

Sociale media in de United Kingdom

Door: David Kok

De resultaten van de onderzoeken geven een goed beeld hoe gemeenten in Nederland sociale media inzetten. Nu is het interessant om te weten hoe landen om ons heen het doen. Te beginnen met de United Kingdom (UK: Engeland, Schotland, Wales en Noord-Ierland), waar de organisatiestructuur van gemeenten ongeveer hetzelfde is. In de periode juli tot en met september 2013 is een vragenlijst uitgezet bij alle 435 gemeenten in de UK. Van deze gemeenten hebben er 183 (42 procent) de vragenlijst ingevuld. Dit geeft een goed beeld van hoe gemeenten in de UK met sociale media omgaan.

Waarvoor gebruiken gemeenten sociale media?

In de UK staan, net als in Nederland, Twitter en Facebook op eenzame hoogte. Beide kanalen hebben echter meer gebruikers: 99 procent van de gemeenten heeft een Twitteraccount (Nederland: 96 procent) en 91 procent een Facebookaccount (Nederland: 72 procent). YouTube staat met 66 procent op de derde plaats. Opvallend in vergelijking met Nederland is het lage gebruik van LinkedIn: 31 procent tegenover 53 procent in Nederland. Het hoge gebruik van de foto site Flickr is opvallend: 54 procent geeft aan van dit kanaal gebruik te maken.

Ook in de UK worden sociale media vooral ingezet om bewoners te informeren: 92 procent van de respondenten geeft aan hun kanalen hiervoor heel veel in te zetten. Op de gedeelde tweede plaats staan 'interactie met bewoners' en 'om te luisteren' (beide 63 procent). Vlak daarachter staat 'om vragen te beantwoorden' met 62 procent. In vergelijking met Nederland lijken gemeenten in de UK sociale media dus al meer te gebruiken voor interactie.

Het merendeel van de gemeenten in de UK geeft, net als in Nederland, aan dat ze sociale media meer gebruiken dan vorig jaar (91 procent) en daarnaast van plan zijn om het in 2014 nog meer te gaan gebruiken (88 procent).

Op dit moment scoren gemeenten zichzelf gemiddeld een 6,1 voor hun gebruik van sociale media kanalen. Dit is iets lager dan Nederlandse gemeenten (6,3). Ook in de UK scoren gemeenten zichzelf echter het meest een 7 (33 procent).

Wie gebruiken sociale media?

Van de respondenten geeft 94 procent aan dat de afdeling Communicatie gebruik maakt van de sociale media. De verantwoordelijkheid voor sociale media ligt volgens 83 procent van de respondenten ook bij de afdeling Communicatie. Dit percentage ligt nog 10 procent hoger dan in Nederland.

Raadsleden scoren met 69 procent al veel lager en specifieke projecten staan met 56 procent op de derde plaats. De burgemeesters scoren in de UK het laagst (18 procent), al snel gevolgd door het management (19 procent). De KlantContactCentra scoren met 25 procent nog iets hoger.

Wanneer we naar de individuele afdelingen kijken, dan zien we dat de afdeling Sport met 40 procent het hoogst scoort als het gaat om het inzetten van sociale media. Milieu (35 procent) en Jeugd (28 procent) maken de top drie compleet. Parkeerbeleid (7 procent), het Sociale domein (9 procent) en Onderwijs (12%) maken het minst gebruik van sociale media.

Domeinen (% maakt gebruik van sociale media)	Nederland	de UK
Verkeer & Infrastructuur	59,52%	13,81%
Openbare Orde & Veiligheid	54,76%	14,92%
Openbare Ruimte & Groen	53,81%	14,92%
Gemeenteraad	52,86%	-
Besluitvorming	47,62%	-
Sport & Recreatie	47,14%	39,78%
Wonen	40,48%	15,47%
Economische Zaken	38,10%	18,78%
Jeugdbeleid	33,33%	27,62%
Cultuur	33,33%	-
Milieu	32,86%	35,36%
Zorg & Welzijn	28,10%	8,84%
Werk & Inkomen	21,90%	-
Onderwijs	20,95%	11,60%
Parkeerbeheer	-	7,18%

Tabel 4: percentage gebruik sociale media door verschillende domeinen (Engeland)

Inrichting van de sociale media

Bijna 66 procent van de respondenten geeft aan interne richtlijnen te hebben voor medewerkers van de gemeente. Minder dan de helft (46 procent) heeft een externe strategie. Ongeveer een derde is hier mee bezig. Precies de helft van de respondenten heeft een webcare-team. Bewoners worden door gemeentes vooral via de website (94 procent) en bij specifieke projecten (75 procent) gewezen op de sociale

mediakanalen. Ook de traditionele (lokale) krant is populair: 65 procent. Mensen worden nog weinig actief benaderd (15 procent) en iets meer dan de helft van de respondenten geeft aan met vaste hashtags te werken (52 procent).

Conclusie

Eén van de respondenten gaf als extra commentaar het volgende aan: “Social media is used by many, but not many use it well.” Ook in de UK zijn veel gemeenten aanwezig: er zijn meer gemeenten met een Twitter- en Facebookaccount. Tegelijkertijd is er, volgens deze respondent, zelden veel interactie.

Ook in de UK is de afdeling Communicatie nog vrijwel alleenheerser over de sociale media kanalen. Daarnaast is er een overeenkomst met Nederland in het achterblijven van het management en de KlantContactCentra.

Over het algemeen genomen zien we dat afdelingen in de UK minder gebruik maken van sociale media. Opvallend is vooral dat de drie afdelingen die in Nederland heel hoog scoren (Verkeer, Veiligheid en Openbare ruimte), in de UK heel laag scoren.

Ook hier mogen we niet vergeten dat we nog niet heel lang bezig zijn. Veel gemeenten zeggen zelf ook dat ‘online’ de toekomst is en dat er hard gewerkt moet worden aan het verbeteren van de online aanwezigheid. De vraag is nu: hoe gaan gemeenten dat vormgeven? Blijft het een hobby van de afdeling Communicatie, of kunnen zij het breder leggen in de organisatie en ervoor zorgen dat sociale media wordt ingebed in de organisatie en gemeengoed wordt?