk aan. Spreek in de **'ik'-vorm**
- Houd je aan de **gebruikersvoorwaarden** en spelregels van de social media
- Kijk uit met social media **op een werkplek**. Je kunt onbedoeld een herleidbaar politie IP-adres achterlaten. Altijd je wachtwoord uitloggen; voordat misbruik plaatsvindt.

### Don'ts

- Post geen berichten die je in **verlegenheid** brengen wanneer je familie of collega's ze zouden lezen. Verstuur geen obscene of dreigende boodschappen
- Heb je ambities voor **geheime diensten** als OT of CIE, zorg dan dat je profiel geen connecties heeft met de politie
- Spreek niet **namens de organisatie** als dat je taak niet is. Gebruik een disclaimer als je een eigen blog of iets dergelijks hebt
- Communiceer niet over **incidenten** en de bestrijding ervan wanneer communicatie daarover niet je taak is
- Verspreid geen interne of **operationele informatie** als die (nog) niet openbaar is
- Verspreid geen **(beeld)materiaal van incidenten of slachtoffers** waar jij alleen als hulpverlener over kunt beschikken
- Verstuur geen **spam** of marketingmateriaal
- Spreek privé niet **namens je politie eenheid** en gebruik geen politielogo's of andere huisstijldragers

### Rol van Communicatie

Communicatie ondersteunt de medewerker in het gebruik van het Twitteraccount. De afdeling kan vragen om bepaalde onderwerpen (incidenten/evenementen etc.) onder de aandacht te brengen bij volgers. Of andersom, vragen om over bepaalde incidenten/evenementen bepaalde berichtgeving achterwege te laten (bijvoorbeeld uit oogpunt van veiligheid van bepaalde personen). Communicatie baseert zich hierbij altijd op afspraken met de operatie. Bij twijfel over het plaatsen van een bepaald bericht, is het voor medewerkers altijd mogelijk om dit te checken bij collega's of Communicatie.

Omdat een medewerker vanuit professe aan digitale publiekscommunicatie doet, kun je als afdeling Communicatie analyses over gestuurde Tweets uitvoeren. Dat kan bij de start van een account, maar ook periodiek bij langer gebruik.

Wanneer de uitlatingen niet in lijn zijn met de beroepscode voor de politie (Code Blauw) moet de medewerker hierop aangesproken worden door de lijnchef.

### **Opheffen Twitteraccount**

Er kan een situatie ontstaan waardoor een politiemedewerker genoodzaakt is te stoppen met Twitteren. Bijvoorbeeld bij verandering van functie of werkgever.

Bekijk dan met de gebruiker en de lijnchef de mogelijkheden. Afhankelijk van de verandering zijn dat:

- Meenemen: twitteraccount wordt meegenomen naar de nieuwe functie
- Opvolgen: twitteraccount kan overgenomen worden door een collega
- Opheffen: wanneer het is niet mogelijk is om het account mee te nemen naar een nieuwe functie of over te laten nemen door een collega, kan de gebruiker het account zelf via de instellingen deactiveren.

Breng de volgers op de hoogte van de verandering. Uiteraard is de boodschap afhankelijk van de verandering.

## Hoofdstuk 3 – Oprichting Twitteraccount

Dit hoofdstuk beschrijft de praktische instellingen van een nieuw Twitteraccount.

### Twitterinstellingen

#### Foto

Het landelijke en de gemeentelijke en functionele accounts gebruiken het politielogo.

Bij persoonlijke accounts wordt zoveel mogelijk een herkenbare professionele (portret)foto gebruikt. De ervaring leert dat dit een persoonlijk account meer social maakt. Als je geen foto gebruikt, plaats je het politielogo.

#### Naam

De Twitternaam, ook wel gebruikersnaam, begint altijd met een '@'. Namen van gemeentelijke en functionele accounts starten met @POL\_, gevolgd door de gemeentenaam/onderwerp van het account. Persoonlijke accounts zijn bij voorkeur op achternaam, liefst met een verwijzing naar de politie (@POL\_). De gebruikersnaam is maximaal 15 karakters lang.

Indien er meer personen van een persoonlijk account gebruik maken, bv in het geval van wijkagenten, heeft een verwijzing naar de wijk de voorkeur.

Daarnaast moet je in Twitter een naam instellen (bij de instellingen: 'vul je echte naam in, zodat personen je kunnen herkennen'). Hier kan je de Twitternaam nader duiden in meer dan 15 karakters. Over het invoeren van de naam bestaan de volgende afspraken:

- Bij persoonlijke accounts: [voornaam] [evt tussenvoegsel] [achternaam]
- Bij gemeentelijke accounts: Politie [Gemeentenaam]
- Bij functionele accounts: Politie [Functie(gebied)]

**Vermijd verwijzingen naar functies in de gebruikersnaam of echte naam. De bio geeft inzicht in de functie.**

#### Voorbeelden Twitteraccounts

- Jan Okx
- Sander Wijnsma

#### Locatie

Voer bij locatie het werkgebied in.

#### Website

Link naar [www.politie.nl](http://www.politie.nl) OF direct naar de (buurt)pagina van politie.nl waar de wijkagent/functionele informatie staat. Geen verwijzing naar andere sites.

#### Bio

De gebruiker beschrijft hier het werkgebied en de functie. Door het format aan te houden komen de bio's van persoonlijke accounts er helder en eenduidig uit te zien.

Invoerafspraak, bijvoorbeeld voor wijkagent: Wijkagent [voornaam] [achternaam], [wijknaam], [gemeentenaam], [eventuele nevenfuncties die van belang zijn voor publiek]

#### Instellingen

'Een locatie toevoegen aan mijn tweets' staat **nooit aangevinkt**.

## Bijlage – Checklist

Oprichting	Status
Doelstelling helder	
Ondersteuning in afdeling Communicatie geborgd	
Lijnchef geïnformeerd	
Smartphone aanwezig	
Account volgens huisstijl Ingericht	
Opleiding aan politiemedewerkers verzorgd: medewerker begrijpt rol als onderdeel van digitale publiekscommunicatie	
Twitteraccount gekoppeld aan @Politie	

Gebruik	Status
Politiemedewerker staat in verbinding met de doelgroep (obv aantal volgers en volgend)	
Politiemedewerker maakt actief gebruik van het Twitteraccount (obv actuele berichtgeving)	
Politiemedewerker hanteert een professionele houding bij berichtgeving	

Opheffen	Status
Politiemedewerker, afdeling Communicatie en lijnchef zijn akkoord met de keuze voor verandering (meenemen, opvolgen, opheffen)	
Volgers zijn op de hoogte gebracht van de verandering	
Indien nodig: account is daadwerkelijk gedeactiveerd en verwijderd	



2.

---

# Posten en reageren op Twitter

**Auteur:** \_\_\_\_\_

**Namens Project Social Media (IMDM)**

**Status: Definitief**

**Versie 1.0**

**21 oktober 2014**

# Documentinformatie

## Versiegeschiedenis

Versie	Versie datum	Samenvatting van de aanpassing	Gemarkeerde wijzigingen
0.1	28-02-14	Startdocument	
0.2	13-04-14	Update huisstijl	
0.3	02-05-14	Verwerking opmerkingen	
1.0	10-06-14	Finale check, aanpassing bijlage I	
	21-10-14	Aanvulling op voorwaarden rond fotografie: anderen hoeven geen toestemming te vragen voor het hergebruiken van door politie gemaakt en getwitterd beeld.	

## Distributie

Versie	Verzend datum	Naam	Afdeling / Functie
0.1	28-02-14		Project IMDM / Social Media
0.2	13-04-14	PL Social media Eenheden, SMPP	IMDM/SMPP
0.3	02-05-14	Linda Buitenweg	Project IMDM / Social Media
1.0	10-06-14	Eenheden	Projectleiders Social Media

## Review commentaar

Versie	Wanneer	Wie	Functie
0.2	13-04-14		Projectleider IMDM/SM
0.2	13-04-14		Projectleider SMPP eenheid Rotterdam
0.2	13-04-14		Coördinator/teamlid social media

©2014 Politie, all rights reserved.

Niets uit deze uitgave mag worden vervoelvoudigd, op geautomatiseerde wijze opgeslagen of openbaar gemaakt in enige vorm of op enigerlei wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de Politie.

# Inhoudsopgave

Inleiding.....	4
1. Wat is Twitter?.....	5
2. Professioneel twitteren.....	6
2.1. Eigenschappen Twitterberichten.....	6
2.2. Volgen/gevolgd worden.....	6
2.3. Vragen/antwoorden.....	6
2.4. Beheer.....	7
2.5. Opsporingsberichten.....	7
2.6. Afspraken voor het plaatsen van foto's.....	8
2.7. Do's.....	8
2.7.1 Twitter en vergroten van vertrouwen.....	9
2.7.2 Twitertips.....	10
2.8 Don'ts.....	13
3. Twitter vanaf de PC.....	14
3.1 Account aanmaken op Twitter.....	14
3.2 Inloggen op Twitter.....	15
3.3 Twitteraars volgen.....	16
3.4 Privébericht ontvangen en bekijken (direct message).....	17
3.5 Privébericht versturen (direct message).....	17
3.6 Vermeldingen ontvangen en bekijken ('mention').....	18
3.7 Een vermelding ('mention') verzenden (pc-versie).....	18
3.8 Doorsturen oftewel retweeten.....	19
3.9 Een tweet plaatsen via de computer.....	19
3.10 Een tweet met foto plaatsen.....	20
3.11 Een tweet plaatsen met <u>verkorte</u> link (pc-versie).....	21
3.12 Hashtags: #.....	22
3.13 Lijsten.....	23
4. Twitter met de BlackBerry.....	24
4.1 Inloggen op Twitter.....	24
4.2 Eigen 'mentions' bekijken (via Blackberry).....	25
4.3 Een mention verzenden via Blackberry.....	25
4.4 Een tweet met foto plaatsen (via BlackBerry).....	26
5. Levenscyclus account.....	28
6. Veelgestelde vragen.....	29
Bijlage I Promotie van je Twitteraccount.....	30
Bijlage II Twitertips voor de momenten dat er geen wijknieuws te melden is.....	31

## Inleiding

Het gebruik van Twitter is niet meer weg te denken in het werk van de politie. Twitter is een snel, activerend, multimediaal middel met een groot bereik. In deze Twitterinstructie vind je terug welke landelijke afspraken zijn gemaakt voor het professioneel gebruik van Twitter voor communicatiedoeleinden als politiemedewerker. Ook leggen we uit hoe Twitter werkt. Via internet is deze informatie ook te vinden. We hebben de voorbeelden in deze instructie zo veel mogelijk toegepast op de politiepraktijk.

De instructie is niet bedoeld voor politiemedewerkers die privé twitteren. Maar als zij (deels) over hun werk twitteren, dan gelden de afspraken uit deze instructie ook voor hen.

# 1. Wat is Twitter?

Twitter is een internetdienst (microblogdienst) waarmee gebruikers korte realtime berichtjes publiceren van maximaal 140 tekens. Het is een sociaalnetwerksite waar je een profiel kunt aanmaken. Een profiel is een samenvatting van informatie over jezelf, een soort kort CV.

Iedere twitteraar kan op elk moment van de dag in maximaal 140 tekens vertellen waar hij/zij mee bezig is, wat hij/zij van plan is of wat hem/haar bezighoudt. Er zijn ook mensen die vooraf aankondigen dat zij bij een evenement aanwezig zijn en met anderen, al dan niet aanwezig bij het evenement, willen twitteren. Dit creëert een virtuele gemeenschap, ofwel een community.

Via Twitter kun je berichten van kennissen, familie maar ook onbekenden volgen. Andersom kan ook de hele wereld *jouw* berichten volgen. Met één berichtje zijn al jouw volgers op de hoogte. Twitter is een snelle nieuwsdienst en dus handig om op de hoogte te blijven van wat jou interesseert. En ook is het handig om interactie aan te gaan en zo verbinding te maken met een bepaalde groep mensen die jou volgt en die jij volgt. Je kunt berichtjes volgen van iemand die het wereldnieuws verslaat, iemand die alle ontwikkelingen van je favoriete voetbalclub doorgeeft, iemand die leuke filmpjes weet te vinden, noem maar op. Met Twitter blijf je op de hoogte. Je weet het sneller en je weet meer. Het gebruik van Twitter is heel eenvoudig, maar voordat je het kan gebruiken moeten je je eerst aanmelden. In paragraaf 3.1 lees je hoe dat moet.

Twitter wordt steeds vaker ook door bedrijven ingezet. Het medium kan goed gebruikt worden om makkelijk contact met de doelgroep te onderhouden en naamsbekendheid te verkrijgen. Daarnaast gebruiken bedrijven Twitter tegenwoordig niet alleen als marketingtool om eigen producten of diensten te verkopen, maar ook steeds meer om vragen en klachten in behandeling te nemen. Voor de politie geldt dat Twitter geen intakekanaal is. Hiervoor gebruiken we 0900-8844 en 112.

## 2. Professioneel twitteren

Voor professionele inzet van Twitter door de politie zijn landelijke afspraken gemaakt. In dit hoofdstuk lees je welke dat zijn.

### 2.1. Eigenschappen Twitterberichten

Om het Twitteraccount zo aantrekkelijk mogelijk te maken voor volgers/bezoekers, zijn de volgende eigenschappen van berichten van belang:

- **Menselijkheid:** het moet duidelijk zijn dat de berichten door een persoon, jij dus, worden geschreven.
- **Frequent:** probeer minimaal 2 berichten per werkdag te twitteren, en probeer het overstromen (flooding) van volgers door teveel berichten achter elkaar te plaatsen te voorkomen. Ben je tijdelijk onbereikbaar, geef dit dan aan (mits het gevolgen heeft voor het werk) maar daarover meer in 2.4.
- **Deelbaar:** om het andere gebruikers makkelijk te maken onze boodschappen te delen (retweeten), is het in sommige gevallen aan te raden de berichten niet langer te maken dan ongeveer 120 tekens. Hoe korter hoe beter, want dan kunnen retweeters het bericht eventueel ook nog van extra commentaar voorzien (bijvoorbeeld een waardeoordeel).
- **Tijdgebonden:** Twitter is een middel voor communicatie over het 'nu' of 'kort geleden' en daar moeten de berichten dus zoveel mogelijk op zijn afgestemd. Je kunt ook vooraf laten weten wat je gaat doen, niet alleen wat je hebt gedaan.
- **Geloofwaardig:** lezers zullen berichten vanuit de politie serieus en professioneel opvatten. Lees wat er over social media in de beroepscode staat.
- **Toon:** Gebruik niet overdreven veel hoofdletters. Op internet wordt het schrijven met alleen maar hoofdletters vaak gezien als SCHREEUWEN.

---

### 2.2. Volgen/gevolgd worden

Iedereen is welkom om ons te volgen. Om in een privé gesprek met een volger te kunnen communiceren is wederzijds volgen nodig. Dat zou kunnen betekenen dat je een volger tijdelijk terugvolgt om vervolgens na je privégesprek te ontvolgen. Tip is om eerst goed de biografie en tweets van de volger te bekijken. Zo kun je bekijken of het interessant voor je is om iemand te volgen. Als wijkagent kun je ervoor kiezen wijkgerelateerde organisaties en professionals (ook: media) en inwoners uit jouw wijk die actief twitteren, te volgen. Probeer wel in het achterhoofd te houden dat we als politie onpartijdig zijn.

### 2.3. Vragen/antwoorden

Twitteren is niet alleen maar een middel om informatie te zenden. Je kunt reacties verwachten. Andere twitteraars gaan je vertellen wat zij van iets vinden, wat zij zouden doen, wat zij van je willen, etc. Je kunt reacties en opmerkingen naar aanleiding van je tweets ontvangen. Probeer altijd te kiezen voor een reactie met een positieve insteek, want een positieve servicegerichte houding versterkt ons imago. Kun je het antwoord niet kwijt in 140 tekens, vraag dan via een DM (direct message/ privébericht, zie hoofdstuk 4.3 en 4.4.) het telefoonnummer/ e-mailadres van de twitteraar (tweep) zodat je meer mogelijkheden hebt om een goed antwoord te geven. Voorwaarde voor het uitwisselen van DM's is wel dat jij en die persoon *elkaar* volgen.

Twitteren is van het hier en nu, maar dit betekent niet dat je bij een vraag direct een antwoord moet geven. Het is wel aan te raden om zo snel mogelijk te reageren en het liefst binnen een dag. Burgers verwachten ook online een reactie op een vraag. Niet antwoorden wordt gezien als alleen maar zenden.

---

## 2.4. Beheer

Mochten er tijdens een vakantieperiode minder berichten geplaatst kunnen worden, probeer dan achtervang te regelen, net zoals je dit doet met je al je werkzaamheden. Een collega-twitteraar of afdeling Communicatie kan ook één of enkele berichten namens jou plaatsen. Ook is het mogelijk om met een tool zoals Hootsuite ([www.hootsuite.com](http://www.hootsuite.com)) twitterberichten in te programmeren om later te verzenden. Omdat het dan geen actuele berichten zijn, is er wel een risico aan verbonden. De tweet zou totaal misplaatst kunnen zijn vanwege actuele incidenten of politieke gevoeligheden.

Communicatie beheert alle inloggegevens om in geval van nood<sup>1</sup> te kunnen twitteren namens de wijkagent. Dat betekent dat bij het wijzigen van je wachtwoord je hierover ook Communicatie moet informeren.

De gebruiker is verantwoordelijk voor het contentbeheer, voor een juist en consequent gebruik van een account. De leidinggevende is eindverantwoordelijk voor het socialmediagebruik van de medewerker.

Uiteraard kun je met vragen terecht bij medewerkers van je eenheid. Hieronder zie je welke afdelingen voor je klaar staan.

### Bij wie kun je terecht?

Onderwerp	Afdeling	Tel.	E-mail
Aanvragen/wijzigen van een Twitteraccount	Communicatie, projectleiders Social Media		
Vragen over de werking van je Blackberry	Telefonie		
Advies over de mogelijkheden van Twitter of andere digitale media als communicatiekanaal	Communicatie, projectleiders Social Media		
Advies over de inhoud van je berichten	Communicatie, of de Mediadesk		
Plaatsen van opsporingsberichten en tweets over vermissingen	Communicatie, Mediadesk		

## 2.5. Opsporingsberichten

Voor het plaatsen van opsporingsberichten op Twitter dien je altijd de richtlijn opsporingsberichtgeving te volgen. Zo moet je toestemming hebben van het openbaar ministerie en je recherchecollega's. Voor de manier waarop je het bericht naar buiten brengt en welke communicatiekanalen je inzet, kun je advies en ondersteuning vragen bij de Mediadesk. Er zijn incidenten die veelal voor onrust zorgen of waar eerst met verschillende partijen over afgestemd moet worden/gezamenlijk opgetrokken moet worden.

Als je twijfelt over een tweet, overleg dan met de Mediadesk (24/7 bereikbaar). Twijfel kan bijvoorbeeld ontstaan over het maatschappelijk belang of in hoeverre het bericht gericht is op opsporing. Overleg hierover is ook belangrijk, omdat na het plaatsen van een nieuwswaardige tweet de woordvoerder degene is die hierover wordt gebeld.

<sup>1</sup> Denk hierbij aan het geval dat de beheerder van het account langdurig ziek wordt of er een acute situatie is waarover op het account iets gezegd moet worden, maar de beheerder op dat moment niet te bereiken is.



## 2.6. Afspraken voor het plaatsen van foto's

### Criteria vanuit het openbaar ministerie voor incidentenfotografie:

- Geen slachtoffers herkenbaar in beeld
- Geen verdachten herkenbaar in beeld (tenzij OM toestemming geeft)
- Geen foto's maken in woningen / panden (denk aan huisrecht)
- Geen specifieke sporen in beeld brengen
- Geen gewonden in beeld
- Geen bloederige taferelen weergeven
- Geen kentekens herkenbaar afbeelden
- Geen rokende, etende collega's in beeld

### Uitgangspunten die de politie met het Nederlands Verbond voor Journalistiek heeft vastgesteld:

#### Foto's als informatie

Het primaire doel van tweets van wijkagenten is om de burgers in hun omgeving te informeren, en niet om de media van (gratis) foto's te voorzien.

#### Twitter geen foto's die een journalist niet kan maken

Wees zeer terughoudend met het twitteren van foto's die een willekeurige andere persoon (zoals een fotojournalist) niet vanaf de openbare weg kan maken.

#### Verspreiding van foto's binnen Twitter is toegestaan

Retweeten mag zonder toestemming.

#### Voor gebruik door anderen is geen toestemming nodig

Bij auteursrechten van de overheid is het toegestaan (art. 15b Auteurswet) om die beschermde werken over te nemen. De wet noemt iedere "openbaarmaking of veeleenvoudiging" van dat werk, en daaronder valt ook het in de krant afdrucken van een op Twitter geplaatste foto.

De enige uitzondering die de wet hierbij trekt is wanneer 'in een bepaald geval blijkt mededeling op het werk zelf of bij de openbaarmaking daarvan uitdrukkelijk is voorbehouden'.

In de context van Twitter betekent dit dat je op of bij de foto iets van "Alle auteursrechten voorbehouden" moet hebben geplaatst als bijschrift of als watermerk.

## 2.7. Do's

De berichten op Twitter zullen een mix zijn van berichten over ons dagelijks politiewerk. Je kunt een link plaatsen naar al bestaande inhoud op internet, maar ook iets nieuws twitteren zonder dat je verwijst naar een andere site.

### Suggesties:

- Successen (bijv. heterdaadjes, opgeloste zaken) uit jouw wijk
- Nieuws van Politie.nl, zoals opsporingsverzoeken, getuigenoproepen (vermissingen, inbraakgolven) uit jouw wijk.
- Retweeten van andere politieaccounts als woordvoerders of @politie (bijv. Burgernetberichten) indien relevant voor jouw wijk
- Hulp van wijkbewoners benoemen (geen namen)
- Piek woninginbraken/autovernieling: gemeente flyert, wij surveilleren en houden daders in de gaten
- Wat je doet/bezighoudt, dagelijkse gang van zaken, interactie; interessante overleggen met partners die betrekking hebben op de wijk; actuele zaken die interessant en/of informatief en werkgerelateerd zijn
- Relevante artikelen/links, waarvan je denkt dat je volgers het interessant zullen vinden
- Verwijzingen naar achtergrondinformatie op onze site, zie <http://politie.nl/onderwerpen>
- Evenementen (bijv. indruk ter plaatse), in overleg met de algemeen commandant!

- Foto's uit de wijk, herkenningfoto's
- Woninginbraak: opvallende weggenomen goederen vermelden, wijze waarop, verwijzen naar politie.nl
- Speerpunten in de wijk/stad
- Winkelcentrumnieuws bijv. mbt veilig ondernemen
- Preventieadviezen
- Aankondigingen, oproep buurtvergadering
- Tijdstip in de wijk aanwezig (rondje wijk of vaste spreekuurtijden benoemen)
- Wijknetwerkbijeenkomst/spreekuur/overleggen
- Ideeën over wijkactiviteiten
- Terugkoppeling (bedanken voor meedenken, zaak rond maken)
- Zingeving: "student aangehouden voor helling, had net fiets van junk gekocht. Helling is strafbaar, max 4 jr gevangenisstraf of geldboete"
- Waarschuwing tegen actuele dreiging of gevaar (bijv. zakkenrollers actief)
- Verwachtingen managen (wat kunnen burgers van je/de politie verwachten)
- In bijlage II staan Twitertips voor momenten dat je geen wijknieuws te melden hebt.

### 2.7.1 Twitter en vergroten van vertrouwen

Er zijn meerdere onderzoeken gedaan naar de inzet van Twitter door de politie en het vergroten van het vertrouwen/veiligheidsgevoel van burgers. Deze onderzoeken zijn online te vinden. Onderstaand onderzoek geeft een aantal praktische handvatten.

Uit onderzoek ('Weet wat je tweet', Dick Roodenburg, master bestuur en veiligheid, 2013) is gebleken dat sommige tweets sterk bijdragen aan het vergroten van het vertrouwen van de burger en sommige tweets minder. Door keuzes te maken over wat je wel en niet twittert en hoe, kun je Twitter strategisch inzetten.

1. Tweets die gaan over betrokkenheid in de buurt leveren een belangrijke bijdrage aan het vertrouwen.

*bijvoorbeeld:*

Nu overleg met buurtnetwerk...wat leeft er in de wijk? Aanschuiven kan altijd!

*of*

Komt plotseling groep 1-2 van basisschool #krullevaar #veldhuizen het politiebureau binnenvallen.

Gezellig hoor. ^JM <http://t.co/HubhCxDW>

2. Veel inwoners zijn bereid om mee te werken en (opsporings)informatie te verstrekken als daarom gevraagd wordt. Maar besef wel dat eenzijdig en vooral veelvuldig gebruik van deze categorie (voor een bepaald gebied) stigmatisering (bijvoorbeeld van bepaalde dadenkenmerken) en gelatenheid/afstomping tot gevolg kan hebben. Bovendien is het belangrijk zoveel mogelijk de (opsporings)cirkel rond te maken. Dat houdt in dat bij verzoeken ook teruggekoppeld wordt aan de volgers óf en waartoe hulp en inzet van burgers heeft geleid. Bedenk ook van te voren of een verzoek om informatie daadwerkelijk iets zou kunnen opleveren. Als van tevoren duidelijk is dat dit niet het geval zal zijn, is het beter geen tweet hierover te plaatsen.

*bijvoorbeeld:*

Zojuist jongeman overvallen op de H. Kamerlingh Onnesweg. Slachtoffer ongedeerd. Dader voortvluchtig.

*en*

De overvaller die 2 weken geleden toesloeg op de hoek van de Lothariuslaan met de Kamerlingh Onnesweg is aangehouden in het oosten van het land.

3. Het twitteren over effectief optreden van de politie levert vertrouwen op, maar haalt het niet bij tweets over betrokkenheid. Het twitteren over effectief optreden van de politie is vooral aan te bevelen als dit samen gaat met 'weten wat de burger belangrijk vindt'.

*bijvoorbeeld:*

algemene snelheidscontroles en de mate waarin de politie daarin succesvol is, dragen niet bij in een toename van vertrouwen. Het vertrouwen neemt wel toe wanneer getwitterd wordt over snelheidscontroles in de eigen wijk.

Het advies is om je te beperken tot tweets over succesvolle zaken uit jouw wijk. Omdat je weet welk verhaal er achter zit, kun je ook je betrokkenheid hiermee tonen, en je kent de gevoeligheden. Dit impliceert dus ook dat je geen successen twittert over zaken buiten jouw wijk (uitzonderingen daargelaten).

4. Het is belangrijk te beseffen dat burgers een adequaat, respectvol, eerlijk en professioneel antwoord verwachten op een vraag. Wanneer burgers zich serieus genomen voelen door de politie is men eerder en meer bereid om (actief) mee te werken met de politie. De bejegening via Twitter heeft misschien wel bijna dezelfde 'kracht' als een persoonlijk contact via telefoon of face-to-face-gesprek. Negatief uitgelegd: genegeerd worden in een twittersprek heeft misschien wel net zo'n impact als genegeerd worden in een 'gewoon gesprek'. Probeer als het even kan het antwoord of de uitleg zodanig formuleren dat andere volgers er ook iets mee kunnen.
5. Er is in het onderzoek geen bewijs gevonden dat het geven van algemene politie-informatie (preventietweets) bijdraagt aan het vertrouwen. De ene burger zal algemene informatie waarderen, terwijl de ander het niet interesseert en er niet mee lastig gevallen wil worden. Spaarzaamheid lijkt hierbij raadzaam.

Algemene politie-informatie: een tweet die wel betrekking heeft op het politiewerk of praktische informatie of dergelijke verstrekt en ook nuttig is, maar meer een algemene strekking en niet specifiek op de buurt betrekking heeft.

*bijvoorbeeld:*

Moet u ondanks het barre winterse weer toch nog met de auto op pad? Maak dan naast de ruiten ook uw lampen sneeuwvrij! #gratistip ^B

## 2.7.2 Twitertips

### Jij bent dé politie

Jij vertegenwoordigt de politie online, wat meer impact heeft dan je offline werkzaamheden en uitingen. Een wijkagent die buiten loopt heeft ook impact. Weet dat je online niet alleen je wijk vertegenwoordigt.

### Kijk bij je twitterende collega's

Leer van hen, kijk/vraag wat goed werkt en wat niet.

### Wie ga je volgen?

Volg niet teveel mensen, voor je eigen overzicht en kijk uit met politiek actieve mensen (want: wij zijn neutraal). Volg mensen uit jouw eigen wijk altijd terug, om gelijkwaardigheid te creëren en een aanspreekbare politie.

### Wie is de reageerder?

Heeft hij/zij veel volgers en dus een groot bereik? Is het een beïnvloeder in je wijk? Is het iemand die je ook offline kent? Verdiep je in de reageerder en stem je antwoord daarop af.

#### @vermelding is zichtbaar

Als iemand naar je tijdlijn gaat, ziet hij alles, ook je antwoorden aan burgers.

#### Gebruik # hashtags

Deze gebruik je voor de onderwerpen in je tweet, zoals straatnamen of incidentsoorten. Daar kunnen mensen op zoeken. Hashtags kunnen op meerdere manieren. Voor geografisch plotten van je tweet #dordrecht of #kanaleneiland. Voor verduidelijking van je tweet #woninginbraak #autokraak. Voor bijeenkomsten #NSS14. Gebruik wat er al gebruikt wordt!

#### Maak korte berichten (ipv 1/4)

Tweets horen kort te zijn, dus formuleer een korte boodschap. Een boodschap in meerdere tweets zetten doe je bij voorkeur niet. Gebruik maximaal 2 berichten (1/2 en 2/2) voor één boodschap. Tip is eerder beginnen met je verhaal te twitteren / live bloggen, in plaats van achteraf te bloggen.

#### Beledigd?

Kijk of er een aanleiding voor was, bijvoorbeeld: was er een aanhouding in de wijk? Bij een losse belediging kan het helpen om aan te geven dat dit ongewenst is. Wanneer je niets doet, kan het overkomen alsof je het accepteert.

Wanneer je er meer mee wilt doen: Achterhaal ID (eventueel via het districtelijk informatieknooppunt), spreek persoonlijk aan: ga eventueel langs bij de twitteraar, dit heeft goede resultaten opgeleverd in het verleden bij andere wijkagenten.

#### Gevoelige info van volger?

Communiqueer via DM: direct message is tussen jou en je volger, dus niet openbaar. Je moet elkaar dan wel volgen! Geef aan dat de gegeven informatie niet anoniem is.

#### Maak je tweet compleet

Bijv. leeftijd + woonplaats verdachte, aantal wietplantjes.

#### Let op je woordkeuze (ivm daderinformatie)

Revolver, pistool = vuurwapen. Stiletto, kapmes, slagersbijl = mes of steekwapen. bolletjes coke = harddrugs. Met name bij opsporingsberichten. Stem af met je recherchecollega's.

#### Reageer niet op onzin, niet happen

Negeer zogenaamde trollen die je proberen uit te dagen op Twitter! Reageer wel op (terechte) kritiek, zoek vragen uit en beantwoord ze

#### Voorkom discussie op Twitter #Twitterfittie

Een of twee keer reageren op iemand kan nog, maar kap het daarna af. Het is makkelijk om op Twitter in discussie te geraken en daar ligt een gevaar. Een inhoudelijke discussie voer je bij voorkeur persoonlijk.

#### Ludieke acties

Bereid je actie voor met de checklist social media acties in samenwerking met Communicatie. Zie intranet.

Bedenk bij elke tweet: Wat wil ik ermee bereiken en wat hebben mijn volgers eraan?

Zet de bril van de burger op!

Denk na voordat je iets twiltert!

Welk effect ga je krijgen en zitten er nog spelfouten in? Is het begrijpelijk voor burgers? Zorgt je tweet niet voor onnodige onrust onder burgers en ook politiek-bestuurlijk? Bij twijfel: vraag of een collega tegenleest of bel Communicatie.

#### Gebruik twitteraars met invloed

Zij hebben weer een groot bereik met hun grote aantal volgers. Vraag ze (persoonlijk) om jouw tweets af en toe te retweeten.

#### Pers = publiek = pers

Er is geen onderscheid meer tussen pers en publiek, iedereen is journalist en kan opnames maken met smartphones.

#### Zorg voor afwisseling

Niet alleen alle inbraken twitteren, maar ook preventietips en wetenswaardigheden. Zie ook 'Twitter en het vergroten van vertrouwen', eerder in paragraaf 2.7.1.

#### Tweet niet teveel achter elkaar en gebruik geen hoofdletters

Dit wordt als spam ervaren.

#### Sluit aan bij taalgebruik en hashtags

Waarover twitteren de mensen uit je wijk? Bekijk het via de zoekfunctie.

#### Stel af en toe vragen

Twitter is interactief en mensen voelen zich gehoord en gewaardeerd als je hen betreft.

#### Trending topics gemeenten

<http://www.coosto.nl/gemeenten>; kijk waarover gesproken wordt in jouw gemeente.

#### Zoeken op hashtags

Wil je weten of een bepaald onderwerp op sociale media besproken wordt? Zoek dan op hashtag op <http://www.tagboard.com>.

#### Zoeken via [search.twitter.com](http://search.twitter.com) en via "geavanceerd"

Vele zoekmogelijkheden, bijv. op locatie, trefwoord, persoon...

#### Vermijd vaktaal

Bedenk goed of wat je zegt begrijpelijk is voor je volgers! Wil je toch een politiewoord gebruiken, leg dn uit wat je bedoelt.

#### Indien nuttig en relevant, beschrijf in BVH dat je getwitterd hebt (getuigenoproep, verkeerscontrole)

Om later nog te kunnen terugzoeken en ook handig voor je collega's om te weten. Door een tweet te versturen via e-mail kun je deze als bijlage toevoegen in een proces-verbaal.

#### Volg en retweet een ZSM Twitteraccount

In sommige eenheden twitteren ZSM-officieren over de afdoening van zaken. Hiermee kun je je zaak rond maken; mensen willen graag terugkoppeling krijgen! Zie 'Twitter en vergroten van vertrouwen', in paragraaf 2.7.1.

#### Zoek twitteraars in jouw gebied

Zoek de geocode via Bing Maps of Google Maps (klik op 'wat is hier') en vul in de zoekmachine van Twitter in (zonder spaties!):

geocode:510893903,8127829,0.5km

### NB. Soms even wachten

Wanneer je tijdens een dienst een incident als een overval, achtervolging, bommelding, of (vuur)wapengevaarlijke situatie treft, wacht dan even met een tweet. Je volgers snel kunnen informeren is belangrijk, maar zorgen dat er correcte info en geen onbedoeld paniekzaaiende informatie naar buiten komt, is veel belangrijker. Zorg daarom dat je eerst je informatie checkt met iemand van de Mediadesk, voordat je zelf al iets verspreidt.

### 2.8 Don'ts

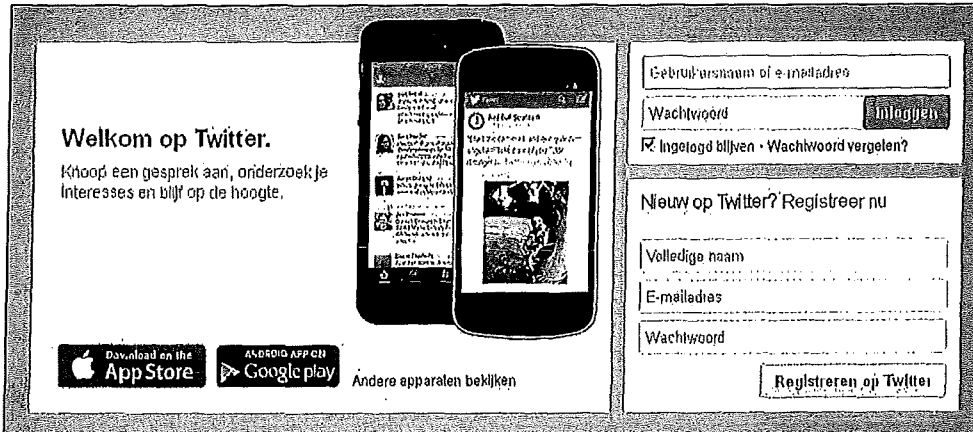
Hou te allen tijde in de gaten dat iedereen je berichten kan lezen. Een negatieve uitlating over een samenwerkingspartner wordt ook door die instantie gelezen. Voorkom klaaggedrag, in welke vorm dan ook. Hieronder staan nog meer voorbeelden van don'ts.

- Zaken die onderzoeken kunnen schaden (bijv. reeksen autobranden)
- Gevoelige zaken (zedenzaken, reeks berovingen), zaken die maatschappelijke onrust kunnen veroorzaken
- Teveel beloven, toezeggingen doen zonder ruggespraak
- Negatieve zaken (klagen, teleurstelling)
- Persoonsgegevens/privacygevoelige zaken van jezelf en anderen (of herleidbaar)
- Geintjes op werk, opmerkingen over collega's, "Ik drink nu koffie" (onzinberichten) of grof taalgebruik
- Meningingen van jezelf over situaties/beleid/mensen/functionarissen, ook stemgedrag en religie
- Daderwetenschappen
- Politietaal (niet begrijpelijk)
- Communicatie met collega's (want kan ook via Politie+)
- Taken die niet tot de kerntaken behoren (verkeerde verwachtingen)
- Zaken die niet over jouw wijk gaan of groter zijn dan alleen jouw wijk
- 'Te' persoonlijk/privé
- Gevoeligheden in de wijk, waar media-aandacht (nog) niet gewenst is
- Noodhulpdiensten (expliciet)
- Beloftes die je niet kunt nakomen
- Zaken die maatschappelijke onrust kunnen veroorzaken

### 3. Twitter vanaf de PC

#### 3.1 Account aanmaken op Twitter

Start Internet Explorer en zoek [www.twitter.com](http://www.twitter.com) op. Vul rechts de velden onder 'Nieuw op Twitter? Registreer nu'. Klik op 'Registreer op Twitter'. Kies bij voorkeur voor een politiemailadres, want meldingen en tips die je via privéberichten krijgt, staan dan gelijk in een veilige mailbox.



Je komt in een volgend scherm waar je te zien krijgt of de gekozen naam en e-mailadres goed zijn. Je kunt bij Twitter maar één account per e-mailadres aanmaken. Vul alles zo in dat overal een groen vinkje achter staat en klik op 'Mijn account aanmaken'.

Stuur het gekozen wachtwoord ook door naar de afdeling Communicatie die de wachtwoorden beheert.

**Registreer je vandaag nog op Twitter.**

**Volledige naam**  
Test Account ✓ Naam ziet er goed uit.

**E-mailadres**  
testaccoun2345@gmail.com ✓ We zullen je een bevestiging sturen.

**Een wachtwoord maken**  
•••••••• ✓ Wachtwoord is oké.

**Kies je gebruikersnaam**  
TestAcc53523101 ✓ Gebruikersnaam is beschikbaar  
Je kunt het later wijzigen.

Suggesties: TestAcc16103095

Ingelogd blijven op deze computer

Door op de knop te klikken, ga je akkoord met de onderstaande voorwaarden: Printbare versies: Algemene voorwaarden · Privacybeleid · Cookiegebruik

These Terms of Service ("Terms") govern your access to and use of the

**Mijn account aanmaken**

Opmerking: anderen kunnen je vinden op naam, gebruikersnaam of e-mailadres. Je e-mailadres wordt niet openbaar verspreid. Je kunt je privacyinstellingen op elk gewenst moment wijzigen.

Nu vraagt Twitter je om een paar mensen te gaan volgen. Deze stap kun je overslaan door weer naar [www.twitter.com](http://www.twitter.com) te gaan. Ga ondertussen naar je mailbox en bevestig het net aangemaakte Twitteraccount. Je bent klaar om je Twitteraccount verder in te richten. Klik op het wielje rechtsboven om diverse instellingen aan te passen, zoals de achtergrond, je profielfoto en de e-mailinstellingen.

The screenshot shows the Twitter profile of 'Politie Utrecht' (@PolitieUtrecht). The profile header includes the name 'Politie Utrecht' and the handle '@PolitieUtrecht'. Below this, statistics are shown: 6.957 tweets, 125 followers, and 31K following. A 'Nieuwe Tweet opstellen' button is visible. The 'Wie te volgen' section lists several accounts: VP Hengelo (@VPHengelo), Martin Reijmerink (@nieuw...), and Paul (@PVL1960ALMERE). The main content area shows a tweet from 'Kombijdepolitie' (@KombijdePolitie) with a photo of a group of people and the text 'De winnaars tijdens hun dag op de Politieacademie'. Below the tweet are two advertisements: 'GGD Nederland' and 'Plus500'.

NB. Zorg in elk geval dat je bij de instellingen onder 'Beveiliging en privacy' het meezenden van de locatie hebt uitgevinkt. Ook heeft Twitter de instelling om op foto's te kunnen worden getagged. Dit kun je uitzetten door onder instellingen/beveiliging. Klik bij het onderdeel PHOTO TAGGING op het derde bolletje (Do not allow anyone to tag me in photo's) ook handig voor een evt. privéaccount.

### Standaard profielinstellingen

#### Individueel account

Een individueel account (bijv. van wijkagenten) heeft als Twitternaam "POL\_Achternaam". Bij volledige naam staat de voor- en achternaam van de twitteraar en in de bio nogmaals de naam, de functie en het werkgebied. Er hoeft niet meer in dat het een officieel account is, want dit blijkt al uit andere kenmerken (de huisstijl en bijv. dat het gevolgd wordt door @Politie). De profielfoto is bij voorkeur een professionele (portret)foto en anders het politielogo. Bij website staat <http://politie.nl>.

#### Groepsaccount

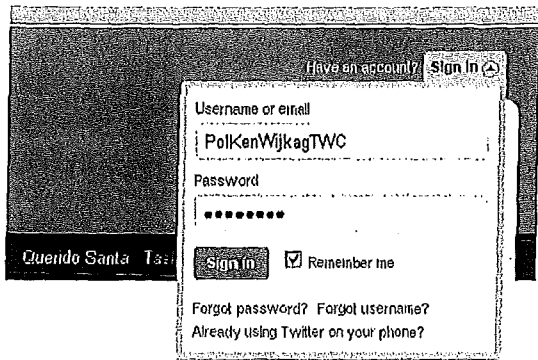
Een groepsaccount (bijv. van een groep wijkagenten) heeft als Twitternaam "POL\_Gebiedsnaam". Bij volledige naam staat "Politie Gebiedsnaam". In de bio staat het werkgebied en ook de namen van de twitteraars, met een dakje (^) en de initialen. Er hoeft niet meer in dat het een officieel account is, want dit blijkt al uit andere kenmerken (de huisstijl en bijv. dat het gevolgd wordt door @Politie). De profielfoto is het politielogo. Bij website staat <http://politie.nl>.

Voor het inrichten van het Twitteraccount in huisstijl zijn een achtergrondsjabloon, letter- en linkkleuren en een handleiding om je Twitteraccount volgens de huisstijl in te richten of aan te passen beschikbaar. Deze is op te vragen bij de afdeling Communicatie. Communicatie kan hier ook bij ondersteunen.

### 3.2 Inloggen op Twitter

Start Internet Explorer (of Firefox, of ...) , zoek [www.twitter.com](http://www.twitter.com) op en vul de gebruikersnaam en het wachtwoord in. Vink eventueel 'Ingelogd blijven' aan, zodat je volgende keer niet hoeft in te loggen:





out there and make it  
magical hand out. #TDL

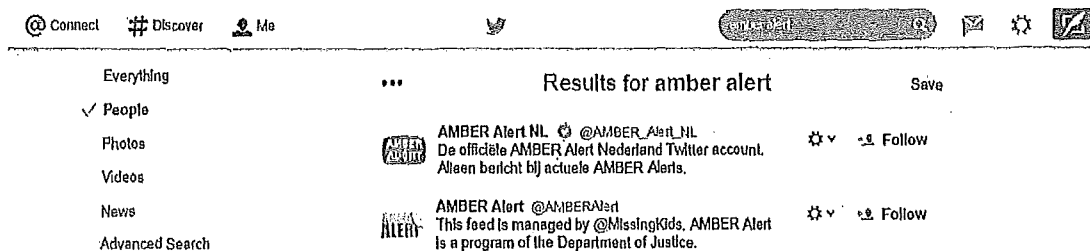
Catch a glimpse of the new  
Twitter.com.

Hierna ben je ingelogd en kun je meteen aan de slag.

### 3.3 Twittersaars volgen

Je zoekt interessante mensen op die je wilt volgen en zij kunnen ervoor kiezen jou terug te volgen. Andere Twittergebruikers kunnen ook contact met jou zoeken om je te volgen. Hier zullen je echte vrienden en kennissen tussen zitten, maar het is ook mogelijk dat mensen die je 'offline' niet kent, je toevoegen aan hun kanaal. Op deze manier is Twitter, in tegenstelling tot veel andere sociale netwerken een krachtig middel om een netwerk op te bouwen. Door het volgen van anderen kun je verbinding aangaan met je volgers en jezelf beter 'in de markt' zetten. Voor de overzichtelijkheid is het echter niet handig om heel veel te volgen, dus wees daar kritisch in, tenzij je weet hoe je moet werken met 'lijsten' (zie paragraaf 3.13). Als voorbeeld gaan we Amber Alert volgen.

Vul bovenin het scherm Amber Alert in en klik op Enter of op het loepje:



Klik in het resultatenoverzicht dat je nu krijgt links op 'Personen'. Klik op Volgen om iemand te volgen. Het blokje wordt nu blauw met de tekst 'Volg je nu'. Je kunt iemand weer ontfolgen door nogmaals op dit blokje te klikken.

Wellicht goed om nu ook even een moment te nemen om de volgende gebruikers te volgen:

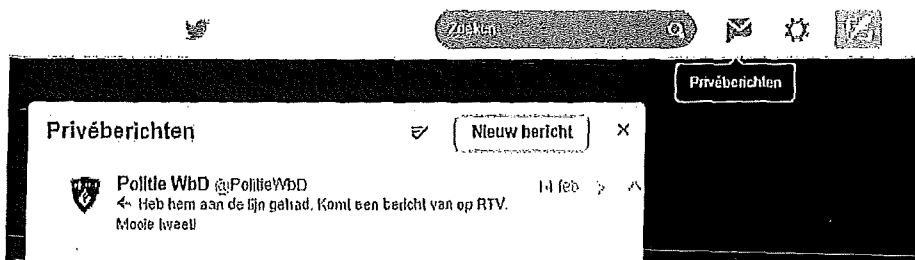
- @politie
- @DePolitieheli
- Overige wijkagenten uit jouw team
- Account van de gemeente waar je werkt
- Andere ketenpartners, ondernemers, beïnvloeders in jouw werkgebied

Je kunt altijd op Startpagina linksbovenin klikken om terug te keren naar je eigen Twitterpagina.

### 3.4 Privébericht ontvangen en bekijken (direct message)

Jouw volgers zullen jou berichten sturen via Twitter. Dit kunnen openbare vermeldingen zijn maar ook privéberichten. Zorg ervoor dat je notificaties daarvan via e-mail ontvangt (zie instellingen, e-mailmeldingen).

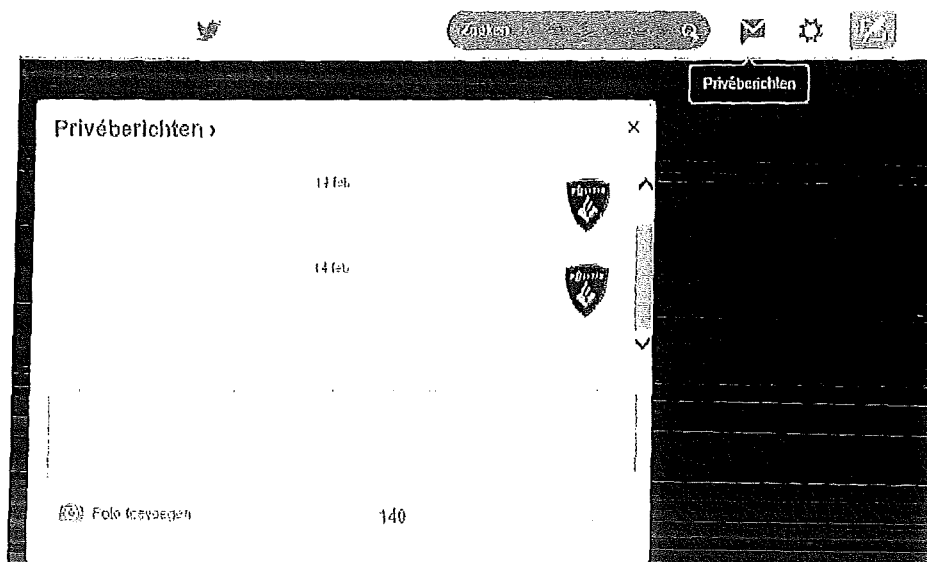
Klik boven in beeld op het enveloppe. Je krijgt nu een venster te zien met alle privéconversaties die je hebt gehad met andere twitteraars. Door te klikken op de gebruikersnaam zie je onder elkaar de conversatie met de meest recente berichten bovenaan:



### 3.5 Privébericht versturen (direct message)

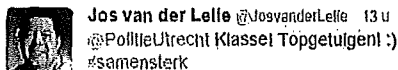
Een privébericht versturen is eigenlijk hetzelfde als e-mailen, maar je hebt maar ruimte voor 140 tekens. Een privé- of persoonlijk bericht kun je alleen sturen naar iemand die jou volgt. Een persoonlijk bericht is niet zichtbaar voor anderen (tenzij jouw volgers je bericht doorsturen, dan kunnen hun volgers jouw bericht wel zien).

In de meeste gevallen zul je een persoonlijk bericht sturen als antwoord op een bericht aan jou. Zie bovenstaand voorbeeld. Door onder 'Een privébericht versturen' een bericht in te typen en op 'Bericht verzenden' te klikken, wordt het persoonlijke bericht verzonden:

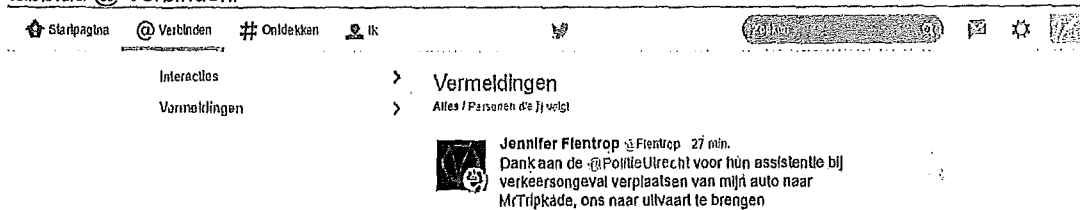


### 3.6 Vermeldingen ontvangen en bekijken ('mention')

Een bericht dat enigszins persoonlijk is maar wel door iedereen kan worden gelezen, is een vermelding of een 'mention'. Feitelijk is dat een tweet met daarin een @-teken en de gebruikersnaam van degene die je 'mentieert', ofwel de persoon die je in goed Nederlands *noemt*. Het is te verwachten dat interessante berichten van jou door jouw volgers worden doorgestuurd, maar ook dat je wordt genoemd in een bericht. Bijvoorbeeld zo iets als:



Om te kunnen volgen of mensen het over jou hebben, en daar indien nodig op te reageren, klik je op het tabblad @ Verbinden:



Je ziet in eerste instantie alle interacties op je account; alle retweets, nieuwe volgers en tweets aan jou. Om alleen de laatste categorie te zien, klik je op 'Vermeldingen'. Je kunt rechtstreeks in dat scherm je antwoorden aan de vragers formuleren.

### 3.7 Een vermelding ('mention') verzenden (pc-versie)

Stel, je wilt een tweet plaatsen met daarin het bericht dat je samen met je andere twee twittercollega's vanaf 1 januari 2014 gaat twitteren. Je zou dan bijvoorbeeld een bericht kunnen plaatsen als:



Als je zo'n bericht plaatst, ziet elke gebruiker waar het @-teken voor staat dat vervolgens in zijn eigen 'mention'-tabblad.

Op die manier kun je ook antwoord geven op berichten. Als je bij een tweet op 'Beantwoorden' klikt, krijg je een dialoogvenster waar in het antwoordbericht al een vermelding ('mention') staat. Als er meerdere 'mentions' in het oorspronkelijke bericht stonden, staan deze zelfs bij elkaar:



**Jennifer Flentrop** @Flentrop · 31 min.  
Dank aan de @PolitieUtrecht voor hun assistentie bij verkeersongeval verplaatsen van mijn auto naar MTRijkade, ons naar uitvaart te brengen

11:59 - 25 feb. 2014 · Details ·

Jennifer Flentrop beantwoorden



**Huurdeman Fotografie** @CasparHuurdeman · 23 feb.  
@Persalarmutr @politieperskrif Het betrof deze melding twitter.com/PolitieSoest/s... #Eemnes @PolitieEemnes @PolitieUtrecht @woordvpolitieBJ

08:47 - 23 feb. 2014 · Details ·

CasparHuurdeman @Persalarmutr @politieperskrif @PolitieEemnes @woordvpolitie

Op de achtergrond houdt Twitter overigens ook bij op basis van welk bericht jij antwoord geeft. Zo kun je uiteindelijk een heel online gesprek met elkaar krijgen met berichten die niet langer zijn dan 140 tekens. Twitter kan op die manier functioneren als een openbare chat. Klik bijvoorbeeld maar eens op 'Gesprek weergeven' om te zien hoe een conversatie is gelopen. Voorkom discussie op Twitter #Twitterfittie. Een of twee keer reageren op iemand kan nog, maar kap het daarna af. Twitter is niet geschikt voor... discussie/nuancering.

### 3.8 Doorsturen oftewel retweeten

Als een twitteraar zoals Amber Alert een bericht plaatst over een vermist kind in jouw werkgebied, is het heel logisch dat je dat bericht doorstuurt naar jouw volgers. Dat doorsturen is een veelgebruikte functie in Twitter en wordt 'retweeten' genoemd. Dit wordt afgekort tot RT.



**Politie Nederland** @Politie · 4 u  
Help mee zaken op te lossen: politie.nl/gezocht. Herkent u een verdachte? Vul het tipformulier in, bel 0900-8844 of anoniem 0800-7000.

5

26

Door erop te klikken stuur je dit bericht meteen door naar al jouw volgers. Het advies is om dat niet te pas en de onpas te doen.

### 3.9 Een tweet plaatsen via de computer

Een tweet plaatsen op de computer kan op twee manieren. Als je net bent ingelogd, heb je links een invulveld voor je tweet. Ook heb je altijd rechtsbovenaan een blauw icoontje met een veer; als je die aanklikt, opent een venster waarin je je tweet kan plaatsen.

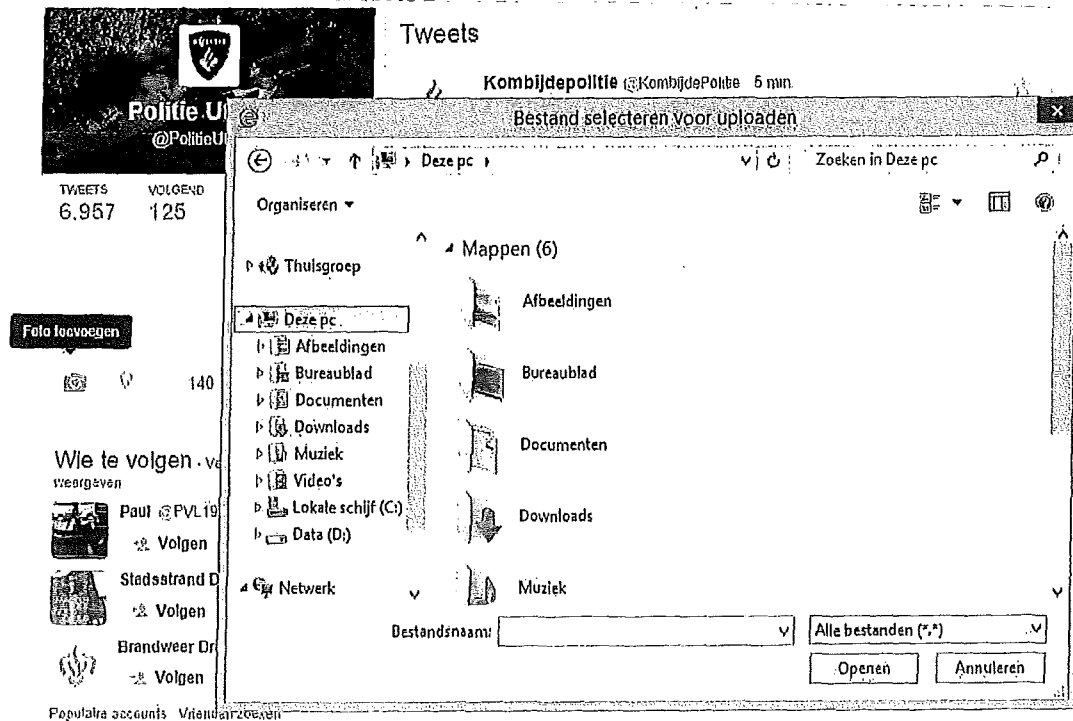
### 3.10 Een tweet met foto plaatsen

Foto's plaatsen moest voorheen via een externe aanbieder, maar sinds enkele maanden biedt Twitter daar een veel eenvoudigere mogelijkheid voor. Vanaf je BlackBerry is het het makkelijkst, maar ook vanaf de pc is het eenvoudig te realiseren.

Zorg dat je de foto in je documenten hebt staan, bijvoorbeeld bij Mijn Afbeeldingen. Klik vervolgens onder het invoerscherm voor je tweet op het foto-icoontje:



Kies de gewenste foto en klik op Open:



Vervolgens kun je je tekst invoeren. Omdat de foto als link wordt weergegeven, heb je minder letters tot je beschikking. Houd hier rekening mee!

### 3.11 Een tweet plaatsen met verkorte link (pc-versie)

Een tweet kan maximaal 140 tekens bevatten. Dat is *inclusief* verwijzingen naar een krantenbericht of een bericht op politie.nl. Die verwijzingen kunnen soms erg lang zijn, waardoor je geen ruimte overhoudt voor je begeleidende tekst. Dit wordt opgelost door een verkorte link aan te maken die je koppelt aan de pagina waar je je volgers op wilt attenderen.

Twitter verkort zelf een link die je plaatst, maar er zijn ook andere manieren zoals via linkverkorters als Inq.me, bit.ly, tinyurl.com, etc. Een voordeel van een externe linkverkorter, is dat er mogelijkheden zijn om te achterhalen hoe vaak op de link die jij hebt geplaatst is geklikt.

Een veelgebruikte externe linkverkorter is <http://bit.ly>. Voordat we die gebruiken zoeken we eerst een link op waar je je volgers op wilt wijzen. Bijvoorbeeld het bericht op politie.nl dat het telefoonnummer 112 ook gebruikt mag worden bij heterdaadsituaties:

www.politie.nl/onderwerpen/contact112.html Contact met 112 | politie.nl

**POLITIE** Het 112 als elke seconde telt. 0900-8844 Geen speed, wél politie

Poliebureau  
Wijkagenten  
Over de politie

Home Nieuws Aangifte doen Melden Gezocht Vermist Onderwerpen Mijn buurt

Home > Onderwerpen > Contact met 112

**Onderwerpen** Aangifte doen  
Ga naar de aangifte

Onderwerpen  
Per categorie  
Op alfabet

**Contact met 112**

Het landelijke alarmnummer 112 belt u bij spoedeisende, levensbedreigende situaties of wanneer u getuige bent van een misdrijf. Bijvoorbeeld na een verkeersongeluk, bij brand of wanneer iemand inbreekt. Dan telt elke seconde. De 1-1-2-alarmcentrale stuurt dan onmiddellijk de juiste hulp. Bijvoorbeeld de brandweer, de politie of een ambulance.

**Melden**  
Tip, commentaar of melding

**Inhoudsopgave**

- » Hoe werkt het alarmnummer 112?
- » In welke situaties kan ik contact opnemen met 112?
- » Wanneer kan ik 112 bereiken?
- » Wat is het alarmnummer voor doven, slechthorenden en spraakgehandicapten?
- » Is 112 altijd bereikbaar met een mobiele telefoon?

**Mijn buurt**  
Veel post in voorloft

Zoek dit bericht op via [www.politie.nl](http://www.politie.nl). Selecteer vervolgens de hele adresregel en kopieer deze (rechter muisknop):

http://www.politie.nl/onderwerpen/contact112.html

- Ongedaan maken
- Knippen
- Kopiëren**
- Plakken
- Verwijderen
- Alles selecteren
- Rechts-naar-links-leesrichting
- Unicode-besturingstekens weergeven
- Unicode-besturingstekens invoegen
- IME openen
- Reconversie

et 112 | politie.nl

12 als elke seconde telt. 0900-8844 Geen speed, wél politie

Aangifte doen Melden Gezocht Vermist Onderwerpen Mijn buurt

**Aangifte doen**  
Ga naar de aangifte

**Melden**  
Tip, commentaar of melding

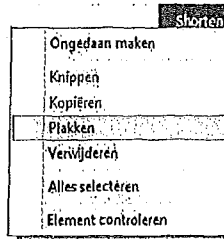
Open een nieuw tabblad en ga naar de website <http://bitly.com/>. Plak de zojuist gekopieerde tekst en klik op Shorten:



bitly

## Bitly Brand Tools

Bitly Brand Tools are the must-have for marketers to fuel branding,

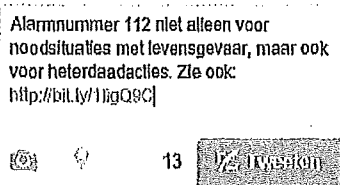
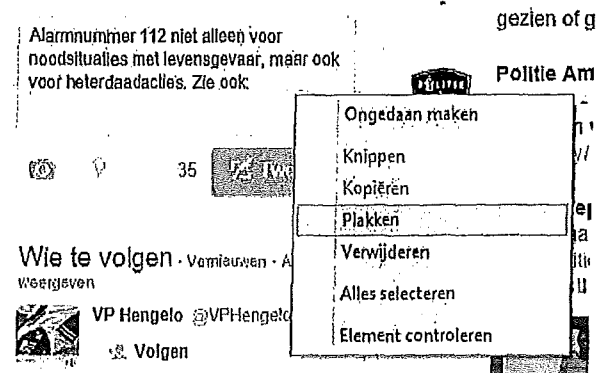
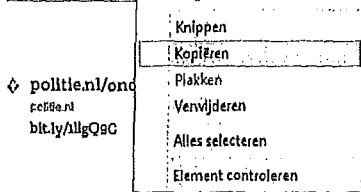
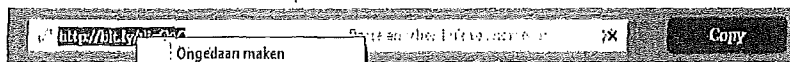


Take control of your links, sign up for free.

Kopieer de verkorte link die in beeld komt en gebruik die vervolgens in een nieuwe tweet:

bitly

Sign In [bitly.com/brandtools](#)



### 3.12 Hashtags: #

Je kunt trefwoorden aan je bericht toevoegen om ze te koppelen aan een bepaald evenement, gebeurtenis (crisis) of trend door een hash-teken (#), toe te voegen aan het begin van het woord of de woordgroep. Bijvoorbeeld: tijdens een bijeenkomst spreken twitteraars een bepaald trefwoord af dat daaraan gekoppeld wordt. Door berichten op deze manier te 'merken', wordt het mogelijk gemaakt deze te verzamelen op andere media. Je kunt bijvoorbeeld de berichten op een scherm projecteren gedurende

die bijeenkomst, of op een geografische kaart laten zien wat er op verschillende plaatsen wordt gezegd over datzelfde onderwerp.

Het televisieprogramma The Voice Of Holland maakt bijvoorbeeld gebruik van de hashtag #tvoh.

### 3.13 Lijsten

Op Twitter kun je lijsten met (categorieën) twitteraars aanmaken. Zo heeft het landelijke account @politie een lijst met alle officiële politietwitteraccounts. Met een lijst kun je de berichtenstroom filteren en afstemmen op wat je belangrijk vindt. Het is onmogelijk om alles op Twitter bij te houden en lijsten helpen je om je Twitterfeed onder controle te houden. Je kunt de twitteraars die je volgt in groepen indelen. Je kunt lijsten openbaar of afgeschermd gebruiken. Zijn ze openbaar dan kan iedereen zien wie jij op welke lijst hebt gezet en kunnen anderen zich er ook op abonneren. Als je lijst is afgeschermd, is alleen de lijstnaam zichtbaar voor anderen.

#### Wanneer is het handig?

- Als je lijsten maakt per categorie volgers. Zodoende krijg je snel overzicht van de laatste tweets per groep. Denk bijvoorbeeld aan een lijst voor ketenpartners, voor andere wijkagenten, voor journalisten en voor bekenden uit de wijk. Weet dat anderen jouw lijsten kunnen zien! Als je in de benaming een straat of wijknaam gebruikt, kan een journalist via jouw lijst heel handig een 'buurtonderzoek' doen.
- Als je van een bepaalde twitteraar wel wil volgen wat zij zeggen, maar niet hun berichten in je tijdslijn willen hebben; je kunt ze dan via een lijst volgen. Denk aan hele fanatieke twitteraars waar je tijdslijn snel vol van raakt. In plaats van hen te volgen, zet je ze op een lijst. Je kunt nu hun berichten alleen lezen als je naar de lijst toe gaat. Let wel: je kunt dan ook geen privéberichten meer uitwisselen.
- Je kunt er ook voor kiezen om al bestaande lijsten van andere twitteraars te volgen; je abonneert je dan op die lijst.

Denk er wel regelmatig aan om de lijsten te bekijken, zodat je weet wat er speelt!

#### Hoe werkt het?

Let op! Het aanmaken van lijsten werkt niet op de Blackberry. Doe dit op een internetpc.

1. Log in op je Twitteraccount.
2. Klik op het wielletje rechtsboven en kies 'Lijsten'.
3. Klik op Lijst maken en vul de gevraagde gegevens in.
4. Zoek de twitteraars op die je in de lijst wil hebben; dit kan door ze één voor één op te zoeken, maar ook door naar de lijst twitteraars te gaan die je al volgt. Klik daar op het icoontje met het poppetje en kies "Toevoegen of verwijderen van lijsten" en kies de lijst waaraan je de twitteraar wil toevoegen.

Het landelijke Twitteraccount @politie verzamelt alle twitterende collega's in een lijst, zodat voor burgers terug te vinden is welke accounts echt van de politie zijn.

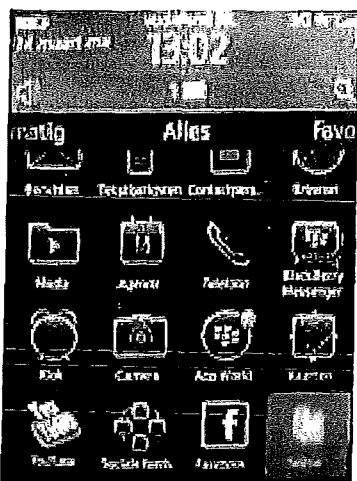


## 4. Twitter met de BlackBerry

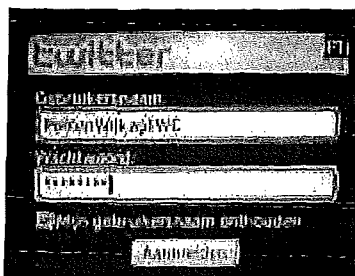
Er zijn verschillende versienummers van de Twitter-app, afhankelijk van welk profiel je hebt. Er zijn BlackBerry-smartphones met profiel 3 (BES-profiel, dus inclusief verbinding met het politienetwerk) en BlackBerry-smartphones met profiel 2 (BIS-profiel, zonder verbinding met het politienetwerk).

### 4.1 Inloggen op Twitter

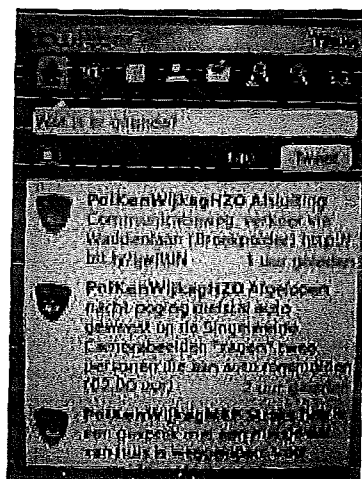
Start de Twitterapplicatie op je BlackBerry. De applicatie is te herkennen aan het bekende Twittericoon:



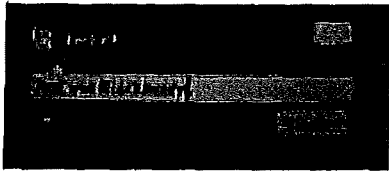
Log vervolgens in met je bekende gebruikersnaam en wachtwoord en selecteer "Mijn gebruikersnaam onthouden".



Je bent nu in het hoofdscherm. Dat ziet er als volgt uit:



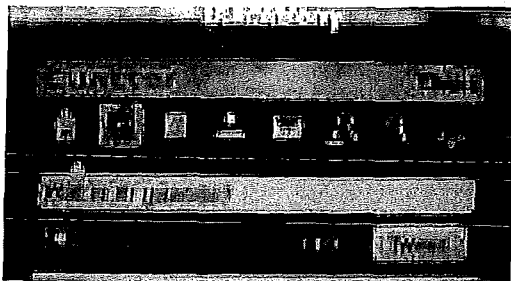
Bovenin zie je een aantal icoontjes. We gaan nu een tweet plaatsen. Scroll dan naar het vakje "Wat is er gaande?" en klik er op. Je kunt nu een tweet plaatsen:



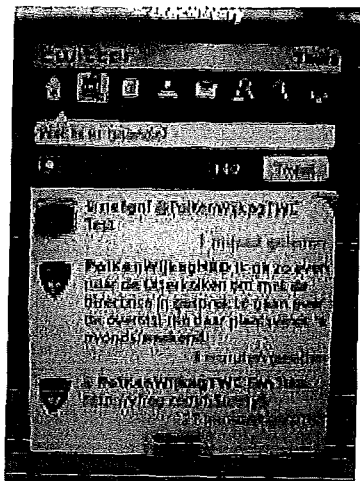
Schrijf hier je tweet. De suggestie die in het scherm staat is niet bepaald een goeie. Een suggestie is: "Vanaf vandaag ben ik, [je naam], wijkagent van #[je plaats en wijk] ook te vinden op Twitter. Retweeten mag!" Druk daarna op "Tweet". Je zult zien dat je tweet verstuurd is.

#### 4.2 Eigen 'mentions' bekijken (via Blackberry)

Wanneer je een nieuwe mention hebt zal er bij het @-tekentje op je Blackberry een rood sterretje verschijnen:

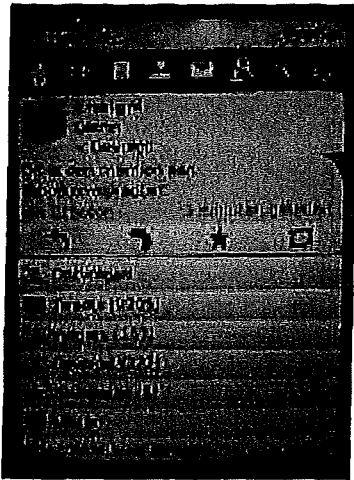


Klik hierop en je zult al je mentions zien:

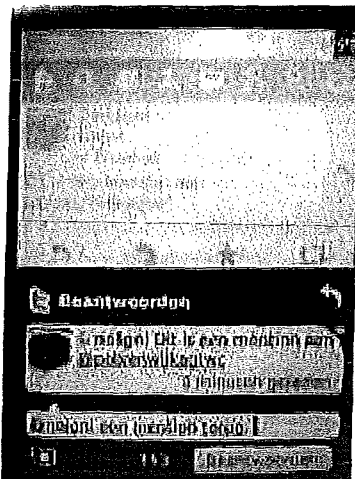


#### 4.3 Een mention verzenden via Blackberry

Selecteer een mention en klik er op. Je krijgt nu dit scherm:



Klik op het enkele pijltje dat in het voorbeeld groen geselecteerd is. Je kunt nu een reactie schrijven. Zoals je ziet heeft Twitter al automatisch voor jou de Twitternaam van de gebruiker ingevuld. Laat dit staan en schrijf je bericht achter de gebruikersnaam.



Eventueel kun je nog een foto toevoegen middels het foto-icoontje. Om de tweet te versturen klik je op "Beantwoorden".

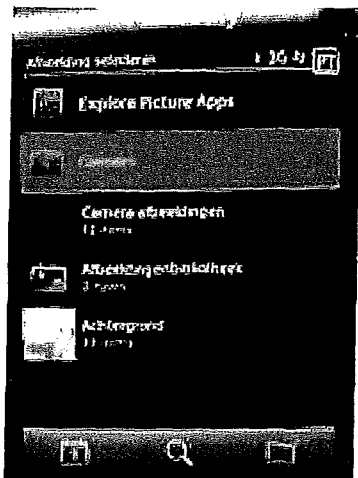
#### 4.4 Een tweet met foto plaatsen (via BlackBerry)

Via de BlackBerry is het plaatsen van een foto veel makkelijker dan via de pc (hoofdstuk 4.9). Je kunt via de BlackBerry kiezen of je een bestaande foto gaat tweeten of dat je ter plaatse een foto maakt en deze meteen naar Twitter stuurt.

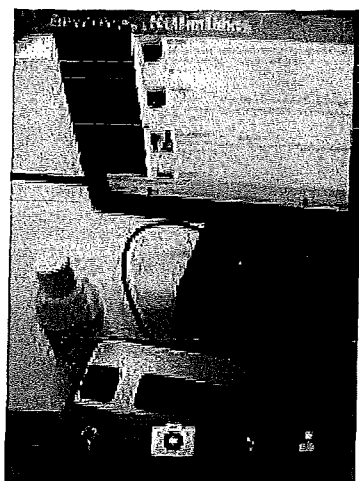
Het plaatsen van een tweet met foto werkt in eerste instantie hetzelfde als het plaatsen van een tweet zonder foto. Zorg dat je in het scherm komt waar je een tweet plaatst. Klik dan op het fotoicoontje:



Je kunt nu kiezen of je een foto wilt maken of dat je een bestaande foto wilt sturen:



Wij gaan er nu vanuit dat je een nieuwe foto wilt maken. Klik daarvoor op 'Camera'. Je krijgt dan dit venster.



Wanneer je opnieuw op het cameraatje drukt wordt er een foto gemaakt en zie je dat bovenin meteen de locatie wordt weergegeven waar je je op dat moment bevindt.

LET OP: Wil je dit niet, druk dan van tevoren links van het cameraatje op het rode bolletje.

Na het maken van de foto kun je een begeleidende tweet bij je foto schrijven:



Om je bericht te versturen klik je op 'Tweet'.

## 5. Levenscyclus account

Het kan zijn dat je op een gegeven moment verandert van functie of werkgever. Wat gebeurt er dan met je account? Er zijn meerdere mogelijkheden, afhankelijk van de situatie:

- Het account meenemen naar de nieuwe functie (mits het binnen het beleid past; het geldt niet voor wijkagenten die in een andere wijk gaan werken)
- Opvolgen door een andere collega
- Opheffen indien meenemen of opvolgen niet mogelijk zijn

Treed hierover in overleg met Communicatie die je hierin ook kunnen ondersteunen. Breng de volgers op de hoogte van de verandering.

## 6. Veelgestelde vragen

- **Hoeveel tijd ben ik eraan kwijt?**  
Dit is voor iedereen verschillend. Als je ervaren bent, kun je in 20 seconden een tweet schrijven, maar je weet niet hoeveel werk eruit voortkomt. Met 's morgens 10 tot 15 minuten en 's middags 10 tot 15 minuten, ofwel 20 tot 30 minuten per werkdag, kom je al een heel eind voor zowel schrijven van eigen berichten en reageren op vragen/reacties. Na een poosje heb je voldoende aan een halfuur tot drie kwartier per week, omdat je er dan meer bedreven mee bent.
- **Wat kan ik wel en wat kan ik niet twitteren?**  
Als het goed is, is dit beantwoord in hoofdstuk 2. Kijk ook in bijlage II voor Twitertips op momenten dat er geen wijknieuws te melden is.
- **Waarmee moet ik rekening houden in verband met de Wet op de Politiegegevens?**  
Als het goed is, is dit beantwoord in hoofdstuk 2.
- **Hoe zit het met twitteren onder werk- of privétijd?**  
Ons advies is om je zakelijke Twitteraccount alleen in werktijd te gebruiken. Er zijn geen afspraken gemaakt over meeruren voor thuis twitteren en dergelijke. Voor volgers moet het daarnaast duidelijk zijn dat de wijkagent niet 24 uur per dag bereikbaar kan worden. Dat zouden we ondermijnen als sommige twitterende wijkagenten ook buiten diensttijd bereikbaar blijken te zijn. We willen te allen tijde voorkomen dat Twitter een vervanging wordt voor 0900-8844 of 112.
- **Hoe vaak moet ik berichten plaatsen?**  
Ons uitgangspunt is tussen de minimaal 2 en maximaal 5 berichten per dag. Te weinig berichten plaatsen kan ertoe leiden dat je oninteressant wordt om te volgen. Te veel berichten maken je juist weer irritant. Tussen de 2 en 5 berichten per dag is in principe voldoende.
- **Kan iedereen zien waar ik ben met mijn telefoon?**  
Er zijn mogelijkheden om je ronde door de wijk vast te laten leggen en te tonen via een link op Twitter. Zo kunnen mensen die niet thuis waren of niet toevallig uit hun raam keken ook zien dat de wijkagent bij hun in de straat is geweest. Dat zijn best leuke instrumenten, hoewel we over de meerwaarde daarvan kunnen discussiëren. In elk geval wil je niet standaard je locatie meesturen, voor je eigen veiligheid.
- **Kan iedereen mij volgen?**  
Ja, dat kan en dat is ook waar Twitter voor bedoeld is. Eventueel kun je bepaalde gebruikers blokkeren. Via een omweg kunnen zij overigens alsnog jouw tweets zien. Advies is om het blokkeren van volgers te beperken tot spammers.
- **Kan ik iemand of reacties van anderen verwijderen?**  
Nee, dat kan niet. Zie vorige vraag
- **Wat doen we met vakanties en dergelijke, want volgers kunnen zien dat ik dan vrij ben.**  
Zie 2.5.
- **Is er een plek waar ik mijn ervaringen kan delen met collega's uit het land?**  
In de groep 'Twitcops' en 'Social Media' op Politieplus kun je ervaringen delen en vragen stellen aan collega's uit het land.

# Bijlage I Promotie van je Twitteraccount

Natuurlijk is het belangrijk een groot groep volgers op te bouwen. En om die te vinden moet je je account promoten. Het is echter van belang om balans te vinden in het promoten van je account en het behouden van je imago als agent, boevenvanger. Het moet niet lijken alsof je veel tijd kwijt bent aan het twitteren en promoten van twitter. Je bent en blijft agent en primair belast met hulpverlening, toezicht, handhaving etc. Te uitvoerige promotie roept reacties op als: hebben jullie niks beters te doen, ga boeven vangen, etc.

## Interne promotie

- Dien je Twitteraccount als agendapunt in voor het **werkoverleg** van je wijkteam. Geef tijdens dit overleg een toelichting over wat je ermee van plan bent.
- Vermeld op **Politieplus** dat je een Twitteraccount hebt.

## Externe promotie

- Communicatie zorgt voor een **promotweet** op één of meer van de corporate accounts.
- Schrijf een **introductietweet**. Vraag collega wijkagenten op Twitter uit jouw werkomgeving of zij jouw introductietweet willen retweeten.
- Communicatie zorgt voor een vermelding van je Twitteraccount op je pagina op **Politie.nl**
- Laat nieuwe **visitekaartjes** maken waar ook je Twitteraccountnaam staat.
- Schrijf een **column\*** voor lokale wijkkranten, bewonersblaadjes, lokale websites etc. Vermeld hierin ook je Twitteraccountnaam. Mail je column naar Communicatie voor feedback.
- **Volg** de lokale media en prominente personen/verenigingen in je wijk. De kans is groot dat zij op hun beurt jou gaan volgen.
- Vraag **sleutelfiguren** in jouw wijk (die je kent) of zij jouw tweets een keer willen retweeten om je zo te helpen aan meer volgers te komen.
- Heb je een **bijeenkomst (wijktafel) of presentatie** ergens, noem ook even je account.
- Flyers/posters (op dit moment staat dit landelijk nog ter discussie).

### *\*Tips voor het schrijven van een column*

#### Benoem:

- Wat voor soort berichten burgers van je kunnen verwachten.
- Welk doel je met Twitter hebt of hoe je denkt dat Twitter kan helpen om de veiligheid in de wijk te verbeteren.
- Hoe burgers jou kunnen helpen om de veiligheid te verbeteren.

#### Boodschap:

- Als politie hechten we veel waarde aan persoonlijk contact met de inwoners van onze regio om te weten te komen wat er in de straat, wijk of bijvoorbeeld school speelt en hierop te kunnen inspelen.
- Via Twitter willen we de drempel verlagen om in contact te komen en willen we laten zien waar wij als politie in de wijk mee bezig zijn. Op deze manier willen we burgers direct betrekken bij het samen werken aan een veilige woonomgeving.

#### Tips voor het schrijven:

- Beginnen met je laatste zin (welk punt wil je maken?), dit helpt je bij het schrijven van je verhaal.
- Blijf doorschrijven en maak daarna pas je tekst communicatief (spelfouten, zinsconstructies).
- Zorg dat je column niet meer dan 300 à 400 woorden is.
- Let op dat je geen politiejargon, vaktaal of wollige/ambtelijke taal gebruikt.

## Bijlage II Twittertips voor de momenten dat er geen wijknieuws te melden is

1. Retweet algemene tweets van het landelijke Twitteraccount @politie
2. Maak zelf tweets over onderwerpen op politie.nl. Als er in de wijk veel auto's worden opengebroken, pak je hiervoor de onderwerptekst 'Diefstal van en uit auto' en als er veel babbeltrucs worden gemeld, de onderwerptekst 'Babbeltrucs'. In plaats van een link toe te voegen naar een onderwerptekst, kun je ook een link naar een enkele alinea toevoegen (Uitleg hieronder)
3. Maak zelf tweets met een link naar pagina's van overheidsinstanties, zoals bijvoorbeeld: [www.rijksoverheid.nl](http://www.rijksoverheid.nl), je eigen gemeente of provincie, [www.cjib.nl](http://www.cjib.nl), [www.knmi.nl](http://www.knmi.nl) (alleen bij extreem weer als waarschuwing)
4. Maak zelf tweets met een link naar pagina's van partners, zoals bijvoorbeeld: [www.om.nl](http://www.om.nl), [www.rechtspraak.nl](http://www.rechtspraak.nl) en [www.hetccv.nl](http://www.hetccv.nl).

Van al deze websites kun je ook een link kiezen naar een andere pagina dan de homepage om je tweet specifieker te maken. Zoals op [www.rijksoverheid.nl](http://www.rijksoverheid.nl), [www.om.nl](http://www.om.nl) en [www.cjib.nl](http://www.cjib.nl) ook onderwerpen staan die je hiervoor kunt gebruiken.

Veel van deze instanties hebben ook een Twitteraccount. Zoek deze op en retweet relevante tweets door.

### Hoe voeg ik een link toe aan een tweet:

- zoek via internet de pagina op
- selecteer en kopieer boven in de balk de url
- open een nieuwe tweet in twitter, schrijf je tekst en plak de url erbij.

### Hoe voeg ik een link van een alinea van een onderwerptekst van politie.nl toe:

- Zoek de onderwerptekst op via internet
- Klik in de inhoudsopgave op de vraag (van de alinea die je wilt bijvoegen)
- Bovenaan in de URL-balk staat nu de url naar de betreffende alinea die je kunt kopiëren. En plakken in een tweet.



3.

---



# **Basisrichtlijnen Huisstijl social media**

**Versie 1.0  
maart 2016  
Directie Communicatie**

« waakzaam en dienstbaar »

# Inhoudsopgave

[03]	<b>1.0</b>	<b>Inleiding</b>	[11]	<b>3.0</b>	<b>Tekstuele bouwstenen</b>	[18]	<b>4.0</b>	<b>App 'Instagent'</b>
			[12]		Wat zijn tekstuele bouwstenen?	[19]		De app
[05]	<b>2.0</b>	<b>Visuele bouwstenen</b>	[13]		Accountnaam	[20]		Tijdslijnfoto's met de app bewerken
[06]		Wat zijn visuele bouwstenen?	[14]		Scherмнаam	[21]		Omslagfoto's met de app bewerken
[07]		Profielfoto's	[15]		Bio (geldt voor Twitter en Instagram)			
[08]		Uitgangspunten voor omslagfoto's	[16]		Facebook pagina-info			
[09]		Auteursrecht bij omslagfoto's	[17]		Huisregels Facebook			
[10]		Standaard omslagfoto's						

**1.0**

**Inleiding**

# 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, één website, 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 bedrijfsefficiëntie 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 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 aanmeten. Laat de kracht van binnenuit komen, daar is genoeg te vinden.

## Huisstijl social media

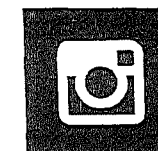
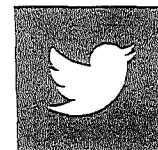
Met de huisstijl voor social media zet de politie weer een stap in het verder professionaliseren van het social media gebruik door de politie. Uniformiteit in de visuele en tekstuele inrichting van alle social media accounts van de politie is belangrijk voor de herkenbaarheid. Burgers/volgers zien hiermee 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 stijlguide 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.



**2.0**

**Visuele  
bouwstenen**

# Wat zijn visuele bouwstenen?

De visuele bouwstenen van de huisstijl social media bestaan uit:

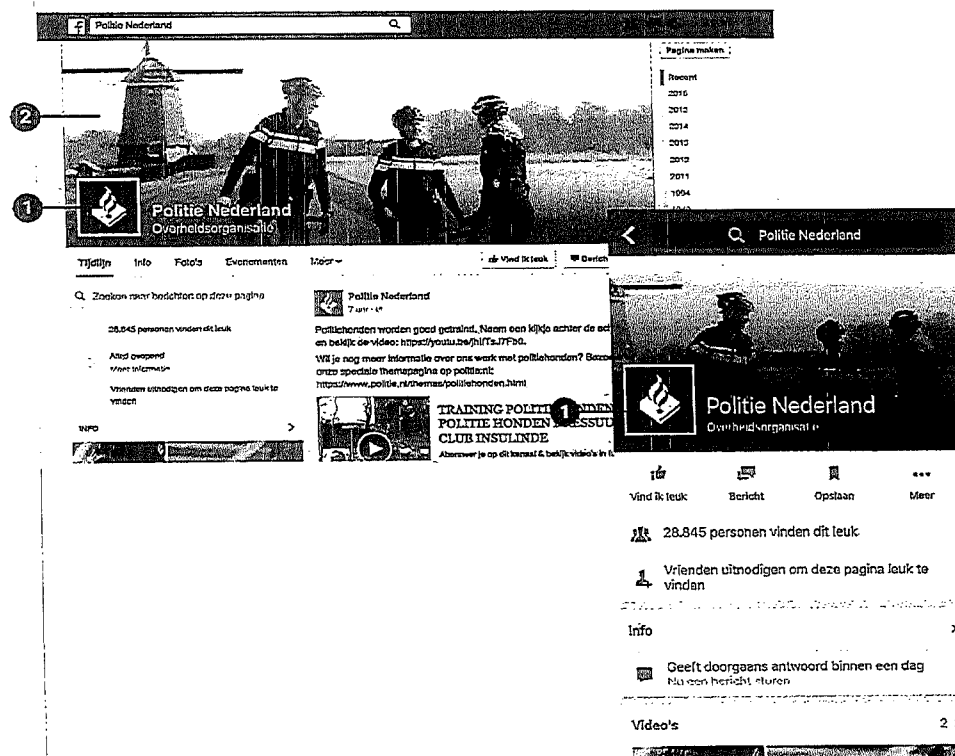
1 **Profielfoto** (geldt voor alle social media platformen)

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 Facebook-pagina



Voorbeeld Twitter-account



# Profielfoto's

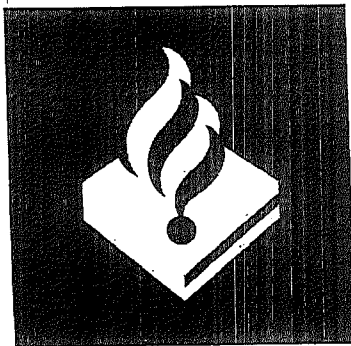
Een profielfoto op social media dient te voldoen aan de richtlijnen van de Politiehuisstijl. Je kunt kiezen uit het monogram van de politie en een pasfoto in uniform.

## 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.

Het monogram, diapositief



## 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). Zodoende houden we uitstraling eenduidig en persoonlijk en betrokken.

## Geografische of teamaccounts

Voor profielfoto's van geografische accounts of van teamaccounts geldt: De enige profielfoto die je op

Een pasfoto in uniform



social media namens de politie mag gebruiken is het monogram van de politie (de 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. Daarnaast wordt dit monogram aangeboden in de app 'Instagent'. Deze app is te vinden in de Citrix Worx store op alle android telefoons.



# 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 versiersels, geen overbodige vormpjes. Alles duidelijk en helder'.

- Bovenstaande is het eerste uitgangspunt van de huisstijlstraling. 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.
- 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. Houdt hierbij wel rekening met de privacy wensen 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 gevorderde (hogere rangen) als beginnend personeel wordt 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.

# 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 verveelvoudigen. Fotografie is een vorm van verveelvoudigen. Een uitzondering op dit verveelvoudigen 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.

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 inzomen 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.

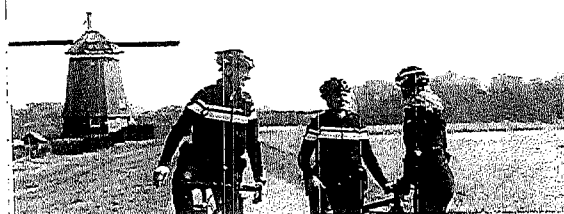
# Standaard omslagfoto's

Er wordt een aantal standaard omslagfoto's aangeboden voor Twitter en Facebook. Deze foto's zijn te downloaden vanaf Intranet > Ondersteuning > Huisstijl, of via de app 'Instagent'. Wil je een eigen omslagfoto gebruiken, zorg dan dat deze voldoet aan de uitgangspunten die beschreven zijn in hoofdstuk 2.0: uitgangspunten omslagfoto's, op blz. 8.

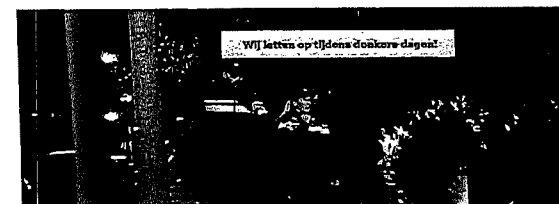
## Eigen grafische laag toevoegen

De standaard omslagfoto's (maar ook een zelf geschoten omslagfoto) kun je met behulp van de app 'Instagent' voorzien van een eigen tekstlaagje (bv 'dit account wordt niet 24/7 uitgelezen'). Meer uitleg daarover wordt gegeven in hoofdstuk 4.0 op blz. 21. De laag die de app 'Instagent' over het beeld heen legt is de enige laag die aan een omslagfoto mag worden toegevoegd. Om de eenheid te behouden in alle omslagfoto's die door teams van de politie geplaatst worden, is het toevoegen van extra eigen lagen niet toegestaan.

Voorbeelden van officiële omslagfoto's



Voorbeeld omslagfoto verrijkt met tekst



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

**3.0**

**Tekstuele  
bouwstenen**

# Wat zijn 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)

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

Voorbeeld van de schermnaam op Facebook



Cuijk – Inbraak woning op de Kuilen in Sint Agat  
dinsdag 16 februari 2016 tussen 19.30 en 23.00  
Ter plaatse werden onbekende sieraden aangevonden.  
Mogelijk van diefstal afkomstig. Zie foto. Herken  
of info bel 0900-8844.

Voorbeeld van een bio op Twitter

**Jan Smeris**  
@POL\_Smeris  
Wijkagent, Wijk Selwerd, Gemeente Groningen.  
Spoed: bel 112. Geen spoed: 0900-8844.  
📍 Groningen, Nederland 🌐 politie.nl

Voorbeeld van de knop "info" op Facebook

**Info**  
Volg hier het laatste politienieuws. Let op: deze pagina wordt niet 24/7 bekeken. Bel 112 als elke seconde telt. Politie nodig, geen spoed: bel 0900-8844.

**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

# 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



The screenshot shows a Twitter profile for 'Politie Timboektoe' (@POL\_Timboektoe). The profile picture is a black and white photo of a lighthouse. The bio reads: 'Politie Timboektoe, Basisteam Boektoelanden-Oost, Gemeente Verweggistan. Spoed: bel 112. Geen spoed: 0900-8844.' The location is listed as 'Timboektoe, Verweggistan' and the website as 'politie.nl'. There are icons for settings and 'Wijzig profiel'.

Accountnaam van een persoonlijk account op Twitter



The screenshot shows a Twitter profile for 'Jan Smeris' (@POL\_Smeris). The profile picture is a black and white photo of a person. The bio reads: 'Wijkagent, Wijk Selwerd, Gemeente Groningen. Spoed: bel 112. Geen spoed: 0900-8844.' The location is listed as 'Groningen, Nederland' and the website as 'politie.nl'. There are icons for settings and 'Wijzig profiel'.

# Scherмнааm

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

Scherмнааm bij persoonlijke accounts

Voor het invoeren van de schermnaam voor persoonlijke accounts gelden de volgende afspraken:  
[voornaam] [tussenvoegsel] [achternaam]

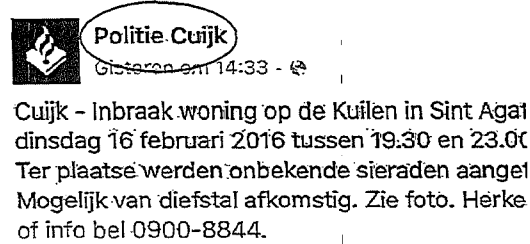
Scherмнааm bij geografische accounts

Voor het invoeren van de schermnaam van een geografisch- of team account gelden de volgende afspraken:  
[politie] [dorp / plaats / wijk / gebied]

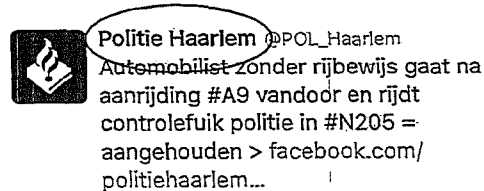
Persoonlijke schermnaam op Twitter



Geografische schermnaam op Facebook



Geografische schermnaam op Twitter



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], [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], Basisteam [naam basisteam], [Gemeentenaam], [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]

## 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 bio van een persoonlijk twitteraccount

## Jan Smeris

@POL\_Smeris

Wijkagent, Wijk Selwerd, Gemeente Gröningen.

Spoed: bel 112. Geen spoed: 0900-8844.

♀ Groningen, Nederland ⚙ politie.nl

Ingevulde van een geografisch twitteraccount



## Politie Timboektoe

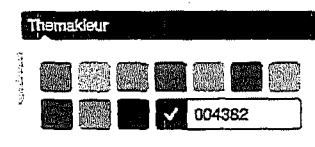
@POL\_Timboektoe

Politie Timboektoe, Basisteam Boektoelanden-

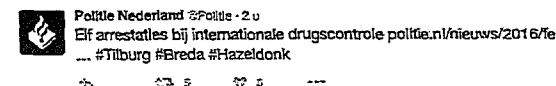
Oost, Gemeente Verweggistan. Spoed: bel 112. Geen spoed: 0900-8844.

♀ Timboektoe, verweggistan ⚙ politie.nl

Ingevulde themakleur op Twitter



Met de ingevulde themakleur krijgen hashtags in een tweet de juiste kleur mee.





# Facebook pagina-info

Onder de knop 'info' op Facebook kunnen we onder vaststaande kopjes informatie kwijt. In onderstaand kader wordt een suggestie gegeven voor het invullen van een aantal velden op Facebook. Er zijn meer velden die op een Facebook-pagina onder de info-knop ingevuld kunnen worden.

Tijdslijn    **Info**    Foto's    Recensies    Me

## Adres

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

## Korte beschrijving

Volg hier het laatste politienieuws. Let op: deze pagina wordt niet 24 uur per dag bekeken. Bel 112 als elke seconde telt. Geen spoed, wel politie? Bel 0900-8844.

## Impressum

Dit is een officiële Facebook-pagina van de Nederlandse politie. U vindt hier informatie van de Politie in *[verzorgingsgebied aangeven]*.

U kunt geen meldingen doorgeven via Facebook. U belt hiervoor met de politie via 0900-8844.

Als elke seconde telt, belt u met 112. Op deze pagina zijn de regels van Facebook van toepassing en onze huisregels.

## Lange beschrijving

Positieve en kritische reacties zijn welkom. Berichten die scheldwoorden, bedreigingen of beledigingen bevatten worden verwijderd.

## 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.

## Telefoonnummer

112  
0900-8844

## Website

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

# Huisregels Facebook

Onderstaande tekst kan op Facebook aangeboden worden in een zogenaamde 'custom tab' welke de naam 'Huisregels' heeft. Naar deze huisregels kan desgewenst

verwezen worden indien een Facebook gebruiker zich racistisch of discriminerend uitlaat in een reactie op de politie Facebook pagina.

Info Foto's **Huisregels** Meer

## 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 gelden 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 Facebookpagina 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 u 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.

**4.0**

**App 'Instagent'**

# De app

## Instagent – Delen in stijl op social media

'Instagent' is een smartphone-app die politie-medewerkers kunnen gebruiken om foto's die bestemd zijn voor social media op een makkelijke manier te voorzien van de officiële huisstijlelementen.

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

- Tijdlijnfoto's voorzien van huisstijlelementen en tekstvakjes
- Omslagfoto's voor Twitter en Facebook ontwerpen en voorzien van bijvoorbeeld een mededeling
- Een aantal standaard profielfoto's en omslagfoto's voor Twitter, Facebook en Instagram downloaden
- Kant en klare visuele preventie items downloaden uit de ingebouwde beeldbank (voor bijvoorbeeld DDO)
- Foto's bewerken: schalen, inzoomen, draaien enz.
- Kentekens en gezichten vervagen (blurren)

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

Op dit moment wordt de app alleen ter beschikking gesteld op android-toestellen met Citrix Worx store. De app is dus alléén te gebruiken door politiemedewerkers die in het bezit zijn van een dergelijk toestel. In een latere fase wordt een webbased versie van de app opgeleverd, zodat ook collega's zonder android-toestel met Citrix Worx gebruik kunnen maken van de applicatie. Deze webbased versie zal ook werken vanaf de politiewerkplek.



## Tijdslijnfoto's met de app bewerken

### Transparant monogram

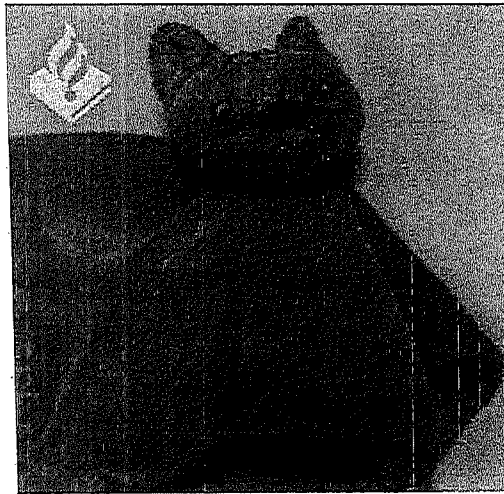
Tijdslijnfoto's kunnen met behulp van de app 'Instagent' voorzien worden van het (transparante) monogram in de vorm van het wetboek met de vlam. Gezichten en kentekens kunnen via de app vervaagd worden en onder de foto kan een tekst meegegeven worden.

### Aanvullen met tekst

Het transparante monogram linksboven kan desgewenst onder de foto aangevuld worden met een mededeling. De tekst en de 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 ook bij het delen van foto's geborgd.

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

Als voorbeeld laten we een gevonden voorwerp zien. In het geval van bijvoorbeeld een vermissing is het ook raadzaam om tekst aan de foto toe te voegen.



Gezocht: Dikkie Diks baasje  
Winschoten 02/02/16

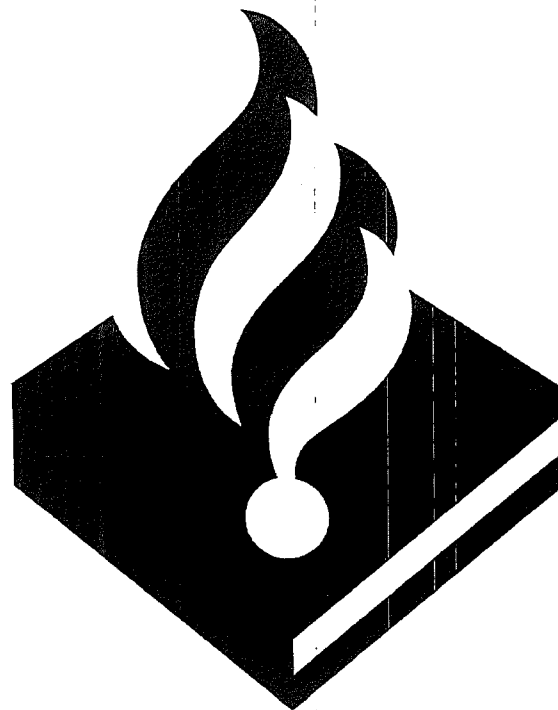
## Omslagfoto's met de app bewerken

Omslagfoto's kun je met behulp van de app 'Instagent' ook voorzien van een eigen tekstlaagje (bv 'dit account wordt niet 24/7 uitgelezen').

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

Voorbeeld van standaard omslagfoto voorzien van een tekstlaag





« waakzaam en dienstbaar »