

# Kunnen gemeenten sociale media al wel aan?

Door: Basile Lemaire & David Kok

*Sociale mediakanalen zijn de afgelopen jaren steeds meer een kanaal geworden waar mensen vragen willen stellen en – dus ook – antwoorden willen krijgen. Veel gemeenten doen dat echter niet. Zij verwijzen in hun Twitterbio naar een e-mailadres, of voor meldingen in de openbare ruimte naar een aparte website. Of ze reageren gewoon niet op tweets of Facebookposts.*

## **Lat ligt hoog**

“Het bedrijfsleven doet het heus niet beter”, horen wij vaak als reactie als we het hebben over overheid en dienstverlening. De vraag is of dat boeit. Burgers hebben te maken met een monopolie van de overheid; met gedwongen winkelnering. Daarom verwachten burgers dat de dienstverlening van de overheid *altijd* goed is. De lat voor overheden ligt, misschien wel terecht, hoger dan die voor het bedrijfsleven.

Als Vodafone geen antwoord geeft op een vraag en KPN of T-Mobile wel, dan hebben we wat te kiezen. En als je een beroemde burger bent, dan begin je een sociale mediacampagne om wel gehoord te worden. Als burger hebben we die keuze richting de overheid niet. Als de dienst van een gemeente je als burger niet bevalt, dan heb je pech gehad. En belasting betalen moet je toch, wat de kwaliteit van de geleverde diensten ook is of hoe je ook door de gemeente behandeld bent.

## **Benchmark servicegerichtheid**

Toch zijn er situaties denkbaar waarbij je als burger wél een keuze hebt en een potentiële klant bent. Bijvoorbeeld als je gaat verhuizen en een keuze kunt maken in welke gemeente je je wilt vestigen.

Met dit als uitgangspunt heeft Basile Lemaire onlangs een onderzoek uitgevoerd naar de servicegerichtheid van Nederlandse gemeenten. Als mystery shopper heeft hij zich voorgedaan als iemand met een nieuwe baan in de regio, die graag grond wil kopen om onder architectuur een huis voor zijn gezin te laten bouwen. Oftewel: de mystery shopper was een “dikke vis”, interessant voor iedere gemeente om te vangen in deze tijden van bezuinigingen.

Via e-mail, en in voorkomende gevallen via een webformulier, is aan iedere gemeente in Nederland een informatieverzoek gestuurd over beschikbare kavels, vergunningen, gemeentelijke lasten en gezinsvriendelijke wijken of buurten. Op grond van 18 criteria op het

gebied van bereikbaarheid, informatievoorziening en dienstverlening zijn de reacties van de gemeenten gescoord.

De gemiddelde score bedroeg een 5,5 (van 10). Vooral op het gebied van dienstverlening, de mate waarin de gemeente zich verplaatst in de behoefte van de burger, werd relatief laag gescoord. Maar liefst 91 van de 415 (22%) gemeenten reageerden niet, niet inhoudelijk of niet binnen een maand tijd.

### **Attitude**

Vanuit de meeste gemeenten zijn positieve reacties gekomen op de benchmarkresultaten. Gemeenten die hoog scoren zetten dit met trots op hun website. Maar ook gemeenten die laag scoren reageren positief: goed dat er lekken in de dienstverlening zijn aangetoond, zodat men deze kan dichten.

Helaas zijn er ook gemeenten die in de verdediging schieten. Men vindt van zichzelf dat ze het (wel) goed hebben gedaan en voert, ingeleid met de woorden “ja, maar”, de nodige argumenten daarvoor aan. Een enkele gemeente zoekt de weg naar de pers om de benchmarkresultaten en de onderzoeksmethode in twijfel te trekken. Dit zijn signalen dat men mogelijk toch vooral naar binnen is gericht. Dat is geen kwestie van organisatieinrichting en processen; dat is een kwestie van attitude.

### **Dienstverlening via sociale media**

Als gemeenten al niet goed via e-mail hun dienstverlening op orde hebben, moeten ze dan wel aan sociale media beginnen? Sociale media vragen namelijk sterk om een naar buiten gerichte houding van de gemeente. Waar bij e-mail nog sprake is van eenzijdige communicatie (e-mail is vaak één op één als er een vraag wordt gesteld), is bij sociale media sprake van meervoudige communicatie: sociale media kan immers iedereen lezen.

Daarnaast zijn sociale media interactief: niet alleen de persoon die de vraag stelt kan op je antwoord reageren, maar ook heel veel andere mensen. Dat is op zich niet erg: de vraag kan juist beantwoord worden door die mensen. Dat levert tijdwinst op. Het betekent wel dat je als gemeente niet meer de volledige controle hebt. Dat kan voor naar binnen gekeerde gemeenten mogelijk als bedreigend worden ervaren.

Sociale mediakanalen zijn in opkomst en de burger wil ze gebruiken om met zijn of haar gemeente te communiceren. Gemeenten zullen, in ieder geval op termijn, dus wel iets met sociale media moeten. Aangezien gemeenten de huidige kanalen nog niet goed (genoeg)

gebruiken, zullen gemeenten moeten beseffen dat er over de hele linie verbeteringen in de dienstverlening noodzakelijk zijn.

Het gaat er daarbij in de kern om dat gemeenten van buiten naar binnen gaan denken: via welk kanaal wil de burger welke vraag stellen? En dan kan het zomaar zo zijn dat door het gebruik van sociale media een vraag sneller te beantwoorden is naar grote(re) groepen mensen.

### **Burger-gericht**

Nu zien wij in veel Twitterbio's teksten als: "Voor vragen: e-mail ons op..." En: "Voor meldingen openbare ruimte, ga naar deze website". Vanuit de burger geredeneerd is dat raar. Waarom zou je van een kanaal waar je vragen kunt stellen, naar een ander kanaal moeten gaan om dezelfde vraag te stellen? Dat is bijna hetzelfde als een autoreply instellen op mailberichten met de tekst: "We beantwoorden vandaag geen mailtjes, bel ons maar."

En hoe zou u het vinden als u ergens een vraag stelt en deze wordt niet beantwoord? Wij vinden dat, op z'n zachtst gezegd, niet netjes. Op het moment dat een gemeente een medium aan de burger aanbiedt, mag de burger verwachten dat de gemeente zich ook houdt aan de mores van dat medium. Anders neemt men de burger niet serieus en zou men helemaal af moeten zien van het gebruik van dat medium.

Reageer als gemeente *altijd* op vragen. Dat hoeft echt niet 24/7, maar laat de burger weten wanneer u wel reageert. Bijvoorbeeld door in een Twitter bio op te nemen dat u reageert tijdens kantooruren. Tegelijkertijd kunnen we de vraag stellen hoe positief verrast u als burger zou zijn als uw gemeente opeens een vraag om 23.00 uur 's avonds beantwoordt? Zijn er niet voldoende ambtenaren die tegenwoordig 's avonds nog even hun e-mail checken? Kunnen deze ambtenaren dan niet ook even checken of er nog vragen zijn gesteld op de sociale mediakanalen? Op vrijwillige basis uiteraard.

### **Meer kanalen naar Rome**

Sociale mediakanalen zijn niet zaligmakend. Gemeenten zullen niet alle vragen via deze kanalen kunnen beantwoorden. Het zijn additionele kanalen boven de bestaande kanalen, met hun eigen kenmerken en hun eigen toegevoegde waarde.

Sociale media gaan om interactie. Bij servicegerichte dienstverlening gaat het er om daar te zijn waar de burger het van zijn of haar gemeente verlangt. Dienstverlening is het beantwoorden van vragen binnen een redelijke termijn en op een correcte wijze. Dat kan ook, maar niet altijd,

in 140 tekens. Soms kan het beter via Facebook, LinkedIn, de mail, of gewoon de telefoon of aan de balie.

---



Basile Lemaire is bestuurskundige en auteur op het gebied van verandermanagement. Het volledige mystery rapport is te downloaden vanaf zijn website.

Twitter: @basilelemaire

Website: [basilelemaire.com](http://basilelemaire.com)