

Waarom alle ambtenaren moeten twitteren (of niet)

Ruim 200 tweets van ongeveer 35 deelnemers, uitgeschreven door @davidkok

Een hoofdstuk over hoe we om zouden moeten gaan met de (niet) twitterende ambtenaar. Dat was het plan. Het hoofdstuk zou ik (David Kok) samen schrijven met Huib Koeleman. Maar ja, waarom zou je niet de wisdom of the crowd gebruiken? Daarom de oproep op Twitter voor een tweetup (een brainstormsessie via Twitter). Op donderdag 7 augustus vond deze tweetup plaats. Iedereen kon meedoen met de discussie via de hashtag #twitampt. Het resultaat: ruim 200 tweets van ongeveer 35 deelnemers, waaronder een groot aantal ambtenaren! In dit hoofdstuk een weergave van de discussie.

Zou Twitter(en) normaal of zelfs verplicht moeten zijn?

Deze stelling roept gelijk al behoorlijk wat respons op. Het gaat niet om twitteren, of de twitterende ambtenaar, maar om de vraag of de ambtenaar online (en offline) het gesprek wel aangaat met de mensen die voor hem belangrijk zijn. Tegelijkertijd wordt wel aangegeven dat niet-twitteren inmiddels misschien wel hetzelfde is als de telefoon niet willen aannemen of brieven niet willen beantwoorden. En aangezien er in veel gemeenten alleen nog maar contact opgenomen kan worden via een algemeen nummer of e-mailadres, is Twitter opeens wel een rechtstreeks kanaal.

Het doel moet in ieder geval centraal staan en niet het middel. Of zoals een deelnemer zegt: "ik ben al blij als er meer/directer contact is met de omgeving en het gesprek wordt aangegaan". "Ik ken genoeg ambtenaren die nog niks met Twitter doen, tot ze ontdekken dat ze een gesprek missen", zegt een andere deelnemer. En dan willen ze opeens wel. De drempel lijkt dus nog steeds (ook) te zijn dat de toegevoegde waarde van sociale media in het algemeen nog niet wordt gezien. In Utrecht proberen ze deze drempel weg te nemen door socialmediatrainingen te geven in het kader van omgevingsbewustzijn. Het is zelfs een speerpunt van de gemeente.

Maar als we Twitter niet verplicht stellen, blijven we dan niet de oude overheid die altijd achterloopt? Is Twitter niet de e-mail van de huidige tijd? Volgens een aantal deelnemers is dit dan ook weer niet helemaal waar. Het grote aantal communicatiekanalen kan ook voor keuzestress zorgen. Communicatie kan hierbij helpen, zonder over te nemen. Uiteindelijk moeten ambtenaren het zelf doen en willen.

Maar in sommige functies zou je het wel mee kunnen nemen in de functie-eisen. De eis communicatief vaardig te zijn (moet niet elke ambtenaar dat zijn?) zou uitgebreid kunnen worden met online vaardig. En sociale media kan in elke functie een rol

spelen. De drempel is misschien dan eerder “hoe ver stel ik me open voor wat er ‘buiten’ leeft”.

Is Twitter here to stay?

Is Twitter nog een hype of is Twitter here to stay? De vraag wordt gesteld, omdat iemand tweet: “de kunst is in te schatten wat hypes zijn en wat niet”. Er wordt daarbij gesteld dat Twitter inmiddels tot de mainstream communicatiemiddelen kan worden genoemd. Toch is lang niet iedereen het daar mee eens. “Het effect en bereik van Twitter wordt vaak zwaar overschat” en “twitteren is een keuze”.

Een mooie tweet: “de gemiddelde ambtenaar lijkt verdacht veel op de gemiddelde burger, die heeft ook niet per definitie behoefte aan Twitter”.

Uiteindelijk gaat het er om dat je je de aloude vraag moet stellen: wat is mijn doel en wie is mijn doelgroep? En als jouw doelgroep op Twitter zit, dan is het wel zo handig om daar ook aan het gesprek deel te nemen. Een deelnemende ambtenaar merkt daarbij op dat hij wel Twittert, maar dat het klantcontact voor hem via LinkedIn groepen veel effectiever is. Een andere deelnemer merkt daarnaast op dat “Facebook harder in opkomst is dan Twitter”.

Regels opstellen voor twitterende ambtenaren is oud denken

De discussie gaat verder over het nut en noodzaak van het opstellen van regels voor het gebruik van Twitter. Een aantal deelnemers merkt in de praktijk dat de eerste vraag bij trainingen vaak nog steeds is: “wat mag ik wel en wat mag ik niet?”. Een deelnemer krijgt “jeuk van het woord ‘regels’ in combinatie met sociale media. Mijn ervaring: regels maken onzeker”. Maak dus geen regels, maar coach mensen en toon de meerwaarde. De gemeente Utrecht blijkt een ‘sociale media code’ te hebben opgesteld. Geen uitgebreide checklist, maar drie simpele vragen. Gelden de bestaande kaders “wees een goed ambtenaar” hier niet ook? Plus wat lef?

Toch lijkt het handig om de communicatiegevolgen voldoende vast te leggen: wat mag wel, wat mag niet, wanneer ben je in persoon aansprakelijk?

De vraag is immers: hoe ver ga je als ambtenaar mee in een maatschappelijke discussie over een onderwerp waar jij de specialist van bent? Een deelnemer geeft hierbij aan dat hij gelooft dat specialisten dan “heel goed weten waar hun grenzen liggen”. De vraag is echter of deze grenzen nu voldoende duidelijk zijn. Is de ambtenaar in dit geval de aangewezen woordvoerder, of heb je daar een afdeling communicatie of wethouder voor?

Ook dit is misschien oud denken. Zoals een deelnemer stelt: “het conflicteert met hoe we jarenlang zijn opgevoed. Alle communicatie moest altijd via de afdeling

communicatie of het stadhuis. Maar inhoudelijke specialisten zouden heel goed moeten weten waar de grens ligt. Soms komt het neer op het geven van procesinformatie". Een relevante discussie, ook omdat afdelingen communicatie vaak moeite blijken te hebben met loslaten.

Onderscheid werk/privé en privacy blijft aandachtspunt

Het vraagstuk werk/privé blijkt ook nog steeds een issue. Of misschien wel beter, zoals één van de deelnemers tweet: "hoe maak ik onderscheid tussen werk – persoonlijk?" Bijkomende vraag hierbij is of een bedrijfsaccount persoonlijk genoeg kan zijn.

Een ambtenaar die zowel privé als voor de organisatie Twittert, stelt dat ze werkgerelateerd via haar organisatieaccount Twittert, maar juist ook via haar privé-account vaak ambassadeur van de organisatie is. Een andere deelnemer geeft ook aan dat haar "eigen account een mengeling is van job, vakgebied en andere interesses". Juist die mengeling maakt het persoonlijk en leuk om te volgen. Het antwoord is dat bewoners juist die betrokken ambtenaar volgen die in zijn tweets een betere tone of voice gebruikt, snel reageert, en werk / persoonlijk goed combineert. En deze combinatie ligt voor iedereen anders.

Een oplossing hiervoor kan om zakelijke accounts voor bepaalde functies te maken. Dan maakt het ook niet meer uit of een ambtenaar weggaat uit zijn functie. Ook deze zakelijke accounts moet je natuurlijk goed persoonlijk maken, maar het maakt het voor de ambtenaar eenvoudiger om werk en persoonlijk te scheiden.

Eén van de deelnemers is inmiddels "voorzitter van een ongelimiteerd aantal Twitterkanalen, mits ze toegevoegde waarde hebben voor de community". En goed beheerd worden natuurlijk. In Utrecht hebben ze daarom meerdere accounts in de gemeente. Kleinere communities dus. De vraag is of dat niet veel is als de twitterende ambtenaar daar nog bij komt. Antwoord is simpel: de twitterende ambtenaar komt er niet bij, maar die is juist onderdeel van de community. Los van de tweets op eigen titel natuurlijk. En binnen de community kunnen dan meerdere ambtenaren zitten.

Er moet dus één algemeen account zijn dat bewoners kunnen volgen en daaromheen kleinere communities die toegevoegde waarde hebben en goed beheerd worden. De vraag die wel omhoog komt is: volg je de betrokken ambtenaar of algemeen account?

Het nadeel van een algemeen account is dat daar vaak alles in zit en het aanbod veel te breed is voor de interesse van specifieke communities. Ook voor het algemene account moet je daarom goed nadenken over de contentstrategie. Maar belangrijk is dat je ook op een algemeen account een goede 'persoonlijke' relatie op kunt bouwen

met volgers. Een goed getraind en ingericht webcareteam kan hier heel veel in bereiken.

Bewoners beginnen vaak met het volgen van een algemeen account voor algemene informatie over de gemeente en gaan daarna op zoek naar communities die voor hen interessant zijn.

Moet elke gemeente aan een conversation manager?

Als we dan toch socialer moeten worden via online netwerken, is het dan niet handig om één centraal aanspreekpunt in de organisatie te hebben? Een socialmediamanager bijvoorbeeld, met als taak collega's op te leiden. Ook hier wordt teruggegrepen naar het verleden: "in de jaren '90 bestond de e-mailmanager en mocht je vanaf 1 PC gecontroleerd mailen. Zo denken 'we' nu over de socialmediamanager".

Maar de term 'sociale media' roept wat tegenspraak op. "Alle functies met het woord 'sociale media' in de functietitel moeten verboden worden", roept iemand. "Want ook dan staat het middel weer centraal in plaats van het doel. Het gevaar ontstaat daarbij dat online kanalen de aansluiting met de offline kanalen verliezen."

Als alternatief wordt een '*conversation manager*' voorgesteld. Deze heeft namelijk de brede functie om binnen alle kanalen het gesprek te bevorderen en de focus te leggen op een brede organisatieverandering. En juist deze organisatieverandering lijkt nodig.

"Middelen komen, middelen gaan, maar het contact: dat moet blijven bestaan". Conclusie is wel dat ambtenaren hun online netwerk op orde moeten hebben. Via Twitter, Facebook en/of LinkedIn, afhankelijk van de functie. Dit zou niet meer bijzonder moeten zijn. Het gaat om het contact met je netwerk, offline en online. Een ambtenaar moet goed bereikbaar zijn, via welk medium dan ook.

En dan kunnen twitterende ambtenaren hele goede visitekaartjes zijn van je organisatie! Eén van de deelnemers kreeg zelfs hierover al eens een mention op Twitter: "jij bent voor mij de gemeente". Deze twitterende ambtenaren geven dus een gezicht aan je organisatie. En dat is belangrijk.

Maak duidelijk dat Twitter mag en laat voorbeelden zien waardoor werk beter en leuker wordt. En daar is nog wel wat evangelie te verrichten. Sociale media liggen nog (steeds) niet iedereen. De vraag is wat hierin zou helpen. Een aantal tips komen langs:

- Bied vanuit de afdeling communicatie een helpende hand en duidelijke spelregels.
- Zorg er dus vanuit de afdeling communicatie voor dat je niet alleen een aantal experts hebt, maar dat iedereen 'social' begrijpt.
- Zorg voor het besef bij collega's dat sociale media, net als schrijven, spreken of lobbyen, niet voor iedereen is weggelegd.
- Maak de tool niet heilig, maar zoek naar het doel dat je wilt bereiken.

De volgende tips komen binnen voor de achterblijvers en de personen die deze mee willen nemen:

- Wil je weten wat er buiten speelt, dan moet je aanwezig zijn op sociale media. Twitteren is leuk, luisteren is het begin.
- Praat mee met discussies voordat er alleen over jou gepraat wordt.
- Zorg er voor dat je aansluit bij de juiste communities.
- Zorg er voor dat je werkaccounts laat beheren door de juiste mensen met kennis van én het vakgebied én sociale media.
- Maak onderscheid in mensen die wel willen, maar niet weten hoe en mensen die echt niet (meer) willen.
- Koppel een ervaren twitterende ambtenaar aan een achterblijver. Een buddy. Hands-on tips. Want laten we niet vergeten dat er ook al heel veel ambtenaren wel actief contact hebben met de buitenwereld via Twitter of welk kanaal dan ook!