



**Social media is niet meer weg te denken binnen Scouting. Dat is niet zo gek, want social media brengen mensen bij elkaar en ze maken de enorme hoeveelheid informatie op het internet toegankelijker. Communicatie is directer en eenvoudiger, zowel met leden en ouders als potentiële leden die op zoek zijn naar een Scoutinggroep. Dit infoblad helpt je op weg om social media te (gaan) gebruiken in je groep of regio. Ook als je zelf al gebruik maakt van social media is het interessant om verder te lezen, want hoe maak je een spetterende pagina voor je groep? En wat zijn de spelregels om dat te doen?**



**Duik in de wereld van (de mogelijkheden voor) Scouting op social media!**

## Downloadtips

\* **Social media & Scouting – uitleg over social media**

\* **Protocol Social Media**

Via [scouting.nl](http://scouting.nl) – Ondersteuning - Communicatie

## Social Media

Social media bieden heel veel kansen om je te verbinden met vrienden, familie en natuurlijk heel veel andere scouts! Daarnaast maken social media de drempel om potentiële nieuwe leden Scouting te laten ontdekken een stuk kleiner, want hoe leuk is het om op je Facebook- of Instagramaccount je belevenissen van de laatste opkomst te delen. Iedereen in je netwerk ziet hoe jij Scouting beleeft! Wie weet maak je anderen ook enthousiast. En zo geldt dat voor alle social media en voor (bijna) alle leeftijden. Als individu is het ontzettend leuk, maar ook als 'organisatie' kun je je laten zien. In dit document gaan we specifiek in op de mogelijkheden en het gebruik van Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter, YouTube en Google+ voor je groep of regio. Daarnaast vind je in dit document een voorbeeld waarmee je afspraken kunt maken binnen je groep, over het gebruik van social media: het social media protocol.<sup>1</sup>

## Facebook voor Scouting

Facebook is een zogenaamd 'Social Network' en groeit nog altijd gestaag. Waar Facebook in zijn beginjaren gericht was op volwassenen, is de leeftijdsgrens bijgesteld en moet je minimaal 13 jaar zijn (wettelijke grens in de VS) om een profiel aan te kunnen maken op Facebook. Wereldwijd heeft



Facebook inmiddels meer dan 1,79 miljard gebruikers en daarvan zijn er 1,18 miljard dagelijks actief. Zoals je begrijpt is Facebook hiermee een super marketing- en communicatiekanaal voor Scouting. In Nederland zijn met name scouts, explorers, roverscouts, leidinggevendenden en andere Scoutingvrijwilligers actief op Facebook. Ondanks de leeftijdsbeperking groeit ook het aantal jongere gebruikers (oudste welpen en jongere scouts). Goed om te weten: de jongere gebruikers op Facebook consumeren vooral. Zij bekijken posts in hun timeline, checken filmpjes van hun vrienden en favoriete merken maar posten zelf weinig content (ze delen en liken content die ze waarderen wel!). Het is

daarmee een misvatting dat Facebook minder populair is onder jongeren, zij gebruiken het platform enkel anders dan de oudere leeftijdsgroepen, die veel meer eigen content posten.

Als we kijken naar de bruikbaarheid van Facebook voor je groep, is het belangrijk de app's en features te gebruiken waarmee je je doelen kunt bereiken; enerzijds een netwerk voor iedereen uit je groep,

<sup>1</sup> Voor landelijk vrijwilligers, projecten en medewerkers van Scouting Nederland is het protocol Social Media Scouting Nederland van toepassing. Dit is door hen op te vragen bij het landelijk servicecentrum en de projectleiding van een landelijk project.

anderzijds een plek waar potentiële jeugdleden of leidinggevendenden kunnen proeven van Scouting in jouw groep. Zo kan je fotoalbums aanmaken, video's delen en discussies starten. Je maakt eenvoudig evenementen aan die je kunt verspreiden (delen) via je netwerk. Zo weet iedereen in mum van tijd wanneer het zomerkamp is of hoelaat je als niet-lid aanwezig moet zijn om Scouting te beleven tijdens Scout It Out! Naast al deze standaard features zijn er ook talloze 'apps', handige programmatjes waarmee je Facebook nog leuker kunt maken. Er is echt vanalles te vinden, zo kun je bijvoorbeeld heel makkelijk een YouTube-kanaal integreren of automatisch je Twitterberichten op Facebook tonen.

#### *Pagina of groep?*

Oké, leuk dat Facebook. Maar hoe moet ik nu van start? De eerste stap is voor jezelf op een rijtje zetten wat je wilt met je Facebookpagina. Wil je discussies starten met je leden? Je evenementen beheren en delen? Video's en foto's plaatsen? Of zet je vol in op werving van vrijwilligers en jeugdleden? Facebook biedt je twee opties: het starten van een *Pagina (page)* of *Groep (group)*.

Een *Groep* is de meest ideale optie als je Facebook met name wilt gebruiken voor interne communicatie. Hier delen leden gemakkelijk content met elkaar, in de vorm van berichten, media, bestanden etcetera. Je kunt kiezen voor een openbare, besloten of geheime groep. Dat betekent dat je de keuze hebt of leden zomaar lid kunnen worden of dat men moet worden uitgenodigd en/of geaccepteerd bij het deelnemen aan de groep. Zo kun je ook bepalen wie wat kan zien.

*Groepen* bieden de mogelijkheid om allerlei content, zoals foto's, te bekijken. Leden kunnen posten op de 'wall', het prikbord van de groep. Ze kunnen discussies starten en je hebt handige app's waarmee je samen aan een document kunt werken. Ook handig: je kunt snel en eenvoudig een berichtje sturen naar iedereen in je groep. Zo kun je een gesloten groep ook heel goed gebruiken voor onderlinge samenwerking tussen leiding in een Scoutinggroep.

*Pagina's* zijn veel meer gericht op het naar buiten treden van een organisatie. Niet voor niets kun je als Facebookgebruiker fan worden van een *Pagina* door op de 'Vind ik leuk' (of 'Like') button te klikken. De pagina verschijnt vervolgens in het paginaoverzicht van het lid. Iedereen in zijn of haar netwerk kan vervolgens zien van welke organisatie iemand fan is. Een pagina is dus het ideale middel als je naast interne communicatie ook naar buiten wilt treden en potentiële jeugdleden en vrijwilligers een kijkje wilt geven binnen Scouting. Een *Pagina* is publiek, iedereen kan dus fan worden (door te klikken op 'Vind ik leuk'). Alles wat je op je prikbord post, verschijnt in het nieuwsoverzicht op de profielpagina van je fans. Het bereik is daarmee heel erg groot, niet alleen binnen, maar ook buiten je Scoutingnetwerk! *Pagina's* kunnen ook voorzien worden van alle beschikbare app's en bieden zelfs de mogelijkheid tot adverteren, mocht je organisatieonderdeel beslissen daarin te investeren.

*Pagina's* zijn dus het perfecte middel voor regio's, evenementen en projecten om zich breder te laten zien, binnen en buiten Scouting. *Groepen* zijn ideaal voor Scoutinggroepen om zich op Facebook aan te sluiten en om vervolgens op een leuke manier vanalles met hun leden, in een eventueel afgeschermd omgeving, te delen.

#### **Facebook: een Groep starten**

1. Voordat je een groep kunt starten heb je een persoonlijk account nodig. Via [www.facebook.com](http://www.facebook.com) kun je een account aanmaken en inloggen.
2. Om een nieuwe groep te starten volg je de instructies op [www.facebook.com/groups](http://www.facebook.com/groups)
3. Bij het aanmaken van je groep kun je kiezen voor een 'openbare', 'besloten' of 'geheime' groep. Kies je voor een besloten of geheime groep, dan is het belangrijk om te weten dat ieder lid van de groep, nieuwe leden kan toevoegen. Dit kun je naderhand beperken tot de 'groepsbeheerders'. Deze instellingen vind je via de knop 'settings' in je groep.
4. Maak je groep af door een beschrijving in te vullen en een wallphoto te uploaden.
5. Gelukt? Mooi! Dan is het tijd om leden uit te nodigen. Klik op de knop 'Mensen aan de groep toevoegen' of 'Uitnodigen via email' op de hoofdpagina van je groep om leden toe te voegen.

## Facebook: een *Pagina* starten

1. Log-in met je bestaande account op [www.facebook.com](http://www.facebook.com). Heb je nog geen account? Dan maakt Facebook automatisch een organisatie-account aan voor jouw pagina.
2. Je pagina start je stap voor stap via [www.facebook.com/pages/create](http://www.facebook.com/pages/create). Zorg ervoor dat je een betekenisvolle naam kiest voor je groep, bijvoorbeeld **Scoutinggroep Manitoba Leusden**. Facebook vraagt je om een categorie te kiezen waarin je pagina past. De aanbevolen categorie is 'Bedrijf, organisatie of instelling' en de subcategorie 'Non-profitorganisatie'.
3. Gelukt? Super! Nog een paar stappen te gaan. Zorg dat je pagina-informatie is gevuld en upload een passende foto van jouw Scoutinggroep in actie als wallphoto en jullie logo. Vergeet je contactgegevens niet weer te geven op de pagina, zodat iedereen jullie ook kan bereiken, bijvoorbeeld per mail. Op [www.scouting.nl/laatjeuitdagen](http://www.scouting.nl/laatjeuitdagen) vind je gave wallphoto's die je kunt gebruiken, in Laat je uitdagen!-stijl.
4. Tijd om zoveel mogelijk fans te scoren. Klik op de 'Vrienden uitnodigen' link om vrienden uit te nodigen jouw pagina te 'Liken'. Vergeet niet om ook te stimuleren dat iedereen die fan wordt van jouw pagina, ook zijn of haar vrienden weer uit te nodigt.
5. Deel je pagina met nog veel meer scouts! Post jullie link op [www.facebook.com/scoutingnederland](http://www.facebook.com/scoutingnederland).
6. Maak je pagina helemaal af met een 'username'. Een username maakt het mogelijk een verkorte link aan te maken voor je pagina, bijvoorbeeld facebook.com/scoutingmanitoba. Makkelijk te onthouden en te verspreiden dus! Je moet hiervoor in een aantal gevallen wel voldoende 'fans'/likes hebben. Instellen kan via [www.facebook.com/username](http://www.facebook.com/username).

## **Tips voor het schrijven van goede berichten op Facebook**

### **AIDA**

Een bericht met een goede opbouw, trekt de aandacht en zorgt ervoor dat het bericht beter gelezen en gedeeld wordt.

**Attention** Vraag aandacht met een grappige, interessante of opvallende titel.

**Interest** Interesseer de lezer in maximaal drie zinnen of vijftig woorden.

**Desire** (Decision) Vul het verlangen met feitjes en argumenten of de boodschap van het verhaal.

**Action** (Call to action) Een tot actie aanzettende afsluiting. Bijvoorbeeld: Schrijf je nu in! / Bezoek de website. / Laat je e-mailadres achter. / Kom kijken bij onze groep.

### **Werken met 'de vouw'**

De vouw is het punt in de Facebookpost waarop de lezer een handeling moet doen om verder te lezen. Bijvoorbeeld naar beneden scrollen of klikken op de 'lees meer' knop. Probeer er voor te zorgen dat de 'Interest' altijd vóór de vouw zit. Zo worden bezoekers getriggerd om verder te lezen en dus ook om de handeling doen.

### **Creatief en Toegankelijk**

Probeer altijd creatief te zijn. Hoewel niet altijd eenvoudig, is dit erg belangrijk om posts interessant te houden voor volgers en om potentiële nieuwe volgers te verleiden de pagina te gaan volgen. Het is belangrijk afwisselende teksten te gebruiken, die steeds iets anders qua opzet zijn. Schrijf daarnaast toegankelijk: iemand die nog niets weet van Scouting moet de teksten kunnen begrijpen. Teksten inkorten of zaken weglaten zijn dus niet altijd slim; een nieuwkomer begrijpt het mogelijk niet, verliest interesse en haakt af.

### **Beeldgebruik: een perfect bericht is visueel**

Facebookposts worden aanzienlijk beter gelezen wanneer een post voorzien is van (relevant) beeldmateriaal. Zorg voor kwalitatieve foto's met de juiste afmetingen. [Bekijk het social media image cheat sheet voor de juiste formaten](#). Een foto op Facebook mag met een smartphone gemaakt zijn; dit werkt vaak net zo goed of beter als stockmateriaal of professioneel beeld. Nog beter dan fotomateriaal is video.

**Interactief en persoonlijk**

Hoe meer interactie er op berichten is, hoe groter het bereik. Stel bijvoorbeeld een vraag (hoe hebben de scouts het kamp ervaren? Of vraag leden hun ervaring met een activiteit van de groep te delen). Ook een persoonlijke tint werkt. Dit bindt fans. Wie zijn de mensen achter je Scoutinggroep? Of vertel hoe jullie je inzetten voor jullie stad.

**Tijdstip van plaatsing**

Om een bericht goed te laten presteren, is het plaatsingstijdstip erg belangrijk. Het beste is om het bericht rond piektijden te plaatsen (niet exact op die tijd posten zorgt ervoor dat meer mensen je bericht zien). Rond de lunch (12.30 uur) of rond het diner (18.00 uur) zijn prima tijden om berichten te plaatsen. Hierdoor zien veel mensen de berichten eerder en gaat de 'sneeuwbal' op social media sneller z'n werk doen.

## Instagram voor Scouting

Instagram is hét social media platform om foto's en (korte) video's te delen. Instagram werkt bij uitstek via de Instagram app voor je smartphone.

Instagram is de afgelopen jaren het snelst groeiende sociale netwerk, waardoor er inmiddels meer dan 600 miljoen bezoekers gebruik maken van Instagram. Hoewel het overgrote deel van de app nog uit jongeren bestaat, stappen ook steeds meer ouderen en bedrijven over naar het platform.



Uniek aan Instagram is dat het volledig om beelden draait. Anders dan op Facebook post je naar Instagram één unieke foto per post. Maak je foto's van een opkomst dan post je op Facebook een selectie van de foto's in een album. Op Instagram zoek je naar nét die ene foto die het hele verhaal vertelt. De app is gericht op het maken van die mooie, unieke plaatjes. Zo kun je foto's makkelijk voorzien van een filter en zijn er andere tools beschikbaar in de app om het optimale uit je account te halen.

Instagram is een enorm bruikbaar platform voor Scouting. Gebruikers van Instagram laten volop zien waar zij trots op zijn en scouts zijn trots op Scouting! 50% van de gebruikers in Nederland is 15-19 jaar, en de groep van 20-39 jaar is nu al 25% en groeit. Instagram is een volwassen app en veel jongeren gebruiken Instagram zoals ze Facebook gebruiken. Naast het gebruik van veel foto's groeit het gebruik van Instagram voor video. Naast fun draait het op Instagram steeds vaker om het delen van nieuws en informatie. Deze feiten maken Instagram een interessant social media platform voor het gebruik binnen Scouting.

De functie Instagram Stories biedt (vergelijkbaar met Snapchat Stories, zie verderop) de mogelijkheid om een aantal momenten van een dag samen te voegen in één overzichtelijk verhaal, bijvoorbeeld in de vorm van een slideshow. Dit maakt de communicatiekansen voor je groep groter, omdat je makkelijker en overzichtelijker kunt delen wat er is gebeurd! Je kunt kleine poll's toevoegen en eenvoudig interactie opzoeken via Instagram Stories.

### **Instagram: een account maken**

1. Download de Instagram app op je smartphone en maak een nieuw account aan.
2. Vul je gegevens en gewenst wachtwoord in. Kies een unieke username. Instagram checkt of niemand anders dezelfde username heeft voordat je echt van start kunt. Je Instagram-account is daarna te vinden op [www.instagram.com/jouwusername](http://www.instagram.com/jouwusername).
3. Maak je profiel helemaal af met een profielfoto of –logo en een kort tekstje over jezelf (of je organisatie). Zorg ervoor dat je ‘bio’ gaat over dat wat je op Instagram deelt!

### **Instagram: ik ben er klaar voor!**

1. Tijd om wat andere accounts te volgen. Je kunt beginnen met het volgen van het officiële Scouting Nederland account, @Scouting\_NL en klik op de follow button.
2. Nog meer scouts op Instagram? Check alle followers van @Scouting\_NL en kijk wie er nog meer leuk is om te volgen.
3. Klaar voor je eerste post? Introduceer jouw groep aan de Instagramwereld.
4. Zorg dat je vanaf nu actief blijft op Instagram. Post regelmatig foto's of video's vanuit je groep en blijf interessante mensen volgen.
5. Deel jullie Instagram-account op je website, zet posts zo nu en dan eens door naar je Twitteraccount of Facebookpagina, maar blijf ook unieke content delen op de verschillende kanalen; dat is de kracht van deze platforms.
6. Ga 'naar buiten': gebruik geen bestaand fotomateriaal maar maak écht foto's met je smartphone. Dat maakt Instagram uniek en maakt je account succesvol. Maak dus praktische afspraken met bijvoorbeeld de speltakken in je groep.
7. Zorg regelmatig voor 'gezichten' in beeld. Dat maakt het account persoonlijker, ook bij organisaties. Let hierbij op de regels die binnen je groep zijn afgesproken over het maken van foto's en het herkenbaar in beeld brengen van (jeugd)leden.

## Twitter voor Scouting

Twitter is een microblog, wat eigenlijk niets meer betekent dat je korte berichtjes kunt delen met de hele wereld! Het idee is simpel: je schrijft een Tweet – een berichtje van maximaal 280 tekens – en die Tweet kan bekeken worden door al je *followers*. Ook leuk; je kunt korte prive-berichtjes sturen naar je volgers, zogenaamde *direct messages*. Alleen die *follower* kan dat bericht zien.



Twitter is een uniek social media kanaal. Het gaat alleen om de content en het werkt heel erg eenvoudig. Hierdoor is Twitter niet alleen uniek maar ook heel erg succesvol. In Nederland wordt het door steeds meer mensen gebruikt. Ook heel veel scouts zijn inmiddels te vinden op Twitter waar ze de dagelijkse bezigheden in hun (Scouting)leven delen en bediscussieren. Je deelt via Twitter heel makkelijk dat wat je bezig houdt of gewoon wat je leuk vindt. Daarnaast kun je er al je vragen kwijt, praat je met anderen en vestig je de aandacht op bijvoorbeeld vacatures in je groep of komende evenementen.

### Twitter: een account maken

1. Ga naar [www.twitter.com/signup](http://www.twitter.com/signup)
2. Vul je voor-, achternaam, e-mailadres en gewenst wachtwoord in. Vervolgens kies je een unieke username. Twitter checkt of niemand anders dezelfde username heeft voordat je echt van start kunt. Je Twitteraccount is daarna te vinden op [www.twitter.com/jouwusername](http://www.twitter.com/jouwusername)
3. Maak je profiel helemaal af met een profielfoto of –logo, wallphoto, je locatie en een kort tekstje over jezelf (of je organisatie). Zorg ervoor dat je ‘*bio*’ gaat over dat wat je op Twitter deelt! Iemand die in zijn of haar bio heeft genoemd ‘*Student, scout en feestbeest*’ Twitert dus over het studentenleven, school, alles op en rondom Scouting en uitgaan. Zorg dus voor deze relevantie.

### Twitter: wat zeg je?

**Tweet:** een kort berichtje, gepubliceerd op Twitter van maximaal 280 tekens.

**Mention:** een mention betekend dat je een Tweet onder de aandacht brengt van een andere Twitteraar. Dit doe je door @zijnofhaarusername toe te voegen in je bericht, bijvoorbeeld: @Scouting\_NL.

**Retweet (RT):** een retweet is het doorplaatsen van iemand anders z'n Tweet. Dit kan je doen als je het bericht wilt delen met al jouw followers door op de retweet-button te klikken bij een Tweet.

**Direct Message (DM):** een prive-berichtje voor een andere gebruiker.

**Follow:** hiermee volg je een andere Twitteraar. Zijn of haar berichten verschijnen in je timeline.

**Timeline:** (nieuws)overzicht met alle Tweets van degene die jij volgt.

**Hashtag:** een Tweet met daarin een # teken, bijvoorbeeld #SI19 (Scout-In19), wordt gebruikt om specifieke topics in een overzicht te tonen. Zo kun je zoeken op alle berichten die door alle gebruikers zijn gepost met daarin een speciale hashtag.

### Twitter: ik ben er klaar voor!

1. Tijd om wat andere accounts te volgen. Je kunt beginnen met het volgen van het officiële Scouting Nederland account. Ga naar [www.twitter.com/Scouting\\_NL](http://www.twitter.com/Scouting_NL) en klik op de follow button.
2. Nog meer scouts op Twitter? Check alle followers van @Scouting\_NL en kijk wie er nog meer leuk is om te volgen.
3. Klaar voor je eerste Tweet? Introduceer jouw groep aan de Twitterwereld. *Mention* @Scouting\_NL in je Tweet zodat we je Tweet kunnen zien en kunnen gaan volgen!
4. Zorg dat je vanaf nu actief blijft op Twitter. Tweet regelmatig updates vanuit je groep, blijf interessante mensen volgen, ReTweet relevante info naar al je followers en vergeet niet actief mee te doen in discussies!
5. Plaats een Twitterfeed op jullie website. Gebruik daarvoor bijvoorbeeld de Widgets op <http://twitter.com/settings/widgets>. Het is mogelijk Tweets automatisch te posten op bijvoorbeeld Facebook. Echter, veel van je followers of fans volgen je zowel op Facebook als Twitter en zien dan dubbele content en ervaren dat als vervelend. De kracht van de verschillende kanalen is juist de verschillende vormen van content.

### Google+ voor Scouting

Google+ is het social network van Google en wint vooral in het buitenland aan populariteit. In Nederland is een kleine groep gebruikers actief, waardoor het op dit moment nog niet heel erg loont om actief in te zetten op dit social network. Ben je er graag als eerste bij? Lees dan vooral verder!

De veelzijdigheid van Google+ maakt het in het begin misschien wat lastiger te begrijpen. Op Google+ is er veel meer ruimte voor actie en reactie dan op de bekende netwerken. Discussies kun je makkelijk volgen en verdwijnen niet in een nieuwsoverzicht zoals bij Facebook. Hierdoor komt er eerder een reactie op je posts en mensen kunnen het in eigen tempo volgen en reageren waar en wanneer ze zelf willen. Wanneer de discussie oplaait, verschijnt de post automatisch weer bovenaan. Met Google+ ben je dus wat minder afhankelijk van de dag, tijd en het humeur van mensen.



Net als bij andere netwerken zijn er verschillende onderdelen in het netwerk. Je kunt *Pages* aanmaken voor je organisatie of club. Wel moeten Google plussers jou gaan volgen voordat je ze zelf in een *Circle* (zie uitleg verderop) kunt plaatsen. Je kunt daardoor selectiever zijn in wie jouw page kan volgen. Wanneer je als merk een page hebt, betekent dit wel dat je heel actief bezig moet zijn om mensen jou te laten volgen. Anders blijft je circle erg klein. Interactie is dus van groot belang op Google+. Om een Page aan te maken, moet je eerst een persoonlijk profiel hebben.

*Profiel:* Iedereen kan een profiel aanmaken. Er is een leeftijdsgrens van 16 jaar in Nederland én je moet je echte naam opgeven (Googles 'real name gate'). Hoe meer je invult in je profiel, hoe beter je vindbaar bent in Google+. Alles wat je wilt posten kun je delen: multimediaal. De opslag is onbeperkt en pas als je het zelf wilt, is je content openbaar (public) of te zien in een circle.

*Circles:* Als je aan de slag gaat met Google+ zijn er standaard een aantal circles aangemaakt. Mensen die je gaat volgen, deel je in in verschillende circles. Bijvoorbeeld 'medeleiding', 'klasgenoten', 'collega's'. Je kunt maximaal 250 circles aanmaken en de namen die je deze circles (of 'Kringen' in het Nederlands) geeft, zijn niet zichtbaar voor anderen. Je kunt nu zelf bepalen met welke circle je welke content wilt delen.

*Hangout:* De live chatfunctie van Google+. Je (video)chat met mensen uit een circle. Met de hangout extra's kun je documenten laten zien en realtime aanpassen. In een hangout kunnen maximaal 10 personen, zowel publiek als privé. In de toekomst wordt het mogelijk toegang te krijgen tot Hangout On-Air. Dit geeft je de mogelijkheid om meer dan 10 mensen mee te laten kijken in je Hangout.



Wil je al die informatiestromen van Google+ overzichtelijk houden? Maak om te beginnen circles aan en geef aan wat je de belangrijkste circles vindt. Deze komen vooraan in je stream. Je kiest hier dus zelf wat je ziet, in tegenstelling tot bij Facebook.

En voor je groep? Google+ wordt interessant als veel mensen het netwerk gaan gebruiken en hun profiel goed hebben ingevuld. Je kunt met je groepspagina dan mensen zoeken en toevoegen aan je circles op basis van interesses, woonplaats en leeftijd. Dit biedt in de toekomst veel kansen voor werving van jeugdleden en vrijwilligers

## YouTube voor Scouting

Wist je dat YouTube ook valt onder de noemer Social Media? Op de videosite *deel* je eenvoudig filmpjes over allerlei onderwerpen met andere kijkers. Iedereen kan filmpjes bekijken op YouTube en met een eigen *account* kun je makkelijk eigen filmpjes plaatsen, je abonneren op filmpjes van een ander account, filmpjes als favoriet toewijzen en reageren / discussieren over video's.



Heb je al een Google-account, van bijvoorbeeld Gmail? Dan kun je dat ook gebruiken om in te loggen op YouTube. Ga je voor je groep aan de slag? Dan kun je daarvoor beter een apart *account* aanmaken. Dit account wordt namelijk ook gebruikt voor je *YouTube-kanaal*.

Al jouw video's (uploads) komen samen in dit *kanaal*. Ook de video's waarvan je houdt ('Favorieten') en de video's die je hebt ingedeeld ('Afspeellijsten') staan hier weergegeven. Als het ware je eigen TV-zender! Je kunt je kanaal personaliseren door de achtergrondkleur aan te passen, modules toe te voegen of te wijzigen en de indeling te veranderen.

Een *kanaal* kun je vervolgens in zijn geheel embedden in je Facebook-pagina, terwijl je op je eigen website losse filmpjes makkelijk deelt met de 'embed-code' die YouTube bij ieder filmpje laat zien.

### *Waarom YouTube gebruiken?*

YouTube is voor Scouting een leuk en uitdagend medium om jezelf als groep op een andere wijze te laten zien. Nieuwe kinderen komen niet voor niets een aantal keer meedraaien bij Scouting om te kijken of ze het leuk vinden om lid te worden. Ze moeten Scouting 'beleven' om te weten wat het precies is. Met filmpjes geef je al een veel beter beeld van wat Scouting is. Een waardevolle toevoeging dus in je uitingen. Daarnaast maakt het tonen van een filmpje op je website, je site een stuk leuker en uitnodigender! Nog een voordeel: kinderen zijn dol op YouTube-filmpjes. Het verbaast dan ook niet dat de grootste groep bezoekers van de populaire videosite bestaat uit kinderen (al vanaf een jaar of 7). Te gek, want dat maakt dat voor Scouting een enorm grote doelgroep bereikbaar is.

### *Veilig gebruiken*

Om YouTube te gebruiken ben je minimaal 13 jaar oud. Uploaden mag voor die tijd dus niet, filmpjes bekijken wel. Hoewel er gemakkelijk gefaked kan worden met een geboortedatum is 'adult' materiaal op YouTube pas beschikbaar wanneer je een eigen account hebt, ingelogd bent en hebt aangegeven dat je 18 jaar of ouder bent. YouTube is relatief veilig en, zo blijkt uit onderzoek (door MyBee), wordt dat ook ervaren door ouders.

Scouting Nederland adviseert bij het gebruik van internet en in het bijzonder YouTube in spelactiviteiten, altijd gebruik te maken van toezicht door iemand van de leiding. Plaats je als Scoutinggroep filmpjes? Dan laat je je groep van de goede kant zien en voorkom je dat er materiaal in je filmpjes voorkomt waarbij de buitenwereld vraagtekens kan zetten of waarbij een jeugdlid of ouder bezwaar kan hebben. Zie hiervoor ook de Social Media FAQ verderop in dit document.

### **YouTube: een *account* starten en je filmpjes uploaden**

1. Voordat je kunt starten heb je een persoonlijk account nodig. Via [www.youtube.com](http://www.youtube.com) kun je een 'account aanmaken' en vervolgens inloggen. Je kunt je ook 'aanmelden' met je Google-account.
2. Om een nieuw filmpje te uploaden klik je op de link Uploaden bovenaan de pagina. Als je via de button een filmpje toevoegt, start het uploaden automatisch en kun je de voortgang zien.

3. Je kunt, terwijl je video upload, een titel, beschrijving en labels invullen. Bij labels kies je in ieder geval 'Scouting' en bijvoorbeeld 'Outdoor' of andere aansprekende tags, die aansluiten bij de inhoud van je filmpje. Afhankelijk van de inhoud van je filmpje kies je voor een van de categorieën. Vaak past het beste de categorie: Zo-doe-je-dat, Sport of Evenementen.
4. Kies hoe je je video wilt publiceren; mag iedereen deze vinden via YouTube en ook bekijken? Kies dan 'openbaar'. Wil je alleen dat mensen die de directe link naar het filmpje hebben, het filmpje kunnen bekijken? Kies dan voor 'verborgen'. Met de optie 'privé' kunnen alleen de door jou geselecteerde gebruikers de video zien. Tot slot kies je hier ook de *licentie*. Is al het video en –muziek materiaal van jezelf en mogen ook andere het filmpje verspreiden? Kies dan voor de creative commons licentie. Is dat niet het geval, kies dan voor de standaard YouTube licentie (aanbevolen).
5. Als je filmpje is geupload kies je voor opslaan. Binnen enkele ogenblikken is je filmpje ook te vinden voor gebruikers (mits je dat hebt aangevinkt). Ook krijg je direct een link en een embedcode te zien om je filmpje te verspreiden. Via je account kun je de gegevens bij je video altijd nog aanpassen.
6. Lees alles over YouTube op: [http://www.youtube.com/t/about\\_getting\\_started](http://www.youtube.com/t/about_getting_started)

### **YouTube: een kanaal starten**

1. Voordat je kunt starten heb je een persoonlijk account nodig. Via [www.youtube.com](http://www.youtube.com) kun je een 'account aanmaken' en vervolgens inloggen. Je kunt je ook 'aanmelden' met je Google-account. Let op: je accountnaam is tevens de naam die gebruikt wordt voor je kanaal.
2. Je kanaal is de beste locatie voor het uitzenden van inhoud op YouTube. Dit is de locatie waar de door jou gemaakte video's ('Uploads'), de video's waarvan je houdt ('Favorieten') en de video's die je hebt ingedeeld ('Afspeellijsten') staan. Als het ware je eigen TV-zender! Personaliseer je kanaal door de achtergrondkleur, indeling en modules te selecteren. Voor iedere YouTube-gebruiker staat het kanaal al klaar om te gebruiken, tijd om te personaliseren dus!
3. Klik rechtsboven op je gebruikersnaam. Het menu klapt uit. Kies voor 'kanaal'. Je ziet direct jouw kanaal. Via het horizontale menu kun je de instellingen wijzigen (o.a. de naam van je kanaal), kleuren aanpassen en de gewenste indeling maken.
4. Uiteraard zijn je kanaallabels in ieder geval 'Scouting', 'Jouw Scoutinggroep' en 'Scouting in Nederland'.
5. Sla de wijzigingen op, upload je eerste video's en je kanaal is klaar voor gebruik.

### **YouTube: bulletins**

1. Als je een tijdje aan de slag bent op YouTube heb je steeds meer mensen die jouw filmpjes leuk vinden. Zij kunnen zich op je 'abonneren'.
2. Heb je een nieuw filmpje? Een update? Iets dat je wilt delen? Je kunt het doen door een 'bulletin' te plaatsen. Dit bulletin verschijnt op de YouTube-startpagina van al jouw abonnees! Het bulletinbericht verschijnt automatisch ook op je YouTube-kanaal. Op die manier is het dus ook een handig middel om je kijkers up-to-date te houden.

## YouTube: de wereld van auteursrechten

Voorkom dat je filmpje wordt verwijderd door YouTube. Je mag alleen tv-programma's, muziekvideo's, muziekconcerten of reclame uploaden als je expliciete toestemming hebt. Dit geldt natuurlijk niet als al het materiaal door jou zelf is gemaakt. Belangrijk is wel dat je toestemming hebt van de mensen die in je filmpje voorkomen, dat het filmpje wordt gepubliceerd.

Daarnaast is het in principe alleen toegestaan om rechtenvrije muziek onder je filmpje te plaatsen. Veel muziek is dat niet. Wil je aan alle wetgeving en richtlijnen voldoen? Gebruik dan de YouTube-video bewerkingstool met 'Audioruil'. Audioruil bevat gratis muziek die je mag gebruiken onder je video. Meer hierover vind je op: [http://www.youtube.com/t/about\\_essentials](http://www.youtube.com/t/about_essentials).

De pagina 'Tips over auteursrecht' ([http://www.youtube.com/t/howto\\_copyright](http://www.youtube.com/t/howto_copyright)) kan je helpen om te bepalen of je video inbreuk maakt op het auteursrecht van iemand anders.

Als je op 'Video uploaden' klikt, geef je impliciet aan dat deze video de voorwaarden van YouTube niet schendt en dat je eigenaar bent van alle auteursrechten op deze video, of dat je gemachtigd bent om de video te uploaden.

## Storify

Alle social media kanalen combineren met andere content van internet en dat tonen in een mooi overzicht? Dat kan met Storify! Storify is een zogenaamde 'social mashup' tool waarin je een artikel kunt maken met een titel, introtekst en eventueel andere tussenkopjes en teksten verspreid over de pagina. Daartussen voeg je eenvoudig 'blokjes' met externe content in naar bijvoorbeeld websites, een tweet, een Facebookbericht, YouTube filmpjes of foto's.



Je kunt een Storify eenvoudig koppelen aan je eigen social media accounts en zo je 'Story' delen met de rest van je volgers. Nog mooier is het toevoegen van je Storifypagina doormiddel van een zogenaamde embed-code aan je website. Zo kunnen ook niet-volgers, maar websitebezoekers, je verhalen lezen. Voorbeelden van Storify's vind je bijvoorbeeld op het kanaal van Scouting Nederland: [https://storify.com/scouting\\_nl](https://storify.com/scouting_nl)

## Snapchat



Een foto sturen naar iemand waar verder niets mee gebeurt? Dat is Snapchat. Je maakt een foto stuurt die naar een of meerdere vrienden en na het ingestelde aantal seconden verdwijnt de foto weer. Een foto of een kort filmpje, kan verstuurd worden met een korte tekst. Mede daardoor wordt Snapchat ook meer en meer gebruikt als communicatiekanaal.

Voor Scoutinggroepen kan Snapchat interessant zijn door het grote aantal jongeren dat gebruik maakt van het platform. Wellicht niet zo zeer door het sturen van de korte Snapchats, maar wel door de functie 'Snapchat Stories'. Stories zijn dezelfde foto's en filmpjes, maar dan weergegeven in een eigen timeline. Berichten in Stories zijn 24 uur beschikbaar en kunnen gedurende die periode steeds opnieuw worden bekeken. Let op: eenmaal gepost in Stories kan je een bericht niet zelf verwijderen, het verdwijnt pas automatisch na 24 uur.

Snapchat heeft wereldwijd 200 miljoen actieve gebruikers. Die versturen dagelijks 750 miljoen snaps naar elkaar. In Nederland zijn er 1 miljoen gebruikers waarvan het grootste percentage te vinden is in de groep tieners (12-19 jaar). Ongeveer de helft gebruikt Snapchat dagelijks.

## Best practices

Aan de slag met social media. Het is vast en zeker even wennen, want communiceren via social media werkt alles behalve hetzelfde als traditionele media. Op social media draait het, in tegenstelling tot traditionele media (waarbij je vooral 'zend'), om interactie met je fans, followers en vrienden. Start discussies en discussier actief mee. Zorg voor een antwoord op vragen die gesteld worden, participeer en 'deel'. Hieronder volgen een aantal tips en trucs om succesvol aan de slag te gaan op social media.

### Facebook pagina's

- Post niet te veel en niet te vaak. Het moet leuk blijven voor je fans om te volgen wat er speelt. Een goed houvast is ongeveer één tot twee post per dag als maximum.
- Je posts vallen het meest op, op tijden dat de meeste mensen op Facebook zitten. Doorgaans is dat voordat men naar school of naar het werk gaat, of bij thuiskomst aan het einde van de middag.
- Zorg dat je open en transparant blijft. Komt er commentaar, reageer er netjes op en doe wat met de kritiek.
- Niet iedereen zal altijd op je pagina kijken. Bij je fans verschijnen de posts in hun nieuwsoverzicht. Zorg dat je posts daarin opvallen, zodat mensen het leuk vinden om je berichten te bekijken (en eventueel te liken). Hoe vaker mensen actief zijn op jouw bericht (lezen, delen, liken), hoe eerder het opgenomen wordt in hun nieuwsoverzicht (en dat van hun vrienden).
- Facebook stelt een nieuwsoverzicht samen op basis van de content die de gebruiker volgens Facebook het meest relevant vindt. Iemand die jouw pagina geliked heeft maar weinig op jouw berichten reageert (liken, reageren, klikken, bekijken), zal minder snel een bericht van jouw pagina in z'n tijdlijn te zien krijgen.
- Posts met afbeeldingen worden beter bekeken. Maar: zorg wel voor relevantie. De afbeelding moet iets toevoegen aan je post. En let op. Afbeeldingen met teveel tekst kunnen geweigerd worden door Facebook.
- Zorg voor een 'call to action' aan het einde van je post, bijvoorbeeld een verwijzing naar een site of een app op je pagina. Een call to action kan ook iets zijn als 'laat ons weten wat...', waarmee je het geven van reacties zoveel mogelijk stimuleert.
- Gebruik 'Facebook Paginastatistieken', een van de opties op je pagina. Hiermee kun je zien hoe effectief je posts zijn.

### Facebook groepen

- Het is goed te weten dat groepsleden standaard een e-mail ontvangen als iemand wat post in de groep. Krijg je klachten? Of wil je die voor zijn? Adviseer je groepsleden, als ze teveel mail krijgen of verwachten, om hun individuele notificatie-instellingen te wijzigen via de knop 'Edit settings' in de groep.
- Upload foto's en video's en stimuleer leden van je groep om deze te delen naar hun profiel zodat zoveel mogelijk vrienden zich ook aansluiten bij de groep. Je kunt hiervoor ook foto's 'taggen'. Met taggen geef je aan wie er uit je groep op de foto staan.
- Blijf actief! Zorg ervoor dat je zelf maar ook je groepsleden discussies starten, content posten en blijven delen

### Google+

- Begin al vroeg met het aanmaken van circles en nodig je netwerk uit om zich aan te sluiten bij je page.
- Plaats relevante content voor de relevante circles, op die manier gaan mensen de circle eerder actief volgen en verschijnt het in hun stream.
- Vul je profiel zo volledig mogelijk in en probeer anderen te stimuleren dat ook te doen, dat maakt het succes voor het gebruik van Google+ alleen maar groter.
- Selecteer bij het posten van content, altijd één of meerdere circles, of kies voor 'openbaar'. Selecteer je niets? Dan kun alleen jij het bericht zien.

### Twitter

- Wees niet bang om anderen te volgen. Er zijn heel veel scouts te vinden op Twitter en zo ontdek je wat hen zoal bezig houdt. Hier haal je tips en ideeën voor opkomsten en activiteiten uit en je

ontdekt hoe je je communicatieboodschap op hen kunt afstemmen, zodat ze jouw Tweets sneller lezen, actie ondernemen en/of retweeten.

- Volg iedereen die jou ook volgt (maar: unfollow spammers)
- Zorg voor de nodige goodwill door te volgen, retweeten, reageren op anderen en op vragen die aan jou gesteld worden; des te meer anderen zullen dat ook met jouw Tweets doen!
- Retweet leuke berichten van anderen ( "Sharing is Caring")
- Pas op, Twitter is verslavend en kan veel tijd kosten.
- Iedereen Twitert op zijn of haar manier, houd daar rekening mee
- Deel links, ideeën, stel vragen en beantwoord vragen
- Wees geïnteresseerd in de mensen die jou volgen. Eerst luisteren, dan Tweeten.

### YouTube

- Plaats alleen video's waarvan je zeker weet dat je de rechten van anderen niet schendt (personen, beelden, muziek)
- Gebruik een duidelijke en wervende omschrijving bij je video's en verspreid na het plaatsen een kort en bondig bulletin naar al je abonnees.
- Gebruik je 'Favorieten' die weergegeven worden in je kanaal? Ga dan goed na of het filmpje representatief is voor wat jij wil uitstralen op internet en of het past bij je groep. Let ook op ongewenst materiaal.
- Blijf monitoren! In je kanaal verschijnen video's die je als favoriet bestempelt of videos waarop je bent geabonneerd. Hier kan zomaar eens iets vervelends tussendoor komen waarvan je niet wil dat dit op je kanaal wordt geplaatst en met je kijkers wordt gedeeld.
- Zorg voor de nodige goodwill door te reageren op video's, anderen te stimuleren te reageren op jouw video's, te 'liken' en te antwoorden op vragen die aan jou worden gesteld.
- Laat ook leuke video's van anderen zien op je kanaal ( "Sharing is Caring")
- Plaats je een video op YouTube? Embed het filmpje ook in je eigen site, plaats een link op Twitter, deel het met je Google+ kringen en plaats het door op je Facebook-pagina of in je –groep.
- Een goed Scoutingfilmpje bevat de elementen: Samen (meerdere scouts in beeld die samen een (maatschappelijke) activiteit doen, Outdoor (buiten, in de natuur), Uitdaging (echte uitdaging maar ook uitdaging in bijvoorbeeld iets nieuws leren), Herkenbaarheid (scouts in het filmpje hebben ten minsten een das om en/of dragen de Scoutfit) en Plezier (je filmpje straalt plezier uit). Meer hierover lees je op [www.scouting.nl](http://www.scouting.nl) – Bestuur & Organisatie – Communicatie.

### Instagram

- Post unieke content voor Instagram, ga echt 'naar buiten' om foto's te maken en maak zo min mogelijk gebruik van archiefmateriaal
- Maak bij gebeurtenissen zoals kampen gebruik van de samenvattende Instagram Stories
- Gezichten maken je Instagram-account persoonlijk
- Een succesvol Instagram-account heeft een herkenbare uitstraling in foto's en er zit een lijn in wat je post
- Instagram draait om unieke content, daarom is 'regrammen' alleen bij uitzondering geschikt
- Instagram laat zien waar je trots op bent, maak daarom ook gebruik van jeugdleden van je groep die zo nu en dan eens wat posten over Scouting!
- De speciale, gratis app 'Later' kan je helpen bij het inplannen van Instagram-posts

### Snapchat

- Maak je account bekend en zorg dat leden en niet-leden je weten te vinden
- Voor één op één communicatie binnen je groep is Snapchat minder geschikt, maar voor het vertellen van je verhaal als groep ("Waarom is Scouting zo leuk?") kun je Snapchat prima gebruiken en bij uitstek via Snapchat Stories

***Onthoud dat je op alle social media niet zomaar kunt herstellen wat je hebt gezegd: heb je eenmaal iets gepost, dan is het verzonden naar de buitenwereld en verspreid in je netwerk en ver daarbuiten. Dus denk goed na voordat je iets post, blijf open, transparant, eerlijk en vooral: maak lol!***

## Social media FAQ

**Q:** *Mag ik zomaar foto's of video's waarop leden uit mijn groep staan afgebeeld, posten op social media?*

**A:** Ter bescherming van je jeugdleden raden we je aan om hier zo secuur mogelijk mee om te gaan, zeker op social media. Je kunt het beste vooraf duidelijk communiceren met je ouders en vrijwilligers dat je foto's en video's gebruikt voor bijvoorbeeld je website en netwerken op social media. Geef leden bij inschrijving de mogelijkheid bezwaar te maken, ofwel, vraag expliciet toestemming voor het maken, bewaren en plaatsen van foto's. Vaak heeft niemand daartegen bezwaar, omdat het op die manier leuk is om terug te kijken op bijvoorbeeld een kamp. Heeft iemand wel bezwaar, ga hier dan secuur mee om en zorg dat je die foto's en video's niet verspreid.

Voor meer informatie kijk je in het infoblad *Portretrecht* en op [Scouting.nl/privacy](http://Scouting.nl/privacy).

**Q:** *Jeugdleden willen vriend worden van een leidinggevende op Facebook of Google+, is dat verstandig?*

**A:** Voor jeugdleden heeft leiding vaak een voorbeeldfunctie en ze zien je meestal als een van hun beste maatjes. Ook op social media. Daarom gebeurt het regelmatig dat jeugdleden leiding uitnodigen om vriend te worden. Hoe je hier mee omgaat, is aan jou als leidinggevende, of breder, naar de afspraken die er binnen jouw groep over social media zijn gemaakt. Je hebt een voorbeeldfunctie en een bepaalde rol binnen Scouting. Is de content op jouw persoonlijke profiel in lijn met die voorbeeldfunctie en je rol, dan is er niet persé iets aan de hand. Heb je het op je profielpagina met je vrienden over bijvoorbeeld uitgaan of gebeurtenissen in je privé-omgeving, dan is het niet verstandig vrienden te worden. Het advies vanuit Scouting Nederland is om géén vriend of follower te worden op social media met minderjarige (jeugd)leden. Het staat je vrij om hier binnen de groep afspraken over te maken. Houd daarbij goed in de gaten wat de implicaties zijn als je je op social media bevriend met jeugdleden. Nodig in eerste instantie niet zelf uit. Laat het initiatief bij het jeugdlid, om zo scheve verhoudingen te voorkomen. Je kunt vervolgens zelf bepalen of je de uitnodiging accepteert. Op Twitter heb je geen keuze als het gaat om wie je volgt of niet. Je kunt mensen wel blokkeren.

**Q:** *Mag ik als individu zomaar communiceren met jeugdleden?*

**A:** Je mag altijd communiceren met je jeugdleden. Ook online. Omdat dit in geval van bijvoorbeeld prive-berichten minder transparant is dan een ouderwetse brief per post, adviseren we je om in zo'n geval altijd de ouders en/of medeleiding in te kopiëren om vervelende situaties te voorkomen. Een andere optie is om een publieke post te doen in het profiel van het betreffende lid, dan kan iedereen meekijken. Op die manier behouden we ook online een veilige omgeving voor leden.

**Q:** *Zijn er binnen Scouting afspraken gemaakt over het gedrag van jeugdleden en vrijwilligers?*

**A:** Ja, deze afspraken zijn vastgelegd in het Huishoudelijk Reglement van de Vereniging Scouting Nederland. Dit geldt ook voor gedrag op social media. In het bijzonder Artikel 167 is hier van toepassing:

*"Leden van Scouting Nederland gedragen zich respectvol ten opzichte van elkaar. Seksueel misbruik en elke andere vorm van ongewenst gedrag zijn binnen Scouting Nederland onaanvaardbaar."*

Het gehele Huishoudelijk Reglement en het protocol ongewenst gedrag vind je terug op:

[www.scouting.nl](http://www.scouting.nl) – Mijn Scouting – Bestuur & Organisatie – Over Scouting en Mijn Scouting – Bestuur & Organisatie – Calamiteiten.

## Praat er eens over!

Ben je er helemaal klaar voor en ga je social media inzetten? Of merk je dat veel jeugdleden op social media zitten? Het is goed om een keer een discussie te starten en jeugdleden wat bij te brengen over het veilig gebruik van social media. Neem de volgende punten zeker mee;

- Accepteer als jeugdlid de leeftijdsrestricties die verschillende social media hanteren. Het is niet voor niets dat Twitter, YouTube en Facebook geen leden toelaten die jonger zijn dan 13 jaar.
- Ga heel goed hoe je privacy-instellingen staan in je online profielen. Wat is publiek zichtbaar? Wie mag er vriend worden? Wie mag er posten op mijn prikbord?
- In sommige gevallen is informatie standaard publiek. Dit kun je wijzigen. Bedenk goed wat je wel en niet publiek zichtbaar wilt hebben.
- Vaak willen mensen vrienden worden met elkaar. Super, maar let op: accepteer alleen mensen die je echt kent!

## Afspraken over het gebruik van social media

Social media worden ook door individuele scouts, vrijwilligers en leidinggevenden gebruikt. Het is goed om hierover met elkaar afspraken te maken in bijvoorbeeld de groepsraad. Zo kan een negatieve uitlating over bijvoorbeeld een groepsactiviteit grote gevolgen hebben. Een ander voorbeeld is het te plannen jubileumkamp met je groep. Met elkaar bedenk je een gaaf thema dat nog wel een tijdje geheim moet blijven. Vanuit enthousiasme wordt vanuit jullie overleg al getweet wat het thema is. Niet wenselijk. Professioneel gebruik van social media is daarom een onderwerp waar je met elkaar over moet spreken. Wil je afspraken op papier? Gebruik dan het 'Voorbeeld protocol Social Media' van Scouting Nederland (zie hiervoor de bijlage vanaf pagina 11 in dit document). Hierin staan naast richtlijnen voor het gebruik van social media door vrijwilligers, ook tips voor jeugdleden.

## Troubleshooting

Oeps! Je komt ergens niet uit? Alle social media hebben een uitgebreide helppagina.

**Facebook:** [www.facebook.com/help](http://www.facebook.com/help)

**Twitter:** <http://support.twitter.com>

**YouTube:** <https://support.google.com/youtube>

**LinkedIn:** <http://help.linkedin.com/>

**Google+:** <https://support.google.com/plus/>

**Instagram:** <http://help.instagram.com>

**Snapchat:** <http://support.snapchat.com>

*Je kunt natuurlijk ook altijd mailen met team communicatie voor vragen over het gebruik van social media binnen Scouting. Heb je zelf best practices of mis je informatie in dit document? Mail ook! [communicatie@scouting.nl](mailto:communicatie@scouting.nl).*

### Like Scouting!

Naast social media voor je groep of regio is het erg gaaf om te laten zien dat je samen met duizenden andere scouts bent! Enkele 'nice to likes':

**Facebook:** [www.facebook.com/scoutingnederland](http://www.facebook.com/scoutingnederland)

**Instagram:** [www.instagram.com/Scouting\\_NL](http://www.instagram.com/Scouting_NL)

**Twitter:** [www.twitter.com/Scouting\\_NL](http://www.twitter.com/Scouting_NL)

**Google+:** <https://plus.google.com/+scoutingnederland>

**LinkedIn:** <https://nl.linkedin.com/company/scouting-nederland> en [www.scouting.nl/linkedin](http://www.scouting.nl/linkedin)

**YouTube:** [www.youtube.com/scouttvnl](http://www.youtube.com/scouttvnl)

## **Voorbeeld protocol social media voor vrijwilligers**

Social media zijn niet meer weg te denken in de maatschappij en dus ook niet bij iedereen die betrokken is bij Scouting. Het biedt kansen om te laten zien dat je trots bent op Scouting. Daardoor kan het bijdragen aan een beter imago bij vrienden, familie, leden en collega's. Het delen van informatie en kennis op social media met groepen waarmee op traditionele wijze nauwelijks of beperkt communicatie mogelijk was, kan leiden tot een beter beeld van wat er speelt binnen de groep. Er ontstaan hiermee heel veel kansen.

Social media gebruik kan ook veel vragen oproepen. Privé-gerelateerde zaken en Scoutinggerelateerde zaken zijn bijvoorbeeld niet (meer) zo gemakkelijk te scheiden. En dat hoeft ook niet. Uitgangspunt is dat social media een waardevolle bijdrage aan de organisatie leveren, zoals e-mail en internet dat ook nog steeds doen. Om verschillende denkbeelden over het gebruik van social media de Scoutingorganisatie niet te laten leiden tot misverstanden is dit protocol ontwikkeld.

Voorbeelden:

- Tijdens een opkomst is iemand constant bezig met Snapchat op zijn smartphone
- Een vrijwilliger Twitert uit een vertrouwelijke bijeenkomst of heeft kritiek op de eigen organisatie.
- Iemand wil op zijn privéblog over Scoutingzaken schrijven en weet niet goed of dat mag.
- Jeugdleden willen vrienden worden met leiding op Facebook en leiding weet niet precies of dat wel zomaar kan en mag.
- Een leidinggevende geeft via Facebook en Twitter kritiek op een ouder, terwijl het bestuur in overleg is om tot een oplossing te komen.
- Er staat een foto van jeugdleden tijdens een opkomst op Instagram waarvan je niet weet of dat mag.

### **Verantwoordelijkheid:**

Hoofregel: het gedrag van vrijwilligers op social media wijkt niet af van wat in de Scoutinggroep gebruikelijk is. Dont's zijn bijvoorbeeld foto's en filmpjes in beschonken toestand, tweets die eindigen met XXX en te populair taalgebruik en schuttingtaal.

### **Veiligheid:**

Scouting biedt een veilige en leerzame speelomgeving voor jeugd en jongeren. De Scoutinggroep heeft een verantwoordelijkheid als het gaat om het blijvend garanderen van deze veilige omgeving. Dat begint met duidelijke en gecommuniceerde normen en waarden en de handhaving daarvan. Ook digitaal. Groepen moeten zich niet laten verrassen door incidenten. Zorg voor duidelijke regels over: welke mediadragers zijn in de groep toegestaan? Ben je als Scoutinggroep betrokken in het grijze gebied tussen privé en Scouting? Wanneer schakel je ouders in, en wanneer Scouting Nederland of de politie? Welke sancties hanteer je bij welke overtreding? Hoe ga je om met slachtoffers en pers? Veel informatie over dit onderwerp is te vinden in de documenten:

- Protocol Ongewenst Gedrag
- In veilige handen
- Huishoudelijk Reglement Scouting Nederland

Ga voor deze documenten naar [www.scouting.nl](http://www.scouting.nl) – Bestuur & Organisatie – Veiligheid. Communiceer de regels en afspraken duidelijk met de groepsraad, vrijwilligers, leden en ouders.

Voorbeelden die voor onveiligheid kunnen zorgen: *kleineren van leiding of leden via YouTube-filmpjes, dreigtweets, digitale seksuele intimidatie of beschuldiging ervan.*

### **Afspraken eigendom social media**

Social media zijn een prachtig kanaal om te communiceren over Scouting. Veelal zal iemand uit de groep op eigen naam een nieuw netwerk starten bij de komst van een nieuwe vorm van social media. Met de groep spreken we af dat alle kanalen aangemaakt door leden van de groep, automatisch eigendom worden van en daarmee toebehoren aan de vereniging. Bij het beëindigen van het lidmaatschap wordt het account overgedragen aan de vereniging. Ten allen tijden zijn minimaal drie vrijwilligers van de Scoutinggroep (mede-)beheerder van het social media kanaal en eventuele wachtwoorden zijn bekend bij het groepsbestuur.



## **Richtlijnen gebruik social media door Scoutinggroep .....**

1. Vrijwilligers kunnen kennis en andere waardevolle informatie delen op eigen accounts, mits die informatie niet vertrouwelijk is en de Scoutinggroep niet schaadt.
2. De groep ondersteunt de open dialoog en de uitwisseling van ideeën en het delen van kennis. Dit gebeurt op persoonlijke titel. Bij onderwerpen die van doen hebben met de Scoutinggroep, vermeld je hierbij je functie binnen de groep en de naam van de groep (*namens* de groep publiceren).
3. Vrijwilligers zijn persoonlijk verantwoordelijk voor de inhoud die ze publiceren op sociale media. Zij zijn zich bewust dat wat zij publiceren, voor langere tijd openbaar zal worden, met de eventuele gevolgen voor hun privacy.
4. Vrijwilligers die zich op een website of social media-kanaal anders dan die van de groep uiten over iets dat te maken heeft met de groep, maken kenbaar vanuit welke titel zij publiceren, eventueel aangevuld met een 'disclaimer' waarin staat dat, in geval van een persoonlijk standpunt, dit niet overeen hoeft te komen met dat van de organisatie (m.n. bij blogs).
5. Vrijwilligers respecteren het beeld-, auteurs- en citaatrecht.
6. Vrijwilligers publiceren niet ongevraagd vertrouwelijke of andere groepsgebonden informatie. Hiervoor raadplegen zij het groepsbestuur.
7. Vrijwilligers mogen geen vertrouwelijke en/of schadelijke informatie verstrekken over leden en de groep.
8. Reageer open en transparant op berichten, vragen en opmerkingen. Blijf feitelijk en eerlijk.
9. Ga niet in discussie met ouders en jeugdleden (voer de discussie in een gesprek tijdens de opkomst).
10. Vrijwilligers mogen actief zijn op social media, zolang het spelprogramma en de opkomsten daar niet onder lijden. Binnen de groep worden hierover afspraken gemaakt.
11. Als je actief bent op social media uit naam van de groep, zorg je ervoor dat het profiel en de inhoud in overeenstemming is met hoe we ons als groep willen presenteren.
12. Probeer de eerste te zijn om je eigen fouten te corrigeren, zonder eerdere berichten te wijzigen of te verwijderen. Vermeld daarbij dat jij degene bent die het bericht wijzigt.
13. Leidinggevend, bestuurders en andere vrijwilligers van de groep zijn zich bewust van het feit dat alle leden kunnen lezen wat zij schrijven en moeten zodoende nagaan of zij op persoonlijke titel kunnen publiceren.
14. Bij de geringste twijfel over een publicatie of over de raakvlakken met Scouting is het verstandig contact te zoeken met je teamleider of iemand van het bestuur. Overleg. Uiteindelijk is het helemaal je eigen verantwoordelijkheid wat je post of publiceert. Het kan echter geen kwaad advies in te winnen.
15. De Scoutinggroep zorgt ook digitaal voor een veilige (speel)omgeving voor jeugdleden en vrijwilligers en communiceert met leden over hoe zij dit doet.
16. De Scoutinggroep legt vast welke maatregelen zij neemt bij digitale overtredingen van vrijwilligers, jeugdleden en ouders en communiceert dit met deze doelgroepen.
17. Bij onze Scoutinggroep is de afspraak dat vrijwilligers en volwassen leden, geen 'vriendschap' aangaan met minderjarige (<18) jeugdleden op hun persoonlijke accounts.
18. Onze Scoutinggroep is actief op de volgende social media-kanalen: .....

## **Leidraad voor jeugdleden**

De richtlijnen voor gebruik van social media gelden óók voor jeugdleden (en andere betrokkenen bij de groep). Hoewel deze richtlijnen aan kinderen lastig uit te leggen zijn, kun je hen als leiding wel vijf tips meegeven:

1. Overleg met je ouders voordat je op Instagram, Snapchat, Twitter, Facebook en YouTube gaat.
2. Soms ben je nog niet oud genoeg om een profiel aan te maken, de site is dan niet voor jou bedoeld. Houd rekening met deze en andere regels die gelden op internet.
3. Wordt op internet alleen vrienden met mensen die je ook echt kent.
4. Iedereen kan zien wat je op Instagram, Snapchat, Twitter, Facebook en YouTube zet.
5. Wees voorzichtig. Twijfel je ergens aan? Overleg met je ouders!