



## Bijlage

### Social media in organisaties: de ervaringen van de werknemer en het voeren van een beleid.

Een kwalitatief onderzoek naar de voor- en nadelen van een social mediagebruik door medewerkers en de ervaringen met een social mediabeleid.

Geschreven door:

Charlotte Swagten, s4255046

Contact:

cmwswagten@gmail.com, +31610948544

Eerste lezer:

Anika Batenburg

Tweede lezer:

Jos Hornikx

Datum:

15 augustus 2016

Cursustitel:

LET-CIWM404-2015-PER3-V: 1516 Afstudeerscriptie:  
Nieuwe media, Taal en Communicatie

# Bijlage I

## **Social mediabeleid Bosch Rexroth**

Bosch hanteert reeds enkele richtlijnen wat betreft het gebruik van social media in persoonlijke en professionele context. Deze gedragsregels zijn vastgelegd in een beleidsdocument Central Directive for social media at Bosch (Bosch, 2013). Hierin stelt Bosch dat doel van deze centrale richtlijn is om de positieve reputatie van het bedrijf op social media te beschermen en te verbeteren. Dit geldt zowel voor persoonlijk als professioneel gebruik van social media. Deze richtlijnen dienen om de reputatie te beschermen van medewerkers die social media gebruiken voor zakelijke doeleinden en om reputatieschade voor het bedrijf te voorkomen. De richtlijn geeft aan dat social media een extra mogelijkheid is om te communiceren met interne en externe doelgroepen en het daarom belangrijk is voor medewerkers om deel te nemen in deze sociale communicatie. In de richtlijn staat als algemene gedragsregel vermeldt dat de medewerkers zich naar de bedrijfswaarden van Bosch behoren te gedragen. Deze waarden drukken uit hoe Bosch graag communiceert met haar doelgroepen. De organisatie stelt dan ook: gebruik het gezond verstand, handhaaf de bedrijfswaarden en volg de richtlijnen en principes. Bosch stelt, net als vele bedrijven, basisprincipes omtrent het social mediagebruik als werknemer van het bedrijf. Deze principes zijn:

1. Social media mogen niet gebruikt worden om vertrouwelijke of interne bedrijfsinformatie te delen met derden en persoonlijke informatie dient beschermd te worden.
2. Alleen de aangewezen communicatieafdelingen en medewerkers mogen in naam van het bedrijf spreken in het openbaar.
3. Werknemers die social media voor persoonlijke doeleinden gebruiken (dus niet namens Bosch) zijn zelf verantwoordelijk voor de content die zij online publiceren.
4. Het gebruik van merknamen en logo's van The Bosch Group is gereserveerd voor de officiële social mediakanalen van Bosch. Het gebruiken van merknamen en logo's is niet toegestaan zonder toestemming van Bosch.
5. Gebruik geen etnische laster, persoonlijke beledigingen of obsceniteiten en houdt u zich niet bezig met activiteiten die niet op uw werkplek bij Bosch aanvaardbaar zijn. Wees transparant en respecteer anderen in de online community.

6. Houdt uw ogen open op social media. Als u positieve of negatieve berichten over Bosch of een Bosch-product op social media tegenkomt, waarvan u denkt dat zou een krachtig effect kan hebben op de reputatie van de vennootschap of haar producten neem dan contact op met de communicatiespecialisten in uw afdeling of het hoofdkantoor voor digitale communicatie.
7. Als u zelf platforms op social mediasites lanceert in opdracht van Bosch of als u deze veel gebruikt voor zakelijke doeleinden, neem dan goed de richtlijnen door zodat u volgens de bedrijfswaarden handelt.

Behalve deze basisprincipes voor het social mediagebruik door de werknemer van Bosch, staan er nog meer richtlijnen in het social mediabeleid. Zo beschrijft de organisatie ook het beoogde gebruik van de telefoon, internet en e-mail. Hierbij stellen ze dat de werknemers ten allen tijde beschikking hebben tot de computer, telefoon en internet op de werkplek. In beginsel is het gebruik van internet en e-mail slechts toegestaan voor zakelijke doeleinden. Incidenteel kortdurend gebruik van internet en e-mail voor privédoeleinden is echter toegestaan wanneer dit niet storend is voor de dagelijkse werkzaamheden en hierbij voldaan wordt aan de regels uit het reglement. Bosch Rexroth hecht veel waarde aan de beveiliging van gegevens, met als belangrijkste doel dat bedrijfs- en persoonsdata niet toegankelijk zijn voor ongeoorloofd en ongewenst gebruik. Naast het beveiligen van de toegang tot de bedrijfssystemen en -netwerk, zijn er spelregels ten aanzien van het opslaan en verzenden van bedrijfs- en persoonsgevoelige informatie.

## Bijlage II

### Interviewschema

---

Naam interviewer: Charlotte Swagten

Datum interview: *nader in te vullen*

Plaats interview: Bosch Rexroth, Boxtel

Afdeling respondent: *nader in te vullen*

#### **Inleiding:**

Ik ben Charlotte Swagten, masterstudent Communicatie- en informatiewetenschappen aan de Radboud Universiteit in Nijmegen. In mijn studie richt ik mij vooral op de nieuwe media, in dit geval social media. Dit interview is onderdeel van een afstudeeronderzoek naar het social mediagebruik van werknemers.

#### **Doel:**

Het doel van mijn onderzoek is om meer inzicht te krijgen in het social mediagebruik van werknemers in een grote organisatie. Wetenschappelijk gezien is er nog maar weinig bekend over dit onderwerp. Het interview zal ongeveer een half uur duren. Er zal vertrouwelijk met uw gegevens worden omgegaan en de resultaten worden geheel anoniem verwerkt.

#### **Interview:**

- ***Inleiding***
  - In welke afdeling werkt u binnen Bosch Rexroth?
  - Wat vindt u van social media?
  - Bent u actief op social media? Zo ja, welke social media gebruikt u regelmatig?
  - Hoeveel tijd besteedt u gemiddeld aan social media?
  
- ***Persoonlijk en/of professioneel gebruik van social media***
  - Waarvoor gebruikt u social media?
  - Waaruit bestaat uw online vriendenkring voornamelijk?
  - Heeft u collega's en/of leidinggevenden te vriend op social media?
  - Heeft u verschillende social media-accounts voor zakelijk en privé gebruik?
  
- ***Voor- en nadelen voor de medewerker***
  - Welke voordelen hebben social media voor u?
  - Welke nadelen ondervindt u bij het gebruiken van social media?
  - Wat voor risico's zitten er volgens u aan het gebruiken van social media?
  - Onderneemt u handelingen om uw persoonlijke gegevens beter te beschermen?
  - Weegt u weleens af of bepaalde informatie wel of niet geschikt is om te delen op social media?

- ***Gevolgen voor het bedrijf***
  - Wat denkt u dat de voordelen van social mediagebruik kunnen zijn voor een organisatie?
  - Welke gevaren brengt het inzetten van social media met zich mee voor een organisatie?
  - Besteedt u tijd aan social media tijdens kantooruren?
  - Leiden social media u weleens af op het werk?
  
- ***Social mediabeleid***
  - Stelt Bosch Rexroth volgens u regels aan het social mediagebruik als werknemer?
  - Heeft u deze regels/gedragsrichtlijnen weleens bestudeerd?
  - Welke gedragsrichtlijnen zijn volgens Bosch Rexroth belangrijk op social media?
  - Wordt u weleens op deze regels gewezen?
  - Denkt u dat de werknemers (waaronder uzelf) de richtlijnen goed naleven?
  - Wat vindt u ervan dat Bosch Rexroth een beleid heeft gevormd omtrent social media?
  - Wat kan er volgens u nog beter wat betreft het stellen van een beleid op dit vakgebied?
  
- ***Demografische gegevens***
  - Wat is uw leeftijd?
  - Wat is uw nationaliteit?
  - Wat is uw hoogst genoten opleiding?
  
- ***Afsluiting***
  - Wat vond u van het interview?
  - Heeft u nog vragen of opmerkingen?

**Na afloop:**

Mocht u nog vragen of opmerkingen hebben over het onderzoek, neem dan contact met mij op via {telefoonnummer} of {emailadres}.

---

## Bijlage III

### Coderingsschema Atlas TI

#### Algemeen social mediagebruik van de werknemers.

- Gebruikte social media
  - LinkedIn
  - Bosch Connect
  - Facebook
  - WhatsApp
  - Instagram
  - Twitter
  - Skype
  - Snapchat
  - Xing
- Aantal actieve jaren op social media
  - 1-5 jaar
  - > 5 jaar
  - Onbekend
- Tijdsbesteding op social media per dag
  - < 15 minuten
  - 15-30 minuten
  - 30-60 minuten
  - > 1 uur

#### Hoe gaan werknemers om met de scheiding tussen zakelijk en persoonlijk gebruik van social media?

- Scheiden van de persoonlijke en zakelijke identiteit
  - Bewuste scheiding zakelijk/privé
  - Zakelijk en privé loopt door elkaar
  - Zakelijke en persoonlijke contacten door elkaar
  - Collega's op Facebook
  - Bewust geen collega's op Facebook
  - Communicatie met collega's via social media

- Geen kruising van collega's vrienden
- Social media vervagen grens tussen privé en zakelijke identiteit
- Social media tijdens kantooruren
- Bewust weinig persoonlijke informatie delen
- Vrienden/familie op LinkedIn
- Zakelijk gebruik van social media
- Persoonlijk gebruik van social media
- Privacy-instellingen aangepast

Welke voor- en nadelen ervaren werknemers het gebruik van social media voor henzelf?

- Voordelen van social media voor de werknemer
  - Informatiebron
  - Makkelijk contact onderhouden met mensen
  - Netwerken
  - Profileren
  - Samenwerking
  - Snelle/efficiënte communicatie
  - Toegankelijkheid
  - Vermakelijk
- Nadelen van social media voor de werknemer
  - Afleidend van werk
  - Cyberpesten
  - Inbreuk op privacy
  - Informatie-overload
  - Onnodige informatie
  - Openbaarheid van gegevens
  - Persoonlijke reputatieschade
  - Last van recruiters
  - Tijdrovend/verlaagde productiviteit
  - Verkeerde interpretatie
  - Verslavend

Welke voor- en nadelen van social media ervaren medewerkers voor de organisatie?

- Voordelen van social media voor de organisatie

- Interne communicatie
- Klantcontact
- Markt in de gaten houden
- Naamsbekendheid/reclame
- Werving van werknemers
- Transparantie
- Webcare
- Nadelen van social media voor de organisatie
  - Imagoschade organisatie
  - Verlaagde productiviteit
  - Verlies van vertrouwelijke gegevens

In hoeverre zijn werknemers op de hoogte van een social mediabeleid?

- Het voeren van een social mediabeleid
  - Op de hoogte van een beleid
  - Regels een keer ingezien

Hoe beleven zij de door het door de organisatie ingestelde social mediabeleid?

- Ervaring met het voeren van een social mediabeleid
  - Onduidelijkheid over regels
  - Nooit over gecommuniceerd binnen afdeling
  - Ooit voorlichting/training gehad
  - Beleid is noodzakelijk
  - Gezond verstand gebruiken

## **Bijlage III**

### **Transcriptie interviews werknemers Bosch Rexroth**

#### Inhoud

Interview 1.....	10
Interview 2.....	16
Interview 3.....	21
Interview 4.....	30
Interview 5.....	38
Interview 6.....	43
Interview 7.....	52
Interview 8.....	59
Interview 9.....	64
Interview 10.....	69
Interview 11.....	74
Interview 12.....	78
Interview 13.....	82
Interview 14.....	87
Interview 15.....	91
Interview 16.....	96
Interview 17.....	101
Interview 18.....	106
Interview 19.....	111
Interview 20.....	116
Interview 21.....	122

## Interview 1

Naam interviewer	Charlotte Swagten
Omschrijving opname	Interview
Tijdsduur	16:58 minuten
Bestandsnaam	Interview 001
Soort transcriptie	Woordelijke transcriptie
Datum van opname	24-06-2016
Respondentnummer	1
Leeftijd respondent	50
Opleidingsniveau	WO
Afdeling	SDM14
Geslacht	Man

### Interviewer

Even inleidend aan het interview, wat is uw afdeling precies?

### Respondent

We werken aan de hand van een code, de code is SDM14. Dat staat voor development. Het is dus eigenlijk een ontwikkelingsafdeling.

### Interviewer

Dat heb ik inderdaad hier staan ja, maar dat staat voor?

### Respondent

De 'D' in de code staat in elk geval voor development. Het is dus eigenlijk een ontwikkelingsafdeling.

### Interviewer

Echt een beetje een technische afdeling dus.

### Respondent

Ja inderdaad.

### Interviewer

Over social media: bent u bekend met het fenomeen social media?

### Respondent

Ja, maar maak er zelf eigenlijk niet of nauwelijks gebruik van.

### Interviewer

Oké, maar wat vindt van social media als communicatiemiddel op zich? Gewoon heel algemeen.

### Respondent

Ja, ik heb er dus zelf geen ervaring mee, maar ik merk dat het voor andere mensen een manier is om met andere mensen in contact te blijven.

### Interviewer

Maar heeft u het zelf ook nog nooit geprobeerd?

### Respondent

Nee, het enige waar ik op internet te vinden ben is LinkedIn, maar dat is ook minimaal.

### Interviewer

Oké, dus als ik zeg: bent u actief op social media, dan is het vooral LinkedIn. Zit u ook op Bosch Connect? Dat is het internet sociale medium van Bosch.

Respondent

Daar maak ik geen gebruik van.

Interviewer

Dat heeft u ook niet. Oké, duidelijk. En WhatsApp of iets dergelijks? Of is het echt alleen nog sms en bellen?

Respondent

Ja klopt, ik heb geen smartphone dus.

Interviewer

Merkt u op de afdeling dat er inderdaad veel social media gebruikt wordt, misschien onder werktijd of buiten werktijd?

Respondent

Nee, ik merk wel dat mensen inderdaad WhatsApp gebruiken in plaats van telefoneren en sms'en zeg maar. Maar we zijn relatief ook een oude afdeling. Ik zie niet dat iedereen de hele tijd op hun smartphone zit.

Interviewer

Ligt het misschien aan de afdeling of mensen hierdoor beïnvloed wordt?

Respondent

Ja, ik zie jongere collega's wel vaker met de telefoon voor zich tijdens werktijd.

Interviewer

Ja, oké. Heeft u een zakelijke telefoon?

Respondent

Ja.

Interviewer

Heeft u daarnaast ook nog een persoonlijke telefoon?

Respondent

Nee.

Interviewer

Oké, dus daar doet u gewoon alles mee?

Respondent

Ja.

Interviewer

U heeft dan alleen LinkedIn, maar waaruit bestaan uw online connecties dan voornamelijk? Zijn dat ook vrienden of alleen collega's?

Respondent

Alleen collega's. Ik probeer dat wel bewust te scheiden. Ik gebruik LinkedIn echt als een professioneel medium. Privé ben ik eigenlijk niet op internet te vinden.

Interviewer

Dus LinkedIn gebruikt u meer als online cv, want zo wordt het vaak gezien. Gebruikt u het om te netwerken?

Respondent

Ja.

Interviewer

Wat denkt u dat de voordelen van social media kunnen zijn voor een bedrijf of daarbuiten?

Respondent

Ik denk dat je makkelijk een groot aantal mensen kunt informeren. Het is makkelijker om een aantal mensen te informeren via een WhatsApp. Ik gebruik daar alleen e-mail voor, omdat je de mensen anders allemaal persoonlijk moet benaderen en bellen. Dat vind ik wel het voordeel van social media.

Interviewer

Denkt u dat mensen ook beter gaan samenwerken met social media?

Respondent

Nee, ik vind dat je er heel erg mee moet uitkijken, omdat het ook vrij onpersoonlijk is. Als je iets gedaan moet hebben door een persoon, kun je deze persoon beter direct aanspreken of bellen. Een mailtje of een appje is beter te negeren en je weet ook niet hoe de boodschap overkomt. Als je dat face-to-face doet, dan zie je al dat diegene er misschien geen zin in heeft. Bij een mailtje of een appje, dan krijg je die terugkoppeling niet.

Interviewer

De persoonlijke context mist dan bedoelt u?

Respondent

Ja, precies.

Interviewer

Wat denkt u de nadelen of risico's kunnen zijn van social media als professional?

Respondent

Te veel informatie denk ik. Het is makkelijk om iedereen maar allemaal boodschapjes te sturen, maar op een gegeven moment verzuip je erin en verliest het zijn nut.

Interviewer

Een informatie-overload noemt u dan eigenlijk.

Respondent

Ja.

Interviewer

Verder nog iets dat u kunt bedenken

Respondent

Ja, dus wat ik eerder zei. Je krijgt geen terugkoppeling. De communicatie vind ik van lagere waarde via social media.

Interviewer

Denkt u dat er ook echt risico's aan zitten, voor bijvoorbeeld het bedrijf of voor de werknemer zelf?

Respondent

Ja, dat bijvoorbeeld mensen van verschillende afdelingen elkaar minder goed begrijpen, omdat er een stukje terugkoppeling mist.

Interviewer

Dus echt de miscommunicatie?

Respondent

Ja.

Interviewer

Heeft u ook echt handelingen ondernomen om uw persoonlijke gegevens beter te beschermen?

Respondent

In die zin ben ik er mee bezig door geen informatie over mezelf achter te laten.

Interviewer

Dus u bent wel heel bewust bezig met wat u van uzelf laat zien op het internet?

Respondent

Ja.

Interviewer

Dus met de privacy-instellingen bent u wel bekend?

Respondent

Nou, nee eigenlijk niet, maar ik laat geen informatie achter zo ver ik weet. Dan is mijn privacy ook niet in gevaar denk ik.

Interviewer

Nee, dat scheelt inderdaad. Wat denkt u wat wel en niet geschikt is, stel dat u Facebook zou gaan proberen. Wat denkt u wat wel of niet geschikt is om als werknemer te plaatsen?

Respondent

Het risico is natuurlijk dat als je op een feestje bent en iemand neemt een foto van jou, in weet ik veel welke toestand, dan wordt dat ineens openbare informatie. Hoewel je daar niet per se om gevraagd hebt. Dat vind ik wel een risico.

Interviewer

Dus u praat vooral over het imago dat geschaad kan worden?

Respondent

Ja, inderdaad.

Interviewer

Wat denkt u dat een organisatie uit social media zou kunnen halen wat betreft de voordelen?

Respondent

Dat vind ik moeilijk. We zitten in een hele professionele markt. Ik weet niet hoe anderen professionals met social media omgaan, of ze daar informatie van af halen. Ik denk dat social media niet echt nodig is zolang je niet in de consumentenwereld zit, maar in de professionele wereld. Andere bedrijven zoeken niet op social media.

Interviewer

En het interne Bosch Connect, zit daar nog schot in?

Respondent

Daar kan ik niet veel over zeggen, omdat ik er zelf niet op zit. Ik zag wel op het mededelingenbord dat er al 600 mensen zich aangemeld hebben. Dus dan werkt het dus wel lijkt me.

Interviewer

Is dat ook echt geïntroduceerd bij de medewerkers? Is er een training geweest

Respondent

Via mail is iedereen op de hoogte gesteld.

Interviewer

Denkt u dat een organisatie ook gevaar loopt door het social mediagebruik van werknemers?

Respondent

Ik heb daar niet zo'n beeld bij. Ik denk niet dat al speelt.

Interviewer

Kijkt u regelmatig op uw LinkedIn tijdens werk of vooral na werktijd?

Respondent

Ik doe dat wel tijdens werktijd, maar niet elke week ofzo.

Interviewer

Bent u op de hoogte van een beleid of richtlijnen die Bosch Rexroth stelt wat betreft social media.

Respondent

Nee, dat staat mij niet voor de geest of er ooit een beleid over social media gecommuniceerd is.

Interviewer

U heeft nooit dergelijke regels ingezien?

Respondent

Nee, maar misschien ook omdat het mij niet interesseert.

Interviewer

Nee, maar het is ook niet officieel gemeld, bijvoorbeeld als een reminder?

Respondent

Nee, daar staat mij niets van bij.

Interviewer

In hoeverre denkt u dat de werknemers hier op de werkvloer op de hoogte zijn van deze regels en/of deze naleven?

Respondent

Nou, het is zelfs zo erg dat er een stagiair is weggestuurd, omdat hij helemaal niks deed. Hij zat alleen maar met zijn telefoon te spelen. Zijn opdracht leed gewoon door zijn telefoon en wellicht door social media. Maar je ziet vooral dat jongere mensen veel tijd besteden aan die telefoon.

Interviewer

U zegt dat het dus veel tijd kan kosten om met social media bezig te zijn?

Respondent

Ja.

Interviewer

In hoeverre denkt u dat zo'n beleid noodzakelijk is in het bedrijf?

Respondent

Ik denk dat duidelijkheid voor een heleboel mensen wel prettig zou zijn. Het is niet zo makkelijk natuurlijk om dat te formuleren. Ik weet nog toen wij een mobiele telefoon kregen, toen had iedereen de vraag of ze daar ook privé mee mochten bellen. Toen zeiden ze dat beperkt privégebruik toegestaan was. Dat is natuurlijk heel vaag. Wat is beperkt? Is bellen naar je vriendin in Zuid-Afrika beperkt privégebruik? Dat was in die tijd nog extreem duur.

Interviewer

Dus toen was er al een vage scheidingslijn. Denkt u dat dat ook geldt voor deze vorm van nieuwe media?

Respondent

Ja, ik denk dat dat nog lastiger is. Ze zullen het niet verbieden, maar je zou het wel moeten beperken. Maar moet je dat dan in tijd beperken of iets anders?

Interviewer

Zou een schriftelijk beleid of een training daaraan bij kunnen dragen?

Respondent

Ja, alleen al dat je een soort bewustwording krijgt. Wat is je eigen gedrag eigenlijk? Ik denk dat een heleboel gewoon onbewust is. Je bent er zo aan gewend om daarmee bezig te zijn, dat loopt tijdens je werk gewoon door.

Interviewer

Ja, iedereen is er nu de hele dag wel mee bezig, vooral met een smartphone in het bezit.

Respondent

Ja, precies.

Interviewer

Dan nog een laatste vraag, bent u zich wel bewust van uw persoonlijke identiteit en uw zakelijke identiteit. Bent u bewust bezig met die scheiding?

Respondent

Ja, ik doe zakelijk en privé 100% scheiden. Als ik wegga, dan doe ik de deur achter me dicht en dan ben ik privépersoon zeg maar. Op mijn werk probeer ik zo min mogelijk privé dingen te doen. Sommige dingen moeten wel tijdens kantooruren doen, zoals een belletje. Maar ik ga geen hele privéprojecten onder werktijd doen.

Interviewer

Dus u bent wel bewust van die scheiding en u probeert dat in stand te houden?

Respondent

Ja, ik vind dat ook prettig, dat het niet door elkaar loopt.

Interviewer

Duidelijkheid dus. Dat was het interview. Heeft u verder nog vragen of opmerkingen?

Respondent

Nee, ik ben alleen benieuwd wat eruit komt.

Interviewer

Ik ook, bedankt voor uw medewerking.

## Interview 2

Naam interviewer	Charlotte Swagten
Omschrijving opname	Interview
Tijdsduur	14:42 minuten
Bestandsnaam	Interview 002
Soort transcriptie	Woordelijke transcriptie
Datum van opname	24-06-2016
Respondentnummer	2
Leeftijd respondent	44
Opleidingsniveau	HTS
Afdeling	SDM14
Geslacht	Man

### Interviewer

Wat vindt u van social media als communicatiemiddel in het algemeen? Wat roept het bij u op als u denkt aan social media?

### Respondent

Ik heb er eigenlijk heel weinig mee.

### Interviewer

Ondanks dat, waar denkt u vooral aan?

### Respondent

Delen van je eigen ervaringen, meer het sociale aspect. Het bekendmaken van je eigen ervaringen en dat te delen. Makkelijk informatie delen over jezelf.

### Interviewer

Bent u zelf actief op social media?

### Respondent

Zelden.

### Interviewer

Heeft u wel accounts op Facebook, Twitter of LinkedIn bijvoorbeeld?

### Respondent

Ik heb LinkedIn en Twitter, maar Twitter gebruik ik een jaar al niet meer. Ik keek er toen regelmatig op.

### Interviewer

Maar u heeft dus nog wel steeds een account op Twitter?

### Respondent

Ja heb ik nog wel.

### Interviewer

Besteed u dagelijks tijd aan social media?

### Respondent

Niet veel, bijna niks.

Interviewer

Ook niet op LinkedIn?

Respondent

Nou ja, je krijg af en toe wat mailtjes. Dan ga ik wel even door die mailtjes heen.

Interviewer

Dus alleen als u een melding krijgt?

Respondent

Ja. Dat is gemiddeld één keer per dag denk ik.

Interviewer

Hoeveel jaar bent u dan al actief of LinkedIn of Twitter?

Respondent

Een jaar of vijf denk ik.

Interviewer

Waar gebruikt u social media voornamelijk voor? Is dat persoonlijk of zakelijk?

Respondent

Ik gebruik eigenlijk alleen nog maar LinkedIn en dan alleen als ik een bericht krijg. Ik zet er zelf eigenlijk niets op.

Interviewer

En Twitter?

Respondent

Daar zet ik ook nooit iets op, ik kijk alleen naar berichten over bepaalde onderwerpen.

Interviewer

Dus u gebruikt social media alleen om te lezen, niet om zelf actief deel te nemen?

Respondent

Nee, klopt.

Interviewer

Heeft u naast uw zakelijke telefoon ook een persoonlijke telefoon die u gebruikt.

Respondent

Niet meer, want ik doe voortaan alles op mijn zakelijke telefoon. Ik heb nog wel een persoonlijke telefoon, maar die gebruik ik niet meer, want dat zit ik altijd met twee telefoons in mijn zak.

Interviewer

En dat is een smartphone?

Respondent

Ja.

Interviewer

Waaruit bestaan uw online connecties voornamelijk op social media?

Respondent

Op LinkedIn is het alleen professioneel, dus collega's en andere mensen uit het vakgebied. Op Twitter zijn het een paar vrienden en wat algemene dingen die ik interessant vind, zoals sport.

Interviewer

Heeft u ook collega's en/of leidinggevenden te vriend op sociale media?

Respondent

Nee, alleen op LinkedIn. Twitter is echt persoonlijk.

Interviewer

Maakt u duidelijk onderscheid tussen uw persoonlijke identiteit en uw zakelijke?

Respondent

Ja, dat loopt allemaal wel door elkaar. Ik heb ook vrienden die me soms toevoegen. Maar ik hou het wel een beetje in de gaten natuurlijk.

Interviewer

Dus u bent er wel bewust van, maar u kunt bijna niet voorkomen dat soms door elkaar loopt. Heeft u ooit problemen mee gehad?

Respondent

Nee.

Interviewer

Wat denkt u dat de voordelen van social media kunnen zijn voor uzelf?

Respondent

Echt voordelen voor privégebruik weet ik niet, behalve dat het leuk is. Zakelijk kan het wel wat voordelen hebben.

Interviewer

Zoals?

Respondent

Contacten, ook met mensen die je nog niet kent. Er kunnen ook aanbiedingen op LinkedIn zijn voor als je bijvoorbeeld ander werk gaat zoeken.

Interviewer

Oké, dus snelle communicatie en netwerken dus?

Respondent

Ja, voornamelijk zakelijk dan. Privé is het dan meer omdat ik het leuk vind.

Interviewer

Welke nadelen denkt u dat social media kunnen hebben voor uzelf?

Respondent

Ik zet er bijna niks over mezelf op dus.

Interviewer

En waarom zou u dat dan niet doen? Is dat om bepaalde redenen dat u niet veel informatie over uzelf op internet wil hebben?

Respondent

Omdat ik geen zin heb om daar tijd voor vrij te maken. Als ik het zou doen, zou ik er wel over nadenken wat ik erop zet.

Interviewer

Want wat denkt u dat de risico's kunnen zijn?

Respondent

Alles wordt openbaar. Als je diegene intypt op internet, vind je alle informatie.

Interviewer

Dus u maakt zich met name druk om de gegevens die je dan online zou zetten?

Respondent

Ja.

Interviewer

Bent u dan ook bewust bezig om deze gegevens goed te beschermen?

Respondent

Nee, ik zet er eigenlijk niets op.

Interviewer

Heeft u weleens gekeken naar de privacy-instellingen gekeken van de kanalen die u gebruikt?

Respondent

Nee.

Interviewer

Wat denkt u dat wel of niet geschikt is om te delen op social media als professional?

Respondent

Nooit te veel informatie online zetten over wat je privé de hele week doet.

Interviewer

Social media zijn natuurlijk wel persoonlijk getint. Waar ligt voor u de grens?

Respondent

Je mag wel persoonlijke dingen delen, maar als je bijvoorbeeld te veel drinkt en je staat op de foto's, dan moet je wel een beetje oppassen.

Interviewer

Wat denkt u dat de voordelen van social media kunnen zijn voor een organisatie?

Respondent

Je kunt jezelf promoten of reclame maken voor jezelf.

Interviewer

Bedoelt u daar marketing mee?

Respondent

Ja.

Interviewer

Wat zijn de risico's dan voor het bedrijf?

Respondent

Het risico is om een slechte naam te krijgen als iemand een keer iets verkeerd erop zet. Je moet er wel mee oppassen, maar je hebt het zelf niet in de hand natuurlijk.

Interviewer

Je moet je imago in de gaten houden, bedoelt u?

Respondent

Ja, één persoon kan dit wel naar beneden halen.

Interviewer

Gebruikt u social media ook weleens tijdens kantooruren?

Respondent

LinkedIn komt sowieso wel op mijn zakelijke mail binnen, dus dat zie je vanzelf.

Interviewer

Hoeveel tijd denkt u daaraan kwijt te zijn per dag?

Respondent

Dat is misschien maar een paar minuten, alleen als er een mailtje komt. Het komt soms voor dat er een interessant onderwerp is, dan blijf je wat langer hangen.

Interviewer

Weet u of Bosch Rexroth bepaalde regels stelt voor het social mediagebruik van werknemers?

Respondent

Nee, dat weet ik niet.

Interviewer

U heeft nog nooit iets van document ingezien met regels of een training/voorlichting gehad?

Respondent

Nou, niet echt. Behalve Bosch Connect, dat is wel geïntroduceerd.

Interviewer

Maakt u daar weleens gebruik van?

Respondent

Beperkt, soms kijk ik er weleens naar of er interessante onderwerpen zijn.

Interviewer

Puur kijken, maar niet zelf actief delen.

Respondent

Er staan zoveel pagina's op, het groeit zo hard. Het is best ingewikkeld geworden. Iedereen doet maar iets, zonder dat daar structuur in zit.

Interviewer

Dat is vaak zo bij social media inderdaad.

Respondent

Ja en dan kijkt niemand er meer naar op een gegeven moment.

Interviewer

Te veel informatie. Heeft u zelf weleens gemerkt op de werkvloer of collega's de regels naleven?

Respondent

Nee, dat is nog niet echt een ding op de afdeling. We hebben t er eigenlijk nooit over.

Interviewer

In hoeverre denkt u dat een beleid noodzakelijk is voor het social mediagebruik van werknemers?

Respondent

Nee, dat zie ik nog niet echt zitten. Wat je zakelijk erop zet natuurlijk wel, maar wat je privé doet, moet je zelf weten.

Interviewer

U denkt dat iedereen dat gewoon zelf moet bepalen?

Respondent

Ja, je moet het niet gaan mixen wat je met je werk doet en privé. Daar zou je wel een richtlijn voor kunnen geven, dat je op je persoonlijke pagina niks over je werk gaan zetten.

Interviewer

Dus wel richtlijnen, maar niet een heel beleid?

Respondent

Ja, maar daar heb ik eigenlijk nog nooit iets over gehoord hier.

Interviewer

Oké, dat was het. Heeft u nog vragen of opmerkingen? Wat vond u van het interview?

Respondent

Goede vragen, er wordt namelijk nog niet heel veel mee gedaan op het moment.

Interviewer

Bedankt voor uw medewerking!

### Interview 3

Naam interviewer	Charlotte Swagten
------------------	-------------------

Omschrijving opname	Interview
Tijdsduur	20:59 minuten
Bestandsnaam	Interview 003
Soort transcriptie	Woordelijke transcriptie
Datum van opname	24-06-2016
Respondentnummer	3
Leeftijd respondent	47
Opleidingsniveau	HBO
Afdeling	Sales
Geslacht	Man

Interviewer

Gebruikt u zelf social media?

Respondent

Ja.

Interviewer

Zoals?

Respondent

Facebook.

Interviewer

Alleen Facebook?

Respondent

Ik gebruik geen Twitter en Instagram.

Interviewer

LinkedIn wel?

Respondent

LinkedIn wel en op Xing heb ik een profiel. Dat is de Duitse equivalent van LinkedIn, dus ook een zakelijk medium. Het wordt in Duitsland veel gebruikt.

Interviewer

Dus dat gebruikt u alleen zakelijk?

Respondent

Ja.

Interviewer

Wat vindt u van social media als communicatiemiddel in het algemeen?

Respondent

Ik heb er te weinig tijd voor om het echt actief te volgen.

Interviewer

Wat roept het op als u aan social media denkt?

Respondent

Dan denk ik niet aan werk.

Interviewer

Dat verbindt u niet samen?

Respondent

Nee.

Interviewer

Hoeveel tijd denkt u dagelijks bezig te zijn met social media?

Respondent

Alles bij elkaar, maximaal een kwartier. Soms kan het een beetje meer zijn, als mensen van werk verwisseld zijn. Dan check ik even waar ze nu uithangen. Dat is voor ons natuurlijk ook interessant. Het is meer als informatiebron, dan dat ik er zelf informatie op zet.

Interviewer

En hoe zit dat met Facebook?

Respondent

Daar doe ik helemaal niks mee.

Interviewer

U heeft alleen ooit een profiel aangemaakt dus?

Respondent

Ik heb ooit een profiel aangemaakt om mijn kinderen te volgen.

Interviewer

Dus u kijkt er wel op?

Respondent

Ik kijk er wel op, maar ik post eigenlijk niks.

Interviewer

Ziet u Facebook dan ook alleen als privé medium?

Respondent

Nee, echt niet zakelijk nee.

Interviewer

Maar LinkedIn bijvoorbeeld wel?

Respondent

Ja, maar ook daar moeten we voorzichtig mee zijn met wat we erop zetten.

Interviewer

Vanuit het bedrijf of uzelf?

Respondent

Vanuit het bedrijf. Ik ga niet posten dat ik onderweg ben naar India of Zuid-Korea. Concurrenten kijken er ook op namelijk en die denken dan ook: "Wat doet hij daar?"

Interviewer

Dus u bent bang dat er via social media gevoelige informatie prijsgegeven kan worden?

Respondent

Ja, inderdaad.

Interviewer

Oké, duidelijk. Gebruikt u alleen uw zakelijke telefoon?

Respondent

Ik heb één telefoon en die is van Bosch.

Interviewer

Daar doet u alles mee?

Respondent

Ja.

Interviewer

Oké. Waaruit bestaan uw online connecties voornamelijk op social media? Met andere woorden: met welke mensen gaat u een verbintenis aan?

Respondent

Er zijn ook wat buitenlandse collega's die mij volgen of gevonden hebben via social media. Op LinkedIn geen collega's, die accepteer ik niet. Collega's kunnen net zo goed naar outlook kijken op het werk. Dus het zijn vooral vrienden, kennissen, collega's van andere bedrijven. Dus behalve de werknemers van Bosch Rexroth, zijn het vooral zakelijke relaties.

Interviewer

Oké. Communiceert u dan wel regelmatig met collega's of leidinggevenden via social media of doet u dat via de traditionele media, zoals e-mail?

Respondent

Ja, dat is puur via de e-mail en de telefoon. Ik zie het niet zitten om zakelijke dingen te bespreken via social media. Dat is hetzelfde als dat je gaat onderhandelen via WhatsApp ofzo. Dat is leuk en aardig, maar het is misschien allemaal te traceren. Al is het tegenwoordig wel versleuteld. Als je je contract moet ondertekenen en er staan dingen in die via WhatsApp zijn afgesproken, dan heeft de baas het nooit gezien. Dan wordt het lastig.

Interviewer

Waar maakt u zich dan vooral zorgen over?

Respondent

De traceability van gegevens.

Interviewer

Maakt u dan ook een duidelijk onderscheid tussen de persoonlijke en zakelijke identiteit? Of merkt u dat het soms door elkaar loopt?

Respondent

Soms loopt het door elkaar, maar ben me wel bewust van het scheiden van zakelijke en persoonlijke dingen. Dat is wel verschillend ja.

Interviewer

En op welk vlak loopt het dan door elkaar?

Respondent

Wij werken wereldwijd, dus ik kan 's avonds laat ook een telefoontje of een WhatsAppje krijgen. Dat gebeurt dan wel.

Interviewer

Dus WhatsApp wordt dan ook wel voor zakelijke communicatie ingezet?

Respondent

Ja, omdat het heel laagdrempelig is en het maakt het makkelijk om snel te communiceren. Maar dat is

dan alleen om te zeggen: “Bel me even” of “Heb je hier nog aan gedacht?”. Het is dan niet inhoudelijk.

Interviewer

Oké, duidelijk. Wat zijn de voordelen van social media voor u als medewerker?

Respondent

Snelle communicatie. Mijn kinderen geven de voorkeur aan WhatsApp in plaats van bellen. Dan kan ik zeggen: “Dat vind ik niet leuk”, maar zo zit het wel in elkaar.

Interviewer

U gaat daar gewoon in mee?

Respondent

Ja, al wil je met ze kunnen communiceren, zal je wel mee moeten.

Interviewer

Ziet u ook nog voordelen wat betreft de samenwerking?

Respondent

Wat WhatsApp betreft hebben we een groepsapp van de afdeling. Daar worden korte berichtjes op gestuurd, zoals: “Ik ben later”. Dat is bedoeld voor korte berichtjes, maar geen lange verhalen, die doe je dan toch weer een op een.

Interviewer

Ziet u social media ook wel als informatiebron?

Respondent

Ja, maar dan eigenlijk alleen LinkedIn. En dat is dan voornamelijk op zakelijk gebied.

Interviewer

Oké, wat denkt u dat de nadelen kunnen zijn als u als werknemer op social media zit?

Respondent

Ja, je moet er bewust zijn van wat je erop zet. Ik ben daar niet zo heel erg mee bezig. Maar voordat je er iets op zet, moet je wel drie keer checken waar je wil dat deze informatie terecht komt. Van wat er soms allemaal in de rondte gaat op social media, denk ik weleens van: “wie zit daar allemaal op te wachten?”

Interviewer

Dat is zeker te zien bij de nieuwste generatie die op social media zit. Zij denken er steeds minder over na wat ze erop zetten. Vindt u dat storend?

Respondent

Nou, ik vind het niet storend, maar ik zou het niet doen. Iedereen moet het zelf weten, maar als je ziet wat er allemaal voorbijkomt. Nou ja, ik heb er in ieder geval geen interesse in om dat allemaal te delen.

Interviewer

Wat zouden de risico's kunnen zijn voor een werknemer van een professionele organisatie?

Respondent

Stel dat je Bosch associeert met militaire toepassingen. Als je onder een plaatje zegt: “Mooi gedaan, daar leveren wij ook aan”. Er zijn bepaalde gebieden waarover wij liever niet praten. En militaire toepassingen is daar een van.

Interviewer

Dus dat daarover gecommuniceerd wordt, ziet u liever niet op social media?

Respondent

Dat Bosch in de publiciteit komt met dat Volkswagen-schandaal bijvoorbeeld, omdat Bosch heel veel aan de automotive levert. Dan gaan er meteen heel veel alarmbellen rinkelen van: “wat is onze rol daarin geweest en zijn we aan de goede kant van de streep gebleven?”

Interviewer

En u denkt dat social media daar wel een grote rol in kan hebben?

Respondent

En ik denk dat daar wel een bepaalde rol voor social media in zit. Tenminste wel om de olievlek te verspreiden. Als er ergens rook is, dan is er vuur.

Interviewer

En dat werknemers daar ook informatie over verspreiden?

Respondent

Ja, maar dat is hetzelfde als dat ik op LinkedIn of Facebook plaats waar ik naar op weg ben of op het vliegveld ik zit. Er zijn mensen die dat toch wel interessant vinden. Ook al zijn dat er dan niet zo veel.

Interviewer

Onderneemt u ook handelingen om uw persoonlijke gegevens beter te beschermen? Bekijkt u bijvoorbeeld weleens de privacy-instellingen?

Respondent

Ja. Als je mij zoekt op Facebook, vind je wel wat, maar niet zo veel.

Interviewer

Heeft u uw profiel afgeschermd?

Respondent

Ja, daar heb ik bewust tijd aan besteed.

Interviewer

Wat denkt u dat wel of niet geschikt is om op social media te delen over jezelf of over zaken?

Respondent

Successen. Je kunt wel eerst nadenken over wat het bedrijf al gecommuniceerd heeft. Persoonlijke successen. Op Facebook kun je best dingen zeggen die niet bedrijf gerelateerd zijn. Op LinkedIn zou ik dat nooit doen.

Interviewer

Dus dat is echt afhankelijk van het middel?

Respondent

Ja.

Interviewer

Puur vanuit het bedrijf gezien, wat zouden de voordelen kunnen zijn van social media?

Respondent

Op LinkedIn zijn er veel pagina's waar je successen op kunt posten of nieuwe ontwikkelingen en producten. Onze klanten zijn bedrijven en die maken ook gebruik van social media. In Nederlandse vestigingen zie je wel regelmatig berichten verschijnen. Van ons zie je eigenlijk niks. We hebben er al wel over nagedacht, maar we weten nog niet in welke vorm dat we het moeten gieten.

Interviewer

Het is dus wel ter sprake gekomen, maar nog geen vorm gekregen.

Respondent

Ja, we vragen ons of we het kunnen gebruiken en hoe we het kunnen gebruiken. Dat is wel een van de vragen die we hebben.

Interviewer

Is het lastig om te bepalen of het past bij Bosch Rexroth als technisch bedrijf?

Respondent

Onze doelgroep is heel klein. Als je in een groep dan iets communiceert over hydrauliek van duizend mensen, waarvan een klein deel relevant is. Dan kun je jezelf afvragen: "Heeft dat zin?" Ik denk het wel, want je bereikt in ieder geval die mensen. Maar de impact zal niet zo groot zijn.

Interviewer

Waar denkt u dat de organisatie voor kan vrezen als social media ingezet wordt of gebruikt wordt door werknemers?

Respondent

Geen flauw idee.

Interviewer

Ook niet in de vorm van imagoschade?

Respondent

Ja, maar goed, dat heb ik al aangegeven.

Interviewer

Denkt u dat er veel tijd in gaat zitten?

Respondent

Nou, we hebben ook de interne Facebook, genaamd Bosch Connect. Daar krijg je zo veel meldingen en mails van binnen. De vraag is of je daar wat mee moet doen. Als je dat doet, dan ben je intern bezig, dan ben je niet met de klant bezig. We zijn een verkoopafdeling, wij moeten met klanten bezig zijn en niet met internet dingen.

Interviewer

Dus daar doet u niet zoveel mee, met Bosch Connect?

Respondent

Heel selectief. Als er over projecten gesproken wordt wel, maar als het over een sportevenement gaat niet. Die selectie moet je iedere keer weer voor jezelf maken.

Interviewer

Kijkt u tijdens werk ook weleens op social media?

Respondent

Dat gebeurt ook wel onder werktijd.

Interviewer

Vindt u dat afleidend?

Respondent

Nee, omdat het dan werkgelateerd is. Ik kijk voornamelijk waar collega's gaan werken of waar ze mee bezig zijn. Er zit altijd een reden achter.

Interviewer

Niet dat u dan blijft hangen op social media?

Respondent

Nee, dat niet.

Interviewer

Bent u op de hoogte van eventuele regels die Bosch stelt voor het gedrag op social media.

Respondent

Ja.

Interviewer

Daar is dus wel over gecommuniceerd?

Respondent

Dat heeft de ene kant te maken met social media en aan de andere kant met data security. Dat wordt vaak gecombineerd in een voorlichting. Dan hebben ze een video daarover.

Interviewer

Gaat dat dan over hoe social media namens een bedrijf kunnen worden ingezet of ook privé?

Respondent

Ja, beide. Er wordt ook ingezoomd op het privégebruik. Als jij in je vrije tijd in een vliegtuig zit en je zit naast iemand die je niet kent, moet je opletten als je praat over zakelijke dingen. Er wordt gezegd dat je daar rekening mee moet houden, met de vertrouwelijke informatie die je dan kan prijsgeven.

Interviewer

Wordt dat per afdeling gecommuniceerd of bij grotere bijeenkomsten?

Respondent

Wij hebben het daar elk jaar ongeveer een uurtje over.

Interviewer

Een voorlichting?

Respondent

Nou ja, alleen een filmpje waarin het wordt uitgelegd. Dus daar wordt wel aandacht aan besteed.

Interviewer

Dus u heeft de regels/gedragsrichtlijnen wel bestudeerd?

Respondent

Bestuderen is een groot woord, maar er wordt wel “awareness gekweekt”, zoals ze dat noemen.

Interviewer

Wordt het daarbuiten ook nog gecommuniceerd door leidinggevenden?

Respondent

Nee, alleen dat jaarlijkse moment. Als er bijzondere dingen zijn, dan wordt er wel gezegd van: “Dit kunnen we wel communiceren en dat niet”.

Interviewer

Oké. Als u om u heen kijkt, vindt u dat de werknemers de regels goed naleven?

Respondent

Nee, dat gaat wel goed. En als je een fout maakt, wordt je daar ook wel op aangesproken.

Interviewer

In de sales is het natuurlijk wel een belangrijk onderwerp.

Respondent

Ja, wij krijgen soms ook wel informatie die wij eigenlijk niet mogen hebben of zien. Zo kom je er via de achterdeur soms achter hoe de vork in de steel zit.

Interviewer

Vindt u het noodzakelijk dat Bosch hier een beleid voor heeft?

Respondent

Ja. De vraag is alleen of het zo strikt moet zijn als zij nu voorschrijven.

Interviewer

Dus de regels zijn wel streng?

Respondent

Ja, het is een Duits bedrijf.

Interviewer

De regels zijn vanuit Bosch opgesteld. Is dit nog aangepast voor Rexroth?

Respondent

Rexroth is ook Duits bedrijf. Of dat nu Bosch of Rexroth is, dat is niet zo'n groot verschil. Een land kan daar wel wat lossier of vaster mee omgaan, maar ik weet niet waar precies de verschillen zitten.

Interviewer

Denkt u dat er nog iets anders of beter zou kunnen wat betreft deze regels?

Respondent

Ik denk dat wij vooral met ons primaire gesprek bezig moeten zijn en dat is verkopen. En dat uurtje per jaar, vooruit, maar liever niet.

Interviewer

Dus het zou niet nodig zijn om daar nog meer aandacht aan te besteden?

Respondent

Nee. Voor sommige medewerkers misschien wel, een keer awareness kweken. Maar we zijn allemaal intelligente mensen hier en we weten waar de risico's zitten.

Interviewer

U heeft er dus wel vertrouwen in dat het goed verloopt?

Respondent

Ja.

Interviewer

Dat was het interview. Heeft u nog vragen of opmerkingen?

Respondent

Nee.

Interviewer

Bedankt voor uw medewerking!

Respondent

Graag gedaan.

## Interview 4

Naam interviewer	Charlotte Swagten
Omschrijving opname	Interview
Tijdsduur	36:27 minuten
Bestandsnaam	Interview 004
Soort transcriptie	Woordelijke transcriptie
Datum van opname	24-06-2016
Respondentnummer	4
Leeftijd respondent	40
Opleidingsniveau	HTS
Afdeling	Sales
Geslacht	Man

### Interviewer

Even een algemene vraag over social media: Wat vindt u van social media als communicatiemiddel?

### Respondent

Van de oude Hyves, naar Facebook, naar LinkedIn kun je volgens mij beter anti-social media noemen. Ik vind het zelf niet zo fijn. Het wordt heel makkelijk om alles te liken en linkjes te versturen. Iedereen schrijft erop wat ie denkt en doet de hele dag, maar uiteindelijk ervaar ik het zelf als vervelend. Mensen pakken zomaar ineens de telefoon onder een persoonlijk gesprek. Ik ben er niet zo'n voorstander van.

### Interviewer

Het is volgens u een beetje een indringer geworden?

### Respondent

Ja. Ik heb een tijdje Facebook gehad, maar ben er mee gestopt. Ik vond het heel moeilijk om het weg te leggen. Ik merk ook dat het verslavend en ik vind het niet zo fijn.

### Interviewer

Bent u nog wel actief op social media nu?

### Respondent

Ik heb alleen LinkedIn.

### Interviewer

Maakt u wel gebruik van Bosch Connect?

### Respondent

Ja, dat heb ik wel. Iedereen krijgt dat, dus heb ik het. Vervolgens word je door iedereen weer uitgenodigd en wordt de informatie gepusht. Ik krijg tegenwoordig iedere dag een mail met alle updates. Ik ben er niet zo mee bezig, vind het meer zonde van mijn tijd. Het leidt heel erg af van de primaire werkzaamheden.

### Interviewer

Oké. Hoeveel tijd denkt u dan nog te besteden aan social media elke dag?

### Respondent

Aan Bosch Connect eigenlijk niets. Zo lang het mij nog niets oplevert, doe ik er niks mee. LinkedIn gebruik ik dan wel. Dat check ik toch wel een paar keer per dag. Ik vind het eigenlijk ook heel storend dat ik dat niet los kan laten. Ik gebruik het, maar mijn gedrag daarin vind ik eigenlijk wel vervelend. Het leidt tot niets.

Interviewer

Is LinkedIn ook niet zakelijk nuttig voor u?

Respondent

Nou ja, strak is iedereen met elkaar gelinkt. Dat zou dan “fijn” moeten zijn. Dan kun je zien wat iemand wel of niet gedaan heeft. Het wordt ook steeds commerciëler met allerlei mensen die dingen proberen te verkopen. Dus ik krijg er ook steeds meer weerstand tegen, merk ik.

Interviewer

Oké. Gebruikt u social media dan alleen zakelijk of ook nog persoonlijk?

Respondent

Nou ja, in die zin vind ik dat LinkedIn de meest zakelijk inslag heeft. Wat ik er zelf mee doe, is wel wat ik persoonlijk leuk vind. Dus, ja ik profileer mezelf natuurlijk, maar de dingen die me dan boeien, zijn niet zo zeer zakelijk. Dat zijn meer mijn persoonlijke interesses, waar ik dan weleens een stukje van lees.

Interviewer

Heeft u een zakelijke telefoon?

Respondent

Ja.

Interviewer

Heeft u daarnaast nog een persoonlijke telefoon of doet u alles via de zakelijke telefoon?

Respondent

Ja, alles via de zakelijke telefoon.

Interviewer

Wie zijn uw online connecties op social media?

Respondent

Collega's, oud-collega's, vrienden en interessantere mensen die ik volg die iets nuttigs te vertellen hebben.

Interviewer

Gebruikt u WhatsApp?

Respondent

Ja, maar ik vind dat zakelijk ook niet zo'n geweldig medium.

Interviewer

Wordt het onderling wel gebruikt?

Respondent

Ja, ik vind het praktisch om kleine berichten te sturen zoals: “Ik ben wat later” of “Kunnen we een half uurtje later afspreken?” Ik vind het alleen niet fijn als mensen zakelijk dingen bespreken via WhatsApp.

Interviewer

Heeft u ook leidinggevenden te vriend op social media?

Respondent

Ja, daar heb ik destijds wel voor gekozen. Die heb ik te vriend ja.

Interviewer

Dus u heeft dat wel bewust gedaan?

Respondent

Ja, maar ik vind dat niet zo erg. Ik ben er ook niet extreem mee bezig en ik heb ook niets te verbergen.

Interviewer

U vindt niet dat daar risico's aan vast zitten of iets dergelijks?

Respondent

Nee, mijn profiel is ook zoals ik ben. Ik kan mij voorstellen dat mensen zich misschien anders voor willen doen, maar ik denk dat ik daar wel eerlijk in ben. Daar heb ik niet zo'n moeite mee, met wie dat dan ook kan lezen. Ik vind het wel vervelend dat recruiters met een bepaald abonnement dan toch meer kunnen lezen dan dat ik eigenlijk wil.

Interviewer

Dus u vindt het vervelend dat bepaalde gegevens in de verkeerde handen terecht kunnen komen?

Respondent

Ze blijken meer te kunnen lezen dan ik denk. Ik heb begrepen dat ze betaalde abonnementen hebben, waarmee ze informatie lezen zonder een connectie te zijn.

Interviewer

Zonder dat u daar toestemming voor geeft?

Respondent

Ja, ik weet niet precies hoe het zit, maar dat vind ik eigenlijk de meest vervelende mensen op LinkedIn.

Interviewer

Dus de mensen die contact zoeken via social media?

Respondent

Ja. Als dat gericht is, heb ik er nog niet zo'n moeite mee, maar als ze met hagel gaan schieten op iedereen die een bepaalde associatie ergens mee heeft, dat vind ik niet fijn.

Interviewer

Oké. Maakt u dan ook echt een onderscheid tussen uw zakelijke identiteit en uw persoonlijke identiteit? Loopt dat ook soms door elkaar?

Respondent

Wel in de mate waarin ik dingen online zet. Ik zet geen privé zaken van mijzelf online. Het zijn wel de dingen die ik als persoon leuk vind. Waar ik op reageer of dingen die ik like zijn wel mijn persoonlijke interesses. Dat staat er dan wel op, maar ik zou niet zo gauw iets van mijzelf op zetten. Wat dat betreft hou ik het redelijk zakelijk.

Interviewer

Merkt u dat u thuis ook nog weleens met werk bezig bent?

Respondent

Het komt niet zo veel voor. Ik werk hier nog niet zo heel lang, maar ik hoor van de andere dat ze 's avonds nog een telefoontje krijgen. Dat komt vanwege de tijdzones van buitenlandse collega's. Dus ja, dan zou het alleen een telefoontje zijn. Via WhatsApp of LinkedIn niet. We hebben wel ook e-mail op de telefoon. In principe zou ik dat wel kunnen lezen, maar dat doe ik liever niet.

Interviewer

Probeert u dan een grens te zetten voor uzelf?

Respondent

Het is wel verleidelijk om in ieder geval te kijken. Zo kan ik kijken of er een direct antwoord nodig is of niet. Dat zou ik wel doen, dan dringt het wel je privéwereld binnen.

Interviewer

Let u op de manier waarop u communiceert met collega's op en buiten het werk? Is dat vooral zakelijk of is het ook persoonlijk van aard?

Respondent

We hebben in ons groepje wel een groepsapp, daar wordt wel wat persoonlijke dingen in geschreven. Laatst is er iemand oma geworden, dat vind ik dan weer wel leuk. Laats was ik ergens voor geslaagd, dat vind ik dan ook wel leuk om te vertellen. Maar dat deel ik dan alleen met hun. Verder heb ik er niet zo'n behoefte aan. Je bent met z'n allen met elkaar aan het werk en dan wordt het ook persoonlijker. Daar wordt dan wel WhatsApp voor gebruikt.

Interviewer

Oké, duidelijk. Welke voordelen heeft social media voor u als professional?

Respondent

WhatsApp is weleens makkelijk. Je hoeft niet meer elke keer te bellen en in plaats daarvan een berichtje sturen. Ik vind het ook fijn dat ik niet altijd per se hoeft te reageren.

Interviewer

Is de toegankelijkheid een voordeel voor u?

Respondent

Ja, ik kan zelf bepalen wat en wanneer ik iets stuur en de ander bepaalt wanneer hij of zij reageert. Toen ik begon met LinkedIn een hele tijd geleden was het vooral om mijzelf te profileren om uiteindelijk in mijn carrière te kunnen groeien. Nu hou ik het gewoon bij. Er zijn nog drie mensen met dezelfde voor- en achternaam. Dan vind ik het ook wel fijn dat ik er zelf op sta en niet alleen die anderen tevoorschijn komen als ze mij zoeken. Ik moet er zelf wel op blijven staan. Dan profileer ik in ieder geval echt mezelf. Ik wil eigenlijk mezelf wat meer dwingen om er wat minder mee te doen.

Interviewer

Hoeveel jaar bent u dan al actief op social media?

Respondent

Facebook heb ik een aantal jaar gehad. LinkedIn denk ik een jaar of zes, als ik het zo in moet schatten. Facebook was daarvoor. Daarvoor had ik nog Hyves, maar dat is wel al lang geleden.

Interviewer

Ziet u social media ook als een bron van informatie of een manier om samen te werken?

Respondent

Ik heb er steeds meer behoefte aan om gewoon met mensen samen te werken, rechtstreeks, het liefste face-to-face. Daar ben ik misschien ouderwets in, maar dat vind ik zelf nog steeds het fijnst.

Interviewer

Wat zouden de nadelen voor u kunnen zijn als u als professional social media gebruikt?

Respondent

Het kan een verslaving zijn, waardoor ik continu in mijn achterhoofd heb: "Oh, ik moet toch even checken wat er aan de hand is." Het is een soort automatisme geworden en dat vind ik niet zo fijn. Ik heb het dan niet goed onder controle. Het controleert mij eigenlijk meer. Dat vind ik er niet fijn aan. Ik merk dat er ook veel mensen zijn die zelf heel veel 'gelijke' produceren, maar het is niet echt sociaal. Het is meer informatie plaatsen, mensen willen alles van zich afdelen. Het is niet zozeer om een ander

te informeren, het is meer om er zelf van af te zijn. Het voelt voor mij het tegenovergestelde van sociaal.

Interviewer

U vindt social media dus niet meer interactief?

Respondent

Ik vind het eenzijdige communicatie. Iedereen spuugt alles naar buiten. Dan krijg je wel likes terug, maar volgens mij wordt er heel snel op like geklikt. Na het lezen van twee, drie woorden wordt er al geliket en *that's it*. Ik denk dat als je het inhoudelijk zou kunnen meten, dat het een grote zeepbel is.

Interviewer

Gebruikte u Facebook destijds dan alleen voor vermaak?

Respondent

Nou, ook daar wilde ik mij destijds profileren. Ik wist van die mensen met dezelfde naam en ik dacht: "Dan zet ik mijzelf er ook op." Op een gegeven moment hoorde ik dat er een moment komt dat je jezelf niet meer offline kunt halen. De data zal altijd beschikbaar blijven. Ik werd ook steeds vaker gelinkt aan foto's van anderen, omdat ik op die foto's stond. Ik vind het ook een inbreuk op privacy eigenlijk. Er worden allerlei dingen aan je gekoppeld en dat vind ik niet fijn.

Interviewer

U vindt het dus vervelend dat anderen aan de haal gaan met uw gegevens?

Respondent

Ja, wellicht goed bedoeld, maar ik hoef dat allemaal niet. Ik hoef niet in de spotlight te staan en zeker niet na vijf biertjes in de kroeg. Wat dat betreft vind ik het ook niet zo fijn dat iedereen een fototoestel op de telefoon heeft zitten. Niet dat ik iets te verbergen heb, maar het hoeft voor mij niet allemaal gedeeld te worden. Stel dat je een keer gaat solliciteren en mensen googelen je terwijl je ergens op een foto staat met een zwembroek aan en een wollen muts op... Dat hoeft voor mij dan niet. Dat vind ik niet zo leuk.

Interviewer

U noemt de inbreuk op uw privacy een risico van social media. Zijn er voor u nog andere nadelen of risico's?

Respondent

Het kost me gewoon tijd. Ik vind het zonde van de tijd.

Interviewer

Komt de productiviteit daardoor in gevaar?

Respondent

Ja, ik frustreer me er ook over als ik over de afdeling loop. Op elke afdeling is het hetzelfde hoor. Als ik hier even schat, zitten er vijftig man op de afdeling, ieder moment van de dag zitten er minimaal vier op de telefoon. Ik zal niet zeggen dat het allemaal niet zakelijk is, maar als ik het zelf mag inschatten, denk ik van niet. Dat vind ik eigenlijk wel storend.

Interviewer

Ook dat anderen dat doen?

Respondent

Ja, dat is niet productief. Iedereen roept dat hij of zij druk is en vervolgens zitten ze allemaal op de telefoon. Ik bagatelliseer het misschien, maar ik vind het wel irritant.

Interviewer

Heeft u wel bewust handelingen genomen om uw persoonlijke gegevens beter te beschermen?

Respondent

Ik ben bewust aanwezig om mijn echte “ik” dan online te hebben. Maar ik hou er ook bewust rekening mee dat ik er doorsnee dingen op zet. Ik ga er geen privé dingen op zetten. Ik scherm wel gegevens af. Ik wil geen adres of telefoonnummer erop hebben.

Interviewer

Wat vindt u dan wel of niet geschikt om te delen op social media?

Respondent

Als ik bijvoorbeeld zie dat iemand iets deelt over een succesvol project, dan vind ik dat wel leuk om dat door te delen. Ik kijk bijvoorbeeld ook graag naar TED-talks. Daar volg ik ook interessante mensen van. Als ik dan een interessant stuk zie, dan vind ik dat leuk om te delen. Dat is dan weer persoonlijk, dat is voor mij inspiratie. Maar bij dat houdt het ook wel op. Als iemand post dat hij of zij geslaagd is, dan vind ik dat wel leuk om te delen.

Interviewer

Dus een beetje persoonlijk mag wel, maar wel met een bepaalde grens?

Respondent

Ja, maar het moet wel op een serieus niveau blijven.

Interviewer

Oké, puur vanuit het bedrijf gezien: wat zou een bedrijf eruit kunnen halen als de werknemers op social media zitten?

Respondent

Ik ervaar Bosch Rexroth als een intern georiënteerd bedrijf. Ik heb bijvoorbeeld 500+ connecties op LinkedIn, maar 499 daarvan zijn van Rexroth. Of ik ze nou wel of niet goed ken, dat linkt elkaar wel. Om daar iets op te posten zou een stukje naamsbekendheid kunnen opleveren naar buiten, maar dan zou het echt een extern netwerk moeten ontwikkelen. Dan zou het misschien nut hebben, maar voor nu niet. De branche is zo specifiek. We denken dat we heel groot zijn, maar de wereld is nog veel groter. Maar met een extern netwerk zou het kunnen werken om de succesverhalen of nieuwe ontwikkelingen te posten. Het is bijna gratis reclame, zeker als je kijkt naar de grootte van het publiek. Ik denk dat meer mensen tegenwoordig op social media zitten dan dat ze voor de tv zitten. In die zin denk ik wel dat er kans is voor reclame op die media. Aan de andere kant word ik er nu al heel erg moe van. De kans is groot dat in ieder geval ik, maar ook anderen, af gaan haken.

Interviewer

Wat zouden de nadelen voor het bedrijf kunnen zijn als de werknemers actief zijn op social media?

Respondent

Het is moeilijk om de context goed samen te vatten op social media. Rexroth heeft een hele duidelijke missie, visie en een strategie. Als iemand zonder enige marketingachtergrond dan iets leuks post op social media, dat kan dan wel zijn eigen leven gaan leiden. Dat kan goed bedoeld zijn, maar toch negatief uitpakken. Het is toch eigenlijk wel een risico, maar misschien ben ik wel een zwartdenker.

Interviewer

Zou het ook nog gevolgen kunnen hebben als een medewerker op een privékanaal iets post over het bedrijf?

Respondent

Volgens mij hebben we daar zelfs een cursus over gehad of iets voor moeten tekenen met de reden dat

we daarover nadenken. Je kunt dus wel iemand schaden. Je zou cyberpesten daar ook onder kunnen rekenen. Als ik een hekel heb aan een collega en ik ga dat online uitvechten, dan doet dat ook iets met Rexroth.

Interviewer

Is er een dergelijk beleid, regels of richtlijnen waarvan u op de hoogte bent?

Respondent

Nou ja, net wat ik zeg, ik kan me herinneren dat er weleens over is gesproken of dat ik er iets over heb gelezen dat het consequenties zou kunnen hebben als we dingen verkeerd zouden uitdragen die het bedrijf zouden kunnen schaden.

Interviewer

Dus het is wel gecommuniceerd?

Respondent

Ja, volgens mij wel. Ik kan het nu niet zo goed meer plaatsen, maar kan het mezelf wel herinneren dat er iets over geweest is. Ik vind dat ook wel goed. Het is veel te makkelijk. Het is zo toegankelijk en het is zo gebeurd.

Interviewer

Mensen hebben niet door wat de gevolgen kunnen zijn?

Respondent

Nee, dat denk ik niet.

Interviewer

Er is dus niet echt een beleid waar mensen in kunnen kijken?

Respondent

Ik denk het wel. We hebben een Rexroth handboek, misschien dat het daar in staat. Daar kan ik me wel iets bij voorstellen. Als het er niet is, dan zou het er moeten komen.

Interviewer

Ja? Mijn volgende vraag luidt ook: "Wat zou er beter kunnen wat betreft deze regelgeving?"

Respondent

Ik zou in ieder geval willen pleiten voor het kweken van bewustzijn onder de mensen. Sommige mensen realiseren zich totaal niet wat de impact is van het online zijn. Dat denk ik echt.

Interviewer

Denkt u dat het merendeel niet op de hoogte is van de regels en richtlijnen Bosch Rexroth?

Respondent

Het zou meer vanuit jezelf moeten komen. Als Rexroth het oplegt, zou het voor mij een belediging voor mijn intelligentie zijn. Dat moet in je normen en waarden zitten. Ik wil niet hoogdravend doen, maar sommige mensen hebben echt een tunnelvisie.

Interviewer

Er komt nu natuurlijk wel een nieuwe generatie om de hoek kijken, die nog veel meer met social media bezig zijn dan de mensen die er nu werken. Dan zou je je kunnen afvragen wat er wel of niet op papier gezet moet worden over het social mediagedrag.

Respondent

Ja, daarvoor zouden wel gedragsregels voor opgesteld kunnen worden.

Interviewer

Dat is wel een grote risicogroep namelijk.

Respondent

Ja, ik zie ook weleens stagiaires continu bezig met hun telefoon. Als je nog op school zit, mag je best nog experimenteren daarmee. Maar in de werktuigbouw zitten mensen met een ouderwetse denkwijze, daar past dit allemaal nog niet zo goed tussen. Dat duurt hier allemaal net wat langer dan in de mode-industrie bijvoorbeeld. Het is allemaal wat degelijker en gereserveerder, dus zij vinden al gauw dat die jongelui niets anders doen dan met hun telefoons spelen. Ik vind dat wel grappig, maar ik hoop dat ze zich wel realiseren dat alles online staat en over tien jaar nog steeds. Hoe kun je serieus CEO zijn als er gevoelige foto's van vroeger naar boven komen via social media? Dat zou je wel kunnen schaden. Maar misschien zie ik het veel te zwart hoor.

Interviewer

Het zal misschien wel veranderen hoe mensen erover denken, aangezien social media steeds normaler lijkt te worden.

Respondent

Mijn zoon van tien heeft nog geen telefoon, omdat we dat nog niet willen. Ik zie wel dat hij via zijn Playstation online speelt in een netwerk. Ik probeer hem wel uit te leggen wat de risico's daarvan kunnen zijn. Ik probeer dat wel bij te brengen, dat vind ik wel belangrijk. Terugkomend: ik vind wel dat het goed is als Rexroth duidelijke gedragsregels stelt. Daarentegen zou het thuis moeten horen in je normen en waarden.

Interviewer

Zou er wel meer aandacht aan besteed moeten worden?

Respondent

Ja, maar niet via social media.

Interviewer

En een voorlichting?

Respondent

Ja, dat zou echt weleens goed zijn. Een presentatie zou bij kunnen dragen aan de bewustwording over wat mensen daadwerkelijk doen op social media. Dat heeft veel meer impact als iemand dat komt vertellen dan een linkje die je weer kunt liken. Ik zou het wel op een leuke manier vertellen, maar niet op een dwingende manier. Dan gaan mensen alleen maar achteroverleunen.

Interviewer

Dus wat zou er nog beter kunnen wat betreft deze gedragsregels, behalve het kweken van awareness?

Respondent

Nou ja, LinkedIn is dan echt zakelijk bedoeld als een online cv. Op een gegeven moment wordt dat dan social media genoemd, maar ik denk niet dat het zo bedoeld is. Ik ben eigenlijk wel benieuwd hoe social media nou wel bedoeld is. Hoe zou je dat nou op kunnen zetten, zodat het wel sociaal wordt? Je wilt mensen met elkaar koppelen.

Interviewer

Ik denk dat social media wel ooit zo bedoeld zijn, maar dat het zo gegroeid is door middel van het aantal gebruikers en de commerciële facetten.

Respondent

Het zal best wel zo bedoeld zijn, maar zodra er geld mee verdiend kan worden, is het sociale eigenlijk weer weg. Ik lees me altijd wel in voordat ik me ergens bij aanmeld. Vroeger stuurde je een brief, dan

dacht je wel vijf keer na voordat je die envelop dicht likte en er voor tachtig cent aan postzegels op plakte. Dat ging weg en iemand anders ontving het, dus je ging het nog een keer nalezen. Je keek of alle emoties eruit waren gehaald, dekt het de lading, wat is het resultaat van mij brief? Dat is gewoon compleet weg. Dat is ook bij e-mail. Wat wij het aller slechtste doen bij Rexroth is e-mailen. Het wordt niet gebruikt waarvoor het bedoeld is. In mijn ogen bespreek je iets, face-to-face of via de telefoon en de e-mail is de bevestiging van wat je hebt besproken. Zo zou ik e-mail willen zien. Iedereen noemt big data als iets positiefs, maar ik vind het verschrikkelijk negatief.

Interviewer

Voelt u het als een extra werkdruk?

Respondent

Het is “*Big brother is watching you*”. Wat wil ik met die informatie? Voorspellen? Dat zou misschien kunnen. Ik hecht er geen behoefte aan.

Interviewer

Dat was het interview. Heeft u nog vragen of opmerkingen?

Respondent

Nee, maar ik ben wel benieuwd naar de resultaten.

Interviewer

Die zal ik natuurlijk met alle respondenten delen.

Respondent

Ik ben benieuwd.

Interviewer

Bedankt voor uw medewerking.

Respondent

Graag gedaan.

## Interview 5

Naam interviewer	Charlotte Swagten
Omschrijving opname	Interview
Tijdsduur	16:39 minuten
Bestandsnaam	Interview 005
Soort transcriptie	Woordelijke transcriptie
Datum van opname	24-06-2016
Respondentnummer	5
Leeftijd respondent	61
Opleidingsniveau	Huishoudschool
Afdeling	Secretariaat
Geslacht	Vrouw

Interviewer

Wat vindt u van social media als communicatiemiddel?

Respondent

Eigenlijk roept dat niet zoveel op bij mij. Waar moet ik aan denken?

Interviewer

Bijvoorbeeld aan de sociale communicatie, zoals het delen van zaken met anderen.

Respondent

Ja, we hebben op de afdeling wel een leuke groep waarmee we dat doen.

Interviewer

Ook op social media?

Respondent

Nee, alleen hier en in een WhatsApp groep.

Interviewer

Bent u zelf actief op social media?

Respondent

Nee.

Interviewer

Maar u gebruikt wel WhatsApp?

Respondent

Ja, maar dat is meer voor de kinderen en collega's. Maar van Facebook wil ik niets weten. Ik denk dat het ook een beetje bij mijn leeftijd hoort, omdat ik er niet mee grootgebracht ben. Ik heb er geen behoefte aan en geen zin in.

Interviewer

Gebruikt u Bosch Connect?

Respondent

Ja, maar daar heb ik ook nog maar heel weinig mee gedaan. Daar ben ik een beetje laks mee.

Interviewer

Is het verplicht om Bosch Connect te gebruiken?

Respondent

Dat weet ik niet, maar ik kreeg wel automatisch een account. Ik ben ook een keertje naar een bijeenkomst daarvan geweest, maar ik ben er nog niet echt actief in. Met dingen die ik niet zo goed ken, stel ik vaak ook uit.

Interviewer

Heeft u een zakelijke telefoon?

Respondent

Nee, alleen een persoonlijke telefoon/

Interviewer

Heeft u LinkedIn?

Respondent

Nee, ook niet.

Interviewer

Maakt u echt een duidelijk onderscheid tussen uw zakelijke en persoonlijke identiteit?

Respondent

Nou, ik denk dat ik bij alle twee wel hetzelfde ben. Ik maak niet echt onderscheid daartussen. Het is niet dat ik privé heel anders ben dan dat ik hier ben.

Interviewer

Dus u deelt ook weleens persoonlijke informatie op de werkvloer?

Respondent

Ja. Dingen die privé gebeuren, deel ik wel met mijn collega's. Daar hebben ze ook wel oor voor, dat is heel fijn. Ook bij de minder leuke momenten deel ik dat en dan vragen ze daar ook naar.

Interviewer

Jullie zijn dus wel betrokken daarin?

Respondent

Jazeker, ik heb hele leuke collega's.

Interviewer

Welke voordelen denkt u dat social media voor u kunnen hebben als u het zou gebruiken?

Respondent

Ik zou het misschien uit nieuwsgierigheid gaan doen, maar besteed er liever geen tijd aan. Ik heb geen zin om daar iets mee te doen. Misschien ben ik er ook wel huiverig voor, omdat er verkeerde dingen mee kunnen gebeuren. Ik hoef niet alles van anderen te weten, het lezen van de krant en het kijken van tv is voor mij voldoende. Ik hoef niet via Facebook contact met anderen of met collega's te hebben. Ik vind persoonlijk contact veel belangrijker.

Interviewer

Denkt u wel dat social media een aantal dingen makkelijker zou kunnen maken?

Respondent

Ja, dat zal wel, maar ik heb het niet nodig?

Interviewer

U heeft er gewoon geen interesse in?

Respondent

Nee, helemaal niet.

Interviewer

U zei dat er dingen fout zouden kunnen gaan, wat denkt u dat er fout zou kunnen gaan? Met andere woorden: wat zijn de nadelen van social media?

Respondent

Ik ben bang dat er altijd mensen zijn die daar fouten dingen mee zouden kunnen doen, zoals te ver doorgaan met het bekijken van informatie bijvoorbeeld. Ik ben er heel huiverig voor.

Interviewer

U bent wat dat betreft erg wantrouwend jegens social media?

Respondent

Ja, wantrouwend. Ik zie het om me heen op de afdeling wel gebeuren, maar dat hoeft van mij allemaal niet.

Interviewer

Bent u bang dat er te veel informatie online komt?

Respondent

Ja, zoiets denk ik wel. Er is ook een hoop geroddel onder elkaar via bijvoorbeeld Facebook. Maar dan heb ik het vooral over vriendinnen, op werk heb ik het eigenlijk niet nodig.

Interviewer

Zou privacy een probleem kunnen zijn als u social media gebruikt?

Respondent

Ik wil mijn privéleven niet delen en mijn zakelijke leven ook niet. Het contact hier met mijn collega's is voldoende.

Interviewer

Heeft u zich weleens in verdiept in wat u kunt doen om uw persoonlijke gegevens beter te beschermen, bijvoorbeeld bij WhatsApp?

Respondent

Nee, helemaal niet. Mijn zoon heeft alles geïnstalleerd en ik heb geleerd hoe het werkt, verder niet. Ik ben ook geen type die dat uit gaat zoeken. Ik weet hoe ik kan WhatsAppen, hoe ik mijn e-mails kan lezen en hoe ik foto's kan maken. Dat is voldoende, meer heb ik niet nodig.

Interviewer

Heeft u er weleens over nagedacht of het online zijn een risico kan zijn?

Respondent

Ja, daar denk je natuurlijk wel over na, maar ik zet er geen spannende dingen op.

Interviewer

Wat zou wel of niet geschikt zijn om op social media te delen?

Respondent

Ik houd alles privé. Ik zoek af en toe iets op via google, maar dat is het dan ook. Ik heb er eigenlijk heel weinig mee.

Interviewer

Wat zou Bosch Rexroth uit social media kunnen halen als het bedrijf of de werknemers het zouden gebruiken?

Respondent

Bij de Sales-afdeling in ieder geval wel, om andere bedrijven in de gaten te houden misschien. Ze zijn er wel mee bezig om kansen te onderzoeken om meer order binnen te krijgen.

Interviewer

Dus social media zou daar best aan bij kunnen dragen denkt u?

Respondent

Ja.

Interviewer

Welke gevaren zouden er voor het bedrijf kunnen zijn?

Respondent

Ik denk dat de beveiliging wel goed is en de mensen slim genoeg zijn daarvoor. Ik denk dat ze daar wel heel erg goed mee bezig zijn en mee oppassen. Ik denk niet dat er echt gevaren zijn, maar ze zijn er wel heel bewust mee bezig.

Interviewer

Dus wel bezig met het beschermen van vertrouwelijke gegevens?

Respondent

Ja, daar moeten we wel mee opletten natuurlijk.

Interviewer

Denkt u dat het imago van Bosch Rexroth gevaar loopt?

Respondent

Ik denk dat iedereen daar wel heel bewust mee omgaat.

Interviewer

Ziet u om u heen dat mensen veel bezig zijn met social media?

Respondent

Ja.

Interviewer

Leidt het ook af van het werk?

Respondent

Ja, als ik langsloop en ik zie dat, dan leidt dat mij af. Ik vind het ook niet kunnen dat je privédingen op je werk doet, daar hou ik niet van.

Interviewer

Stelt Bosch Rexroth bepaalde regels of gedragsregels voor het social mediagebruik?

Respondent

Ja, bepaalde websites worden bijvoorbeeld afgeschermd zodat je er niet op kunt. We zijn wel geïnformeerd dat je overal heel voorzichtig mee moet zijn. Je kunt niet zomaar alles doen. Daar zijn we best wel even mee bezig geweest.

Interviewer

Zou u zo wat regels kunnen noemen?

Respondent

Nee, dat zou ik niet weten. Dat komt denk ik ook omdat ik er niet mee bezig ben.

Interviewer

Dus er wordt ook niet zodanig veel gecommuniceerd over wat wel en niet mag?

Respondent

Nee, voor mij niet meer.

Interviewer

In hoeverre denkt u dat de werknemers de gedragsregels naleven?

Respondent

Ze gaan er wel bewust mee om, maar sommige zijn er wel veel mee bezig. Dat verschilt wel per leeftijd.

Interviewer

Denkt u dat een beleid noodzakelijk is?

Respondent

Voor mij is het niet nodig, ik vind het normaal dat je daar goed mee omgaat.

Interviewer

En voor andere werknemer die er wel mee bezig zijn?

Respondent

Voor sommige wel, ja. Sommige zijn ook veel privédingen aan het doen tijdens werk. Voor mij is het klaar als een klontje.

Interviewer

Maar is het wel noodzakelijk om er iets over op papier te zetten?

Respondent

Misschien voor de nieuwe mensen die binnenkomen wel ja.

Interviewer

Zou voorlichting kunnen helpen?

Respondent

Ja, dat ook.

Interviewer

Zou daar behoefte aan zijn denkt u?

Respondent

Dat weet ik niet. Ik zelf niet.

Interviewer

Oké, dan heb ik genoeg informatie. Bedankt voor uw deelname.

Respondent

Graag gedaan.

## Interview 6

Naam interviewer	Charlotte Swagten
Omschrijving opname	Interview
Tijdsduur	41:07 minuten
Bestandsnaam	Interview 006
Soort transcriptie	Woordelijke transcriptie
Datum van opname	24-06-2016
Respondentnummer	6
Leeftijd respondent	41
Opleidingsniveau	HTS
Afdeling	SDM14
Geslacht	Man

Interviewer

Als eerst een algemene vraag. Wat vindt u van social media als communicatiemiddel?

Respondent

Een eenvoudig medium voor het delen van informatie tussen vrienden, kennissen en collega's, maar het is ook een soort verplichting die mensen aangaan. Dat is ook een gevaar.

Interviewer

In welke zin is het een gevaar?

Respondent

Een gevaar in de zin van dat het je leven kan maken en breken, ook je zakelijke carrière. Als je zaken erop gaat zetten die nadelig zou kunnen zijn voor anderen, kun je een hele kettingreactie in beweging brengen. Ik vind het ook een heel gevaarlijk medium. De zorgvuldigheid is beperkt: als het er eenmaal

op staat, krijg je het er niet meer van af. Zakelijk gezien is het gevaarlijk. Als voorbeeld: je hebt een LinkedIn of Facebookaccount, je bent directeur en je staat een klant toe in je account. Stel je bent aan het stappen met je vrienden en op Facebook staan allemaal mooie foto's van jou in de kroeg. Dat kan voor die klant betekenen dat hij geen zaken meer met jou doet. Dat soort voorbeelden kom je ook echt tegen. Het scheiden van zakelijk en privé is door social media heel moeilijk geworden. Het grootste nadeel van social media is dat het privéleven op straat dreigt te komen liggen en waar jij zakelijk last van kunt hebben.

Interviewer

Bent u zelf actief op social media?

Respondent

Actief wil ik niet zeggen. Ik gebruik het wel.

Interviewer

En welke kanalen dan vooral?

Respondent

LinkedIn en wat ik 'misbruik' is Facebook. Dat account is niet van mezelf, maar van mezelf. Ik vind het wel leuk om te gebruiken. Dus LinkedIn, Facebook, Bosch Connect binnen Bosch Rexroth en WhatsApp. WhatsApp vind ik wel een belangrijk medium.

Interviewer

Wat is de reden dat u Facebook gebruikt?

Respondent

Alleen kijken, op LinkedIn ook. Niet zelf echt bijhouden, maar kijken wat anderen erop zetten.

Interviewer

Niet zelf informatie aan het delen?

Respondent

Nee delen doe ik eigenlijk niet. Op WhatsApp doe je het wel, maar dat is omdat het je vrienden zijn. Facebook is algemener, dan vind ik het lastiger. Bij wie komt de informatie? Voordat je het weet is het een olievlek die zich verspreid door alles en daar heb ik geen zin in.

Interviewer

Heeft u ook Twitter?

Respondent

Nee.

Interviewer

En hoe zit het met Bosch Connect?

Respondent

Bosch Connect is eigenlijk een soort social mediaplatform binnen Bosch Rexroth. Het heeft wel voordelen. Er zit een soort Wikipediafunctie in verwerkt, er zit een forum in verwerkt, er zit een blog in en je kunt met mensen linken en anderen opsporen. Dus je hebt alle verschillende media die we kennen in de normale wereld, zit in Bosch Connect samen. Dat is wel een heel mooi platform, maar je ziet ook dat het actief bijhouden kost heel veel tijd. Het is handig om informatie te verzamelen. Het is nogal tijdrovend.

Interviewer

Is het verplicht om een Bosch Connect-account te hebben?

Respondent

Nee hoor, kun je zelf aan deelnemen. Het is niet verplicht. Ze hebben nu public displays in het bedrijf hangen, daar staat informatie op. Als je meer informatie wil, dan moet je naar Bosch Connect. Je wordt min of meer verplicht om daarop te gaan kijken.

Interviewer

Hoeveel denkt u aan social media te besteden?

Respondent

Als je WhatsApp meetelt, kijk je elke keer wel een paar minuten.

Interviewer

WhatsApp is eigenlijk een berichtendienst.

Respondent

Ja, maar ik denk dat de meeste mensen het als een social medium zien. Ook met groepen deel je informatie. Alles bij elkaar zou ik zeggen tien minuten, en dan is het al veel.

Interviewer

En hoeveel jaar bent u al actief?

Respondent

LinkedIn, het zakelijke, sinds 2009 denk ik. Niet echt actief, ik kijk af en toe.

Interviewer

Maar wel aanwezig dus. Waar gebruikt u elk social mediakanaal voornamelijk voor?

Respondent

Facebook gebruik ik meer voor het lezen wat anderen doen of algemene berichtgeving. Het is dan het account van mijn vrouw, maar daar kijken we dan samen naar. Zelf delen van informatie bijna niet, maar je ziet dus vooral leuke berichtjes uit de privésfeer. Zo zie je bijvoorbeeld dat iemand jarig is.

Interviewer

En liken of reageren?

Respondent

Ik niet, maar mijn vrouw vindt het wel heel erg leuk. Voor mij is het meer een informatiebron van wat er speelt. Ik vind wel dat Facebook een positief effect heeft. Je ziet leuke, maar ook minder leuke gebeurtenissen voorbijkomen. Het heeft wel een voordeel, je krijg makkelijke informatie die je anders niet zou krijgen. En ook is het handig, omdat wij internationaal actief zijn, dat de informatie in het buitenland beschikbaar is. In het buitenland ben je daar meestal in beperkt. Dat zie ik ook als groot voordeel van social media, dat je nog contact hebt met je omgevingen vrienden. Normaal was je maar alleen.

Interviewer

Door social media zijn er dus geen grenzen meer.

Respondent

Nee, dat is niet meer begrensd. Social media is overall. Dat is ook het nadeel, maar ook het voordeel.

Interviewer

Waarvoor gebruikt u LinkedIn voornamelijk?

Respondent

Netwerken, kijken wat mensen doen. Zo heb ik ook ooit een oud-klasgenoot weer teruggevonden. LinkedIn helpt zakelijk gezien wel met het terugvinden van mensen.

Interviewer

Er zit dus zeker wel een sociaal aspect aan dus?

Respondent

Ja, absoluut.

Interviewer

Het dient niet meer alleen als een online cv?

Respondent

Nee, dat denk ik niet nee.

Interviewer

Heeft u een zakelijke telefoon? Zo ja, heeft u daarnaast nog een persoonlijke telefoon?

Respondent

Ik had er eentje naast mijn zakelijke telefoon, maar die gebruik ik niet meer.

Interviewer

Dus u doet nu alles met uw zakelijke telefoon?

Respondent

Ja, alles.

Interviewer

Waaruit bestaan uw online connecties voornamelijk? Zijn dat collega's of ook vrienden?

Respondent

Op Facebook puur vrienden.

Interviewer

Geen collega's als vrienden?

Respondent

Nee. LinkedIn is meer zakelijk, maar ook vrienden soms. WhatsApp is gemixt. Wat ik al zei, WhatsApp vind ik het mooiste medium.

Interviewer

Waarom vindt u het zo'n mooi medium?

Respondent

Korte berichtjes, makkelijk, je kunt groepen bereiken, je kunt foto's delen. In het verleden hadden we heel veel mensen die geen smartphone hadden. Het WhatsApp-medium brengt mensen snel tot elkaar. Als je een probleem hebt, maak je een foto en je stuurt het naar de ander. Er is niets sneller dan dat. Met een fotostel moet je de foto eerst op je laptop zetten en mailen. Nu heb je eigenlijk een live verbinding. Zakelijk gezien, vind ik dat het meest vooruitstrevende medium. Ook privé geldt dat. Ik ben voetbaltrainer en ik heb een WhatsApp-groep met de jongens. Daarmee deel je heel makkelijk informatie. Zij zijn niet anders gewend, zij kunnen niet zonder. Je kunt zien of mensen het gelezen hebben, dus je krijg ook een bevestiging. Facebook enz. is leuk voor lange termijn informatie, maar WhatsApp gaat er echt over dat je nu iets wil delen met iemand. Je wil het liefst dat iemand dan even kijkt en reageert. Dat is denk ik veel krachtiger. Nadeel van e-mail is dan ook dat het lange berichten zijn en je kunt niet zien of iemand het wel of niet heeft gelezen.

Interviewer

U heeft dus verschillende social media-accounts, voor zowel zakelijk als privé. Maakt u ook

onderscheid tussen uw zakelijke en persoonlijke identiteit of communicatiestijl? Of loopt het ook nog weleens door elkaar?

Respondent

Je maakt onderscheid, laat ik dat vooropstellen. Ook zakelijk maak je dat onderscheid tussen de mensen. Er zijn sommige zakelijke mensen waarmee ik omga zoals ik dat ook privé zou doen. De mensen uit mijn clubje zouden ook vrienden kunnen zijn, daar ga je ook zo mee om. Daar deel je ook privéinformatie mee. Maar met andere zakelijke relaties, zoals klanten, doe je dat niet. Je maakt wel degelijk verschil tussen de mensen met wie je deelt. Daar ben ik wel bewust mee bezig. Daarom moet je ook altijd oppassen. Als je iets verstuurd hebt, dan is het ook verstuurd. Je kunt het niet terughalen. Bewustwording daarvan vind ik wel belangrijk.

Interviewer

U heeft dus wel twee identiteiten die u goed van elkaar kunt onderscheiden?

Respondent

Ik ben bewuster bezig met het delen van informatie over mezelf als mensen mij niet goed kennen. In zijn algemeenheid is het nadeel van social media dan ook dat mensen worden gepest. Ook zakelijk gezien gebeurt dat.

Interviewer

Cyberpesten?

Respondent

Ja, dat is een groot gevaar.

Interviewer

Gebeurt dat op Facebook of ook op WhatsApp?

Respondent

In WhatsApp-groepen. Ik heb de ervaring, vooral in de privésfeer, dat er gepest wordt via WhatsApp. Tot in extreme vormen. Het is heel makkelijk getypt en met een smiley kun je al iemand pesten, als je niet oppast. Dat is echt gevaarlijk. Ook zakelijk zat ik in een WhatsAppgroep met mijn oude afdeling, met een man of tien. Dan kun je iemand als pispaltje aanwijzen en je hebt geen idee hoe die persoon het voelt of hij reageert niet. Uiteindelijk heeft hij het toch gelezen, want je kunt het niet voorkomen dat hij het niet ziet.

Interviewer

Ja, uiteindelijk heeft hij of zij er toch last van.

Respondent

Ja, en indirect merk je dat pas. Als leidinggevend van mijn oude afdeling zat ik ook in die groep. In die groep zat ook de secretaresse. Op social media heeft dat ook ernstige gevolgen aangenomen. Die persoon in kwestie kwam in contact met de zus van deze secretaresse. Dat is ook niet erg. Het was alleen een vriendschappelijk contact. Maar later ontstond er een ongemakkelijk situatie, omdat hij zich ging bemoeien met de privé zaken van onze secretaresse. Wat natuurlijk echt niet kan. Dat vind ik dan ook echt een nadeel van social media. Je moet zo bewust zijn van wat je ermee doet.

Interviewer

Dus daar was die grens dus niet zo duidelijk?

Respondent

Die was overschreden. Ik heb uiteindelijk gesprekken met die mensen gevoerd om die grenzen te stellen. Het kan gewoon niet.

Interviewer

Social media maken het dus zeker wel lastiger om die grens te bewaken?

Respondent

De grens verdwijnt. De grenzen vervagen tussen zakelijk en privé, maar ook tussen collega's.

Interviewer

Welke voordelen kan het voor u als professional hebben?

Respondent

Het is snel, je kunt snel en makkelijk informatie delen met vrienden. Je kunt makkelijk in contact komen, want iedereen is druk. Je kunt iemand een berichtje sturen of een foto, van nou: "Hoe gaat het met je?" Je bent beter met elkaar verbonden. Het bellen of opzoeken gaat niet altijd, want dat is hoogdrempelig. Een WhatsAppje sturen om iemand te feliciteren, is een kleine moeite. Dat is het mooie, je kunt relatief eenvoudig informatie delen. Het grote voordeel van social media is dat je zelf bepaalt wanneer je het leest of niet. Als ik iemand bel, bepaalt dat op dat moment of jij tijd hebt, daar kun je niet omheen.

Interviewer

Het is minder dringend?

Respondent

Nou, mensen verwachten wel van je dat je reageert.

Interviewer

Geeft dat druk?

Respondent

Als je niet oppast, kom je in zo'n oneindige spiraal terecht van reacties. Soms blijft het maar doorgaan.

Interviewer

Is het ook een van de nadelen dat het tijd kost?

Respondent

Als je je niet bewust bent, kun je er de hele dag mee bezig zijn.

Interviewer

Vindt u dat er nog meer nadelen aan social media zitten?

Respondent

Een belangrijk nadeel is dat er belangrijke dingen op social media worden gezet die misschien wel emoties oproepen. Het kan ook zijn dat het voor je carrière later nog gevolgen kan hebben en zelfs dat het privéproblemen oplevert. De informatie op social media is soms misleidend. Ook al is er niets aan de hand, soms moet je het dan ongewild uit gaan leggen.

Interviewer

Maakt u zich weleens druk om uw privacy op social media?

Respondent

Privacy is ver te zoeken op social media.

Interviewer

Bent u er ooit bewust mee bezig geweest om uw gegevens beter te beschermen?

Respondent

Nee, omdat ik het er niet op zet. Ik zeg altijd: "Ga niet op Facebook zetten wanneer je op vakantie bent." Iemand die je huis leeg wil halen, leest dat ook.

Interviewer

Heeft u ook uw profiel afgeschermd of andere instellingen veranderd?

Respondent

Op Facebook is mijn profiel alleen voor vrienden toegankelijk. Dus alleen maar op uitnodiging kun je kijken. Het nadeel van Facebook is dat ze deze voorwaarden nogal vaak veranderen. Facebook is een gemene daarin. Ik moet de instellingen regelmatig opnieuw bekijken. Ik ben bewust van het delen van informatie en met de mensen die het mogen zien.

Interviewer

Wat vindt u wel of niet geschikt om op social media te delen?

Respondent

Zakelijk en relationeel gezien vind ik de grens liggen bij het delen van informatie over mijn kinderen. Dat deel ik niet. Kinderen vragen daar niet om. Mensen delen heel veel over hun kinderen, maar beseft dat kinderen misschien wel gepest worden. Dat geldt voor collega's ook. Het delen van foto's is leuk, maar wees bewust. Deel veel en ben open, maar sommige dingen hou je privé.

Interviewer

Het mag wel persoonlijk zijn, maar niet verdreven.

Respondent

Ja, het mag wel een persoonlijk tintje hebben. Het hoeft niet alleen zakelijk te zijn, maar niet dat het ten koste van iets gaat. Eenmaal erop gaat het er niet meer vanaf. Dat is denk ik de belangrijkste valkuil.

Interviewer

Wat zou social media voor voordelen met zich mee kunnen brengen voor de organisatie?

Respondent

Ik denk dat je klanten direct kunt benaderen, meer en structureel. Je kunt structureel nieuwsbrieven naar klanten versturen en hen op de hoogte houden van nieuwe ontwikkelingen. Dat biedt veel mogelijkheden. Je maakt het ook voor klanten wat laagdrempeliger. Ze kunnen je makkelijker bereiken. Het nadeel is dat de klanten ook een bepaalde verwachting van je krijgen. Het werkt wel twee kanten op. Een internetpagina is leuk, maar dan moeten mensen het adres ook weten. Op Facebook verspreidt informatie zich heel sneller, net als een olievlek. Als een klant op jouw pagina zit en die deelt jouw informatie, dan zien zijn klanten dat ook weer. Dat verspreidt zich automatisch, zonder dat je daar iets voor doet. Je hebt een heel goedkoop medium voor reclame.

Interviewer

Dus meer de marketingkant? Is daar voor Bosch Rexroth nog veel te winnen?

Respondent

Ja, we hebben wel Bosch Connect, maar naar buiten toe gebruiken wij nagenoeg geen social media. Richting klanten wordt het niet gebruikt. Bij mij niet bekend in ieder geval. Dus intern is het er wel, extern gaat alles via de websites. Ik denk dat dat vooral vanuit de Bosch-filosofie komt, het risico van de beveiliging van de informatie. Social media is een open platform, iedereen kan het lezen. Dus data technisch is de protectie heel erg moeilijk. Websites zijn ook publiekelijk, maar is beter beschermd. Social media kun je niet beschermen.

Interviewer

Bent u tijdens werk nog weleens bezig met social media?

Respondent

Ja, soms wel. Bosch Connect dan intern. Voor het werk haal ik er wel veel gegevens af. Daar wordt heel veel data gedeeld en je stelt vragen op fora. Geen Facebook-achtige zaken, wel WhatsApp.

Interviewer

Is het een afleiding van het werk?

Respondent

In de beginfase wel. Nu is het niet meer nieuw, dus nu niet meer. Je moet ermee om leren gaan. Zet de meldingen ook weleens uit. Je hoeft niet altijd te kijken of er iets is.

Interviewer

Kan het ook verslavend werken?

Respondent

Nou ja, in je privétijd kun je de hele avond met je iPad zitten. Dan zal het best wel verslavend zijn. Zakelijk gezien moet je dat wel voorkomen. Maar bij anderen zie je het wel ontstaan en dat ze het niet goed kunnen scheiden. Bij veel mensen krijg je bij elk appje meteen antwoord.

Interviewer

Bent u op de hoogte of Boschregels of gedragsrichtlijnen stelt over het social mediagebruik van werknemers?

Respondent

Ja.

Interviewer

Zou u regels kunnen noemen?

Respondent

Sowieso met social media in het algemeen geldt dat je geen bedrijfsinformatie mag delen.

Interviewer

Dat is duidelijk gecommuniceerd?

Respondent

Ja, dat is heel duidelijk. In het bedrijfsregelement wordt dat genoemd. Ze kunnen social media niet verbieden, maar zakelijke informatie mag op social media niet worden gedeeld. Het is al eens voorgekomen dat iemand van Bosch, niet in Nederland, een foto deelde in een fabriek van een product dat hij gemaakt had. Deze foto deelde hij op Facebook. Deze beste persoon is daarna ontslagen, want achter hem zijn ze bezig met een product dat nog strikt geheim was. Dat is hetzelfde als dat je een foto van de nieuwste iPad per ongeluk deelt. De algemene gedragsregel is dat je geen bedrijfsinformatie deelt. Je zit ook met de in- en exportwetgeving. Het is ook weleens moeilijk. Vroeger kwamen we weleens op militaire marineschepen. Daar maak je ook foto's, want eigenlijk is dat leuke info om te delen met je vrienden. Maar formeel maak je dan een foto van een militair object in bijvoorbeeld China en dan zet je dat op een Facebookpagina in Nederland. Daar moet je mee oppassen. Mensen zijn zich niet bewust hiervan.

Interviewer

Ook niet van deze richtlijnen?

Respondent

De meeste mensen zullen niet van deze richtlijnen weten of kunnen vinden.

Interviewer

Heeft u de richtlijnen weleens bestudeerd of weet u waar u deze kunt vinden?

Respondent

Nou, ik weet van die regel, omdat ik zelf werkzaam ben in de ondernemingsraad waarin je de bedrijfsreglementen samen mee opstelt. Daarnaast heb ik ook bij de *data security* gezeten. Als je nieuw bent, krijg je een soort training over hoe je omgaat met bedrijfsinformatie.

Interviewer

Dus er is wel een voorlichting daarover?

Respondent

Dat is verplicht. Elke werknemer moet verplicht een training over datasecurity volgen over de informatie die beschikbaar is en die je niet mag delen. Daar gaat het ook over social media, dat dat niet mag.

Interviewer

Wordt dit verder nog opgevolgd? Wordt er later ook nog over gesproken?

Respondent

Het is de taak van de organisatie om in de gaten te houden of mensen die training hebben gevolgd. Alleen als ik deze tien jaar geleden heb gehad en de wereld is compleet veranderd, krijg ik de training dan nu nog eens? Toen ik hier nog mee bezig was, was het genoeg als de persoon de training ooit heeft gehad. Hij of zij zou het dan moeten weten.

Interviewer

Aangezien social media zo snel verandert, is het misschien wel nodig om het even te *refreshen*.

Respondent

Liever niet, haha. Maar het zou wel moeten ja.

Interviewer

In welke mate denkt u dat de werknemers hier deze richtlijnen naleven?

Respondent

We zien het veel ja.

Interviewer

Dat ze op social media zitten of de mate waarin ze informatie delen?

Respondent

Het zijn de foto's die het problematisch maken. Het zijn soms zelf profielfoto's van mensen. Dus ja, het gebeurt. Het is bijna niet te handhaven. Alles is tegenwoordig op internet te vinden, je houdt niets meer geheim. Je kunt er bang voor zijn, maar je kunt het ook gebruiken. Voorkomen kunnen we niet meer, maar gebruik het dan op de juiste manier.

Interviewer

Is een social mediabeleid noodzakelijk voor een organisatie als Bosch Rexroth?

Respondent

Ja. Ik denk dat Bosch het wel goed doet wat betreft de *awareness*-training. Het geeft aan wat de gevolgen kunnen zijn. Je kunt wel regels maken, maar met alleen regels kom je er niet. Mensen moeten begrijpen waarom deze regels noodzakelijk zijn. Het is meer *awareness* in plaats van regels invoeren. Gebruik gewoon je gezond verstand, zeggen we weleens. Dan kun je iets voorkomen. Je moet ze eigenlijk behandelen als kleine kinderen: als ze snappen waarom iets is, dan zullen ze het wel doen. Als ze alleen de regels horen, zullen ze het juist niet doen.

Interviewer

Het gaat dus meer om de follow-up van de regels dan om het bestand met de regels zelf?

### Respondent

Het bestand met regels brengt niks. Als ik de regels niet lees, niet snap of er niet mee eens ben, dan ga ik ze niet opvolgen. Het gaat meer om het ‘waarom’. Waarom zou ik het niet moeten doen? Dat heeft Bosch met de datasecuritytraining wel goed gedaan.

### Interviewer

Wat zou er nog beter kunnen wat betreft deze regelgeving?

### Respondent

Niet zo bang zijn. We hebben een smartphone-beleid wat niet goed is. Het was moeilijk om smartphones te regelen. Maar als je er één hebt, zie je meteen de voordelen. Eigenlijk kun je er beter iedereen een geven, want dan worden er allemaal zakelijke telefoons gebruikt voor het delen van informatie. Ik deel nu informatie met mensen die privételefoons hebben. Dan heb je er als bedrijf min of meer geen controle over. Je weet niet waar de informatie daarna naartoe gaat. Dat is al een risico die je loopt. Maar daar staat niemand ooit bij stil, omdat het nooit is uitgelegd of verteld.

### Interviewer

Dus waarom moet iedereen per se een smartphone hebben?

### Respondent

Zodat mensen zelf kunnen bepalen wanneer ze het berichtje lezen. Het is ook makkelijker om informatie te delen. Sms was drie keer niks. E-mail kan wel, maar alleen tijdens werk. Dus je bent genoodzaakt om iemand te bellen. Dan val je iemand direct lastig en soms heeft diegene geen tijd. Dat vind ik de kracht van social media.

### Interviewer

Is het bevorderlijk voor de samenwerking?

### Respondent

Nou ja, het kan ook storend werken. Ik vind het heel vervelend dat de telefoon altijd op tafel ligt en dat iedereen continu de telefoon in de gaten houdt. Privé telefoons mag je hier maar beperkt gebruiken, daar kun je zelfs op aan worden gesproken. Het is een sociaal medium, maar het is ook een asociaal medium.

### Interviewer

Oké, duidelijk. Dan zijn we er doorheen. Bedankt voor uw medewerking.

### Respondent

Graag gedaan.

## Interview 7

Naam interviewer	Charlotte Swagten
Omschrijving opname	Interview
Tijdsduur	26:05 minuten
Bestandsnaam	Interview 007
Soort transcriptie	Woordelijke transcriptie
Datum van opname	24-06-2016
Respondentnummer	7
Leeftijd respondent	48
Opleidingsniveau	MBO
Afdeling	Secretariaat
Geslacht	Vrouw

Interviewer

Even een algemene vraag om te beginnen: hoe ziet u social media als communicatiemiddel?

Respondent

Als een hippe vorm van communicatie. Ik zie het vooral voor de volgende generatie, maar soms is het handig om op die manier met elkaar in contact te zijn.

Interviewer

Dus vooral de snelle communicatie?

Respondent

Ja.

Interviewer

Bent u zelf actief op social media?

Respondent

Ja.

Interviewer

Mag ik weten welke middelen?

Respondent

Ja, natuurlijk. Ik heb een Facebook-account en WhatsApp. Ik heb een Twitter-account, maar daar doe ik niet zoveel mee. Op LinkedIn ben ik actief. Ik probeer het op LinkedIn wel zakelijk te houden en Facebook privé voor mijn vrienden en familie. LinkedIn is om je netwerk op te bouwen. Dat is het eigenlijk. Voor Bosch Rexroth heb ik Bosch Connect.

Interviewer

Hoeveel denkt u dat u er per dag mee bezig bent?

Respondent

Te veel.

Interviewer

Kunt u inschatten hoeveel uur?

Respondent

Ik check het dagelijks. Soms heb je de tijd niet meer in de gaten en zit je er een uur op. Dat vind ik dan eigenlijk alweer jammer. Ik lees ook de krant op Facebook, via de feed die ik krijg van RTLnieuws. Dat vind ik dan wel belangrijk en dat kun je doen wanneer je wil.

Interviewer

Hoeveel jaar bent u al actief op social media.

Respondent

Ik denk dat dat na Hyves is gebeurd. Hyves wilde ik niet, want ik dacht dat het verslavingsgevoelig zou zijn. Daarna is het eigenlijk begonnen.

Interviewer

Dus dat zal rond 2009 zijn geweest als ik zo mag schatten?

Respondent

Ik heb geen idee, ik denk het wel.

Interviewer

Waarvoor gebruikt u het vooral? Is het vooral persoonlijk of zakelijk?

Respondent

Ik ben alleenstaand, ik heb wel twee kinderen, dus social media geeft mij wel een link naar de buitenwereld.

Interviewer

Dus echt contact zoeken met mensen en het onderhouden van die contacten?

Respondent

Ja en dingen mee krijgen van familie die in Australië woont.

Interviewer

Dat is wel makkelijk ja. Gebruikt u LinkedIn alleen zakelijk?

Respondent

Ja.

Interviewer

Wat doet u daar vooral mee?

Respondent

Daar post ik zelf weleens wat op waarvan ik denk dat het goed is als mijn netwerk ziet dat ik daarmee bezig ben. Dat kan gewoon een quote zijn van Johan Cruyff toen hij overleden was of een quote van Michael Jordan, want ik ben zelf een sportmens. Ik vind dat in sport en zaken veel overlap zit. Op die manier profileer ik mij daar. Ik deel vacatures van mensen uit mijn netwerk waarvan ik denk dat ik die mensen nodig blijf hebben.

Interviewer

Dus om te netwerken, maar ook om interesses te delen?

Respondent

Ja. En wat betreft Facebook deel ik privédingen. Ik had afgelopen week een rondvlucht gedaan die ik had gewonnen. Dan post ik die foto's erop en dan zet ik erbij hoe het was.

Interviewer

Dus dat is de plaats voor het delen van informatie met familie en vrienden?

Respondent

Ja.

Interviewer

Oké, dus je deelt zelf informatie, maar reageert ook op andere door te liken of reageren.

Respondent

Iedereen mag zelf weten wat ze doen, maar ik vind het gek als je Facebook hebt en je kijkt er alleen maar op.

Interviewer

Het is natuurlijk bedoeld om informatie te delen.

Respondent

Ja.

Interviewer

Heeft u een zakelijke telefoon?

Respondent

Nee.

Interviewer

Gebruikt u uw telefoon om zakelijk te bellen?

Respondent

Om zakelijk mee te WhatsAppen.

Interviewer

Dat kan ook.

Respondent

Als ik iemand nodig heb, dan stuur ik korte berichtjes. Dat vind ik sneller dan mailen of wat dan ook.

Interviewer

Waaruit bestaan de online connecties voornamelijk. Zijn dat vrienden en familie of zitten daar ook wel collega's bij?

Respondent

Daar zitten ook wel collega's tussen.

Interviewer

Ook leidinggevenden?

Respondent

Nee.

Interviewer

En op LinkedIn? Collega's voornamelijk?

Respondent

Mijn hele zakelijke netwerk.

Interviewer

In hoeverre maak je onderscheid tussen de persoonlijke identiteit en de zakelijke identiteit?

Respondent

Toevallig heb ik nu op beide kanalen dezelfde profielfoto, maar eerst had ik een hele zakelijke profielfoto.

Interviewer

Op LinkedIn?

Respondent

Ja, op LinkedIn. Heb daar ook een fotoshoot voor gehad. Op Facebook kan het allemaal net wat luchtiger en platter.

Interviewer

Maar bent u bewust op de manier waarop u op beide kanalen communiceert?

Respondent

Jazeker wel. Ik heb een reputatie hoog te houden.

Interviewer

Dus er zijn wel bewuste communicatieverschillen?

Respondent

Ja.

Interviewer

Welke voordelen kunnen social media voor u als medewerker met zich meebrengen?

Respondent

Ik heb het weleens aangedragen hier, want hier wordt eigenlijk te weinig gebruik gemaakt van social media. Er wordt wel namens Bosch Rexroth dingen gepost, maar ik vind dat als je bijvoorbeeld naar een beurs gaat dat je dan kan melden als je als salesmanager: “Komende week ben ik op die beurs en ik sta op die booth en we hebben dit en dat laten zien.” Als je vanuit productmanagement wat nieuws hebt te melden, dan zou ik dat ook belangrijk vinden dat je allemaal dezelfde boodschap post, met allemaal dezelfde *white paper* eraan. Dan maak je indruk.

Interviewer

Verder nog voordelen voor jezelf en niet per se voor de organisatie?

Respondent

Ja, de mensen die je volgt dan, waar je wat van kunt leren.

Interviewer

Welke nadelen kan het hebben voor jezelf als medewerker?

Respondent

Ik denk dat als je even niet nadenkt over wat je doet op LinkedIn, dat het nadelig kan zijn, omdat er in je connecties mensen meekijken met de dingen die je post. Mijn leidinggevenden behoren ook tot mijn connecties en als ik dan net even iets post wat niet goed valt bij *corporate*...

Interviewer

Dus dat u gecontroleerd wordt?

Respondent

Ja, ik zie bijvoorbeeld bij connecties van mij, die posten soms dingen, die schoppen met die quotes tegen het management aan. Dan denk ik: “Ja, dat kan je beter niet doen. Het kan zijn dat je het met management niet eens bent, maar dan heb je ballen als je met het management aan tafel gaat en het dan met ze bespreekt dan wanneer je ze telkens een prikje geeft op een openbare social mediasite. Dat vind ik niet chique.

Interviewer

Neemt het veel tijd in beslag op het werk?

Respondent

Ja, daar ben ik geen voorstander van. Ik kijk ook weleens op mijn telefoon privé. Mijn LinkedIn zit gewoon op mijn computer, ook op mijn telefoon. Maar dat is zakelijk, dus dat mag ik gewoon onder werktijd even kijken. Ik gebruik het ook om mensen te traceren die ik moet zoeken en die uitgenodigd moeten worden voor beurzen bijvoorbeeld. Dan vind ik het niet erg als je kijkt, maar het moet niet de overhand gaan nemen.

Interviewer

Zijn er ook risico's wat betreft privacy?

Respondent

Aan de ene kant vind ik het wel dat als je op LinkedIn zet dat je volgende week op een beurs bent en dergelijke, dat het een risico kan zijn voor het gezin van diegene die reist. Dan kunnen ze denken: hé die is weg. Daar kunnen allerlei gevaren achter zitten. Mijn privacy-instellingen op mijn Facebook staan erg strak.

Interviewer

Heeft u daar bewust naar gekeken?

Respondent

Ja.

Interviewer

Is uw profiel afgeschermd?

Respondent

Ja. Alleen mijn vrienden kunnen mijn posts zien op mijn tijdlijn. Soms pas ik dat dan even aan naar openbaar als ik vind dat het wel gezien mag worden. Mijn kinderen zet ik er wel op, maar dan heb ik het wel over mijn oudste en mijn jongste kind en niet bij naam.

Interviewer

U gaat dus heel bewust met die persoonlijke gegevens om?

Respondent

Ja. Dan kun je nog weleens een *slip of the tongue* hebben, maar ja.

Interviewer

Waar ligt de scheidingslijn voor wat wel en niet te delen is op social media?

Respondent

Ik laat mij op Facebook sowieso niet negatief uit. Bijvoorbeeld bij die rondvlucht, daar was de landing tot drie keer toe niet goed gegaan. Ik had een win-actie, dus dat zet ik niet op Facebook. Daar hou ik rekening mee met diegene van wie ik het gehad heb, dat hij ook goed in de pers komt.

Interviewer

Veel mensen beginnen over het posten van foto's dat ze in de kroeg staan.

Respondent

Nou, dat doe ik niet. Aan de ene kant wel, ik ben wel op vakantie geweest met mijn kinderen. Daar had ik een koffie met likeur 43 gedronken. Dat heb ik er wel opgezet, omdat ik dat drankje superlekker vond. Ik heb dat zelfs gedronken voor dat het elf uur was, haha. Aan de andere kant, nee ik ga niet feestend of in mijn stapoutfit op social media staan. Liever zet ik er helemaal geen foto's van mezelf op, ik vind het meestal niet om aan te zien. Maar dat heeft iedereen over zichzelf.

Interviewer

Wat zijn de voordelen puur vanuit het bedrijf gezien?

Respondent

Nou zitten wij wel in een markt die van business to business gaat, daar gaat het weer anders dan bij business-to-consumer. Dan kun je het publiek sneller en makkelijker bereiken. We hebben wel een Facebookpagina. Als er innovaties zijn, moet je dat zo snel mogelijk delen. Je *unique selling points* moet je wel een beetje sexy maken en zo snel mogelijk bij je klant hebben liggen. We houden wel bij hoeveel onze pagina's bezocht worden en wat mensen interessant vinden. Dit kun je wel beïnvloeden door meer te posten, dan kom je ook weer hoger in de ranking.

Interviewer

Welke gevaren kan het met zich meebrengen voor het bedrijf?

Respondent

Dat je je focus verliest, waar het eigenlijk allemaal om draait.

Interviewer

Te veel bezig zijn met social media?

Respondent

Ja.

Interviewer

Nog andere gevaren?

Respondent

Je kan verkeerd in de pers komen. Je kan een foute post plaatsen die goed bedoeld is, maar uiteindelijk vervelend uitpakt.

Interviewer

Zitten mensen veel op social media op het werk?

Respondent

Nou ik vind eigenlijk dat daar criteria of een beleid voor moet zijn.

Interviewer

Want dat wordt nu nog niet gecommuniceerd?

Respondent

Nee.

Interviewer

Is er een beleid?

Respondent

Nou, er is wel een beleid, een handboek zeg maar, een bedrijfsreglement. Daarin wordt het niet verboden.

Interviewer

Zou u regels kunnen noemen?

Respondent

Nou dan zou ik het terug moeten kijken. Er staan een aantal regels in, maar Bosch Rexroth stuurt op output, dat je output levert, maar dan zijn zij tevreden. Of je nou tijd besteedt om privé dingen te doen.

Interviewer

Maar dat gaat puur om tijd, maar ook over de inhoud wat mensen online zetten?

Respondent

Nou, ik vraag me af als ik een foto post dat ik naar werk ga met een foto van mezelf bij Bosch Rexroth, dan weet ik niet of dat gewenst is en of dat ook is wat je wil.

Interviewer

Is er onduidelijkheid over wat wel en niet mag?

Respondent

Ik denk dat dat vooral bij mijzelf de vraag is. Daar wordt niet over gesproken. *Big Brother* kan dat ook niet monitoren hè. Het is zo'n wirwar, al die nullen en eentjes die van en naar de satelliet gaan. Hoeveel mensen er WhatsAppen en wat daar al niet allemaal in besproken wordt.

Interviewer

Worden er richtlijnen regelmatig aangehaald over wat wel en niet gepast is?

Respondent

Nee, met de introductie van Bosch Connect heb ik gevraagd: "Wat is hier nou eigenlijk de bedoeling

van? Hebben we hier nog gedragsregels?” Dat vonden ze wel lastig, dat ik dat vroeg. Daar was niet over nagedacht. Gaandeweg komen er wel regels.

Interviewer

Is het noodzakelijk om regels vast te leggen hierover?

Respondent

We zijn hier ongeveer met 750 mensen op deze campus. We hebben ook een rood pad bij de fabriek waar je mag lopen zonder veiligheidsschoenen. Buiten die paden mag je niet komen, dat is heel duidelijk. Dat is natuurlijk visueel heel duidelijk. Deze taalslag zou je eigenlijk ook in de virtuele wereld moeten maken. Je kan het nooit voorkomen allemaal, maar je kan wel zeggen: “Dit zijn onze Bosch-waarden en wij willen graag dat je daarna leeft.” Daar kunnen ze natuurlijk altijd naar refereren als er iets fout gaat.

Interviewer

Dus er zijn wel regels, maar de communicatie erover kan beter?

Respondent

Ja, er is geen link naar social media of over hoe je je gedraagt op de werkvloer. Het is wel een bedrijfsreglement van Bosch Rexroth. Dan hebben we ook nog *Our Way*, dat is hoe de communicatie binnen Rexroth loopt. Maar dat moet allemaal nog vorm krijgen. We zijn van natuurlijk ook van niks gewend naar dit gegaan. Mijn kinderen weten niet anders en weten hoe ze zich moeten gedragen in een WhatsApp-groep en in het echt.

Interviewer

Begrijpelijk, ja. We zijn door alle vragen heen. Ik wil u bedanken voor uw medewerking.

Respondent

Graag gedaan.

## Interview 8

Naam interviewer	Charlotte Swagten
Omschrijving opname	Interview
Tijdsduur	16:33 minuten
Bestandsnaam	Interview 008
Soort transcriptie	Woordelijke transcriptie
Datum van opname	24-06-2016
Respondentnummer	8
Leeftijd respondent	25
Opleidingsniveau	HBO
Afdeling	Sales
Geslacht	Man

Interviewer

Wat vindt u van social media als communicatiemiddel?

Respondent

Privé denk ik dan vooral aan het nutteloos tijd besteden met te veel *self exposure*. Het is te positief en met een te laag waarheidsgehalte. Daaruit kun je al opmaken dat ik het wel heb maar niet gebruik en dat ik er daarom ook iets minder in zie. Twitter gebruik ik alleen om het nieuws te lezen, om alle kranten een beetje door te bladeren. Facebook gebruik ik om de *basic* dingen te zien, maar daar ben ik ook niet kapot van. Instagram ben ik mee gestopt, dat voegde weinig toe. Al die plaatjes kom je op de andere social media ook al tegen. En Snapchat doe ik niet aan mee, LinkedIn wel.

Interviewer

Dus bent u wel zeker actief op meerdere kanalen.

Respondent

Ja.

Interviewer

Gebruikt u ook Bosch Connect?

Respondent

Ja, maar niet actief. Dat staat nog in de kinderschoenen. Er gebeurt nog nauwelijks iets en het zijn vaak dezelfde mensen die er iets op zetten. Ze proberen je er wel toe te dwingen, tegen het forcerende aan, vanwege de publicatieborden die we hier hebben. Dan zetten ze daar iets voor de helft op met een link naar Bosch Connect, dan moet je het op de computer alsnog op zoeken. Als ik achter de computer zit, moet ik gewoon andere dingen doen, dan moet ik eigenlijk niet de tijd hebben om op mijn gemak Bosch Connect te kunnen bekijken.

Interviewer

Dus het kost wel veel tijd?

Respondent

Zo lang het zakelijk niets toevoegt wel.

Interviewer

Hoeveel tijd denkt u er per dag aan social media te besteden?

Respondent

Alles bij elkaar toch wel een uurtje.

Interviewer

Hoeveel jaar bent u al actief?

Respondent

Als je vanaf Hyves kijkt, dus zeker wel een jaartje of tien/elf.

Interviewer

Waarvoor gebruikt u het voornamelijk?

Respondent

Ik gebruik het zowel privé als zakelijk om nieuws en trends te volgen.

Interviewer

Verschilt het ook nog per kanaal hoe u het gebruikt?

Respondent

LinkedIn voornamelijk zakelijk, Twitter alleen om alle kranten op een rijtje te hebben.

Interviewer

Twitter is voor u dus een informatiebron?

Respondent

Ja, kun je makkelijk door de headlines scrollen. Facebook natuurlijk voor privé zaken.

Interviewer

Bent u zelf ook actief in het delen?

Respondent

Nee, soms. Het moet wel iets toevoegen.

Interviewer

Doet u dat puur voor amusement of met een andere reden?

Respondent

Ik denk dat het een gewoonte is geworden. Het heeft niks meer te maken met het doel van social media. Het is echt tijdverdrijf geworden.

Interviewer

Gebruikt u LinkedIn om uw netwerk te onderhouden?

Respondent

Nou, nee niet zo zeer. Ik probeer het wel uit te bouwen met connecties waar je normaal contact mee hebt om het contact te onderhouden. Maar ik doe dat liever nog via de telefoon of door ze te bezoeken. Daar ligt voor mij nog wel de meerwaarde in, in plaats van een vinkje op social media.

Interviewer

Waar bestaan uw online connecties voornamelijk uit? Heeft u bijvoorbeeld collega's op Facebook?

Respondent

Beperkt aantal collega's, niet iedereen.

Interviewer

En op LinkedIn ook familie en vrienden?

Respondent

Ook, ja. En op Twitter dan alleen kranten, want ja.. Wie zit er privé nog op Twitter?

Interviewer

Weinig nog denk ik inderdaad.

Respondent

Ik heb het wel een tijdje actief gedaan, voordat Facebook groot werd. Toen ik nog DeeJay was en regelmatig draaide in discotheken, toen Twitterde ik wel actief. Dat is zeker vier jaar geleden.

Interviewer

Maakt u echt onderscheid tussen de zakelijke en persoonlijke identiteit, of loopt dat ook nog weleens door elkaar?

Respondent

Je houdt er wel rekening mee met wat je wel of niet op Facebook wil laten zien. De tijd van de brakke foto's is nu wel vervlogen. Dus alles wat er niet op hoort te staan, is ook niet aanwezig. Wat er op staat, mag een zakenrelatie zien. Laten zien hoe je in het leven staat, verbindt op de een of andere manier. Op basis hiervan gaan mensen een beeld van je creëren, dan moet dat wel iets zijn wat bij jou hoort. Het is niet de bedoeling dat je aan de ene kant altijd in een net pak verschijnt en dat je op een andere foto in een *moshpit* staat bij Yellow Claw.

Interviewer

Bent u bewust bezig met de manier waarop je communiceert op social media?

Respondent

Op LinkedIn post ik vooralsnog niets, dus dan hoef ik niet zo op te letten hoe collega's dat zien.

Interviewer

Welke voordelen kunnen social media met zich meebrengen?

Respondent

Een snel overzicht van de laatste trends en nieuws.

Interviewer

Oké, verder nog iets wat voordelig is voor u?

Respondent

Nee, het beste vind ik nog steeds een offline bezoekje. Dat geldt ook voor privé.

Interviewer

Zijn er ook nadelen van social media voor u?

Respondent

Er worden te veel dingen nutteloos opgezet. Dat iemand een ijsje zit te eten, moeten daar een x aantal likes tegenover staan?

Interviewer

Kan het zakelijk nadelen hebben?

Respondent

Zakelijk kom je die dingen niet tegen. Zakelijk valt het vooralsnog mee met de nadelen. Soms te veel recruiters op je dak. Wat betreft Bosch Connect is men nog te veel zoekende, waardoor je niet een bepaald level kunt neerzetten met je netwerk dat je wilt opbouwen. Het nadeel is dat je geen echte guideline hebt. Mensen hebben niet voor ogen wat ze er wel of niet mee moeten doen.

Interviewer

Kan het ook een afleiding zijn van het werk?

Respondent

Nee. Dat moet je zelf schakelen, daar ben je zelf verantwoordelijk voor.

Interviewer

U wordt niet afgeleid als u een melding binnen krijgt?

Respondent

Nee, daarom leg ik de telefoon met de display naar beneden. Nergens last van en op je gemak werken.

Interviewer

Houdt u ook rekening met uw privacy?

Respondent

Ik kan me voorstellen dat sommige dat wel doen. Voor mezelf heb ik niet echt gekke dingen gezien die echt anders hadden gemoeten. Een vriend van mij had een vrijgezellenfeest en die vond het niet gepast als die foto's op Facebook kwamen. Daar kan ik me iets bij voorstellen. Maar dat is die scheidingslijn. Mensen gaan je toch opzoeken, dan wil je je Facebook- en LinkedIn enigszins op hetzelfde niveau hebben. Het mag wel persoonlijk zijn, maar dat het niet te gek wordt.

Interviewer

Heeft u er zich in verdiept om uw persoonlijke gegevens beter te beschermen?

Respondent

Ja, soms wel.

Interviewer

Wat is volgens u wel of niet geschikt om op social media te delen?

Respondent

Ja je bent er wel bewust mee bezig met wat je er wel of niet op zet. Gebruik gewoon je gezonde en nuchtere verstand. Wel persoonlijk, maar niet overdreven.

Interviewer

Wat voor voordelen zou het bedrijf eruit kunnen halen als de werknemers op social media zitten?

Respondent

Meer *self-exposure*, maar dan met name op LinkedIn. Op Facebook hebben ze gewoonweg niets te zoeken. Dat is echt voor privé. Zakelijk kan het wel, maar dan is het echt business-to-consumer. Bosch Rexroth zit in een andere sector. Dat is een hele andere tak van sport. Dus meer doen met LinkedIn.

Interviewer

Is het een manier om mensen dan op de hoogte te houden?

Respondent

Ja, mensen die het interesseert, behalve collega's dan. Als bedrijf zijnde kun je ook voeden door berichten erop te zetten die medewerkers kunnen delen en door zijn zakelijke netwerk kan verspreiden. Dat is wat ze er mee zouden kunnen doen.

Interviewer

Welke gevaren brengt het dan met zich mee voor de organisatie?

Respondent

Dat ze minder aan het werk zijn en veel op social media zitten.

Interviewer

Dus echt de productiviteit die in gevaar komt?

Respondent

Exact.

Interviewer

Is er nog iets waar het bedrijf zich zorgen over zou kunnen maken?

Respondent

Dat de een daar meer vatbaar voor is dan de ander. Dat gaat met name over verslavingsgevoeligen. Er zijn mensen die eerst op LinkedIn zitten en dan vervolgens ook even Facebook bekijken en andere social media. Vervolgens ben je toch weer een tijdje bezig.

Interviewer

Ziet u het om u heen veel gebeuren?

Respondent

Ja, niet zakelijk, maar wel privé.

Interviewer

Gebruikt u het tijdens kantooruren?

Respondent

Ja, je kunt het in je pauze een keer doen, maar voor de rest niet op het kantoor.

Interviewer

Zijn er regels of gedragsrichtlijnen opgesteld door Bosch Rexroth wat betreft social media?

Respondent

Geen idee, niet mee bekend.

Interviewer

Is daar ooit iets over gecommuniceerd?

Respondent

Misschien, maar dan is dat lang geleden geweest?

Interviewer

Wordt er door de leidinggevenden wel ooit op geattendeerd?

Respondent

Ja, volgens mij hebben we ooit besproken dat we daar iets voor moesten opzetten. Er is verder geen actie meer ondernomen.

Interviewer

Is het noodzakelijk dat een dergelijk bedrijf een beleid of regels opstelt hierover?

Respondent

Denk het wel.

Interviewer

Is er onduidelijkheid over wat wel en niet mag op social media?

Respondent

Ik denk wel dat het goed is om tips en tricks te geven. Mensen moeten het toch zelf gaan doen en er mag wel een eigen *touch* aan geven. Je wilt wegblijven van het opleggen van regels. Maar goed, als er iets aangegeven wordt, denk ik dat dat wel handig is.

Interviewer

Wat kunnen ze daarin beter doen? Is het geven van voorlichting een idee?

Respondent

Nou, liever niet te veel voorlichting. We krijgen vanuit andere hoeken ook al veel voorlichting.

Interviewer

Hoe zouden ze dan wel meer duidelijkheid kunnen verschaffen?

Respondent

Misschien één keer een goede boodschap op intranet waarin staat over hoe Bosch erover denkt en voel je vrij om er iets mee te doen.

Interviewer

Oké, dan zijn we er doorheen. Ik wil u bedanken voor uw medewerking.

Respondent

Graag gedaan.

## Interview 9

Naam interviewer	Charlotte Swagten
Omschrijving opname	Interview
Tijdsduur	20:53 minuten
Bestandsnaam	Interview 009
Soort transcriptie	Woordelijke transcriptie
Datum van opname	24-06-2016
Respondentnummer	9
Leeftijd respondent	33
Opleidingsniveau	HBO

Afdeling	HR
Geslacht	Vrouw

Interviewer

Even een algemene vraag om te beginnen: hoe ziet u social media als communicatiemiddel?

Respondent

Dan denk ik aan Facebook, aan LinkedIn en Instagram. Ik weet niet of dat officieel onder social media valt. Facebook is meer privé, LinkedIn meer zakelijk, daar doe ik zakelijk ook wel wat dingen mee. Facebook zie ik echt als privé voor mijn vrienden en accepteer ik ook geen collega's. Op LinkedIn natuurlijk wel. We hebben als Bosch Rexroth zijnde vier weken geleden een alumnigroep aangemaakt. We zijn er mee gestart om alle goede, huidige stagiairs en afstudeerders binnen Rexroth te blijven volgen op social media. Mochten we startersvacatures hebben in de toekomst, dan kunnen we die daar posten. Dat scheelt ons uiteindelijk wervingskosten. Wij zijn zelf steeds meer bezig met social media, ook samen met de afdeling marketing. Er zijn ook een hoop regels voor, wat mag wel en wat mag niet. Ken ze niet allemaal uit mijn hoofd hoor. De marketingafdeling weet er wel alle *ins and outs* van. Ook wel leuk om te vertellen trouwens, ik ben verantwoordelijk voor het aannemen van oude studenten binnen ons bedrijf. Tweejaarlijks hebben we ook studenten *insight* middag en dan doen we altijd een opdracht. Ik had alle studenten gegoogeld vooraf. Dat was best een hele klus, maar ook heel leuk om te doen. Alles wat ik van die studenten heb gevonden, heb ik opgeschreven. Toen gingen we in groepjes bij elkaar zitten en las ik voor wat ik gezien heb. Zo had er een student met een bowlingbal in bed gelegen, dan had ik een foto daarvan gevonden op Facebook. Hij kreeg meteen een heel rood hoofd en zei: "Oh, ik schaam me echt kapot!" Het is ook een beetje met als doel om mee te geven wat je er allemaal op zet en wat een bedrijf over je kunt vinden. Ze wisten ook niet dat je dat allemaal zo kon vinden, omdat ze hun account op een bepaalde manier geblokkeerd hadden, zodat niemand iets kan zien. Maar goed, daar moet je dus wel goed naar kijken.

Interviewer

Ja, inderdaad. Bent u zelf actief op social media?

Respondent

Ja, ik heb Facebook, LinkedIn, Instagram. Ben ik actief.. Op Facebook niet zo, daar ben ik meer een volger. Op LinkedIn ben ik wel actiever, maar dat is meer omdat onze recruiters daarop zitten en onze vacatures daarop staan. Ik post er zelf regelmatig stageprofielen op. Daar ben ik wel wat actiever in.

Interviewer

Dat is dan inderdaad logisch vanuit je afdeling. En op Bosch Connect?

Respondent

Op Bosch Connect ben ik ook actief mee. We hebben een eigen pagina daarop, met daaraan gekoppeld een studentenpagina. Dat is een community voor en door studenten. Ik post daar dingen in, maar het is juist de bedoeling dat de mensen elkaar helpen en elkaar kunnen volgen. Er wordt nog weinig gebruik van gemaakt, moet ik zeggen. We hebben die pagina ook nog maar driekwart jaar, maar we gaan het wel meer promoten.

Interviewer

Hoeveel tijd denk je dagelijks kwijt te zijn aan social media?

Respondent

Ik denk zakelijk meer, maar ik werk parttime, drie dagen in de week. Privé check ik elke dag social media. Ook als ik vrij ben, want ik heb gewoon mijn LinkedIn-app aan de telefoon. Deze is ook gekoppeld aan mijn privé-mail en niet aan mijn zakelijke mail. Ik check het iedere dag, maar hoeveel tijd erin zit... Als je alles bij elkaar optelt, misschien wel een half uur/drie kwartier per dag.

Interviewer

Hoeveel jaar bent u al actief op social media?

Respondent

Ik heb Facebook al langer dan LinkedIn. Ik denk zeker wel zes jaar. LinkedIn ook al wel een jaar of vier.

Interviewer

Waarvoor gebruikt u het voornamelijk?

Respondent

LinkedIn vooral zakelijk, maar ik kijk ook als ik weet dat mijn vriendin op zoek is naar een baan. Als ik dan iets voorbij zie komen, stuur ik dat wel naar haar door. Ik gebruik het dus wel zakelijk, maar je hebt ook connecties vanuit je privéleven. Ik hou het wel echt in de gaten.

Interviewer

Vanuit je werk post je dan nog weleens iets, doe je dat privé ook op LinkedIn?

Respondent

Nee, dan eigenlijk niet. Dan kijk ik eigenlijk alleen.

Interviewer

Heeft u een zakelijke telefoon?

Respondent

Nee, geen mobiel. Wel gewoon een vaste lijn.

Interviewer

Dus verder doet u gewoon alles met uw eigen telefoon?

Respondent

Ja.

Interviewer

Net heeft u gezegd dat u op Facebook geen collega's accepteert. Heeft u dat bewust gedaan?

Respondent

Ja, dat heb ik eigenlijk wel bewust gedaan. Ooit heeft een recruiter mij verteld dat zij dat ook niet deed, omdat Facebook privé gebruikt wordt. Je post daarop dat je op vakantie bent en wat je aan het doen bent. Ik vind het niet echt nodig dat mijn collega's dat hoeven te weten. Mijn directe HR-collega's vind ik dan nog minder erg, maar mensen uit de fabriek nodigen me ook weleens uit. Ik vind niet echt dat zij dat hoeven te weten.

Interviewer

Op die verzoeken heeft u bewust nee gezegd?

Respondent

Ja.

Interviewer

En op LinkedIn dan alleen collega's?

Respondent

Nee, daar heb ik wel privé en zakelijk door elkaar.

Interviewer

In hoeverre maakt u onderscheid tussen de zakelijke en de persoonlijke identiteit? Of loopt dat nog weleens door elkaar?

Respondent

Het loopt nog weleens door elkaar, maar dat komt ook omdat Bosch ook op Facebook zit. Ik gebruik Facebook alleen privé, maar ik ben wel lid van die groep. Ik vind het wel interessant om te volgen en het zit alleen op Facebook. Het loopt inderdaad weleens door elkaar, maar het is niet dat ik dingen post over werk op Facebook. Dat doe ik alleen op LinkedIn.

Interviewer

Welke voordelen kunnen social media voor een medewerker hebben?

Respondent

Netwerk, korte lijntjes, elkaar makkelijk weten te vinden. Laatst zag ik een vacature en toen dacht ik meteen: "Hé, dat is iets voor mijn vriendin." Ik heb hen aan elkaar gekoppeld en zij is daar nu ook aangenomen. Als ik niet op LinkedIn had gekeken, had ik niet geweten dat die vacature er was. Dan is het wel heel nuttig, maar ik vind het ook interessant om op de hoogte te blijven van oude klasgenoten die nu werken. Het is ook pure interesse. Er komt van alles op je pad. Soms kan ik mensen linken met elkaar.

Interviewer

Daartegenover staan de nadelen voor een medewerker. Zijn die er

Respondent

Ja, een nadeel in het algemeen is dat iedereen tegenwoordig leeft met zijn telefoon. Het is deels social media, maar ook het bijhouden van de kranten. Ik vind het vervelend als mensen continu erop zitten.

Interviewer

Kan het ook risico's hebben voor het werk?

Respondent

Ja, je moet gewoon uitkijken wat je er wel en niet op zet. Bedrijven weten alles over je te vinden als je het niet blokkeert. Ik heb op Facebook ingesteld dat als iemand mij tagt, dan krijg ik eerst een melding die ik goed moet keuren.

Interviewer

Heeft u ooit nagedacht over de privacy op social media?

Respondent

Ja, er is wel veel over je te vinden. Het ligt natuurlijk ook aan jezelf, hoeveel jij erop zet. Met sollicitatiegesprekken kijk ik ook even op LinkedIn van: "Ken ik hem, wat doet hij, hebben we gemeenschappelijke vrienden of connecties?"

Interviewer

Loopt de persoonlijke reputatie dan misschien gevaar.

Respondent

Ja.

Interviewer

Je onderneemt dus wel handelingen om de persoonlijke gegevens beter te beschermen.

Respondent

Ja, dat heb ik denk ik wel goed ingesteld. Ik google mezelf ook weleens, om te kijken wat ik tegenkom.

Interviewer

Waar ligt volgens u de grens van wat je wel en niet kunt delen op social media?

Respondent

Ik denk dat ik voor mezelf die grens heel goed weet. Sommige mensen kennen die niet. Als voorbeeld hebben we een begin dit jaar een reorganisatie gehad. Sommige mensen zetten dan op social media: “Ja, ik zit erbij, klotebedrijf.” Dat vind ik de grens over gaan. Het komt ook vaak genoeg voor dat iemand zich ziekmeldt op werk en dat hij of zij op Facebook zet dat hij aan het strand ligt in Scheveningen. Ook met locaties inchecken enz., iedereen weet precies waar je bent en geweest bent. Als jij incheckt in Ibiza, hoeft er maar iemand te denken: “Nou, dan breek ik je huis binnen.” Dat zet ik er bijvoorbeeld nooit op. Soms zet ik er achteraf wel een foto op, maar dan ben ik weer thuis.

Interviewer

Wat zouden de voordelen voor Bosch Rexroth kunnen zijn als ze social media gebruiken en toestaan onder medewerkers?

Respondent

Net als wat ik net al zei, het scheelt wervingskosten. Naamsbekendheid. Je opdrachten en producten waar je mee bezig bent, laten zien aan je klanten. Waar je op beurzen en evenementen bent te vinden en dat op die manier te promoten. Ik denk dat je snel veel mensen kunt bereiken.

Interviewer

Wat zouden de risico's voor het bedrijf kunnen zijn?

Respondent

Als er bedrijfsgegevens worden gedeeld die heel erg privé zijn. Dat kan gebeuren.

Interviewer

Merkt u dat er veel social media gebruikt wordt tijdens kantooruren?

Respondent

Daar heb ik niet echt een beeld van. Ik zelf wel, maar ook meer voor mijn werk.

Interviewer

Kan het ook afleidend zijn tijdens het werk?

Respondent

Ja, ik hoor dat wel vaak, vooral met Bosch Connect. Mensen zeggen weleens: “Alsof wij de hele dag tijd hebben voor Bosch Connect.” Maar ja, het is wel het nieuwe middel. Vroeger hadden we prikboards met informatie bij de koffieautomaat, nu hebben we tv-schermen waarop wordt verwezen naar Bosch Connect. Zo dwing je de medewerkers wel om op Bosch Connect te kijken. Daar is nog niet iedereen even blij mee.

Interviewer

In hoeverre zijn er regels gesteld door Bosch over wat wel of niet gepast zou zijn op social media?

Respondent

Dier regels zijn er wel, maar of die op medewerkersniveau bekend zijn, weet ik niet. Toevallig heb ik het er met een collega van marketing over gehad en die zei: “Het is gewoon logisch nadenken.” Dat is natuurlijk deels ook. Ik durf het niet te zeggen. We hebben wel een bedrijfsregelement. Ik zou het eigenlijk even moeten checken, maar ik verwacht daar wel iets in zou staan over het delen van bedrijfs- en privacygegevens. Je tekent ook de arbeidsovereenkomst met geheimhoudingsverklaring, concurrentiebeding en relatiebeding, maar niets specifiek over social media.

Interviewer

Wordt er weleens over gesproken binnen de afdeling over het gedrag op social media?

Respondent

Ik denk het wel, maar binnen onze afdeling niet. Misschien is HR dan ook wel het verkeerde voorbeeld. Ik merk het wel binnen het bedrijf, maar bij ons niet specifiek.

Interviewer

Vindt u het noodzakelijk dat Bosch Rexroth een beleid heeft hierover?

Respondent

Nou, ik denk dat social media wel de toekomst is en daar zouden ze zeker nog wel wat meer aandacht aan mogen geven. Of je het in je arbeidsovereenkomst moet overnemen, vind ik een ander verhaal. Ik vind wel dat we medewerkers daarover bewust moeten maken, misschien zou dat een onderdeel kunnen zijn van het *onboardingsproces* bij nieuwe medewerkers die je aanneemt.

Interviewer

Een soort van training of voorlichting?

Respondent

Ja, of een filmpje met wat wel en niet kan.

Interviewer

Is dat tot nu toe niet gebeurd?

Respondent

We hebben wel *web based trainingen*, dat zijn echt *compliance* trainingen. Er zijn wel trainingen, maar volgens mij zijn die niet altijd verplicht. Ik vind dat in de eerste week iemand wel voorlichting in de vorm van filmpje moet zien hierover. Nu bereiken we niet alle medewerkers.

Interviewer

Oké, dan zijn we er doorheen. Bedankt voor uw medewerking.

Respondent

Graag gedaan.

## Interview 10

Naam interviewer	Charlotte Swagten
Omschrijving opname	Interview
Tijdsduur	14:05 minuten
Bestandsnaam	Interview 010
Soort transcriptie	Woordelijke transcriptie
Datum van opname	24-06-2016
Respondentnummer	10
Leeftijd respondent	37
Opleidingsniveau	MBO
Afdeling	Secretariaat
Geslacht	Vrouw

Interviewer

Wat vindt u van social media?

Respondent

Wat ik uit de omgeving mee krijg is dat men er alles op gooit en het hele leven gedeeld wordt met de buitenwereld.

Interviewer

Bent u actief op social media?

Respondent

Nee, helemaal niet.

Interviewer

Bosch Connect ook niet?

Respondent

Ja, dat wel, maar dat doe ik ook omdat het verzocht wordt. Ik doe er nog alleen nog heel weinig mee.

Interviewer

Leest u weleens informatie op dat medium over projecten bijvoorbeeld?

Respondent

Nog niet, maar ben er wel mee bezig om dat te gaan doen, maar het is nog een beetje zoeken.

Interviewer

Gebruikt u wel WhatsApp?

Respondent

Ja, dat wel.

Interviewer

Neemt dat veel tijd in beslag?

Respondent

Nee, half uurtje per dag denk ik. Vooral om afspraken te maken.

Interviewer

In hoeverre denkt u dat het belangrijk is om de persoonlijke en zakelijke identiteit te scheiden en welke rol speelt social media daarin?

Respondent

Ik denk dat die grenzen gaan vervagen, omdat het niet face-to-face is en omdat je digitaal makkelijker dingen meldt. Ik hoor het ook weleens van anderen. Het is makkelijker om op die manier je te uiten dan in het echte leven.

Interviewer

WhatsApp't u alleen met vrienden of ook wel met collega's?

Respondent

Ook met collega's.

Interviewer

Ook in de vorm van WhatsApp-groepen?

Respondent

Ja, die heb ik ook. Dan wordt het al snel flauwekul, niet alleen maar zakelijk.

Interviewer

Welke problemen kan het opleveren als je zakelijke en privé niet goed scheidt?

Respondent

Ja, dat denk ik wel. Berichtjes kunnen makkelijk op een andere manier opgevat worden dan dat je het zelf had bedoeld. Dat komt ook onder andere door die smileys erachter. Het kan daardoor niet serieus bedoeld zijn of juist wel. Het hangt af van de interpretatie.

Interviewer

Bent u bewust bezig met de manier waarop u zich zakelijk of persoonlijk presenteert?

Respondent

Ja, soms geef ik gewoon geen reactie, dan kan het ook niet verkeerd opgevat worden. Het zijn vooral mannen, maar in die groep zitten twee vrouwen. Mannen en vrouwen pakken dingen toch anders op, soms kan dat een beetje schuin worden. Ik ben wel bewust met wat ik erin zet.

Interviewer

Wat zouden de voordelen van social media voor u kunnen zijn?

Respondent

In Facebook zie sowieso nog niet zo zitten, misschien wel als mijn kinderen wat groter zijn. Dan kan ik makkelijker meekijken of kijken wat er allemaal gebeurt. LinkedIn zou wel handig kunnen zijn voor contacten te vinden en onderhouden.

Interviewer

Waarom heeft u dan wel voor WhatsApp gekozen?

Respondent

Puur als een vervanging van de Sms'jes. Wat dat betreft heb ik een hoop vrienden die ook van de oude stempel zijn. We sturen een berichtje met: "Wanneer spreken we af?" En dan zien we elkaar ook nog echt. Ik hoor ook wel van anderen dat het alleen nog maar via de telefoon. Daarom lopen de kroegen ook leeg.

Interviewer

Wat voor nadelen zitten er voor u aan social media?

Respondent

Het kost volgens mij heel veel tijd. Er komt een hoop voorbij over dingen die je niet interesseren. Er staat te veel op. Het is ook verslavend.

Interviewer

Zou het dan ook risico's mee kunnen nemen voor een werknemer?

Respondent

Mensen kunnen altijd meekijken, ook bij de dingen die niet de bedoeling waren.

Interviewer

Vanuit de organisatie gezien, bedoelt u?

Respondent

Ja.

Interviewer

Heeft u zich ooit verdiept in de handelingen die u kunt ondernemen om de persoonlijke gegevens online beter te beschermen?

Respondent

Nee. Daar heb ik eigenlijk nooit over nagedacht.

Interviewer

Welke voordelen zou een bedrijf als Bosch Rexroth uit social media kunnen halen?

Respondent

Dat vind ik een moeilijke vraag.

Interviewer

Zouden ze daar met de marketing iets mee kunnen bijvoorbeeld?

Respondent

Ja, maar dan zit je wel weer met wat wel en niet mag natuurlijk wat betreft het delen van projecten.

Interviewer

Zou het dan nog een gevaar kunnen zijn voor de organisatie?

Respondent

Dat denk ik wel.

Interviewer

Wat denkt u dat dat teveel zou kunnen brengen?

Respondent

Negatieve publiciteit. Ik weet niet of dat via de sociale media gaat, maar als ik op het schoolplein vertel dat ik hier werk, dan zeggen mensen: "Oh werk jij daar, daar gaat het slecht hè? Daar heb ik al genoeg over gehoord." De buitenwereld weet soms meer dan wij.

Interviewer

Zouden social media een afleiding kunnen vormen op het werk?

Respondent

Ik kan het zelf goed laten liggen, maar ik zie om me heen mensen regelmatig met de telefoon in de handen.

Interviewer

Maar zelf kunt u de telefoon goed aan de kant leggen.

Respondent

Ja. Redelijk goed. Zelf gebruik ik hem tijdens werk wel af en toe. Ik word ook weleens gebeld door school ofzo, maar dan heb ik hem niet gehoord. Dan staat de telefoon op stil en zit hij in mijn tas. Ik ben wat dat betreft het andere uiterste. Daarom leg ik hem bewust op mijn bureau, zodat ik het zie.

Interviewer

Maar dan wordt u waarschijnlijk minder gestoord, als u geen meldingen van social media krijgt.

Respondent

Ja, inderdaad.

Interviewer

Is er een beleid over het social mediagebruik van de medewerkers van Bosch Rexroth?

Respondent

Ja, die is er wel, maar kan de regels zo niet noemen. Dat komt denk ik ook omdat ik het niet gebruik.

Interviewer

Wordt er weleens over gecommuniceerd op de werkvloer?

Respondent

Er wordt weleens aandacht besteed aan het feit dat je niet alles erop mag zetten. Dat hebben we weleens in overleg gehad.

Interviewer

Worden de regels goed nageleefd denkt u?

Respondent

Dat weet ik niet, dat gaat een beetje langs me heen.

Interviewer

Denkt u dat het noodzakelijk is dat er een beleid voor is?

Respondent

Ja, ik denk wel dat dat nodig is.

Interviewer

Waarom denkt u dat?

Respondent

Omdat je er heel makkelijk iets te veel op hebt gezet.

Interviewer

Merkt u dat er onduidelijkheid bestaat over wat wel of niet gepast is?

Respondent

Ik denk steeds minder. Mensen zijn steeds bewuster dat ze op moeten letten.

Interviewer

Is er iets van een training of voorlichting hierover geweest?

Respondent

We hebben in overleg weleens een filmpje te zien gekregen met wat er kan gebeuren als...

Interviewer

Maar de follow-up daarvan ontbreekt?

Respondent

Ja.

Interviewer

Oké, dan zijn we er doorheen. Bedankt voor uw medewerking.

Respondent

Graag gedaan.

## Interview 11

Naam interviewer	Charlotte Swagten
Omschrijving opname	Interview
Tijdsduur	17:38 minuten
Bestandsnaam	Interview 011
Soort transcriptie	Woordelijke transcriptie
Datum van opname	24-06-2016
Respondentnummer	11
Leeftijd respondent	50
Opleidingsniveau	HBO
Afdeling	Engineering
Geslacht	Man

### Interviewer

Wat vindt u van social media in het algemeen?

### Respondent

Dan denk ik aan WhatsApp, LinkedIn, Facebook en allemaal dat soort zaken.

### Interviewer

Weet u ook wat u daar allemaal mee kunt?

### Respondent

WhatsApp gebruik ik dan privé alleen. Wat we hier hebben is Skype, daar kunnen we ook het een en ander mee doen. We zijn er nog niet helemaal achter wat de voordelen zijn en wat we er allemaal mee kunnen.

### Interviewer

Bent u zelf wel actief op social media?

### Respondent

Niet actief. Ik heb wel een LinkedIn-account, maar daar doe ik eigenlijk niet veel mee. Ik heb het weleens aangemaakt en kijk er af en toe op. Heel af en toe als ik iets lees, kijk ik wel wat het is. Voor de rest doe ik er niet zoveel mee.

### Interviewer

U deelt zelf niets op social media?

### Respondent

Nee.

### Interviewer

Gebruikt u naast LinkedIn en WhatsApp nog een ander medium?

### Respondent

Nee voor de rest is het gewoon de oude sms en dergelijke.

### Interviewer

En Bosch Connect?

### Respondent

Daar heb ik al wel wat gedaan. Daar sta ik ook ingeschreven bij verschillende zaken. Het loopt niet, daar gebeurt gewoon niets mee, volgens mij.

Interviewer

Wat houdt het platform in?

Respondent

Het is een platform, waarmee je een hoop dingen mee kunt doen. Alleen dat leeft niet, maar dat leeft niet. Mensen weten het ook niet. Mensen krijgen het voorgeschoteld en moeten het verder maar uitzoeken. Daar hebben we geen tijd voor, want we zijn aan het werk.

Interviewer

Is er behoefte aan begeleiding?

Respondent

Daar zou sowieso begeleiding in moeten komen ja. Als je het vraagt, weten de meeste mensen niet eens wat het is. Het staat wel op het bord en het schiet voorbij bij de koffieautomaat, maar je doet er helemaal niets mee. Maar het kan denk ik wel handig zijn. Als ik bijvoorbeeld een specialist nodig heb, dan moet ik via via erachter komen of we iemand kennen. Als je dat in één keer via zo'n platform paraat hebt, dan is dat veel makkelijker. Dat scheelt oneindig veel tijd, zeker als je het snel nodig hebt. Dan zou je iemand veel sneller kunnen benaderen en dan heb je veel sneller een antwoord dan dat je het nu zelf moet uitzoeken.

Interviewer

Dus er zit wel potentie in?

Respondent

Ja, maar dat komt er niet uit. Daar moet echt begeleiding voor komen en dat ze bijvoorbeeld een dummy-probleem aandragen en dat ze dan vragen om de mensen te zoeken om het probleem op te lossen.

Interviewer

Hoeveel tijd denkt u per dag aan social media te besteden?

Respondent

Op het ogenblik niet veel. Als het tien minuten iedere dag is, dan is het veel.

Interviewer

Hoe lang bent u al actief op social media?

Respondent

Ik heb al meerdere jaren een account op LinkedIn. Het is wel leuk om mensen te zoeken die je uit het oog verloren bent. Het is net Facebook, volgens mij, maar ja het is iets professioneler.

Interviewer

Gebruikt u Facebook dan alleen zakelijk?

Respondent

Behalve WhatsApp, dat doe ik privé. Dat is even kort naar vrienden, maar dat doe ik heel weinig. Als ik daar tien minuten mee bezig ben, dan is het veel.

Interviewer

Communiqueert u ook met collega's via social media?

Respondent

Alleen ex-collega's, mensen die je niet meer ziet. Met collega's zelf, komt niet vaak voor.

Interviewer

U praat niet met mensen over werk via social media?

Respondent

Nee.

Interviewer

Waaruit bestaan uw online connecties voornamelijk?

Respondent

Collega's, oud-collega's en ook wel kennissen. Als je je cv erop zet, word je ook nog benaderd door *headhunters* en dergelijke.

Interviewer

Hoe staat u tegenover de scheidingslijn tussen privé en zakelijk? Loopt dat nog weleens door elkaar of vervaagt?

Respondent

Ik hou het wel strikt gescheiden. LinkedIn gebruik ik alleen zakelijk. Daar doe ik helemaal niets privé mee. Ik zoek alleen mensen op, dan benader ik ze en dan heb ik alleen nog contact via telefoon of e-mail. Dat gaat niet via LinkedIn. Voor de rest alleen zakelijk, voor als ik wat moeten weten of opzoeken. Privé hou ik helemaal gescheiden.

Interviewer

Waarom vindt u dat zo belangrijk?

Respondent

Sowieso moet je privé en werk gescheiden houden. Anders vloeit het naadloos in elkaar over. Ik merk nu al dat ik moe ben als ik thuis kom. Dan moet ik niet 's avonds ook nog over werk praten, dan moet ik afschakelen. De volgende dag ben ik weer fris. Anders neem je het mee naar bed. Dus dat moet gescheiden blijven in mijn optiek

Interviewer

Welke voordelen zitten eraan social media?

Respondent

LinkedIn is dan zakelijk erg handig. Social media is handig om iemand te zoeken die specialist is in iets die je kunt benaderen. Ook bij een Skype-meeting kun je elkaar wel direct helpen?

Interviewer

Dus het bevordert je samenwerking wel?

Respondent

Ja, maar goed ik ben ook nog van de oude stempel. Als ik iemand nodig heb, dan bel ik hem op of ik benader hem per e-mail. Dat gaat net zoals via Facebook of wat dan ook.

Interviewer

Zit er meer waarde aan persoonlijke communicatie?

Respondent

Ja.

Interviewer

Wat zouden de nadelen voor een werknemer kunnen zijn als hij of zij op Facebook zit?

Respondent

Dat je continu bereikbaar bent en privé en werk niet makkelijk meer gescheiden kunt houden.

Interviewer

Leidt het ook af van het werk?

Respondent

Ja.

Interviewer

Zitten er ook risico's aan?

Respondent

Wij zijn wat dat betreft al een stuk nuchterder dan de jeugd. Zij kennen alle mogelijkheden en kunnen ermee spelen. Wij zijn nog opgegroeid met het schrijven van brieven. Dan lette je heel goed op wat je schreef. Tegenwoordig wordt er van alles en nog wat op social media gegooid, zonder erbij na te denken. Dat zou bij onze generatie en de hoger opgeleiden niet zo gauw gebeuren. Wat ons betreft zitten er weinig risico's in.

Interviewer

En in het algemeen? Elke afdeling verschilt, ook met jongeren mensen bijvoorbeeld?

Respondent

Dan zie ik ook nog niet zo snel risico's. Ik ga ervan uit dat iedereen die hier werkt een goed verstand heeft. Anders hou je het hier niet vol. Het enige risico die ik mij kan voorstellen is dat mensen privé bezig zijn met social media en hier het werk niet meer doen. Dat zie ik nog zo als een probleem. Ik doe zelf ook nog weleens iets privé, maar dat is dan vijf minuten. Bellen doe ik niet, maar dan stuur ik even snel een mailtje of een WhatsApp. Het is dat we dan niet verbaal, maar schriftelijk communiceren.

Interviewer

Denkt u er ook weleens over na hoe u uw persoonlijke gegevens beter zou kunnen beschermen?

Respondent

Ja, maar daar kom je al snel genoeg achter. Als je allerlei spam krijgt, dan weet je al snel hoe het zit. WhatsAppen doe ik alleen met een bepaalde kring van mensen. Die gegevens zijn voor anderen totaal niet interessant. Bij het delen van vertrouwelijke gegevens is de kans groter dat ik diegene even opbel. Alhoewel is dat ook niet altijd veilig, maar dat doe ik eerder dan over de mail of WhatsApp.

Interviewer

Heeft u ook echt handelingen ondernomen om de zichtbaarheid van uw profiel te beperken?

Respondent

Ja, bij LinkedIn wel. Daar heb ik wel gekeken wat er allemaal in zit en wat vinkjes uitgezet in de privacy-instellingen. Voor de rest eigenlijk niet zo zeer.

Interviewer

Waar ligt voor u de grens over wat wel en niet gedeeld kan worden via social media?

Respondent

Ik zeg altijd zo: “Alles wat je niet in een brief zou zetten, dat zet je ook niet op social media.” Ik bekijk het alsof ik naar iemand een brief verstuur. Dat kan een persoonlijke of zakelijke brief zijn, dat is bij mij gescheiden. Dat is bij mijn e-mail ook.

Interviewer

Wat zouden de voordelen kunnen zijn voor het bedrijf?

Respondent

Puur informatievoorziening aan klanten, leveranciers, collega's, kennis van zaken. Je zou een hoop mensen direct kunnen benaderen als je via social media werkt.

Interviewer

Heeft Boschregels over het social mediagebruik?

Respondent

Die zijn mij niet bekend. Die zullen er ongetwijfeld zijn, maar ik heb het nooit onder ogen gehad.

Interviewer

Wordt er wel op de afdeling over gecommuniceerd?

Respondent

Er wordt wel over gesproken, maar dat geldt ook over het delen van informatie via de mail of het openen van verdachte mails. Een beetje *common sense*.

Interviewer

Zou het noodzakelijk zijn om een dergelijk beleid te hebben?

Respondent

Ik denk het wel. Vroeger was er een hoop onduidelijkheid over de mail, dat geldt nu hetzelfde voor social media. Alleen dat is dan weer een stapje verder in de ontwikkeling. Dus daar moet een beleid voor komen en het moet tussen de oren komen.

Interviewer

Is er nog onduidelijkheid over deze grenzen?

Respondent

Ja.

Interviewer

Dat was het interview. Bedankt voor uw medewerking.

Respondent

Graag gedaan.

## Interview 12

Naam interviewer	Charlotte Swagten
Omschrijving opname	Interview
Tijdsduur	16:45 minuten
Bestandsnaam	Interview 012
Soort transcriptie	Woordelijke transcriptie
Datum van opname	24-06-2016
Respondentnummer	12
Leeftijd respondent	58

Opleidingsniveau	HBO
Afdeling	Sales/Business Development
Geslacht	Man

Interviewer

Wat is uw algemene opvatting over social media?

Respondent

Het is snel, anoniem, er wordt veel anoniem geroepen. Ik denk dat het goed is, maar ja het is de tijd.

Interviewer

Waarom vindt u het goed?

Respondent

Ik ben altijd van transparant, open en oprecht zijn. Als het oprecht is, dan is het denk ik alleen maar goed. Maar het is ook een gevaar. Als je iets niet goed doet in een bedrijf, dan is het ook sneller bekend.

Interviewer

Bent u zelf actief op social media?

Respondent

Ja ik ben een volger vanuit mijn werk. Daarom volg ik Twitter, maar dan wel heel gericht. Ik volg niet iedereen. Ik volg wel de berichten. Verder heb ik LinkedIn, maar dan houdt het wel op.

Interviewer

Hoeveel tijd denkt u per dag bezig te zijn met social media?

Respondent

Afhankelijk van mijn dag. Als ik in de file sta, kijk ik heel veel. Als ik naar een klant ga, kijk ik wat er van hem bekend is. Dat varieert heel erg, ik vind het dan ook moeilijk om een tijd te noemen. Maar als je echt een tijd wil hebben, dan zeker wel een half uur per dag.

Interviewer

Hoe lang bent u al actief?

Respondent

Ik was een *early adaptive* met LinkedIn, ik was een van de eerste. Ik Twitter zelf niet, maar dat is omdat ik denk: "Wie zit er op mij te wachten?"

Interviewer

Op LinkedIn deelt u wel?

Respondent

Daar post ik ook wel dingen, maar ook niet veel. Het is meer een database voor mij en om te kijken met wel mens en welke netwerken ik te maken heb. Ik vind het een ideale database om te kijken wat de achtergrond is van mensen en waar hij of zij vandaan komt. In mijn werk is het netwerk cruciaal.

Interviewer

Is social media voor u zakelijk vooral van belang?

Respondent

Ja. Privé Whatsapp ik wel, maar dat stelt allemaal niets voor.

Interviewer

Heeft u privé ook geen Facebook-account?

Respondent

Nee, helemaal niet.

Interviewer

Heeft u een zakelijke telefoon? Of heeft u er nog een persoonlijke telefoon naast?

Respondent

Nee, ik doe alles met de zakelijke telefoon.

Interviewer

Waaruit bestaan uw online connecties vooral?

Respondent

Op WhatsApp zijn dat zakelijke en persoonlijke contacten. Op LinkedIn alleen zakelijke relaties.

Interviewer

Op WhatsApp heeft u dus vrienden en collega's?

Respondent

Ja, ik merk dat dat wel steeds meer verweven is. Er wordt steeds meer zakelijk gecommuniceerd op de WhatsApp.

Interviewer

In hoeverre vindt u het belangrijk om de zakelijke en persoonlijke identiteit te scheiden? Heeft u er weleens problemen mee?

Respondent

Nee, daar heb ik geen problemen mee. Hoe meer het samen gaat, hoe beter. Je moet wel voorzichtiger zijn. Ik zou het ideaal vinden als ik op mijn laptop een device krijg waarop ik alles op kan doen. Want deze werelden gaan nou eenmaal door elkaar heen. Ik zit trouwens ook Bosch Connect, maar dat is intern. Dat doe ik wel heel veel. Daar ben ik helemaal fan van.

Interviewer

Wat deelt u daarop dan?

Respondent

Ik zit in heel veel *communities*, ik ben overal lid van. Eigenlijk veel te veel al, ik ben nu weer aan het minderen. Het kost me te veel tijd. Het is echt intern, er zijn open en gesloten *communities* over werk. Ik gebruik het als een soort kladpapiertje via mijn telefoon in de auto. "Ik heb die en die gesproken of ik heb dat en dat gehoord. Het is door Bosch gemaakt en vooral intern bedoeld, maar het zou ideaal zijn als dat ook extern zou kunnen. Dat mijn klanten ook toegang hebben tot bepaalde *communities* en dat we dan dingen kunnen delen. Allemaal in één.

Interviewer

Dus voordelen zijn de snelle communicatie en het samenwerken? Zijn er nog meer voordelen?

Respondent

Nou dat als er problemen zijn op het internet, dat je het ook snel oplost. Een vorm van webcare, waarin je snel reageert en communiceert wat er aan de hand is. Je moet goed opletten als bedrijf, dat

het goed bewaakt wordt. Dat als er een klacht is, dat je er meteen wat mee kunt doen. Ik vind het alleen maar positief.

Interviewer

Zitten er ook nadelen of risico's aan voor uzelf?

Respondent

Ik moet oppassen dat ik niet te snel reageer. Ik kan heel impulsief zijn. In het begin heb ik ook getwitterd, maar daar ben ik mee gestopt. Ik ben daar veel te snel in. Dan ga ik er dingen op zetten met emotie erin. Dat moet je natuurlijk nooit doen, maar als je dat realiseert, is het alleen maar positief.

Interviewer

Heeft u ooit handelingen ondernomen om uw persoonlijk gegevens beter te beschermen?

Respondent

Nee, daar maak ik me totaal niet druk om.

Interviewer

Ook niet over uw privacygegevens?

Respondent

Helemaal niet, ik ben van mening dat iedereen zijn spullen openbaar moet maken en iedereen zijn DNA moet afgeven. Een heleboel mensen denken er anders over, maar ik heb niks te verbergen.

Interviewer

Wat is voor u wel of niet acceptabel om te delen op social media?

Respondent

Ik zit helemaal niet op Facebook, dat is doorgeslagen. Op LinkedIn zie ik weinig privé en dat vind ik alleen maar goed. Ik vind dat daar niet thuishoren. Ik scheid dat dus wel in privé en zakelijk. Het moet wel door elkaar heen gaan, maar in sommige gevallen vraag ik mij af wat mensen hebben aan mijn vakantiefoto's.

Interviewer

Wat zouden de voordelen kunnen zijn als een organisatie social media zou ondersteunen?

Respondent

Ik zou Bosch Connect openzetten voor klanten, met open *communities*. In mijn optiek is het bedacht om 24/7 te communiceren met klanten wereldwijd. Als iemand een vraag heeft, dan moet hij die kunnen posten en dan moet iedereen wereldwijd daarop kunnen reageren. Ik heb het idee dat dat het grote voordeel is. Als iemand uit Amerika dan iets vraagt en ik lig te slapen, dan kan iemand anders reageren. Als je dat goed met elkaar afspreekt, dan kan het juist voordelen hebben. Het is heel toegankelijk, ook voor op je telefoon of tablet. Ik vlog wel heel veel trouwens. Dat vind ik heel grappig en ik heb het ook gepromoot, zodat we dat hier nu hebben. We hebben nu vlogger intern die vlogt voor interne en externe zaken. Als ik een brug verkocht heb, dan gaan we alles filmen, bij de klant, in de fabrieken en alle verschillende stadia. Er zijn genoeg mensen die ergens voor werken, maar geen idee hebben waarvoor het bedoeld is. Dan kunnen ze op die video zien waar ze aan meegewerkt hebben. Zo stel je iedereen op de hoogte. De jeugd is de ingenieur van nu, daar moeten we veel meer aandacht aan besteden.

Interviewer

Vindt u social media ook weleens een afleiding of kan u het makkelijk aan de kant leggen?

Respondent

Nee, het is geen must. Ik merk wel dat het lezen van nieuws een verslaving kan zijn. Gewoon steeds even de krant kijken of er nieuws is gebeurd. Daar moet ik op letten.

Interviewer

Heeft Bosch een beleid opgesteld wat betreft social media?

Respondent

Ja, er zijn wel regels gesteld.

Interviewer

Zou u zo regels kunnen noemen?

Respondent

Ik heb toevallig net een web-training gehad hierover. Je moet goed opletten wat je erop zet en of het schadelijk is, het gaat over compliance en zo. Iedereen zit erop dus je mag geen concurrentiegevoelige informatie delen. Er staat niet te koop als een social mediatraining, maar het komt er volgens mij wel in voor. Ik ben er slecht in om dat soort dingen te onthouden, maar voor mij is het zo logisch als wat. Er wordt wel aandacht aan besteed. Bosch volgt ook alle berichten over Bosch op het internet, daar is een hele afdeling. Als jij iets slechts zegt over Bosch op social media, dan weten ze je wel snel te vinden denk ik. Vroeger mocht je je telefoon niet eens op tafel hebben, maar in je la. Maar nu is het allemaal flexibeler geworden.

Interviewer

Vindt u het noodzakelijk dat er gedragsregels voor op social media moeten zijn?

Respondent

Ja, want als er geen regels zijn, is het ook moeilijk om dit te handhaven. Er zou wel wat meer voorlichting over kunnen komen. Ik denk dat iedereen het zich wel realiseert, maar ik denk wel dat er meer over gecommuniceerd mag worden.

Interviewer

Merkt u onduidelijkheid op de werkvloer hierover?

Respondent

Nou, ja als jij mij nu vraagt waar het staat, dan zou ik het niet zeker weten. Ik zou denken dat het op intranet staat, maar ik weet het niet zeker. In het echte zakenleven zitten er ook strakke regels. Er zijn regels over social media, maar aangezien dit zo snel gaat, denk ik dat er nog meer aandacht aan besteed moet worden.

Interviewer

Dat was het, bedankt voor uw medewerking.

Respondent

Mooi. Graag gedaan.

## Interview 13

Naam interviewer	Charlotte Swagten
Omschrijving opname	Interview
Tijdsduur	27:00 minuten
Bestandsnaam	Interview 013
Soort transcriptie	Woordelijke transcriptie
Datum van opname	24-06-2016

Respondentnummer	13
Leeftijd respondent	36
Opleidingsniveau	WO
Afdeling	Projectmanagement
Geslacht	Man

Interviewer

Wat vindt u van social media in het algemeen?

Respondent

Dan denk ik aan netwerken, onder andere, contact onderhouden met nabije mensen of mensen uit het verleden. Op het werkt hebben we maar beperkte dingen. Sinds kort hebben we Skype en Bosch Connect. Dat is om contact te onderhouden met collega's.

Interviewer

Bent u zelf actief op social media?

Respondent

LinkedIn en Bosch Connect, verder privé ook. Twitter niet echt, Facebook wel. WhatsApp ook, maar ik weet niet of dat eronder valt.

Interviewer

Eigenlijk niet, maar het wordt wel vaak in één adem genoemd met de anderen. U heeft dus wel een account op Twitter, maar niet actief?

Respondent

Ja, precies.

Interviewer

Hoeveel uur bent u kwijt aan social media per dag?

Respondent

Zakelijk niet heel veel. Dat staat hier op een laag pitje, moet ik zeggen. Bosch Connect begint nu een beetje te komen met die publicatieborden. Persoonlijk kijk ik daar niet heel veel op. Dat is te verwaarlozen qua tijd, misschien één keer per week vijf à tien minuutjes. Skype zou ik wel vaker willen gebruiken. Dat is handig om snel even wat te vragen in plaats van het steeds sturen van één zin in een mail. Skype gaan we nu ook gebruiken voor videoconferenties. Dat werkt ook wel goed. Privé ben ik met name bezig met LinkedIn en Facebook. Ik denk dat al gauw een uur per dag is. Dat gok ik.

Interviewer

Hoeveel jaar bent u al actief op social media?

Respondent

Dat is al wel eventjes. Voor Facebook had je nog Hyves, hè. Een jaartje of tien, denk ik.

Interviewer

Waarvoor gebruikt u het vooral?

Respondent

Ik gebruik Facebook zakelijk en privé, maar vooral privé. Ik denk dat de verhouding ongeveer 20/80 ligt. Ik denk dat er ook leuke dingen bij zitten die ook op het werk leuk zijn om te vertellen. Soms zou het wel nuttig kunnen zijn, zoals een advertentie of dat mensen een filmpje van YouTube tonen van een TEDex talk waarin onderwerpen voorbijkomen die interessant kunnen zijn. Duurzaamheid

bijvoorbeeld, of concurrentie uit dezelfde branche die iets nieuws bedacht hebben. Er komen wel dingen voorbij die bruikbaar zijn.

Interviewer

Deelt u zelf ook weleens informatie op social media?

Respondent

Op LinkedIn kijk ik meer dan dat ik zelf iets blog of post. Op Facebook post ik wel. Niet zo veel als dat ik andere zie doen. Je hebt ook de mogelijkheid om vriendengroepen aan te maken. Dat is wel afgescheiden van het publiek, daar wordt wel wat meer opgezet natuurlijk.

Interviewer

Heeft u een zakelijke telefoon? Of alleen een persoonlijke telefoon?

Respondent

Beide. Mijn zakelijke telefoon is alleen geen smartphone.

Interviewer

Dus die gebruikt u alleen voor zakelijke communicatie?

Respondent

Ja, soms wat privé-telefoontjes, maar geen social media.

Interviewer

Waaruit bestaan uw online connecties voornamelijk?

Respondent

Op LinkedIn zitten zowel collega's als vrienden. Daar ben ik niet zo kieskeurig in. Wel wie je accepteert natuurlijk, maar of dat een vriend of collega is, maakt niet uit. Facebook is voornamelijk vrienden. Ik probeer te voorkomen om daar collega's op te hebben.

Interviewer

Hoe belangrijk vindt u het om uw persoonlijke en zakelijke identiteit te scheiden?

Respondent

Ik vind het niet moeilijk, maar ik probeer het wel te scheiden. Facebook is wat meer publiekelijk en LinkedIn is een stuk zakelijker. Daar zet je niet echt op wat je in het weekend gedaan hebt.

Interviewer

Bent u er op Facebook ook bewust mee bezig?

Respondent

Ja, ik probeer zo min mogelijk collega's toe te voegen. En als ik ze toevoeg, dan zijn het mensen die ik goed ken en waarvan ik het niet erg vind als ze zien wat ik in het weekend doe. Niet dat ik zo'n rare dingen doe in het weekend, maar bedrijven gaan daar wel naar op zoek. Nou is mijn profiel wel afgeschermd voor mensen die ik niet ken, maar vrienden op Facebook zijn ook in staat om dingen van mij te delen.

Interviewer

Wat kunnen de voordelen voor uzelf zijn?

Respondent

Zakelijk eigenlijk mondjesmaat, soms een interessant artikel dat voorbijkomt. Maar dan heb ik het alleen over Facebook. Facebook is privé meer voor de lol en om zo nu en dan iemand tegen te komen

die je kent. LinkedIn is ook handig voor die artikelen, maar ook voor het vinden van vacatures. Iets waar ik het de laatste tijd ook voor gebruik. Netwerken of mogelijk gevraagd worden voor banen. Het is dan wel meer zakelijk gericht. Ik zie soms wel wat persoonlijkere dingen voorbijkomen in de *newsfeed*.

Interviewer

Welke risico's zouden er kunnen zitten aan het social mediagebruik?

Respondent

Ja, maar dat gaat vooral over Facebook. Als je daar lid wordt, moet daar echt door alle privacy-instellingen heen als je jezelf wil afschermen. Het staat standaard heel publiekelijk ingesteld. Als je daar geen kaas van gegeten hebt, dan zeggen die instellingen niet zoveel. Dan kan het zomaar zijn dat je allerlei dingen publiekelijk zet, wat je eigenlijk niet wil.

Interviewer

Waar bent u dan vooral bang voor?

Respondent

Je hebt natuurlijk dat project X-verhaal, van dat meisje op Facebook. Ik heb er laatst ook bewust voor gekozen om alle foto's van mijn kind eraf te halen. Gewoon omdat die door jan en alleman gebruikt kan worden.

Interviewer

U bent dus wel bewust bezig met de privacy?

Respondent

Ja, in ieder geval zoveel mogelijk. Je wordt natuurlijk nergens toe gedwongen. Anderzijds vind je het sociaal gezien ook leuk om foto's te plaatsen. Je moet er een goede mix in zien te vinden. Ik probeer er in elk geval wel op te letten.

Interviewer

Wat is de grens wat betreft het wel of niet delen van informatie op social media?

Respondent

Bij mij is er echt een scheiding tussen zakelijk en privé. Op LinkedIn plaats ik niet veel. Als ik dan iets zou plaatsen, dan zou dat over een project zijn of over iets moois wat we opgeleverd hebben of over een interessant onderwerp of spreker. Maar dat zou ik net zo goed op Facebook delen met mijn vrienden. Op Facebook staan ook persoonlijkere dingen.

Interviewer

Zijn er ook dingen die u liever niet op social media ziet?

Respondent

Ik deel zelf niet zoveel, mijn vrienden veel vaker. Ik heb gelukkig zelf nergens problemen mee gehad.

Interviewer

Wat zouden de voordelen kunnen zijn voor de organisatie?

Respondent

Ik vind die publicatieborden al een grote verbetering. Bosch Connect ook, maar ik denk dat er weinig mensen echt gebruik van maken. Ik heb me ook aangemeld voor de Facebook-pagina van Bosch, maar ik zie er eigenlijk weinig op. Er zijn natuurlijk een hoop interessante dingen die ze hier doen. Maar ik denk dat het ook afhangt van de deelnemers van die groep. Ik denk dat het veel eigen medewerkers

zijn, die deze pagina volgen. Klanten misschien ook wel, ik weet het niet. Ik denk dat het dan weer meer naar LinkedIn gaat. Ik ben zelf ook niet geneigd om de pagina's van klanten of leveranciers te liken.

Interviewer

Zouden ze wat betreft marketing er iets meer mee kunnen doen?

Respondent

Ze zouden meer nieuws kunnen plaatsen, dat zie ik nu niet.

Interviewer

Wat zouden de gevaren kunnen zijn voor de organisatie?

Respondent

Dan gaat het meer als je namens Bosch Rexroth er iets op plaatst. Bosch Connect is een intranet, dat zal nog wel meevallen. Je hebt daar ook geen deelfunctie voor Facebook. Op LinkedIn moet je wel bewust zijn dat het publiekelijk wordt en of het voor het bedrijf of medewerkers schadelijk kan zijn. Ik zou hier een foto kunnen maken van de fabriek en die op Facebook kunnen zetten. Dat mag officieel niet. Er zijn regeltjes voor. Je moet met een camera van Bosch die foto maken, niet met je eigen telefoon. Toch kun je deze foto op je eigen laptop zetten en alsnog delen. Ze zijn toch wel redelijk gefocust op *datasecurity* hier. Dat wordt nog niet geblokkeerd, terwijl andere pagina's wel geblokkeerd worden. Je kunt hier op geen één site komen die over videogames gaan. Facebook en LinkedIn zijn niet afgesloten. Je zou van alle *intellectual property*-dingen foto's kunnen maken en kunnen delen.

Interviewer

Is het ook een afleiding?

Respondent

Ja, soms is dat wel afleidend. Je bent soms geneigd om in de pauze even achter je computer te blijven zitten en dan lees je wat forums of Facebook en LinkedIn. Dan kom je wat tegen en dan wil je dat toch nog even lezen. Dan is de pauze alweer voorbij, je blijft weleens hangen.

Interviewer

Zijn er gedragsrichtlijnen voor het social media?

Respondent

Nee, er is volgens mij geen *code of conduct* voor social media. Ik ben me niet van regels bewust.

Interviewer

Wordt er intern wel over gesproken?

Respondent

Het is wenselijk dat je niet tijdens werktijd met andere dingen bezig bent dan zaken, alleen in je pauze.

Interviewer

Denk je dat het noodzakelijk zou zijn voor een bedrijf om een beleid te hebben?

Respondent

Dat is een goede vraag. Dan zou ik eigenlijk inzicht moeten hebben in wat de algemene trend is en wat de rest doet. Ik heb daar geen idee van.

Interviewer

Denkt u dat het voor zo'n groot bedrijf verstandig is om regels op te stellen of denkt u dat het *common*

sense is?

Respondent

Ik denk dat dat wel een beetje *common sense* is. We hebben al zoveel regeltjes. Ik denk dat het meer de verantwoordelijkheid is voor je groepshoofd om een oogje in het zeil te houden. Er is ook geen probleem als je je werk goed doet en je alles af hebt.

Interview

Dan zijn we er doorheen. Bedankt voor uw medewerking.

Respondent

Graag gedaan.

## Interview 14

Naam interviewer	Charlotte Swagten
Omschrijving opname	Interview
Tijdsduur	18:33 minuten
Bestandsnaam	Interview 014
Soort transcriptie	Woordelijke transcriptie
Datum van opname	28-06-2016
Respondentnummer	14
Leeftijd respondent	62
Opleidingsniveau	WO
Afdeling	New Business Development
Geslacht	Man

Interviewer

Wat vindt u van social media als communicatiemiddel?

Respondent

Ik merk dat er steeds meer mee gebeurt, maar ik doe er zelf niet zo heel veel mee. Ik ben dan zelf aangesloten bij LinkedIn en bij Facebook. Bij Facebook sta ik er alleen maar op om gevonden te kunnen worden. Ik heb er nog nooit iets mee gedaan. Ik heb wel een keer gekeken toen mijn zus zei dat ik op haar Facebook moest kijken. Maar ik doe er verder niets mee. Bij LinkedIn is het anders. Daar merk ik dat steeds meer mensen ook gezocht worden via LinkedIn en er worden ook contacten naar bedrijven gelegd via LinkedIn. Dat is veel belangrijker zakelijk gezien. Met Twitter doe ik niks. WhatsApp wel, ik heb ook een aantal WhatsApp-groepen, zowel privé als zakelijk.

Interviewer

Heeft u een account op Bosch Connect?

Respondent

Ja.

Interviewer

Bent u daar actief op?

Respondent

Nee, alleen in het opzoeken van informatie. Ik zet er zelf niets op.

Interviewer

Deelt u wel informatie via LinkedIn?

Respondent

Nee, ook niet. Ik kijk en volg mensen. Ik heb nog steeds mijn twijfels over de verzoeken die ik krijg van allerlei mensen. Ik vraag me af of die persoon dat dan schrijft of dat LinkedIn dat schrijft. Stel dat als wij allebei dezelfde persoon kennen, dat LinkedIn dan een voorstel doet om een connectie te worden. LinkedIn is erbij gebaat dat zoveel mogelijk mensen contact willen hebben.

Interviewer

Hoeveel tijd denkt u met social media bezig te zijn per dag?

Respondent

Minder dan tien minuten.

Interviewer

En hoeveel jaar bent u al actief?

Respondent

Een jaar of vijf, denk ik. Alleen maar zakelijk dus.

Interviewer

Gebruikt u alle social media zakelijk?

Respondent

Nou ja, Facebook kom je weleens op als je iemand opzoekt, bijvoorbeeld een oud-klasgenoot. Dan kom je weleens op Facebook terecht, maar dan moet ik door allemaal inlogprocedures. Dat gaat bij mij iedere keer fout. Dus, laat maar zitten dat Facebook.

Interviewer

Heeft u een zakelijke telefoon?

Respondent

Ja.

Interviewer

Heeft u daarnaast nog een persoonlijke telefoon?

Respondent

Nee. Ik doe alles met deze telefoon. Dat maakt ook dat ik niet zo veel privé dingen doe met deze telefoon.

Interviewer

Waaruit bestaan uw online connecties vooral uit?

Respondent

Het zijn voornamelijk zakelijke contacten.

Interviewer

Maakt u op social media onderscheid tussen zakelijk en privé?

Respondent

Ik denk dat het wel toenemend door elkaar loopt. Ik heb vooral zakelijke contacten, maar als ik een studievriend voorbij zie komen, dan zet ik die er ook op. Soms ook familie, maar eigenlijk nauwelijks. Daar gebruik ik het niet voor.

Interviewer

Is het belangrijk om de zakelijke en persoonlijke identiteit te scheiden?

Respondent

Ik heb er eigenlijk spijt van dat ik ooit een foto erop heb gezet, waar je ook een stukje van een zeilboot ziet. Dat vind ik eigenlijk al te persoonlijk. Er kan ook misbruik van gemaakt worden. Als iemand die zeilboot ziet als hij mij opzoekt, dan kunnen ze denken dat er wat te halen valt. Ik ben daar erg terughoudend mee. Ik zou er nooit vakantiefoto's of privéfoto's op zetten.

Interviewer

Welke voordelen heeft social media voor u als professional?

Respondent

Het grootste voordeel voor mij is dat als iemand op bezoek komt bij mij, dat ik hem even opzoek. Ik weet dan al een hele hoop over die man die binnenkomt. Ik weet met wie ik aan tafel zit. Het is echt een voorbereiding op bezoeken en afspraken.

Interviewer

Zijn er ook nadelen of risico's?

Respondent

Als je het op deze manier gebruikt, zijn er denk ik geen risico's. Ik hou wel mijn hart vast nou dat LinkedIn voor miljoenen is verkocht aan Microsoft. Nu vertrouw ik ze helemaal niet meer, want dat geld moet terugverdiend worden. Nu moet je helemaal oppassen wat er met je gegevens gebeurt. Ik ben er van nature argwanend in.

Interviewer

Dus u bent bang dat er van alles met uw gegevens gedaan wordt?

Respondent

Ja.

Interviewer

Heeft u ook bewust handelingen ondernomen om uw persoonlijke gegevens beter te beschermen.

Respondent

Nou, ik heb er niet zo veel opgezet. Alleen dat ik hier werk en waar ik gestudeerd heb.

Interviewer

Heeft u ook ooit de privacy-instellingen bekeken van social media zoals Facebook en LinkedIn? Bijvoorbeeld een aantal vinkjes aan of uit gezet?

Respondent

Ik weet niet eens dat dat kan. Dat is wel een goeie tip, moet ik kennelijk eens doen. Maar ik zet er toch niets op.

Interviewer

Wat vindt u wel of niet geschikt om te delen op social media?

Respondent

We hebben een paar keer meegemaakt dat we met een vertrouwelijk project bezig waren en dat anderen opeens wisten van dat project. Dan hebben mensen op hun eigen sites, Facebook of LinkedIn,

dat ze met dat project bezig zijn. Dan heb je dus eigenlijk vertrouwelijke informatie naar buiten gebracht. Dan ben je dus echt te ver gegaan.

Interviewer

Dus je mag de zaken er volgens u niet bij betrekken?

Respondent

Klopt. We hebben *guidelines* hoe we daarmee om moeten gaan.

Interviewer

Welke voordelen zou de organisatie eruit kunnen halen door social media te gebruiken?

Respondent

Een voorbeeld is een collega die met lede ogen zat te kijken naar een meter aan visitekaartjes van de afgelopen twintig jaar. Hij keek er echt naar van: “Wat doe ik er allemaal mee?” Uiteindelijk heeft hij ze allemaal weggegooid. Toen hebben we er samen over zitten praten. Toen zei ik dat ik ook zoveel visitekaartjes heb, soms op alfabet van de naam of bedrijf. Ga maar eens zoeken, dat lukt je al bijna niet. Daarnaast zijn die gegevens na 25-30 jaar voor 95% verouderd. Het is alleen nostalgie voor jezelf. Als je dat vervangt door LinkedIn, waarop je betrouwbare en recente informatie kan vinden. Dat is gewoon veel beter en up-to-date.

Interviewer

Wat is het gevaar voor de organisatie als de werknemers op social media zitten?

Respondent

Dat er vertrouwelijke informatie naar buiten lekt. Mensen kunnen makkelijker benaderd worden om weggekocht te worden, maar dat gebeurt toch wel. Dat zie ik niet als een groot extra risico. Het is een andere manier om met gegevens om te gaan, veel meer is het ook niet.

Interviewer

Gebruikt u social media ook tijdens werktijd?

Respondent

Voornamelijk tijdens werktijd. Als ik iemand zoek of iemand op bezoek krijg, dan zoek ik die even op. Je kunt een hoop nuttige informatie vinden.

Interviewer

In hoeverre bent u hoogte van de regels?

Respondent

Ik weet alleen dat ze er zijn. Ik heb ze beslist een keer gelezen, maar dat weet ik niet meer. Dat is alweer een hele tijd terug. Ik heb zelf ook al benadrukt om daar iets mee te gaan doen, omdat er vertrouwelijke informatie verloren ging. Intern is er een document of handleiding over hoe je moet omgaan met social media. Daarin wordt gewaarschuwd: “Pas op, zet er niet te veel vertrouwelijke dingen op.” Wat je er privé op zet, moet je zelf weten. Plus natuurlijk de standaard waarschuwingen: “Zet er geen gekke dingen op, want die kunnen je je hele leven achtervolgen.”

Interviewer

U vertelt dat er wel fouten zijn voorgekomen. In hoeverre denkt u dat de werknemers de regels goed naleven?

Respondent

Als ik het zelf al een tijd niet gelezen heb, dan vrees ik dat een hoop mensen dat ook al een hele tijd niet gedaan hebben. Ik vind wel dat het bewust wat vaker aan het licht gebracht mag worden, omdat je daar bewust mee om moet gaan.

Interviewer

Denkt u dat het noodzakelijk dat die regels op papier moeten staan?

Respondent

Nou ja, op papier weet ik niet. Het zijn eigenlijk algemene regels die voor ieder bedrijf zouden gelden. Maar ik denk dat het best wel goed is als er regels op papier gezet worden waar mensen ze zich aan moeten houden.

Interviewer

Wat zouden ze nog beter kunnen doen?

Respondent

Training of het voorbij laten komen op de tv-schermen. Het kan misschien wel beter gecommuniceerd worden.

## Interview 15

Naam interviewer	Charlotte Swagten
Omschrijving opname	Interview
Tijdsduur	25:25 minuten
Bestandsnaam	Interview 015
Soort transcriptie	Woordelijke transcriptie
Datum van opname	28-06-2016
Respondentnummer	15
Leeftijd respondent	37
Opleidingsniveau	VMBO
Afdeling	Engineering
Geslacht	Man

Interviewer

Wat vindt u van social media als communicatiemiddel in het algemeen?

Respondent

Ik vind het geweldig

Interviewer

Waarom vindt u het zo geweldig?

Respondent

Ik heb veel vrienden over het hele land en je kunt met iedereen goed contact hebben. Iedereen is dan toch dichtbij. Ook zakelijk is dat het geval. Ik heb pas geleden in Korea gezeten en hadden we een groepsapp aangemaakt. Als er een probleem was, gooiden we dat in de groepsapp. Er was altijd wel iemand die er iets van wist en mij kon helpen.

Interviewer

Op welke kanalen bent u actief?

Respondent

Facebook, Twitter, Snapchat, WhatsApp, Instagram. Op Pinterest heb ik weleens een profiel

aangemaakt, maar verder niks. Ik moest me er eigenlijk meer in verdiepen om het te doen. Je zet er wel iets op wat anderen kunnen bekijken, maar het is heel eenzijdig.

Interviewer

Zit u op Bosch Connect?

Respondent

Ja, daar zit ik wel op. Daar zijn we wel mee bezig met de afdeling. We hebben een pagina gemaakt voor de afdeling. Dat staat nog heel erg in de kinderschoenen, ook omdat het binnen het bedrijf nog niet echt wil lukken. Het moet nog even bekendheid krijgen. Ik denk wel dat het dadelijk gaat komen, maar het moet echt eventjes ingeslepen worden. Veel mensen weten niet goed wat het is.

Interviewer

Hoeveel tijd denkt u gemiddeld kwijt te zijn aan social media per dag?

Respondent

Dat is lastig. Het verschilt per dag, maar wel een paar uurtjes.

Interviewer

Hoe lang bent u al actief op social media?

Respondent

Ik denk een jaar of acht/negen. Dat begon met Hyves toen.

Interviewer

Waarvoor gebruikt u social media vooral?

Respondent

Ik gebruik het vooral persoonlijk, maar het begint zakelijk ook steeds meer te worden.

Interviewer

Verschilt dat ook per kanaal? Heeft u bijvoorbeeld LinkedIn?

Respondent

LinkedIn heb ik eraf gegooid, want ik werd veel te veel lastiggevallen door andere bedrijven die mij aanbiedingen deden. Mensen die zelfs naar Bosch belden toen ze zagen dat ik bij Rexroth werkte. Toen dat een paar gebeurd was, heb ik het ervan af gegooid. Op LinkedIn zie je dan wel wat oud-collega's doen, maar voor de rest vind ik het niet echt een meerwaarde hebben. Alleen als je op zoek bent naar werk. Ik heb Facebook echt voor privé. Ik heb heel veel vrienden die ver weg wonen. Dan is het opeens heel dichtbij en je bereikt met één bericht heel veel mensen.

Interviewer

Hoe gebruikt u social media zakelijk?

Respondent

Vooral als we voor projecten in het buitenland zitten, dan hebben we een groepsapp. Als we een probleem hebben, dan gooien we het in de groep. Je hoeft dan niet na te denken over wie het antwoord weet en wie je dan moet bellen. Nee, je gooit het in de groep. WhatsApp wordt eigenlijk als enige ook zakelijk gebruikt.

Interviewer

Heeft u een zakelijke telefoon? Of ook een persoonlijke telefoon?

Respondent

Dat gebeurt via de persoonlijke telefoon. Wij zitten niet in een groep die een smartphone mag hebben. Daar zijn ze wel mee bezig. We maken heel veel foto's op locatie, gebruiken WhatsApp, maar we vallen niet onder de groep die een smartphone nodig heeft.

Interviewer

Waaruit bestaan uw online connectie voornamelijk?

Respondent

Eigenlijk weinig collega's.

Interviewer

Bewust zo gedaan?

Respondent

Nee, maar misschien ook wel om privé en werk gescheiden te houden. De collega's die me uit hebben genodigd op Facebook, heb ik wel geaccepteerd. Ik heb zelf niet collega's uitgenodigd.

Interviewer

U vindt het niet erg als collega's ook bevriend zijn op Facebook.

Respondent

Nee, niet echt.

Interviewer

Communiqueert u ook weleens via deze social media met collega's?

Respondent

Nee, niet echt. Ik krijg voor mijn verjaardag nog wel wat berichten toen ik op vakantie was. Een collega zit weleens in het buitenland en zet dan op Facebook waar hij naartoe gaat. Heel snel en kort over wat hij gaat doen.

Interviewer

In hoeverre vindt u het belangrijk dat de persoonlijke en zakelijke identiteit gescheiden is?

Respondent

Ik heb er zelf niet echt problemen mee. Ik heb nu wel een zakelijke telefoon, daar wil ik wel alleen op bereikt worden voor werk. Als het echt nodig is, mag je me best privé bereiken. Maar eigenlijk is het alleen zakelijk, want als ik niet gestoord wil worden, dan zet ik de telefoon uit.

Interviewer

Let u ook op wat u met social media doet, aangezien u collega's te vriend heeft?

Respondent

Nee. Dat loopt nog weleens door elkaar. Op Twitter heb ik helemaal geen collega's zitten. De profielfoto is ook niet van mijzelf. Dat gebruik ik meer als uitlaatklep, als ik bijvoorbeeld een rotavond heb gehad. Daar zitten maar weinig bekenden van mij op, wel mensen die ik heb leren kennen via Twitter, mensen met dezelfde interesses. De meeste ken ik niet persoonlijk, dan is het wat makkelijker om meer over jezelf uit te laten. Je kunt het bij wijze van spreken over je beste vriend hebben, zonder dat zij hem kennen. Dan kan ik het er gewoon even uitgooien en dan krijg ik soms een reactie. Niet dat ik continu slecht dingen post, maar het is een lekkere uitlaatklep.

Interviewer

Welke nadelen kan social media voor uzelf hebben?

Respondent

Dat het te veel wordt. Ik heb een tijdje gehad, toen het uitging met mijn vorige relatie, dat ik heel veel contact had met mijn vrienden. Toen zat ik er continu op en gingen anderen dingen eronder lijden. Soms ook dat je met iemand aan het praten bent en dat je steeds op je telefoon aan het kijken bent. Je ziet het ook steeds vaker in restaurants. Als je niet lekker in je vel zit, is het ook heel makkelijk om daar aan vast te grijpen.

Interviewer

Zitten er ook risico's aan?

Respondent

Ja, het kan een verslaving worden, net als alcohol en roken. Een verslaving is nooit goed.

Interviewer

Zijn er nog risico's voor u als werknemer?

Respondent

Ja. Als het te veel wordt, gaat je werk eronder lijden. Soms ben je zo erg gefocust in het werk, dat je vast komt te zitten. Dan is het heel makkelijk om even door Facebook heen te scrollen en dan kun je weer fris aan het werk. Iemand anders heeft dat met het roken van een sigaretje of gaat een rondje lopen. Even iets anders en dan ben je weer fris. Dat kan aan de ene kant een kracht zijn van social media. Een ander kracht is dat je elkaar op de hoogte houdt van bijvoorbeeld files. Maar als je er te veel op gaat zitten, is het niet goed.

Interviewer

Heeft u ooit handelingen ondernomen om uw persoonlijke gegevens beter te beschermen?

Respondent

Ik moet zeggen dat ik nu voor de eerste keer een foto van mijzelf op Facebook heb staan. Normaal heb ik altijd een foto waardoor je niet ziet dat ik het ben. Je hoort vaak dat werkgevers toch op zoek gaan naar je op Internet. Ik heb geluk dat een voetballer, niet heel bekend, maar wel dezelfde naam heeft als ik. Als je mijn naam in google intikt, krijg je hem. Dat geluk heb ik. Op Twitter staat mijn achternaam er niet bij. Op Facebook wel, net als die foto, maar die gaat er over een tijdje ook weer vanaf. Ik zorg dat er geen foto's van mijzelf ontstaan. Mensen die me kennen mogen best weten dat ik het ben, maar mensen die mij niet kennen, hoeven het niet te weten.

Interviewer

Ooit de privacy-instellingen aangepast?

Respondent

Ja, eigenlijk staat niets openbaar. Het is niet dat ik alles af wil schermen, maar de foto's staan niet openbaar. Het zijn alleen vrienden die dat mogen zien. Bij de profielfoto kan dat niet, vandaar dat ik daar normaal geen foto van mijzelf heb.

Interviewer

Wat vindt u wel of niet geschikt om te delen op social media?

Respondent

Voor mij is het heel simpel. Een leidinggevende heeft mij uitgenodigd op Facebook, maar dat is privé. Zo lang ik maar niet het bedrijf zwart ga maken op social media, vind ik dat je het zelf mag weten. Ik

ben nogal een fanatiek voetbalsupporter. Als ze een keer verloren hebben, dan wordt dat wel geuit. Vrienden kunnen dat nog iets beter uiten. Ik heb niet echt een grens, wat dat betreft.

Interviewer

Welke voordelen zouden social media met zich mee kunnen brengen voor de organisatie?

Respondent

Bekendheid. Ik weet niet of dat echt voor ons geldt, omdat wij grote projecten hebben. Binnen onze afdeling gebruiken we het om elkaar te helpen. We doen het met onze privé telefoon. We kunnen ook zeggen: “We doen het niet, want het bedrijf stelt het niet tot beschikking.” Maar we hebben het alleen maar over werk en we hebben alleen onszelf ermee. We hebben pasgeleden een workshop gezet in teambuilding met een nieuwe teamleider. Het viel ook op dat we meer een vriendengroep zijn dan collega’s. Zo gaan we met elkaar om, dat merk je op social media ook wel. We kunnen makkelijk met elkaar praten. We hebben ook een groepsapp waar alleen maar flauwekul in komt. Dat maakt de band ook wel sterker. Dat is niet alleen door social media, daarvoor ook al, maar het versterkt het effect wel. Je kunt makkelijk met elkaar communiceren en makkelijk aan elkaar vragen stellen.

Interviewer

Welke gevaren zouden social media met zich mee kunnen brengen voor de organisatie?

Respondent

Te veel gebruiken, die verslaving zal ik maar zeggen. Maar op social media kan iets ook heel makkelijk verkeerd overkomen. In plaats van dat je elkaar beter leert kennen, dat verder van elkaar weg gaat staan. Sommige smileys worden soms verkeerd geïnterpreteerd. Ik gebruik een smiley vaak om te laten merken dat een vervelende opmerking niet zo bedoeld was. Een andere collega stuurde dezelfde smiley naar een paar dames in de groepsapp. Die dames kunnen dat dan anders opvatten. Dat kan verkeerd uitpakken en dat er wrijving ontstaat.

Interviewer

Bent u op het werk bezig met social media?

Respondent

Dat is wel verschillend. Als het wat rustiger is, dan is het iets meer. Ik heb sowieso mijn geluid uit staan. Als ik slecht in mijn vel zit, dan is het ook wel wat meer. Dus het is een beetje wisselend.

Interviewer

Is het ook een afleiding tijdens het werk?

Respondent

Ja, meestal wel. Ik moet wel zeggen dat ik soms moeite heb. Ik heb mijn geluid uit staan, maar hij staat wel op trillen. Als ik voel dat ie trilt, dan denk ik wel: “Wat is het?” Ik heb er zelf een hekel aan als iemand niet antwoordt. Ik vind wel dat als je het bericht ziet, dat je dan ook even antwoordt. Het moeten niet hele gesprekken worden, want dan zeg ik wel dat ik zo bel. Ik moet wel altijd even antwoorden. Meestal is het een vraag en dan geef je even snel antwoord en dan ben je klaar. Anders vergeet je het. Ik vind het zelf niet fijn als het bij mij gebeurt, dus ik vind niet dat ik dat bij een ander moet doen.

Interviewer

Zijn er regels van Bosch Rexroth over het social mediagebruik van werknemers?

Respondent

Het zou kunnen, maar ik zou het niet weten. Bosch kennende zullen ze best wel regels ingesteld hebben, zonder dat gecommuniceerd te hebben.

Interviewer

Denkt u dat het noodzakelijk is om een dergelijk beleid te hebben?

Respondent

Tja, hoe controleer je het?

Interviewer

Er zijn afdelingen bij bedrijven die dat in de gaten houden.

Respondent

Ja, oké. Ik vind eigenlijk niet dat er regels moeten zijn. Je gaat je bedrijf niet slecht neerzetten op social media. Dat doe je niet alleen met je bedrijf, dat doe je eigenlijk met niemand. Ik kan me wel voorstellen dat er regels over zijn. Ik denk niet dat regels echt zin hebben, dat is gezond verstand.

Interviewer

Wordt er binnen Bosch Rexroth wel gecommuniceerd wat wel of niet gepast is?

Respondent

Bij ons is het eerder andersom, we moeten er meer de kracht van gebruiken. Wij willen meer kennis delen, dat kan heel makkelijk via social media. Daarnaast willen we onze afdeling wat bekender maken. We hebben een gesloten groep op Bosch Connect, waarin wij kennis delen binnen de afdeling. We hebben ook een open groep waarmee we onze afdeling bekender mee maken. We willen er juist meer gebruik van maken. De ene zit de hele dag op nu.nl, moet je daar dan ook regels voor hebben? Er zijn er ook veel die roken, moeten daar ook weer regels voor zijn? Iedereen weet wel wat wel en niet kan. Iedereen heeft zijn eigen verantwoordelijkheid.

Interviewer

Dan zijn we er doorheen. Bedankt voor uw medewerking.

Respondent

Graag gedaan.

## Interview 16

Naam interviewer	Charlotte Swagten
Omschrijving opname	Interview
Tijdsduur	20:06 minuten
Bestandsnaam	Interview 016
Soort transcriptie	Woordelijke transcriptie
Datum van opname	28-06-2016
Respondentnummer	16
Leeftijd respondent	47
Opleidingsniveau	MBO
Afdeling	Logistiek
Geslacht	Vrouw

Interviewer

Wat vindt u van social media als communicatiemiddel?

Respondent

Het heeft zijn voor- en nadelen. Ik ben een voorstander van social media, maar niet in alles. Ik heb zelf alleen Facebook. Ik heb niet heel veel verschillende programma's. Als ik privé kijk, ik heb een dochter

van 13 die nu studeert in Eindhoven. Die heeft alle contact met haar vriendinnen van thuis via social media. Dat vind ik iets heel moois, een positief ding. Vroeger ging je naar een hele andere stad en dan was je elkaar kwijt. Het is jammer dat er hier en daar misbruik van gemaakt wordt. Als dat wat minder zou zijn, dan zou het wel een mooi systeem zijn denk ik. Ik gebruik Facebook, maar ik spreek weleens met mensen die zich zorgen maken daarover. Dat ik bijvoorbeeld gehackt kan worden. Dat zou heel vervelend zijn. Het is meer door het gebrek aan tijd dat ik niet meer op social media zit. Ik heb er gewoon echt geen tijd voor. Ik heb nu al bijna geen tijd voor Facebook, dat kijk ik 's avonds, één keer per dag. Op werk kijk ik dan op Bosch Connect, dat ik ook social media. Ik vind dat wel een mooi systeem. Het is niet heel erg makkelijk voor de meeste mensen. Het is niet heel ingewikkeld, maar we zijn er te weinig mee bezig of mensen hebben er te weinig informatie over. Het heeft er mee te maken waar je werkt en wat je in het dagelijkse leven met social media doet.

Interviewer

U zegt dat u gebruik maakt van Facebook en Bosch Connect, gebruikt u ook LinkedIn of Twitter?

Respondent

Twitter niet, LinkedIn wel. LinkedIn is voor mij wel puur zakelijk, daar doe ik niet zo heel veel mee.

Interviewer

Hoeveel tijd denkt u per dag te besteden aan social media?

Respondent

Op het werk kijk ik een beetje op Bosch Connect, maar nog niet heel veel. Facebook staat overdag gewoon uit. Ik kijk het alleen 's avonds of 's ochtends voordat ik naar mijn werk ga. Ik denk dat ik er een half uurtje doorheen blader en de jarige feliciteer. Dan ben ik even snel op de hoogte.

Interviewer

Gebruikt u alleen voor amusement?

Respondent

Ja, ik vind het leuk om te kijken wat er bij mensen speelt. Ik zet er heel af en toe ook wel wat op. Leuk om te delen als je op vakantie bent geweest of je bent jarig. Als je er de positieve kant van kan inzien, kan het alleen maar in je voordeel werken. Leuke contacten met mensen, ook in privé. Als ik mensen aanspreek op iets in de echte wereld, is dat vaak door middel van informatie die ik op Facebook heb gezien.

Interviewer

Waarvoor gebruikt u social media allemaal?

Respondent

Ik heb weleens contact gezocht met mensen van vroeger die je dan opzoekt via Facebook. Het is puur tijdgebrek dat ik niet op Twitter zit. Dat zou anders ook wel doen. Het kost gewoon echt veel tijd.

Interviewer

Wat doet u zakelijk met social media?

Respondent

Ik doe zakelijk eigenlijk weinig, alleen LinkedIn. Ik kijk er af en toe op. Als ik voorbij zie komen die ik ken, dan voeg ik die wel toe. Ik vind dat bij LinkedIn wel anders dan bij Facebook. Die drempel ligt redelijk laag. Bij Facebook laat ik geen mensen toe die ik niet ken of waar ik niets mee heb. Bosch Connect kijk ik elke dag wel even op. Je krijgt ook steeds updates, daar scrol ik even snel doorheen of er iets interessants tussen zit. Ik zit ook bij de personeelsvereniging, dus ik heb er misschien meer mee. Ik ben ook wel diegene die probeert het gebruik van Bosch Connect te promoten.

Interviewer

Heeft u een zakelijke telefoon of alleen een persoonlijke telefoon?

Respondent

Alleen een persoonlijke telefoon.

Interviewer

Gebruikt u social media via uw telefoon?

Respondent

LinkedIn heb ik er niet op zitten, maar Facebook heb ik dan weer wel op mijn telefoon. Ik heb wel een zakelijke laptop, maar ik weet niet of ik daar op Facebook kan, maar daar kijk ik nooit op.

Interviewer

Waaruit bestaan uw online connecties voornamelijk?

Respondent

Ik heb zowel vrienden als collega's op Facebook.

Interviewer

Op LinkedIn ook vrienden en familie?

Respondent

Ja, ook.

Interviewer

Dat loopt wel door elkaar?

Respondent

Ja.

Interviewer

Communiceert u via social media met collega's?

Respondent

Ja. Als je iets wil weten. Ik heb weleens gehad dat ik dan iemand opgezocht heb, omdat ik iets moest weten. Ik app ook wel gewoon.

Interviewer

Heeft u een WhatsAppgroep met collega's?

Respondent

Nee, die heb ik niet. Ik werk alleen samen met mijn leidinggevenden, ik werk niet in een groep. Ik zit wel in een groep met de personeelsvereniging.

Interviewer

Vindt u het belangrijk dat uw persoonlijke en zakelijke identiteit gescheiden blijft?

Respondent

Ik ben er niet zo van om privé en zakelijk strikt te scheiden. Ik vind het ook wel gezellig. We hebben laatst een barbecue georganiseerd hier op het werk. Ik vind dat heel leuk. Bij Facebook denk ik nog weleens of het wel verstandig was om collega's toe te laten. Daar moet ik toch nog eens de instellingen van bekijken. Stel dat je alles op Facebook zet, wat je doet in je weekend, ik weet niet of dat voordelen heeft. Ik zet er zelf niet zoveel op, dus dat is voor mij niet zo'n issue. Ik vind dat je zelf

verantwoordelijk bent voor wat je doet. Soms denk ik dus wel of dat slim was om collega's toe te voegen, voor sommigen kan dat wel problemen met zich meebrengen. Ik heb er niet zo'n last van.

Interviewer

Welke voordelen kunnen social media hebben voor u als professional?

Respondent

LinkedIn heeft sowieso wel voordelen, denk ik. Ik hoor ook wel van mensen dat je daar makkelijk kunt kijken naar nieuwe banen. Ik heb er zelf nog geen gebruik van hoeven maken. Ik zie het op Facebook ook wel, dat ze iemand nodig hebben. Soms is het zo dat je dat soort handige dingen kunt tegenkomen in je sociale contacten, zoals een baan. Ik denk dat het absoluut in het voordeel kan werken.

Interviewer

Wat kunnen de nadelen zijn voor een werknemer die actief is op social media?

Respondent

Mensen weten wel een hoop over je. Ik heb daar zelf niet zo'n problemen mee, omdat ik weet wat ik erop zet. Als je iets tegenkomt, waar je het niet mee eens bent, kun je dat meteen rapporteren. Als je bij volle verstand bent, denk ik niet dat er iets mee aan de hand is. Pas bij kinderen wordt het anders.

Interviewer

Is het afleidend?

Respondent

Ik kijk er niet op tijdens werk. Ik app alleen wel, maar dat is geen social media, denk ik. Ik heb wel een aparte app voor de Facebook-messenger. Dan stuur ik misschien wel berichten, maar dan zit ik niet echt op Facebook te kijken.

Interviewer

Zitten er ook risico's aan als werknemer?

Respondent

Ja, als je er bepaalde dingen op zet. Als je van het weekend bent wezen stappen en je hebt allemaal leuke dingen gedaan en maandag ben je ziek. Dat kan in verkeerde aarde vallen. Ook al hoeft dat niets met elkaar te maken te hebben. Of mensen sturen dingen door die ze zien op je Facebook, maar dat is het risico als je jezelf openstelt. Dat is het grote nadeel van social media, dat is allemaal makkelijker geworden. Je kunt tegenwoordig overal foto's van maken.

Interviewer

Heeft u ooit handelingen ondernomen om uw persoonlijke gegevens beter te beschermen?

Respondent

Volgens mij staat mijn Facebook-pagina alleen opengesteld voor vrienden.

Interviewer

Heeft u zich ooit in de privacy-instellingen verdiept?

Respondent

Jazeker.

Interviewer

Bij Facebook alleen of ook bij andere kanalen?

Respondent

Ik weet niet of het bij LinkedIn ook kan, er staan verder geen foto's op. Voor mij heeft het voornamelijk te maken met de foto's die erop staan, daar staan mijn kinderen ook op. Dat vind ik een ander verhaal. Op mijn LinkedIn staan alleen mijn zakelijke gegevens en mijn schoolgegevens en één foto van mijzelf. Ik heb niet echt gekeken of ik dat moet afbakenen, dat vind ik niet interessant.

Interviewer

Wat vindt u wel of niet geschikt om te delen op social media?

Respondent

Dat zijn bij mij alleen maar de leuke dingen. Ik denk wel bewust na over wat ik deel, als ik iets deel. Bijvoorbeeld laatst ben ik sushi wezen eten met mijn dochttertje. Lekker oppervlakkig, daar kan niets mee fout zijn. Je wordt ook weleens getagd bij een optreden of een leuk concert. Niets spannends.

Interviewer

Wat zouden de voordelen voor de organisatie kunnen zijn als de werknemers actief zijn op social media?

Respondent

Naamsbekendheid. Ze zitten namens Bosch wel op social media, volgens mij hebben ze Facebook. Het is alleen amper bekend. Je kunt wel een bepaalde sfeer vanuit het bedrijf laten zien. Als je mensen of personeel zoekt, dat zou je daarmee kunnen werven.

Interviewer

Zouden er ook gevaren aan vast kunnen geven?

Respondent

Als je er foto's van het personeel op gaat zetten, dan wel natuurlijk. Maar dat mag je er niet opzetten. Ligt eraan wat je erop zet.

Interviewer

Bent u op de hoogte van regels over het social mediagebruik binnen Bosch

Respondent

Ik weet zeker dat er regels zijn.

Interviewer

Heeft u ze ooit ingezien.

Respondent

Nou ja, ik weet dat er websites geblokkeerd zijn op mijn laptop. Je kunt niet op Gmail bijvoorbeeld. Ik neem aan dat daar regels over zijn. Die zullen ook zeker wel op papier zijn.

Interviewer

Wordt er weleens gecommuniceerd over de nadelen van social media?

Respondent

Nee.

Interviewer

Ook geen voorlichting gehad over gedragsrichtlijnen?

Respondent

Nee.

Interviewer

Denkt u dat het noodzakelijk is om een dergelijk beleid te hebben?

Respondent

Ja, misschien wel. Op school heb je dat ook, maar dan werk je met kinderen. Het is misschien wel handig, ook omdat Bosch Rexroth een eigen Facebookpagina heeft. Dan zou het misschien wel handig zijn om het daarover te hebben.

Interviewer

Wat zou dan beter kunnen?

Respondent

We hebben wel een training over 'hoe om te gaan met Bosch Connect', maar er zijn niet echt voorlichtingen geweest over de gevaren. Dat zou wel kunnen, over Facebook en LinkedIn.

Interviewer

Ziet u om u heen weleens dingen fout gaan op social media?

Respondent

Dat weet ik niet, alleen privé zie ik dat weleens. Op het werk weet ik het niet. Ik weet wel dat er op het werk gepest wordt, volgens mij zelfs via social media. Ik denk ook dat het bij weinig bekend is dat er zoveel gepest wordt. Dat is natuurlijk een risico van social media. Je kunt iemand wel blokkeren, maar dan ben je nog niet van het pestgedrag af. Voorlichting zou wel goed zijn, over wat het is en wat er allemaal bekend is. Dat zou zeker wel goed zijn.

Interviewer

Dan zijn we er doorheen. Bedankt voor uw medewerking.

Respondent

Graag gedaan.

## Interview 17

Naam interviewer	Charlotte Swagten
Omschrijving opname	Interview
Tijdsduur	15:58 minuten
Bestandsnaam	Interview 017
Soort transcriptie	Woordelijke transcriptie
Datum van opname	28-06-2016
Respondentnummer	17
Leeftijd respondent	31
Opleidingsniveau	HBO
Afdeling	Engineering
Geslacht	Man

Interviewer

Wat vindt u van social media als communicatiemiddel in het algemeen?

Respondent

Wat ik er fijn aan vind is dat ik de mensen kan laten zien wat ik kan en waar ik mee bezig ben, maar je

moet er wel voor zorgen dat je het professioneel houdt. Dat je er niet alles op gaat zetten en je rekening met bedrijfsgeheimen houdt. Persoonlijk vind ik het gewoon leuk om mijn vrienden te laten zien wat ik doe, waar ik mee bezig ben. Maar dat kan ook via een andere manier, zoals op WhatsApp foto's rond te sturen. Dat hoeft niet per se op Facebook, dan moet iedereen het weer zien. Je moet het well goed afschermen.

Interviewer

Op welke kanalen bent u allemaal actief op social media?

Respondent

Ik alleen Facebook en LinkedIn.

Interviewer

Bent u ook actief op Bosch Connect?

Respondent

Niet actief, maar ik kijk er wel af en toe op. We zijn proberen wel een groep op te zetten binnen Bosch Connect om bekender te worden binnen het bedrijf, maar dat is nog in de beginfase. Zo kunnen we meer laten zien wat we doen en welke projecten we doen. Het is ons doel om ons daarop te gaan profileren. Binnen het bedrijf zijn we nog een onbekende tak, een ondergeschoven kindje.

Interviewer

Hoeveel tijd denk je per dag kwijt te zijn aan social media?

Respondent

Een uurtje ongeveer. Facebook, WhatsAppen, alles bij elkaar.

Interviewer

Wanneer bent u begonnen met social media?

Respondent

Tien jaar terug of zo.

Interviewer

Waar gebruikt u social media voornamelijk voor?

Respondent

Facebook gebruik ik om met vrienden in contact te blijven. Ik heb een aantal vrienden van mijn stage in Amerika. Dus dan kan ik mooi in contact blijven en zien wat hun doen. WhatsApp is gewoon voor contact met mijn vrienden in Nederland. Op Facebook zet ik af en toe waar ik ben, maar niet heel actief. Op LinkedIn ben ik gewoon geïnteresseerd in wat anderen doen, maar zet er zelf heel weinig op. Ik vind het wel leuk om te zien als iemand een artikel heeft geliket, dan kijk ik waar het over gaat, maar ik zet er zelf niets op. Ik gebruik het passief.

Interviewer

Gebruikt u LinkedIn alleen zakelijk of ook voor persoonlijke interesses?

Respondent

Beide, meestal zakelijk. Maar ik bekijk ook wel dingen vanuit mijn interesses, zoals geroepen die ik leuk vind.

Interviewer

Waaruit bestaan uw online connecties voornamelijk?

Respondent

Dat is een mix van vrienden en collega's. Familie heb ik niet op LinkedIn, alleen zakelijk en bekenden. Op Facebook heb ik naast vrienden ook een aantal collega's te vriend, maar niet allemaal. Alleen de mensen van de afdeling of waar ik mee samengewerkt heb.

Interviewer

Communiqueert u ook met collega's via Facebook?

Respondent

Via de mail, dat hou ik wel gescheiden. Het is af en toe dat we een berichtje sturen, bijvoorbeeld als we in het buitenland zitten. Dan hebben we een groep aangemaakt, zodat alle collega's kunnen helpen. Als je problemen hebt, kun je makkelijk gegevens uitwisselen.

Interviewer

Dus u gebruikt WhatsApp dus naast persoonlijk ook zakelijk?

Respondent

Ja. Ja ik weet niet of het mag van Bosch, maar we doen het toch.

Interviewer

In hoeverre vindt u het belangrijk dat de persoonlijke en zakelijke identiteit gescheiden is?

Respondent

Ja, er moet wel een gezonde mix zijn. Je moet er niet de hele tijd mee lastig gevallen worden. Het heet niet voor niets 'privé'. Vrije tijd moet wel gescheiden blijven, op zekere hoogte.

Interviewer

Bent u wel bewust met die scheiding bezig als u online informatie deelt?

Respondent

Ja, daar denk ik wel over na.

Interviewer

Welke voordelen kunnen social media voor u als medewerker met zich meebrengen?

Respondent

Daar zie ik weinig voordelen in. Alleen WhatsApp is makkelijk om mee te communiceren in een groep. Het is dan een grote vraagbank dan, iedereen weet wel iets. Dat is wel handig. Maar met Facebook, daar zie ik geen voordelen.

Interviewer

En bij LinkedIn?

Respondent

Dat is meer op de professionele tak gericht. Dan zien misschien meer mensen wat Bosch Rexroth doen, maar voor de rest zou ik het niet weten. Ik heb er zelf nog niet voordeel uit gehaald. Ik heb er nog niets in gevonden dat *life changing* is voor het bedrijf.

Interviewer

Zijn er ook nadelen voor een medewerker?

Respondent

Ja, dat je er de hele tijd mee bezig bent. Dat je ook na je werk bezig bent met social media, voor je werk eventueel. Dat kan als een nadeel gezien worden, denk ik.

Interviewer

Leidt het ook af van het werk?

Respondent

Ja.

Interviewer

Kijkt u er tijdens werk weleens op?

Respondent

Ja, af en toe kijk ik er wel op. Ik heb wel alle meldingen, piepjes en dingen afgezet, zodat je niet de hele tijd naar je telefoon kijkt.

Interviewer

Zouden er ook risico's aan kunnen zitten?

Respondent

Ja, dat je er verkeerde dingen op zet, bedrijfsgeheimen of zo. Ik weet niet hoe de policy daarover is.

Interviewer

Heeft u bewust handelingen ondernomen om de persoonlijke gegevens beter te beschermen?

Respondent

Ja, ik heb op Facebook kunnen alleen mijn vrienden alles van mijn pagina zien. Als je mij googelt, dat krijg je mij niet gevonden. Dat heb ik bewust zo ingesteld, omdat er zowel dingen over privé en werk op staat. Niet iedereen kan dat zien, alleen bekenden. Het is aan hun wat ze eraf halen en overall neerzetten, dat weet ik niet. Dat kun je niet afschermen.

Interviewer

Waar ligt de grens wat betreft het delen van informatie op social media?

Respondent

Familieaangelegenheden gaan niemand aan, die ga ik er niet op zetten. Ik deel wel als ik op reis ben, maar dat beperk ik ook tot het minimum. De ander kan ook zien dat er niemand thuis is, dan kunnen ze even op bezoek gaan en mijn spullen weghalen.

Interviewer

Dus beperkt, maar wel informatie over jezelf?

Respondent

Ja, het is wel persoonlijk.

Interviewer

Wat voor voordelen zou social media met zich mee kunnen brengen voor de organisatie?

Respondent

Weten waar mensen mee bezig zijn. Dat het bekend wordt waar iedereen mee bezig is. Met zo'n groot bedrijf weet je niet wat de man aan de andere kant van de gang doet. Bekend worden met de mensen.

Interviewer

Dat is intern vooral, zou het extern voordelen kunnen hebben?

Respondent

Weet ik niet, dat durf ik niet te zeggen. Ik denk wel dat ze er actiever mee bezig zijn, maar dat is aan de marketingafdeling.

Interviewer

Zou er nog een gevaar kunnen zijn voor het bedrijf dat de medewerkers op social media zitten?

Respondent

Ja, dat ze geen controle hebben over wat er gepubliceerd wordt. Als ze zelf een account hebben, kunnen ze dat zelf reguleren. Als iedere werknemer alles er maar lukraak opzet, met foto's, tekst en commentaar, dan weet je niet waar het eindigt. Misschien zetten ze er wel verkeerde dingen op, dingen die je niet in het nieuws wil hebben.

Interviewer

Zou imagoschade dan een vervolg kunnen zijn?

Respondent

Ja, dat denk ik wel. Als er een ongeluk gebeurt en iemand zet en dat op zijn Facebook zet en er wordt veel geliket, dan krijg je dat niet meer uit de wereld. Als het bedrijf het zelf de wereld in brengt, dan kun je het op een andere manier zetten of het controleren.

Interviewer

Bent u tijdens werk nog weleens bezig met social media?

Respondent

Dat probeer ik te beperken, je bent niet voor niets op werkt.

Interviewer

Zijn er regels over hoe men met social media moet omgaan?

Respondent

Nee, die zijn mij niet bekend. Volgens mij is er wel een geheimhoudingsplicht. Ik hou er natuurlijk zelf ook rekening mee, wat ik erop zet. Ik ga er geen bedrijfsdetails op zetten, maar gewoon een fotootje kan denk ik wel.

Interviewer

Is erover social media gecommuniceerd binnen de afdeling?

Respondent

Nee, niet expliciet, maar mijn leidinggevende heeft wel ooit gezegd dat we moesten opletten met wat we erop zetten. Het is niet dat het beroepsmatig of bedrijfsmatig is uitgerold.

Interviewer

Is er ooit een voorlichting of een training over geweest?

Respondent

Nee, niet dat ik weet. Of dat ik hem gemist heb. Toen ik hier begon, was het nog niet zo'n hype. Ik denk dat het nu wel in de contracten staat. Dat er bepaalde regels zijn.

Interviewer

In hoeverre denkt u dat de werknemers zich aan gedragsregels houden?

Respondent

Ik denk het niet. Ik hoor dat er nog fouten worden gemaakt. Een voorbeeld is een project waarbij verschillende mensen waren ingeleend. Zij zetten er weleens op aan welk project ze hebben gewerkt en eigen mensen niet. Dat kan niet gereguleerd worden en ik weet niet of dat allemaal goed gaat. Ik weet ook niet of dat bij het bedrijf wordt toegestaan.

Interviewer

Denkt u dat het noodzakelijk is om een beleid te hebben?

Respondent

Ik denk wel dat er een soort van huisregels moeten zijn waar je je aan moet houden. Maar goed, dan moet iemand dat ook weer bewaken.

Interviewer

Denkt u dat er onduidelijkheid is over de manier waarop je met social media moet omgaan?

Respondent

Ik denk dat als je logisch nadenkt, dat het voor zich spreekt.

Interviewer

Zouden ze nog wat beter kunnen doen op dit gebied?

Respondent

Goede voorlichting geven over wat je er wel of niet op zet.

Interviewer

Is daar behoefte aan?

Respondent

Ja, dat denk ik wel.

Interviewer

Goed, dan zijn we er doorheen. Bedankt voor uw medewerking.

Respondent

Mooi. Graag gedaan.

## Interview 18

Naam interviewer	Charlotte Swagten
Omschrijving opname	Interview
Tijdsduur	22:56 minuten
Bestandsnaam	Interview 018
Soort transcriptie	Woordelijke transcriptie
Datum van opname	28-06-2016
Respondentnummer	18
Leeftijd respondent	33
Opleidingsniveau	HBO
Afdeling	Engineering
Geslacht	Man

Interviewer

Wat vindt u van social media in het algemeen als communicatiemiddel?

Respondent

Ik vind het wel handig om het te gebruiken. Ik gebruik het niet heel veel. Ik gebruik wel WhatsApp, maar Facebook heb ik van mijn telefoon afgegooid.

Interviewer

Waarom?

Respondent

Ik vind het niet fijn, al dat volgen op Facebook. Al die gegevens worden gebruikt en dat soort acties. Dat boycot ik wat dat betreft een beetje. Via Facebook en Google wordt er tegenwoordig zoveel gegevens verzameld, ongemerkt. Als ik een app download, kijk ik ook altijd wat die app van mij gebruikt. Als ik een app download, dan hoeft hij mijn contacten niet te weten. Ik kijk wel naar dat soort dingen. Ik vraag me af wat ze met al die gegevens moeten. Ik houd da wel een klein beetje in de gaten, ja.

Interviewer

Bent u nog wel actief op social media?

Respondent

Ja, dat wel. Ik gebruik in principe alleen nog WhatsApp. LinkedIn ben ik nooit aan begonnen.

Interviewer

Gebruikt u Bosch Connect?

Respondent

Dat gebruik ik wel. Daar ben ik zelfs eigenaar van onze pagina. Dat soort dingen gebruik ik zeker wel.

Interviewer

Bent u ook actief op Bosch Connect?

Respondent

Dat begint nu allemaal een beetje te komen. Ik werk nog niet zo heel lang bij Rexroth. Ik ben hiervoor drie jaar ingeleend, dus toen mocht ik niet op Bosch Connect. Nu dus wel. Op die pagina wordt informatie gedeeld over projecten of de standaarden die we gebruiken. We hebben een algemene pagina die voor iedereen toegankelijk is binnen Bosch. We hebben ook een *restricted* pagina die puur alleen voor onze afdeling toegankelijk is, omdat wij daar gevoelige informatie op posten.

Interviewer

Hoeveel tijd bent u per dag bezig met social media?

Respondent

Je kijkt af en toe een keer. Alles bij elkaar half uur tot een uur. Ik reis tegenwoordig met de trein dan zit je al meer op dat soort dingen.

Interviewer

Bent u al lang actief op social media?

Respondent

Het begon met MSN toen, Partyflock bijvoorbeeld. Die accounts heb ik allemaal gewist, volgens mij heb ik daar niets achtergelaten.

Interviewer

Waarvoor gebruikt u social media? Is dat persoonlijk of zakelijk van aard?

Respondent

Alle twee. Ik zoek geen nieuwe contacten via social media, maar wel met mensen die ik al ken. Het is geen telefoongesprek meer, maar een WhatsApp. Dat kan zowel persoonlijk als zakelijk zijn. Bosch Connect is helemaal zakelijk.

Interviewer

Waaruit bestaan uw online connecties voornamelijk?

Respondent

Ik heb nog wel een Facebook-account, ik kijk er alleen niet meer op. Dat zijn eigenlijk alleen vrienden die ik als contacten heb. Met telefoonnummers uitwisselen hier op het werk, hou ik zakelijk en privé wel gescheiden. Op WhatsApp zitten ook collega's die ik privé app, maar we hebben code binnen de afdeling daarover. Ik heb nu toevallig een zakelijk nummer gekregen van Bosch, maar daarvoor hebben we wel altijd gezegd: "Vraag het eerst even aan diegene." Soms zit je bij een klant en dan belt een andere klant mij op mijn privénummer. Dat is echt iets wat ik niet wil. Daar probeer ik wel over na te denken.

Interviewer

Bent u bewust bezig met het scheiden van zakelijk en privé?

Respondent

Ja, dat probeer ik wel. Het loopt wel een beetje door elkaar, maar dat voel je ook wel aan. Dat ligt aan het contact met die collega.

Interviewer

Welke voordelen kunnen social media hebben voor een medewerker?

Respondent

Bij een project is het wel makkelijk om even snel contact te zoeken met elkaar of om een keer een foto op te sturen met daarin de status van het systeem. Het bevordert wel de samenwerking. Maar ook andere praktische dingen, zoals het doorgeven van files aan collega's.

Interviewer

Zijn er ook nadelen voor werknemers?

Respondent

Misschien dat je er een keer informatie op zet, dat wat een andere collega niet mag zien of iets dergelijks. Dat is ook weleens gebeurd, dat iemand iets onhandig post dat voor iemand anders bedoeld was. Als jij ergens in getagd wordt, wat niet de bedoeling was, dan kan jouw baas dat ook zien. Dat is niet heel erg handig, daarom wil ik het ook gescheiden houden. Ik heb niets te verbergen hoor, maar ik vind het wel fijner.

Interviewer

Heeft u zich bewust verdiept in de privacy-instellingen?

Respondent

Ik heb bij WhatsApp toen wel uitgezet dat mensen zagen wanneer ik actief was of wanneer je een berichtje had ontvangen. Dan krijg je al snel de reactie: "Waarom heb je niet gereageerd?" Dat is nu verloren met die blauwe vinkjes. Ik kan dat wel uitzetten, maar dan kun je de status van anderen ook niet meer zien. Dat vond ik dan ook weer onhandig, dus ik heb het nu wel weer aan staan.

Interviewer

Wat vindt u wel of niet geschikt om te delen op social media?

Respondent

Leuke stapjes met vrienden, dat maakt mij niet uit als dat gedeeld wordt. Ik denk dat voor iedereen wel geldt dat het delen van persoonlijke gegevens niet hoeft. Als je bij een hotel komt, wordt je paspoort gekopieerd of ingenomen. Daar ben ik wel mee bezig, om de gegevens voor mijzelf te houden. Ik deel geen inhoudelijke dingen. Mijn dochter heeft laatst haar zwemdiploma gehaald, dat zou je wel kunnen delen. Dat vind ik niet erg om te posten, maar niet veel dieper dan dat. Ik denk dat dat voor iedereen wel geldt, daar ga ik vanuit.

Interviewer

Wat zouden de voordelen kunnen zijn voor de organisatie wat betreft social media?

Respondent

Zoals wij Bosch Connect gebruiken, dan zie ik daar zeker het voordeel van in. Als je bij een klant zit, kun je ook via WhatsApp makkelijk met elkaar contact leggen. Dat je even snel wat vraagt aan elkaar, zo van: "Ik heb een probleem, wie weet de oplossing?" Dan krijg je ook weer heel snel een reactie. Dat vind ik zeker een voordeel.

Interviewer

Zouden social media ook voor externe communicatie ingezet kunnen worden?

Respondent

Ik heb zelf nooit nodig gehad of gebruikt voor een klant. Om het bedrijf te promoten, zou het handig kunnen zijn. Net als wij met onze afdeling doen om meer opdrachten te krijgen. Zo kun je laten zien wat je kunt en hebt gedaan. Dat kun je laten zien aan de rest van het bedrijf, waardoor ze je sneller een opdracht geven. Dat kun je ook naar de klant doen, jezelf promoten. Vooral in deze tijd, aangezien het minder gaat nu. Social media kan zeker gebruikt worden om klanten te winnen en opdrachten te krijgen.

Interviewer

Zitten daar ook risico's aan vast voor de organisatie?

Respondent

Iedereen kan iets posten of iets doen daarop. Terugkomend op Bosch Connect, daar hebben we een *restricted* pagina en een algemene pagina. Iedereen binnen de *restricted* pagina kan ook iets op de algemene pagina zetten. Dan heb je gevoelige informatie gedeeld, daar moet je wel mee oppassen. Dat zijn de nadelen. Informatie die per ongeluk gedeeld zijn of niet goed afgeschermd zijn.

Interviewer

Bent u tijdens werk weleens bezig met social media?

Respondent

Ja, dat ben ik wel. Ik kijk privé weleens op WhatsApp.

Interviewer

Leidt dat weleens af op werk?

Respondent

Nou, ik heb mijn telefoon nu ook gewoon nog boven liggen. Ik kan het wel gescheiden houden. Ik vind het niet fijn als ik mijn telefoon niet bij me heb, maar ik raak er niet van in de stress. Het niet echt een afleiding, maar het kan wel zo zijn. Het is niet pertinent een afleiding.

Interviewer

Zijn er regels die Bosch Rexroth stelt over het social mediagebruik van werknemers?

Respondent

Ja, volgens mij mag het niet onder werktijd, het gebruik van persoonlijke communicatie hierop.

Interviewer

Ook regels over de inhoud?

Respondent

Bedrijfsgevoelige informatie mogen niet naar klanten toegestuurd worden.

Interviewer

Is daar ook echt een beleid van of regels die u ingezien heeft?

Respondent

Er is volgens mij wel een boekje met regels daarin, maar die kan ik zo niet voor de geest halen. Ik denk dat het wel goed vast is gelegd, maar ik zou het zo niet weten. Ik heb dat vier jaar geleden ingezien, ik moet dat eigenlijk opfrissen voordat ik daar antwoord op kan geven. Als je hier komt werken, krijg je een boekje met regels waaronder je een handtekening moet zetten.

Interviewer

Wordt social media daarin genoemd?

Respondent

Dat weet ik zo niet.

Interviewer

Wordt er binnen de afdeling weleens over gecommuniceerd wat wel en niet kan op social media.

Respondent

Refereer ik weer naar Bosch Connect, omdat we dat laatst hebben opgestart. Daar hebben wij in onze afdelingsmeeting, die wij eens in de twee weken hebben, een item ingelast over Bosch Connect. We zijn wel bezig met wat er gepost wordt en wie het gaat posten op dit medium. We hebben groepjes opgesteld met elk een functie binnen Bosch Connect.

Interviewer

Is er door Bosch een keer een voorlichting of training gegeven hierover?

Respondent

Over Bosch Connect kun je wel een cursus volgen.

Interviewer

Is er ook iets gezegd daarin over de kansen en gevaren van social media?

Respondent

Niet dat ik weet.

Interviewer

Is het noodzakelijk om een beleid, regels of richtlijnen voor vast te leggen?

Respondent

Ik denk het wel, aangezien we dat zelf ook opperen. We willen niet zomaar gegevens binnen onze

afdeling delen naar buiten, die mogen niet door derden gebruikt worden. Die mogen er niet zomaar opgezet worden. Er moeten wel een soort van richtlijnen/regels afgesproken worden.

Interviewer

Wat zouden ze beter kunnen doen wat betreft de naleving van deze regels?

Respondent

Dan zou je inderdaad iets van een voorlichting moeten geven, maar wel blijven herhalen om de zoveel tijd.

Interviewer

Is er nu nog onduidelijkheid over wat wel en niet mag binnen het bedrijf?

Respondent

Ja, dat denk ik wel. Binnen onze afdeling is het niet zo'n punt, maar ik denk wel dat het draagvlak heeft als een training gegeven wordt. Bij mijn dochter op school hadden ze ook een meeting over social media. Dat was een voorlichting over wat er kan gebeuren en wat er nu speelt, zoals pesten op het internet en social media. Sommige dingen weet je heel goed, andere dingen zijn wel een *eyeopener*. Ik ben geen leek, maar als ik al nieuwe dingen hoor. Mensen zeggen wel: "Oké, moet ik toch even opletten." Je komt er toch achter of ja dingen anders moet doen. Zo'n voorlichting is misschien handig om te geven af en toe.

Interviewer

Dan weet ik genoeg, bedankt voor uw medewerking.

Respondent

Graag gedaan.

## Interview 19

Naam interviewer	Charlotte Swagten
Omschrijving opname	Interview
Tijdsduur	19:19 minuten
Bestandsnaam	Interview 019
Soort transcriptie	Woordelijke transcriptie
Datum van opname	28-06-2016
Respondentnummer	19
Leeftijd respondent	44
Opleidingsniveau	HBO
Afdeling	Marketing
Geslacht	Man

Interviewer

Wat vindt u van social media als communicatie in het algemeen?

Respondent

Privé heb ik het niet nodig. Zakelijk vind ik het wel een mooi instrument. Ik ben vooral actief met LinkedIn. Ik heb wel een Facebook-account, maar daar doe ik eigenlijk vrij weinig mee. Ik heb een YouTube-kanaal, maar daar staat precies één filmpje op. Daar doe ik vrij weinig mee. Zakelijk kan YouTube en LinkedIn wel interessant zijn. Voor Facebook zie ik dat niet echt gebeuren. Intern hebben we natuurlijk Bosch Connect. Dat vind ik wel een leuke ontwikkeling.

Interviewer

Bent u ook actief met Bosch Connect?

Respondent

Ja, steeds actiever. Sowieso voor het raadplegen van informatie, omdat er op sommige communities heel veel te vinden is. Sinds een paar maanden zijn we met onze marketingafdeling ook heel actief.

Interviewer

Gebruikt u WhatsApp?

Respondent

Ja, dat ook. Daar wordt hier flink gebruik van gemaakt.

Interviewer

Hoeveel tijd denkt er dagelijks mee bezig te zijn?

Respondent

Dat ligt eraan, dat gaat met vlagen. Als we iets gereed hebben en dat moet op Bosch Connect of op LinkedIn in een campagne, dan ben je er veel mee bezig. Maar er zijn ook dagen dat ik het heel weinig gebruik. Er is geen dag dat ik het niet gebruik. Er zijn dagen bij dat je het alles bij elkaar een kwartiertje gebruikt. Maar zijn ook dagen dat je er een halve dag mee bezig bent.

Interviewer

En privé?

Respondent

Je loopt even door alle statusupdates heen als je niks te doen hebt. Hetzelfde geldt voor Facebook, dan kijk ik even wie er jarig is en dan stuur ik die via een ander kanaal een felicitatie. Dat is meer als je even op de bank zit.

Interviewer

Hoeveel jaar bent u al actief op social media?

Respondent

Al heel erg lang. Acht jaar of zo. Ik begon toen met LinkedIn. Facebook heb ik aangemaakt, omdat Rexroth ook een Facebook-account heeft. Ik wilde gewoon weten wat zich daarop allemaal afspeelde. Ik heb trouwens ook nog een Twitter-account, maar daar doe ik helemaal niets mee.

Interviewer

Welk middel gebruikt u waarvoor? Zit er verschil tussen de kanalen?

Respondent

Ik gebruik eigenlijk alleen LinkedIn en Bosch Connect. Dat is beide eigenlijk zakelijk. LinkedIn heeft natuurlijk een klein persoonlijk karakter, maar het is wel voor zakelijk. Is het niet in deze baan, dan is het in de volgende baan.

Interviewer

Leest u alleen of post u zelf ook weleens iets?

Respondent

Ik ben daar wel actiever in dan alleen lezen, ja. We zijn ermee bezig om daar een campagne mee op te zetten. We posten niet alleen vanuit Rexroth, maar we gaan daar ook gesponsorde advertenties op plaatsen.

Interviewer

Heeft u een zakelijke telefoon?

Respondent

Ik heb twee telefoons, een zakelijke en een persoonlijke telefoon.

Interviewer

Dat scheidt u ook heel bewust?

Respondent

Ja, omdat de zakelijke telefoon ook heel makkelijk uit kan.

Interviewer

Waaruit bestaan uw online connecties voornamelijk? Zijn dat vrienden en collega's?

Respondent

Ja, dat loopt wel door elkaar.

Interviewer

Heeft u op Facebook bijvoorbeeld ook collega's te vriend?

Respondent

Op Facebook heb ik inderdaad een paar collega's te vriend ja.

Interviewer

En op WhatsApp?

Respondent

Dat loopt helemaal door elkaar, dat is werk en privé.

Interviewer

In hoeverre vindt u het belangrijk dat de persoonlijke en de zakelijk identiteit gescheiden zijn?

Respondent

Ik vind tot op het zekere hoogste oké. Dat ligt eraan wie, welke collega's. Directe collega's, zoals van de afdeling, die kunnen mij dag en nacht bereiken op WhatsApp of via de telefoon. Maar andere hoeven mij niet in het weekend te bellen.

Interviewer

En op het gebied van social media?

Respondent

Op LinkedIn, daar wel, op Facebook alleen de meest directe collega's waarmee ik een vriendschap heb op Facebook.

Interviewer

Wat zijn de directe voordelen voor een werknemer?

Respondent

Dat ligt eraan welke. Voor Bosch Connect is het heel duidelijk, dan kun je makkelijk communiceren met mensen buiten Bosch Rexroth communiceren. Dat geldt in mindere mate ook voor LinkedIn. Zo heb ik een hoop dingen kunnen regelen voor evenementen. Dat is super gemakkelijk, contact leggen.

Interviewer

Helpt het ook in de samenwerking?

Respondent

Dan wordt het eerder persoonlijk contact en via de e-mail.

Interviewer

Gebruikt u ook WhatsApp ook weleens voor zakelijke dingen?

Respondent

Nee, want op mijn zakelijke telefoon heb ik geen internet. Ik heb wel WhatsApp, maar dat werkt alleen met Wifi en die hebben we hier niet. Anders zou ik dat misschien wel doen.

Interviewer

Zijn er ook nadelen aan social media voor een werknemer?

Respondent

Nee, nooit ervaren. Ik ben heel braaf.

Interviewer

Bent u bewust bezig geweest met het beschermen van uw persoonlijke gegevens?

Respondent

Ik let bewust op met wat ik post. Voordat je een bericht post op LinkedIn, lees je het bericht nog wel drie keer door. Met andere woorden, daar ga je wel heel bewust mee om.

Interviewer

Heeft u ook weleens de privacy-instellingen bekeken?

Respondent

Dat wat minder. Wel bij stilgestaan, maar te lui om daar echt in te duiken.

Interviewer

Wat vindt u wel of niet gepast om te delen op social media?

Respondent

Ik vind heel moeilijk om te bepalen waar die grens ligt. Op LinkedIn sta je natuurlijk wel als medewerker van een bedrijf op. Daar moet je er natuurlijk alles aan doen om het bedrijf niet in diskrediet te brengen. Dat vind ik wel heel belangrijk. Als je daar geen rare dingen op post of rare foto's erop zet die niet zakelijk zijn, dan is het goed. Op Facebook kun je je gang gaan, het kan alleen tegen je gebruikt worden als je iets raars doet. Ik hoor weleens dat er mensen ontslagen zijn door een post op Facebook. Als je jezelf ziekmeldt en je bent op een of ander festival te vinden die dag. Dat is niet handig.

Interviewer

Wat zouden de voordelen voor de organisatie kunnen halen?

Respondent

LinkedIn is duidelijk. Daar zitten professionals die berichten naar elkaar sturen die interessant zijn. Je hebt een call-to-action op je LinkedIn. Op Facebook zie ik dat hier niet echt zo. In Brazilië is dat bijvoorbeeld weer anders, die hebben een enorm Facebook-kanaal waar ze allerlei zakelijk dingen posten. In Nederland zou dat niet werken. Twitter werkt in de UK heel goed, en in Amerika ook. Die

posten wekelijks berichten. Daar zijn ze wel enthousiast over. In Nederland gebruiken we alleen LinkedIn.

Interviewer

Wat zou het doel daarvan kunnen zijn?

Respondent

Naast contact zoeken zou je inderdaad ook reclame kunnen maken. In die promotie ga je wel weer naar iets interessants voor de doelgroep.

Interviewer

Welke gevaren zou het mee kunnen brengen als de werknemers op social media zitten?

Respondent

Dat er niet professioneel gehandeld wordt en dat je je bedrijfsnaam ten grabbel gooit.

Interviewer

Bent u tijdens werk bezig met social media?

Respondent

Ik ben er alleen zakelijk mee bezig.

Interviewer

Is het ook weleens een afleiding?

Respondent

Ja. Je bekijkt LinkedIn weleens in de uurtjes dat je geen tijd meer hebt om iets nieuws op te pakken. Dan ga je er wel even doorheen. Dat is wel een stukje afleiding van de dagelijkse werkzaamheden.

Interviewer

Kan het er ook onder lijden?

Respondent

Nee. Dat heeft er ook mee te maken met wat voor persoon je bent. Als je een negen-tot-vijf-mentaliteit hebt, kan het inderdaad lastig zijn. Dat je dan tijdgebrek krijgt voor andere klusjes. Ik denk dat het marketing-eigen is om die mentaliteit helemaal niet te hebben. De klus moet af en als dat niet lukt, dan doe je dat maar in je eigen tijd. We hebben keiharde deadlines, die moeten gehaald worden.

Interviewer

Zijn er regels binnen Bosch Rexroth over hoe je je gedraagt op social media?

Respondent

In je contract staat wel dat je de naam van Bosch Rexroth niet mag beschadigen. Maar of er expliciet in staat hoe je je moet gedragen op LinkedIn of andere social media, dat denk ik niet dat het erin staat. Maar dat weet ik niet zeker.

Interviewer

Zou je dat ergens in kunnen zien?

Respondent

Ja.

Interviewer

Wordt er van bovenaf weleens over gecommuniceerd?

Respondent

Nee, maar wij zijn wel bezig met een sessie met de afdeling Sales, waarin we het onderwerp social media gaan aankaarten. Wij zien wel dingen die niet zo handig zijn, dingen die niet professioneel zijn. Soms komen er dingen voorbij waarvan ik denk: “Doe het op een andere manier of wat wil je hiermee bereiken?” Sommige mensen posten foto’s zonder tekst. Dat is onduidelijk. Het kan ook een profielfoto zijn. Als je met je zoontje gekke dingen op het strand aan het doen bent. Dat is niet handig voor een zakelijk netwerk. Dat willen we ze toch even op wijzen.

Interviewer

Is een dergelijk beleid op papier noodzakelijk?

Respondent

Ja. Ik denk dat het dan duidelijk is wat wel en niet kan. Dan kun je erop terugvallen.

Interviewer

Zou er nog iets beter kunnen wat betreft het uitdragen van deze regels?

Respondent

Ja, die voorlichting gaan we dus volgende week dan.

Interviewer

Is dat per afdeling?

Respondent

Ja, dat is nu alleen Sales. Dat is wel een belangrijke club van mensen die veel op LinkedIn doen.

Interviewer

Wordt er in het algemeen binnen het bedrijf een voorlichting gehouden?

Respondent

Nee, wij gaan het nu ook alleen over LinkedIn doen.

Interviewer

Zou het nodig zijn om voor alle social media een voorlichting te geven?

Respondent

Nou ja, je mag een privéleven hebben. Het kan alleen je carrière wel schaden. Ik denk dat een training daarvoor te ver gaat, maar voor LinkedIn wel.

Interviewer

Dan zijn we er doorheen. Bedankt voor uw medewerking.

Respondent

Graag gedaan.

Interviewer

## Interview 20

Naam interviewer	Charlotte Swagten
Omschrijving opname	Interview
Tijdsduur	09:39 minuten

Bestandsnaam	Interview 020
Soort transcriptie	Woordelijke transcriptie
Datum van opname	29-06-2016
Respondentnummer	20
Leeftijd respondent	58
Opleidingsniveau	HBO
Afdeling	Facilities
Geslacht	Man

Interviewer

Wat vindt u van social media in het algemeen?

Respondent

Makkelijk.

Interviewer

En waarom makkelijk?

Respondent

Omdat je makkelijk andere mensen kunt bereiken, of dat nou collega's zijn of mensen thuis in de vrienden- of kennissenkring. Dus dat is makkelijk.

Interviewer

Bent u zelf actief op social media?

Respondent

Ja, min of meer.

Interviewer

Welke kanalen gebruikt u regelmatig?

Respondent

Facebook is eigenlijk het belangrijkste en LinkedIn.

Interviewer

Heeft u ook een account op Bosch Connect?

Respondent

Ja, maar daar ben ik minder actief mee.

Interviewer

Hoeveel tijd denkt u kwijt te zijn aan social media in het algemeen?

Respondent

Alles bij elkaar denk ik een half, binnen en buiten werk.

Interviewer

Hoe lang bent u al actief op social media?

Respondent

Een jaar denk ik.

Interviewer

Waar gebruikt u het voornamelijk voor?

Respondent

Ik gebruik het voornamelijk uit nieuwsgierigheid en veelal persoonlijk. LinkedIn gebruik ik ook, maar minder. Dat profileer ik mezelf, wat kun je, wat doe je en wie zijn je contacten. Daar kom je contacten tegen waar je ook je voordeel mee kunt doen.

Interviewer

Bent u ook actief aan het delen of vooral aan het lezen?

Respondent

Lezen.

Interviewer

Post u zelf weleens iets?

Respondent

Minder, ik reageer wel af en toe op berichten, maar ben daar niet echt actief in. Ik ben met name door Facebook getriggerd, omdat ik zelf uit de achterhoek kom en op die manier op de hoogte kan blijven. Op een facebooksite van daar zie ik leuke dingen van vroeger. Dat was eigenlijk de aanleiding om op Facebook te gaan.

Interviewer

Heeft u een zakelijke telefoon?

Respondent

Ja, alleen een zakelijke. Daar doe ik alles mee?

Interviewer

Waar bestaan u online connecties uit?

Respondent

LinkedIn vooral collega's, Facebook is voor vrienden en familie.

Interviewer

Heeft u daar bewust geen collega's te vriend?

Respondent

Niet bewust, maar ik heb buiten werk weinig contact met collega's. Dat is er niet van gekomen.

Interviewer

Gebruikt u ook WhatsApp?

Respondent

Ja.

Interviewer

Gebruikt u dat alleen privé of ook zakelijk?

Respondent

Puur privé.

Interviewer

Hoe belangrijk vindt u het om de persoonlijke en zakelijke identiteit te scheiden?

Respondent

Dat vind ik niet belangrijk, maar het gebeurt.

Interviewer

Loopt dat ook weleens door elkaar?

Respondent

Ja, dat loopt nog weleens door elkaar.

Interviewer

Heeft u daar weleens moeite mee gehad?

Respondent

Nee. Dat mag wel elkaar kruisen.

Interviewer

Wat voor voordelen heeft het voor u als medewerker?

Respondent

LinkedIn kun je gebruiken om meer informatie te verkrijgen over een sollicitant. Facebook zou je ook kunnen bekijken, als dat openbaar is, om te kijken wat voor iemand het is. Plus Bosch Connect, ik maak daar niet veel gebruik van, maar lees het af en toe wel. Daar is het vrij eenvoudig om een bepaalde populatie te bereiken als je zakelijk iets te melden hebt.

Interviewer

Is het ook bevorderlijk voor de samenwerking?

Respondent

Ja, dat denk ik wel ja.

Interviewer

Zijn er ook nadelen of risico's aan social media?

Respondent

Ja ik denk dat het vrij veel tijd kost en dat het niet altijd effectief is. Dat is de vraag. Het is eigen verantwoordelijkheid, maar daar zit wel een risico.

Interviewer

Heeft u zich erin verdiept hoe u uw persoonlijke gegevens beter kunt beschermen?

Respondent

Nee.

Interviewer

Heeft u ooit eens naar de privacy-instellingen gekeken van de social media?

Respondent

Nee.

Interviewer

Wat vindt u wel of niet geschikt om te delen over social media?

Respondent

Dat is heel persoonlijk natuurlijk, daar kan iedereen zijn eigen invulling aan geven. Ik deel weinig persoonlijks op Facebook, ik ben daar nogal huiverig voor.

Interviewer

Waar bent u dan bang voor?

Respondent

Dat het zijn eigen leven gaat leiden. Als het er eenmaal op staat, dan krijg je het er nooit meer vanaf.

Interviewer

Denkt u dat het uw persoonlijke reputatie kan schaden?

Respondent

Ja, zeker.

Interviewer

Wat zou een organisatie voor voordelen kunnen zien in het gebruik van social media?

Respondent

De onderlinge communicatie, de reputatie van het bedrijf, dat je meegaat in deze nieuwe ontwikkelingen. Ook voor nieuwe medewerkers, met name nieuwe medewerkers die hiermee opgegroeid zijn, dat ze hier willen komen werken.

Interviewer

Zijn er ook gevaren voor de organisatie?

Respondent

Ja, tijdverlies.

Interviewer

Bent u tijdens werk bezig met social media.

Respondent

Ja, af en toe.

Interviewer

Is het dan ook een afleiding?

Respondent

Nee. Ik kan me vrij goed concentreren als het moet, dan word ik daar niet door afgeleid.

Interviewer

Zijn er hier regels over hoe men zich moet gedragen op social media?

Respondent

Er is wel een bedrijfsreglement, daar staat volgens mij wel een paragraaf in over het gebruik van social media.

Interviewer

Zou u regels kunnen noemen?

Respondent

Nee. Ik weet wel dat er iets over in staat, maar ik zou zo niet kunnen zeggen wat er in vernoemd staat.

Interviewer

Maar die zijn wel op te zoeken ergens?

Respondent

Ja, iedereen kan daarbij.

Interviewer

Wordt er weleens over gecommuniceerd binnen de afleiding in de vorm van voorlichting?

Respondent

Nee.

Interviewer

Is het ooit aan de kaak gesteld?

Respondent

Nee.

Interviewer

In welke mate denkt u dat de medewerkers de regels goed naleven hier?

Respondent

Denk het wel.

Interviewer

Nog geen problemen opgeleverd?

Respondent

Nee, voor zover ik dat kan overzien niet.

Interviewer

Wat vindt u ervan dat er een beleid is?

Respondent

Ik vind het goed.

Interviewer

Vindt u het noodzakelijk?

Respondent

Ik denk het wel. Dan geef je aan wat Bosch ervan vindt en dat je in ieder geval ook handvaten krijg waar je je min of meer aan moet houden.

Interviewer

Zouden ze nog iets beter kunnen doen op dit vakgebied, zoals een voorlichting of een training?

Respondent

Nee. Voor zover ik kan overzien, is er geen probleem. Ik vind ook niet dat er veel misbruik van gemaakt wordt, waardoor het werk eronder zou lijden. Ik denk niet dat daar behoefte aan is.

Interviewer

Dan zijn we er al doorheen. Bedankt voor uw medewerking.

Respondent

Graag gedaan.

## Interview 21

Naam interviewer	Charlotte Swagten
Omschrijving opname	Interview
Tijdsduur	35:55 minuten
Bestandsnaam	Interview 021
Soort transcriptie	Woordelijke transcriptie
Datum van opname	28-06-2016
Respondentnummer	21
Leeftijd respondent	40
Opleidingsniveau	WO
Afdeling	Process Development

### Interviewer

Wat vindt u van social media als communicatiemiddel?

### Respondent

Ik doe privé gezien vrij weinig met social media. Ik heb geen Facebook, wel LinkedIn. In zoverre vind ik het een platform waar ik uit nieuwsgierig naar zou willen kijken. Mensen zijn nieuwsgierig naar elkaar en willen zichzelf profileren. Bij Facebook interesseert het me niet zo dat jij een broodje ergens zit te eten. Aan de andere kant ben je heel erg nieuwsgierig. Als iemand dan zegt: "Heb jij dat al gezien op Facebook?" Dan zeg ik wel: "Oh, laat eens zien!" Waar het wel geweldig voor is, is om met LinkedIn je netwerk op te bouwen. Je kunt met zoveel mensen in contact staan, over de hele wereld. Laatst was ik op een wereldwijde conferentie van Rexroth en die conferentie verliep via social media. Ik kon overal informatie vinden via Bosch Connect en via blogs, je kunt met elkaar meepraten. Vroeger moest je altijd visitekaartjes uitdelen en vergat je vaak wie wie was. Nu is het ideaal, je logt in op Bosch Connect en je linkt iedereen elkaar, ook met de foto erbij. Zo weet je wie je allemaal hebt gesproken en wat diegene doet en waar hij of zij werkt. Je hebt snel contacten, je kunt ideeën genereren en informatie uitwisselen. Dat maakt het wel heel erg interessant. Tevens zie je soms door de bomen het bos niet meer. Dat is meer intern heel handig, dan heb ik het nog niets over de reclame die je ermee kunt maken en wat je extern kunt doen richting je klanten. Maar een groot pluspunt is dus dat het veel gemakkelijker is om een netwerk op te bouwen, te onderhouden en informatie te krijgen in zo'n groot concern als de onze. Je bent gewoon super goed voorbereid en je kunt alles terugvinden.

### Interviewer

Op welke kanalen bent u dan actief?

### Respondent

LinkedIn en Bosch Connect. Niet voldoende, want ik vind dat ik nog wel meer moet doen. Er gaat geen dag voorbij, zonder dat ik met Bosch Connect bezig ben.

### Interviewer

Veel mensen zeggen moeite te hebben met Bosch Connect. Is het een complex systeem?

### Respondent

Nee, ik denk niet dat het moeilijk is, maar het is iets nieuws. Je moet het leren. Een aantal jaar geleden had ik ook nog moeite met Bosch Connect. Ik werkte nog te veel vanuit mijn Outlook, maar ik moest alle informatie zelf gaan halen uit Bosch Connect. Het was een hele verandering dat informatie normaal altijd toegestuurd werd en nu moest je het actief ophalen. Het is een verandering in de informatievergarig. Ik denk dat we dat ook voor een deel onderschatten. Ik denk dat we die mensen echt in die transitie mee moeten nemen. Het nadeel van Bosch Connect is wel dat er zó veel op staat. Je ziet soms door de bomen het bos niet meer. Soms wordt er ook geroepen dat er wat op het intranet

staat. Dus we moeten eens kijken hoe mensen nog makkelijk aan informatievoorziening komen. Eerst dacht ik dat dat een generatieding was, maar ik merk ook dat de studenten hier zeggen dat het onduidelijk is. Uiteindelijk staat alle informatie uit heel de wereld erop. Als ik het woord 'CIP' intyp, dan krijg ik tot aan Tokio te horen waar ze bij Bosch met CIP mee bezig zijn. Ik wil het compacter houden.

Interviewer

Hoeveel tijd denkt u dagelijks met social media bezig te zijn?

Respondent

Dat is niet overdreven, dat is niet meer dan een half uur. Je wordt er wel toe gedwongen. Als je bij de koffieautomaat staat, dan zie je een interessant bericht voorbijkomen, dan moet je voor meer informatie kijken op Bosch Connect. Soms doe je dat dan meteen, andere keren doe je dat aan het eind van de werkdag.

Interviewer

Hoeveel jaar bent u al actief op social media?

Respondent

Zeven jaar geleden denk ik.

Interviewer

Waar gebruikt u social media het voor?

Respondent

LinkedIn is een combinatie van persoonlijke en zakelijke interesses. Ik ben naast de zaken ook actief in een aantal verenigingen. Ik heb twee bestuursfuncties. Wat dat betreft is LinkedIn een heel gemakkelijk platform voor mensen die je ontmoet, om die mensen snel in je netwerk op te nemen. Ik ben zelf voorzitter van een toneelclub, dan heb ik ook allerlei contacten. Die zitten ook in mijn LinkedIn-netwerk. Daar heb ik niets aan vanuit mijn professie, maar ze zijn wel makkelijk om in het netwerk te hebben.

Interviewer

Heeft u een zakelijke telefoon? Zo ja, heeft u er een telefoon naast?

Respondent

Ik heb alleen een zakelijke telefoon.

Interviewer

Waaruit bestaan uw online connecties voornamelijk?

Respondent

Op het LinkedIn-netwerk zitten naast collega's ook vrienden en familie. Persoonlijke relaties op LinkedIn zijn ook vriendinnen waar ik mee ben afgestudeerd en in dezelfde zakenwereld zitten, maar anders niet.

Interviewer

Heeft u bewust mensen geweigerd?

Respondent

Nee, nooit bewust over nagedacht.

Interviewer

In hoeverre vindt u het belangrijk om de persoonlijke en zakelijke identiteit te scheiden?

Respondent

Dat vind ik wel belangrijk. Dat is ook een van de redenen waarom ik geen Facebook heb. Ik heb ook geen behoefte om heel mijn Facebook te moeten afschermen of zo. Als mijn man foto's post, dan hoef ik geen vakantiefoto's van ons daarop te hebben, ook al is het afgeschermd. Daar zit ik niet op te wachten.

Interviewer

Bent u dan ook ergens bang voor?

Respondent

Het is niet zozeer ergens bang voor zijn, maar het gaat om het feit dat het privé is. Ik hoef ook niet alles van anderen te zien. Misschien is het ook wel een ouderwetse gedachte.

Interviewer

Zouden er nadelen kunnen zitten aan het gebruik van social media als professional?

Respondent

Nee, niet echt. Ligt er natuurlijk ook aan wat je erop zet. Paar jaar geleden hadden we voor studenten die nieuw in huis kwamen een soort introductiegrap gedaan. We hadden van alle studenten hun social media zitten doorspitten. Een jongen had erop staan dat hij met een bowlingbal in bed lag. Het was een heel grappig verhaal, niks vulgairs verder, maar hij schaamde zich kapot. Het was toen wel duidelijk dat deze informatie allemaal openbaar was. Ik kan het allemaal over je vinden en of je het nou wilt of niet, het zegt iets over jou. Het is misschien niet *fair*, maar mensen bouwen soms wel voordelen op. Je moet je daarom bewust zijn wat je de wijde wereld in zet. Je kunt er ook opzetten dat je op vakantie bent, maar dan roven ze straks je huis leeg. Je moet er verantwoordelijk mee omgaan. Dat moet het geen kwaad kunnen.

Interviewer

Bent u ooit bewust bezig geweest met het beter beschermen van uw persoonlijke gegevens?

Respondent

Nee. Het enige waar ik alert op ben is zaken als internetbankieren.

Interviewer

En zoiets als privacy-instellingen?

Respondent

Nee, volgens mij ben ik daar dan weer te laks in. Daar ben ik niet echt mee bezig geweest. Ik ben alleen alert op geldzaken en phishingmails.

Interviewer

Wat vindt u wel of niet gepast om te delen op social media?

Respondent

Dat is voor iedereen anders. Soms lees je van anderen dat ze bijvoorbeeld een goed boek hebben gelezen of een mooie film hebben gezien of naar een tentoonstelling is geweest. Dat vind ik leuk om te lezen. Ook als iemand iets heeft gedaan, waarvan ik denk: "Oh, wauw!" Het gaat dan ook wel een beetje om de *What's in it for me*-factor, je wil kennis uitwisselen. Het kunnen ook leuke dingen zijn, zoals een grappig YouTube-filmpje. Of je ergens een broodje zit te eten, vind ik totaal niet interessant. Het moet wel nuttig zijn.

Interviewer

Welke voordelen zou de organisatie eruit kunnen halen?

Respondent

Ook weer die netwerkfunctie. Ik denk dat we heel erg met onszelf bezig zijn. Bosch zou zich veel meer open kunnen stellen in het delen van kennis. Je hebt een bepaald probleem, je post het op een bepaalde pagina en je laat daar de studenten uit de hele wereld over meedenken. Samenwerkingen genereren, bedenken van ideeën, vinden van oplossingen en waarom zou je dat alleen binnen je eigen organisatie houden? We doen dat intern heel goed, maar extern zou dat ook nog kunnen. Zo kan een social network wel helpen om een probleem te posten en dan snel hulp te krijgen. Je kunt jezelf ook wel aanbieden daarop. De andere kant is dat mensen dan misschien weer te veel met andere dingen bezig zijn, behalve hun eigen werk. Mensen hebben daar nog moeite mee, dus dat is de transitie waar we nog in zitten.

Interviewer

Zou het ook een middel kunnen zijn om transparanter naar buiten toe te kunnen zijn?

Respondent

Ik denk dat wij daar nog helemaal niet aan toe zijn. Ik denk wel dat het geen kwestie meer is óf het gaat gebeuren, maar wanneer. Over een aantal jaar is dat een vanzelfsprekendheid. Jongeren werken niet anders dan met dit soort middelen. Ik denk dat dat er automatisch ingroeit. Je moet gaan nadenken of je ook echt iets te vertellen hebt en wie je daarmee bereikt. We hebben eerder een reorganisatie ondergaan en er was een meneer die op zijn eigen Facebook-pagina een negatief bericht over het bedrijf had gezet. Iemand kwam naar mij toe en die zei dat we daarop moesten reageren. Wij waren daar helemaal niet op voorbereid. We waren aan het vergaderen hoe we daar antwoord op gingen geven. Dat moet eigenlijk gewoon meteen klaarliggen. Wij zijn daar nog niet klaar voor, we zijn er onvoldoende van bewust.

Interviewer

Zou social media ingezet kunnen worden om informatie met de buitenwereld of met de klant te delen over wat het bedrijf in huis heeft?

Respondent

Dat zou prima kunnen. Dat zijn fantastische dingen om te vertellen, maar wij zijn enorm bescheiden in alle dingen die we doen. Het zijn megaprojecten en ik denk dat we daar absoluut meer over kunnen en mogen vertellen. We zitten nu in een lastige marktsituatie, dus je wordt ook gedwongen om gebaande paden te verlaten. Je moet weer klanten en opdrachten zien te winnen. Samen met de afdeling marketing wordt er dus steeds meer over nagedacht over een strategie hierin. Het gaat niet meer om een powerpoint, maar je gaat het dan multimediaal ondersteunen. De marketingafdeling is daarin al sterk meegegroeid. Maar in de rest van het bedrijf zit je gewoon in de maag met de oude generatie die minder makkelijk meegaat. Je moet die club eerst meenemen.

Interviewer

Welke gevaren zou het voor de organisatie mee kunnen brengen?

Respondent

Imagoschade, dat is ook waar Bosch en Rexroth het meest bang voor is. Als er ook maar ergens iets bekend wordt wat negatief kan zijn voor het imago van het bedrijf, dan gaan alle alarmbellen rinkelen, net als het Volkswagen schandaal. Overal op social media wordt erop gereageerd met: "Hoe staat Bosch in dit verhaal?" Ik denk dat je daar absoluut op voorbereid moet zijn.

Interviewer

Kan social media afleiden van het werk?

Respondent

Ja, we hebben daar ook discussie over binnen het bedrijf. Mogen mensen wel of niet hun privételefoon op hun bureau hebben liggen en deze gebruiken. Ik heb ook voorbeelden van collega's en/of studenten die vast zitten aan hun telefoon. Ik ben van mening dat je je eigen verantwoordelijkheid daarin moet dragen. Je gaat als werkgever en werknemer een afspraak met elkaar aan. Als ik de hele dag ga Facebooken, dan voldoe ik niet aan mijn deel van de vraag. Het lastige is dat mensen Bosch Connect moeten gebruiken, want het is zakelijk, maar dan gaat iedereen de hele dag op Bosch Connect zitten. Ik denk niet dat dat waar is. Misschien in het begin wel, maar dat neemt wel weer af tot de informatie die je echt nodig hebt. Maar dat is iets anders dan dat iemand privé op Facebook zit tijdens werk. Je kunt hier ook niet een boek zitten lezen?

Interviewer

Zijn er regels over hoe de medewerkers zich moeten gedragen op social media?

Respondent

Nee, volgens mij niet.

Interviewer

Is daar ooit een voorlichting over geweest of is erover gecommuniceerd?

Respondent

Misschien, maar mij niet bekend. We hebben wel een bedrijfsreglement, maar daar staan geen expliciete social media in over wat je wel en niet post.

Interviewer

Zou het noodzakelijk zijn om een dergelijk beleid op te stellen?

Respondent

Uiteindelijk denk ik van wel. Als mensen er heel actief mee zijn, kunnen ze ongepaste of verkeerde dingen gaan posten. Daar wordt een persoon hier in huis niet in gecoacht of zo over wat wel en niet kan, hoewel het wel heel veel schade kan toebrengen. Je wilt niet dat mensen onjuiste informatie gaan posten. Wat je helemaal niet wilt is dat mensen informatie gaat posten, die eigenlijk nog niet naar buiten mag komen. Maar we zijn opgegroeid met het idee dat we beter niets kunnen vertellen. Ik denk dat we daar eerder een slag moeten halen, dan dat we bang moeten zijn dat we dingen vertellen die niet mogen.

Interviewer

Zou een voorlichting of training nodig zijn?

Respondent

Ja, maar de prioriteit ligt voor mij om die transitie te begeleiden naar het gebruiken van die interne middelen, zoals Bosch Connect. Mensen moeten leren om hun informatie nu actief te gaan halen. Ik denk dat we nu op een punt zitten dat mensen informatie gaan missen, omdat ze nog niet mee zijn gegaan in die transitie.

Interviewer

Oké, duidelijk. Dan zijn we erdoorheen. Bedankt voor uw medewerking.

Respondent

Graag gedaan.