




Bewindslieden op de sociale media


Vastgesteld door de VoRa op 21 januari 2021

In het kort



Vrijwel alle bewindslieden zijn tegenwoordig op de sociale media actief. Deze notitie beschrijft welke sociale mediavarianten bewindslieden kunnen inzetten en de ambtelijke ondersteuning die zij daarbij mogen verwachten. Ook beschrijft de notitie welke implicaties de keuze voor een van de drie hoofdvarianten (persoonlijk, corporate en hybride kanaal) heeft.

Inleiding



Vrijwel alle bewindslieden van het kabinet-Rutte III maken gebruik van één of meerdere sociale mediakanalen. In aanloop naar het aantreden van het nieuwe kabinet heeft de VoRa gevraagd te expliciteren aan welke voorwaarden de drie varianten moeten voldoen en uiteen te zetten welke implicaties de keuze voor elk van deze varianten heeft m.b.t. de ambtelijke ondersteuning, de ruimte voor het plaatsen van partijpolitieke en persoonlijke content en de organisatie van de webcare. Het vertrekpunt van de notitie is dat, conform de uitkomst van de BOT-sessie van 31 augustus 2020, de VoRa geen expliciete voorkeur heeft uitgesproken voor een van de varianten.

Een veranderend medialandschap

Met de opkomst van de sociale media hebben departementen en bewindslieden niet alleen de beschikking gekregen over nieuwe mogelijkheden om burgers direct te bereiken, maar vindt ook crossmediale bestuiving plaats. Off- en online nieuwsmedia nemen geregeld sociale mediacontent van bewindslieden in hun nieuwsartikelen over. Berichtgeving via sociale media is daarmee in het huidige medialandschap voor departementen en bewindslieden een onmisbaar vehikel geworden om het beleid over het voetlicht te brengen. De grote vlucht die het gebruik van Instagram de laatste jaren heeft genomen illustreert zowel

de toegenomen beeldcultuur als de interesse van burgers voor de mens achter de politicus. Bewindslieden fungeren daarmee meer dan ooit tevoren als boegbeeld van beleid en geven departement en kabinet letterlijk een gezicht. Bovendien stellen sociale media bewindslieden en departementen ook in staat doelgroepen te bereiken die met traditionele middelen moeilijker te bereiken zijn.

Feiten en cijfers voor kabinetten Rutte II en III

In het kabinet-Rutte II waren elf van de negentien bewindslieden actief op de sociale media. De aanwezigheid van de bewindslieden beperkte zich – op minister Ploumen na – tot Twitter en Facebook. In vergelijking met het kabinet-Rutte II heeft het sociale mediagebruik van de bewindslieden in het huidige kabinet een grote vlucht genomen. In het kabinet-Rutte III zijn alleen minister Schouten en minister Wiebes niet actief op de sociale media. De meeste bewindslieden zijn actief op ten minste twee kanalen. De explosieve groei van Instagram springt daarbij het meest in het oog (zie bijlage I en II voor een volledig overzicht).

Uitgangspunten Overheidscommunicatie en richtlijn 'Rijksoverheid op sociale media'

De Uitgangspunten Overheidscommunicatie vormen ook voor communicatie via sociale media het kader. De uitgangspunten 'Overheidscommunicatie gaat over Beleid en Organisatie', 'Geen Vermenging' en 'Herkenbaarheid' zijn hierbij het meest relevant. De Uitgangspunten Overheidscommunicatie schrijven voor dat de ambtelijke ondersteuning nooit partijpolitieke content op de sociale media-accounts van de bewindslieden plaatst ('Geen Vermenging').

Hoewel sociale media veel mogelijkheden bieden voor persoonlijke content dient terughoudend om te worden gegaan met de inzet van ambtenaren voor dit type content. De mogelijkheden die de sociale media bieden vormen geen blanco cheque om met ambtelijke ondersteuning aan ongebreidelde *imagebuilding* te doen ('Overheidscommunicatie gaat over Beleid en Organisatie'). Content die door de ambtelijke ondersteuning wordt geplaatst moet in beginsel altijd over beleid gaan. Bewindspersonen (of hun politieke assistent of partij) hebben – op hybride en persoonlijke kanalen – vanzelfsprekend meer ruimte om human interest content te plaatsen (zie voorbeelden volgende pagina).



Genoten van de herfst!



18:29 · 19-10-2020 van Oisterwijk, Nederland ·

De communicatie van de Rijksoverheid moet voorts altijd herkenbaar zijn als afkomstig van de Rijksoverheid ('Herkenbaarheid').

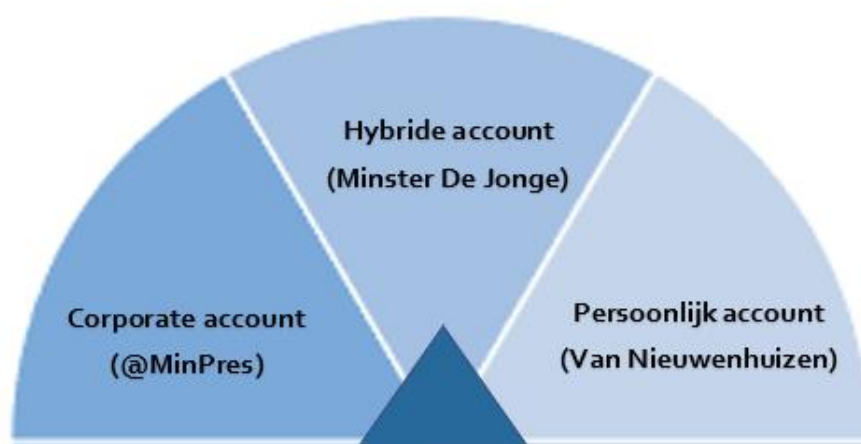
Naast de Uitgangspunten Overheidscommunicatie geldt de richtlijn 'De Rijksoverheid op de sociale media' onverkort. Deze richtlijn (PLATO 3998099) heeft de VoRa in 2018 vastgesteld en is in het voorjaar van 2020 herbevestigd. Deze richtlijn schrijft voor dat beleidsinformatie van de Rijksoverheid altijd ten minste gelijktijdig op Rijksoverheid.nl wordt gepubliceerd. Sociale media bieden de Rijksoverheid weliswaar mogelijkheden om doelgroepen te bereiken die langs andere wegen moeilijk(er) te bereiken zijn, maar tegelijkertijd zijn er grote groepen die niet op de sociale media aanwezig zijn, onder andere omdat zij huiverig kunnen zijn om persoonsgegevens met media zoals Facebook/Instagram en Twitter te delen. De Rijksoverheid biedt belangrijke beleidsinformatie daarom altijd aan op de eigen websites, zodat bezoekers gegarandeerde toegang hebben tot deze informatie zonder dat daarbij persoonsgegevens worden verwerkt.

Drie smaken: corporate, hybride en persoonlijke accounts

In de praktijk zien we drie hoofdsmaken binnen het sociale mediaspectrum, waarbij de twee uitersten worden gevormd door een volledig ambtelijk ondersteund corporate bewindslidenaccount (@MinPres en minister Blok) en een persoonlijk kanaal dat niet (staatssecretaris Van Veldhoven) of nauwelijks (minister Van Nieuwenhuizen) ambtelijk wordt ondersteund.¹ Binnen deze uitersten bevindt zich de hybride variant (minister De Jonge en minister Kaag). In de hybride variant plaatst de bewindspersoon (of de politiek assistent) zelf geregeld content, maar is in meer of mindere mate ook sprake van ambtelijke

¹ De ambtelijke ondersteuning van het account van minister Van Nieuwenhuizen beperkt zich tot het gebruiken van beeldmateriaal dat doorgaans in eerste instantie wordt gemaakt voor het corporate ministerieaccount. Ook worden de comments op het account gemonitord en in geval van praktische vragen van antwoord voorzien via het ministerieaccount.

ondersteuning. Deze drie hoofdsmaken vormen de menukaart waaruit (aantredende) bewindspersonen kunnen kiezen.



Bovenstaande hoofdvarianten kennen elk hun eigen implicaties en voorwaarden voor wat betreft de ambtelijke ondersteuning, de ruimte voor partijpolitieke berichtgeving, partijpolitieke verwijzingen en het gebruik van het rijkslogo.

Corporate bewindslidenaccount ('@MinPres-model')

De accounts van de minister-president en minister Blok zijn voorbeelden van corporate bewindslidenaccounts die gehangen zijn aan het ambt van de bewindspersoon. De minister-president en minister Blok plaatsen zelf geen content, maar worden volledig ambtelijk ondersteund. Op een corporate bewindslidenaccount is partijpolitieke content nooit toegestaan. Voor (eventuele) partijpolitieke berichtgeving moet een eigen account worden gebruikt, waarmee het departement vanzelfsprekend geen enkele bemoeienis heeft (zoals @markrutte). Ook partijpolitieke verwijzingen in de bio, foto of avatar of URL van een corporate bewindslidenaccount zijn uit den boze. Op corporate bewindslidenaccounts is - mits gedoseerd - ruimte voor lichte content en/of berichten uit de privésfeer, zolang de bewindspersoon deze content zelf plaatst en hiervoor geen beroep doet op zijn ambtelijke ondersteuning. Een ambtelijk ondersteund corporate bewindslidenkanaal is ook als zodanig herkenbaar (rijkslogo én expliciet aangeven dat het account in beheer is en bijgehouden wordt door de directie Communicatie of het mediateam). Omdat het account gehangen is aan het ambt blijft het account na het vertrek van de bewindspersoon in eigendom van het departement. Aantredende bewindspersonen kunnen het account van hun voorganger dus overnemen. Het departement archiveert én verwijdert voor het aantreden van de nieuwe bewindspersoon de sociale content van de voorganger zodat de nieuwe bewindspersoon met een schone lei kan beginnen.

Persoonlijk account

Staatssecretaris Van Veldhoven is een voorbeeld van een bewindspersoon met een (volledig) persoonlijk account. Zij plaatst alle content *zelf* en doet in beginsel geen enkel beroep op ambtelijke ondersteuning. Minister Van Nieuwenhuizen maakt incidenteel gebruik van content dat door de directie Communicatie wordt gemaakt. Persoonlijke accounts dragen de naam en foto van de bewindspersoon. Hoewel het ook op persoonlijke accounts raadzaam is terughoudend te zijn met partijpolitieke communicatie biedt een persoonlijk kanaal hiervoor meer ruimte dan de andere varianten. Op een persoonlijk account wordt expliciet aangegeven dat het een persoonlijk account betreft en dat het departement geen bemoeienis met het account heeft. Partijpolitieke verwijzingen en doorlinken naar de website van de politieke partij zijn daarom toegestaan. In de bio kán worden verwezen naar de departementale kanalen (corporate account van departement of Rijksoverheid.nl), maar dit is niet verplicht. Als het account overduidelijk de signatuur of *look and feel* draagt van de partij (beeld- en woordmerk) is ambtelijke ondersteuning te allen tijde uit den boze. Persoonlijke accounts bieden vanzelfsprekend de meeste ruimte voor lichte en persoonlijke content, al is het raadzaam hiermee ook op persoonlijke accounts gedoseerd om te gaan.



Hybride variant

De accounts van minister De Jonge en minister Kaag zijn de duidelijkste voorbeelden van de hybride variant. Hoewel het leeuwendeel van de berichtgeving wordt geplaatst door hun ambtelijke ondersteuning plaatsen bewindspersonen ook zelf content op hun account. Op een hybride account is partijpolitieke content toegestaan, mits gedoseerd én mits volstrekt helder wordt aangegeven dat het departement geen enkele bemoeienis heeft met het bedenken of plaatsen van deze content. Dat kan bijvoorbeeld door in de bio expliciet op te nemen dat ondersteuning van het account zowel plaatsvindt vanuit het departement ('Ondersteund door ministerie van VWS') én door de politieke partij (#TeamCDA, #D66 etc). Bij elke tweet die níet door de ambtelijke ondersteuning wordt geplaatst dient expliciet duidelijk te worden gemaakt dat de partij de afzender is (#TeamCDA, #TeamD66). Linkjes naar de eigen politieke partij zijn onwenselijk, maar áls zo'n link wordt geplaatst dient óók te worden gelinkt naar Rijksoverheid.nl. Het is bij hybride accounts

belangrijk om vroegtijdig afspraken te maken over het eigenaarschap van het account. Omdat niet valt uit te sluiten dat de bewindspersoon in de kabinetsperiode lijsttrekker is het ook raadzaam om tijdig afspraken te maken over de implicaties voor de ambtelijke ondersteuning e.d. als de bewindspersoon lijsttrekker wordt.

In één oogopslag: voorwaarden en implicaties van de drie varianten

Type account	Corp. bewindslieden	Hybride	Persoonlijk
Eigenaar account	Departement	Bewindspersoon	Bewindspersoon
Naamgeving account	@MinPres, @ministerBZK	Naam bewindspersoon	Naam bewindspersoon
Bio-informatie	Expliciet aangeven dat sprake is van ambtelijke ondersteuning ('Redactie door ...')	Expliciet aangeven dat sprake is van ambtelijke én partijpolitiek ondersteuning, waarbij wordt aangegeven dat partijpolitieke berichten altijd worden afgesloten met #Team [naam politieke partij] ²	Expliciet aangeven dat het een privékanaal is
Rijkslogo	Ja	Nee. Account is niet in eigendom van departement	Nee. Account is niet in eigendom van departement
Ambtelijke ondersteuning	Ja	Ja	Nee
Partijpolitieke berichtgeving	Nooit	Alleen mits sprake is van duidelijk afzenderschap in bio en elk afzonderlijk bericht (#TeamCDA)	Ja, mits duidelijk wordt aangegeven bewindspersoon als partijpoliticus spreekt
Partijverwijzingen	Nooit	Ja (zie bio-informatie)	Ja (zie bio-informatie)
Geverifieerd account?	Ja	Ja	Aan te bevelen
Persoonlijke content	Ja, maar zeer terughoudend met ambtelijke ondersteuning daarbij	Ja, maar terughoudend met ambtelijke ondersteuning	Ja
Webcare	Alleen over beleidsvragen	Alleen over beleidsvragen	Aan bewindspersoon
Betaalde promotie	Nee	Nee	Nee
Account overdraagbaar aan opvolger?	Ja	Afhankelijk van gemaakte afspraken met bewindspersoon	Nee
Archiveren content voorganger	Ja	Afhankelijk van uitkomst gesprek Nationaal Archief en Inspectie Overheidsinformatie en Erfgoed	Afhankelijk van uitkomst gesprek Nationaal Archief en Inspectie Overheidsinformatie en Erfgoed

Ambtelijke ondersteuning van de sociale mediakanalen in verkiezingstijd

De Uitgangspunten Overheidscommunicatie gelden voor al onze communicatie-uitingen. In verkiezingstijd is dit vanzelfsprekend niet anders. Sterker, in verkiezingstijd is het raadzaam extra scherp te zijn op de grenzen van de ambtelijke ondersteuning. Op corporate bewindsliedenkanalen (@MinPres) wordt nimmer partijpolitieke content geplaatst. Ook niet door de

² Het ministerie van Financiën gebruikt aanvullend op #TeamCDA de hashtag #minfin om te verduidelijken dat content die vergezeld gaat van deze hashtag door de ambtelijke ondersteuning is geplaatst. Als de minister zélf de content plaatst wordt géén hashtag gebruikt.

bewindspersoon zelf. Bewindspersonen die een corporate bewindsliedenkanaal gebruiken moeten voor dit type berichtgeving gebruikmaken van een afzonderlijk partijpolitieke kanaal. Op persoonlijke kanalen, zoals het account van minister van Nieuwenhuizen, mag de bewindspersoon in verkiezingstijd in beginsel vol op het orgel gaan. Voor hybride varianten geldt dat de ambtelijke ondersteuning nooit partijpolitieke berichten op de sociale mediakanalen van de bewindspersonen plaatst ('Geen Vermenging'). Bewindslieden zelf mogen daarentegen op hun hybride account wél partijpolitieke berichten plaatsen, mits zij de plaatsing zelf ter hand nemen of overlaten aan hun politieke assistent of partij. Daarbij geldt te allen tijde de aanvullende voorwaarde dat op het kanaal expliciet duidelijk moet worden gemaakt dat het betreffende bericht is geplaatst door de partij en níet door de ambtelijke ondersteuning ('Herkenbaarheid'). Die herkenbaarheid van de afzender kan bijvoorbeeld worden geborgd zoals minister Kaag (#D66) en minister De Jonge (#TeamCDA) dat op hun account doen.



Bewindslieden zonder eigen sociale media accounts bij aantreden

Aantredende bewindslieden die al beschikken over een eigen account op moment van aantreden zullen niet snel geneigd zijn te kiezen voor een corporate bewindsliedenaccount en waarschijnlijk de voorkeur geven aan een persoonlijke of hybride variant.³ Nieuwe bewindspersonen die nog geen eigen sociale media-accounts hebben kan – zeker als ze weinig affiniteit met sociale media hebben – worden geadviseerd te kiezen voor een corporate bewindsliedenaccount. Voor het departement kan dit het uitgelezen moment

³ Al geldt hier natuurlijk wel dat de neiging om een bestaand corporate bewindsliedenkanaal te omarmen waarschijnlijk groter zal zijn naarmate dit account over een grotere schare volgers beschikt.

vormen om te starten met een corporate bewindslidenaccount.⁴ Dit biedt zowel de bewindspersoon als het departement voordelen:

- De bewindspersoon heeft naar alle waarschijnlijkheid weinig affiniteit met sociale media. Departementen kunnen bewindspersonen ontzorgen door de communicatie via de sociale media voor hun rekening te nemen;
- Corporate bewindslidenaccounts bieden volgers, media, bewindspersonen en ambtenaren de meest duidelijke en zuivere scheiding m.b.t. de ambtelijke ondersteuning;
- Het corporate bewindslidenaccount blijft na de kabinetsperiode in eigendom van het departement waarmee op termijn automatisch een grote schare volgers wordt opgebouwd;
- Naarmate in de loop der tijd meer bewindsliden kiezen voor een corporate bewindslidenaccount én daarbij wordt gekozen voor eenduidige naam- en vormgeving voor de verschillende corporate bewindslidenaccounts komt dat de rijksbrede eenduidigheid, uitstraling en herkenbaarheid ten goede

Het spreekt voor zich dat bij het starten van een corporate bewindslidenaccount duidelijke afspraken met de bewindsliden moeten worden gemaakt over het eigendom van het account en de implicaties van de keuze voor deze variant. Zo moet de bewindspersoon zich ervan bewust zijn dat hij/zij tijdens verkiezingscampagnes dus geen gebruik kan maken van het account t.b.v. partijpolitieke boodschappen. Hiervoor zal de bewindspersoon een eigen kanaal moeten gebruiken, waarmee het departement vanzelfsprekend geen bemoeienis én zeggenschap heeft. Een partijpolitiek kanaal naast een corporate bewindslidenkanaal is echter niet risicovrij. Ook kan de vraag worden gesteld of mensen bereid zijn twee kanalen te volgen.

'Claimen' eenduidige namen t.b.v. de corporate bewindslidenaccounts

Zoals aangegeven kan het de eenduidigheid ten goede komen wanneer de naam- en vormgeving van de eventuele (toekomstige) corporate bewindslidenaccounts zoveel mogelijk overeenkomen. Hoewel de meest voor de hand liggende handles waarschijnlijk al vergeven zijn, kan het AOC worden gevraagd mogelijke namen voor de verschillende accounts te inventariseren en preventief te 'claimen' voor de verschillende corporate bewindslidenaccounts.

⁴ Vanzelfsprekend kan ook worden gekozen voor een corporate bewindslidenaccount als de aantredende bewindspersoon al een eigen account heeft, maar open staat voor een corporate bewindslidenaccount. Zij kunnen naast elkaar bestaan, zoals ook het geval is met de minister-president die op Facebook en Twitter een eigen account heeft.

Denk hierbij aan varianten als @ministerBuZa, @ministerI&W, @ministerJ&V of @MBuZa, @MI&W en @MJ&V.

Werkbezoeken en aanprijzingen commerciële bedrijven op sociale media

Sociale media lenen zich bijzonder goed voor berichtgeving over werkbezoeken aan organisaties en commerciële bedrijven. Berichtgeving over afgelegde werkbezoeken draagt bij aan transparantie en actieve verantwoording. Bewindslieden maken hiervan dan ook veel gebruik. Hoewel de neutrale Rijksoverheid geen partijen voortrekt of bevoordeelt en zich dient te onthouden van aanbevelingen en aanprijzingen van individuele partijen is het noemen van de betreffende organisatie bij berichtgeving over een werkbezoek meestal onvermijdelijk. Berichtgeving over werkbezoeken moet echter een zo'n zakelijk mogelijke toonzetting krijgen. De communicatie mag geen wervend karakter krijgen of overkomen als reclame.

Webcare op bewindsliedenaccounts

Hoewel reacties op de bewindsliedenaccounts vanzelfsprekend door de directies Communicatie worden gemonitord, vereist optimale inzet van sociale media door bewindslieden ten minste ook enige mate van interactie met volgers. Denk aan het houden van livesessies en vragenuurtjes. Maar tegelijkertijd is een bewindsliedenaccount geen burgerloket. Zeker op accounts met veel volgers kunnen simpelweg niet alle vragen en *mentions* worden beantwoord. Maar daarmee ligt het verwijt van selectieve beantwoording al snel op de loer. In de bio wordt daarom altijd verwezen naar het account van het ministerie. Vanuit de ambtelijke ondersteuning geredeneerd zijn er twee smaken:

- *Ambtelijke webcare reageert op vragen vanuit het account van de bewindspersoon met [^][initialen medewerker]*
- *Ambtelijke webcare reageert op vragen vanuit het corporate account van het ministerie [^][initialen medewerker]*

Het voordeel van de eerste variant is dat het als persoonlijker zal worden ervaren en het account aan interactie wint. Het voordeel van de tweede variant is dat het duidelijk wordt dat het ministerieaccount de functie van burgerloket vervult. Het zou het streven moeten zijn van alle directies Communicatie om in 2021 stappen te zetten op het gebied van webcare op de bewindsliedenaccounts. Het AOC wordt gevraagd hiervoor een plan van aanpak op te stellen.

Archivering sociale media-accounts

De content op de sociale mediakanalen van de bewindslieden zijn officiële uitingen die, net als brieven en e-mailberichten, vallen onder de werking van de Archiefwet 1995. De Inspectie Overheidsinformatie en Erfgoed stelt in zijn onderzoek naar de toegankelijkheid van digitale overheidsinformatie dat er op

het gebied van archivering van sociale mediacontent en de taakverdeling tussen Nationaal Archief, Koninklijke Bibliotheek en de DPC nog de nodige onduidelijkheid bestaat.⁵ Zo archiveert het Nationaal Archief bijvoorbeeld wel websites, maar (nog) geen sociale media berichten. Hoewel alle (beleids)informatie die op de kanalen van de bewindslieden wordt geplaatst óók op Rijksoverheid.nl moet staan en deze content dus beschikbaar blijft als sociale media accounts worden verwijderd, verdient het de aanbeveling de content te archiveren als de bewindspersoon aftreedt. Dat is zeker het geval voor de corporate bewindsliedenaccounts. Op dit type account wordt de content van de voorganger gearchiveerd en verwijderd op het moment dat zijn opvolger aantreedt.⁶ Hiermee wordt voorkomen dat content van de voorganger wordt toegeschreven aan de nieuwe bewindspersoon. Het AOC wordt gevraagd in kaart te brengen wat de mogelijkheden en wettelijke vereisten voor archivering van de sociale media content zijn. Daarbij moet ook de vraag worden beantwoord in hoeverre er een juridische verplichting bestaat de content van hybride en persoonlijke kanalen te archiveren. Betreft dit uitsluitend content die tot stand is gekomen met behulp van ambtelijke ondersteuning of betreft dit ook persoonlijke of partijpolitieke content?

Aanvragen geverifieerde accounts na kabinetsformatie

Na de kabinetsformatie moeten voor sommige nieuwe bewindslieden geverifieerde accounts worden aangevraagd. Het valt te overwegen de aanvraag centraal bij de RVD/DPC te beleggen. Het voordeel hiervan is dat het de departementen ontzorgt en alle bewindslieden gelijktijdig een geverifieerd account krijgen. Facebook/Instagram en twitter hebben aangegeven bereid te zijn mee te denken.

Aanpak nepaccounts bewindslieden

Op de sociale media verschijnen steeds vaker nepaccounts van bewindslieden. Meestal betreft het evidente parodieaccounts, maar soms zijn de accounts minder ludiek van aard en worden burgers misleid en leiden deze nepaccounts tot verwarring bij burgers. Zeker in tijden van desinformatie en nepnieuws is het wenselijk dit laatste type accounts zo snel mogelijk te laten verwijderen. De Rijksoverheid kiest – net als bij de handhaving van de rijkshuistijl en de domeinnamen– voor een pragmatische lijn. Het uitgangspunt is dat tegen parodie- en fanaccounts níet wordt opgetreden. Indien sprake is van misleiding en/of verwarring kan ontstaan of een specifiek account wel of niet van een bewindspersoon is moet de afweging worden gemaakt op te treden. Dit geldt ook als sprake is van smaad (schending van eer en goede naam), belediging, laster, identiteitsfraude, benadeling en schending van de privacy. De eerste

⁵ www.inspectie-oe.nl/publicaties/rapport/2016/12/8/rapport-webarchivering

⁶ Afbeeldingen (foto's en video's) én comments onder de berichten worden niet gearchiveerd. Het archiveren van comments zou ook op gespannen voet staan met de AVG

stap is altijd het betreffende account te rapporteren bij Facebook/Instagram of Twitter. Indien dit niet (snel genoeg) tot het gewenste resultaat leidt wordt geëscaleerd. Hiervoor moeten de definitieve afspraken met twitter en Facebook nog worden gemaakt.

Blokkeren volgers

In 2018 heeft de VoRa ingestemd met huisregels voor de sociale mediakanalen. Het uitgangspunt is dat altijd terughoudend wordt omgegaan met het verwijderen van reacties en uiterst terughoudend wordt omgegaan met het blokkeren van volgers. Bij het blokkeren van volgers wordt – in tegenstelling tot het verwijderen van reacties – bovendien altijd éérs contact opgenomen met de betreffende persoon om hem/haar de gelegenheid te geven een weerwoord te geven alvorens eventueel tot blokkeren over te gaan. Bij bedreigingen wordt contact opgenomen met de beveiligingsambtenaar en kan aangifte worden gedaan.

Bijlage I: Kabinet Rutte II:

	<i>Twitter</i>	<i>FBook</i>	<i>Insta</i>	<i>LinkedI</i> <i>n</i>	<i>Overig</i>
<i>Rutte (AZ)</i>	✓	✓	✗	✗	✗
<i>Ploumen (BuZa)</i>		✓	✓	✗	✗
<i>Plasterk (BZK)</i>	✓	✗	✗	✗	✗
<i>Hennis (Defensie)</i>	✓	✗	✗	✗	✗
<i>Dijkhoff (Defensie)</i>	✓	✗	✗	✗	✗
<i>Dijksma (EZ)</i>	✓	✓	✗	✗	✗
<i>Van Dam (EZ)</i>	✓	✓	✗	✗	✗
<i>Dijsselbloem (Fin)</i>	✓	✗	✗	✗	✗
<i>Dekker (OCW)</i>	✓	✓	✗	✗	✗
<i>Asscher (SZW)</i>	✓	✓	✗	✗	✗
<i>Van Rijn (VWS)</i>	✓	✗	✗	✗	✗

Bijlage II: Kabinet Rutte III

	Twitter	FB	Insta	LinkedIn	Overig
Rutte (AZ)	✓	✓	✓	✗	✗
Blok (BuZa)	✓	✗	✗	✗	✗
Kaag (BuZa)	✓	✓	✓	✓	✗
Zijlstra (BuZa)					
Ollongren (BZK)	✓	✓	✓	✓	✗
		inactief		inactief	
Knops (BZK)	✓	✓	✓	✓	✗
Bijleveld (Defensie)	✓	✗	✗	✗	✗
Visser (Defensie)	✓	✗	✗	✗	✗
Wiebes (EZK)	✗	✗	✗	✗	✗
Keijzer (EZK)	✓	✓	✓	✓	✗
Hoekstra (Fin)	✓	✓	✓	✓	✗
		(CDA)			
Vijlbrief (Fin)	✓	✗	✗	✗	✗
Van Huffelen (Fin)	✓	✗	✗	✗	✗
Van Nieuwenhuizen (I&W)	✓				
Van Veldhoven (I&W)	✓				
Grapperhaus (J&V)	✓	✗	✓	✓	✗
Harbers (J&V)					
Dekker (J&V)	✓	✓	✓	✓	✗

Broekers-Knol (J&V)	X	X	✓	X	X
Schouten (LNV)	✓ <i>inactief</i>	X	X	✓ <i>inactief</i>	X
Slob (OCW)	✓	✓	X	X	X
Van Engelshoven (OCW)	✓	✓	✓	X	X
Koolmees (SZW)	X	X	X	✓	X
Van 't Wout (SZW)	✓	✓	X	✓	X
De Jonge (VWS)	✓	✓	✓	✓	X
Blokhuis (VWS)	✓	X	✓	✓	X
Van Ark (SZW/VWS)	✓	X	✓	✓	X