

De raadsgriffie en sociale media: op zoek naar content

David Kok

In 2013 deed ik voor het eerst onderzoek naar het gebruik van sociale media door raadsgriffies in Nederland. De helft van de raadsgriffies maakte vorig jaar gebruik van sociale media. Net als de onderzoeken naar het gebruik van sociale media door gemeenten in het algemeen, beoog ik met dit onderzoek meerjarig in kaart te gaan brengen op welke manier raadsgriffies sociale media omarmen.

In 2014 hebben 214 raadsgriffies het onderzoek ingevuld. Dat is 53% en daarmee iets minder als de 57% van 2013. Van deze raadsgriffies geeft 57% aan gebruik te maken van sociale media. Vorig jaar was dit nog 50%. Het lijkt er dus op dat meer griffies gebruik zijn gaan maken van sociale media. Vooral raadsgriffies van kleinere gemeenten (onder de 25.000 inwoners) geven aan nog geen gebruik te maken van sociale media.

Twitter het meest gebruikt

Raadsgriffies die gebruik maken van sociale media, gebruiken vooral Twitter (45%), Facebook (19%) en LinkedIn (15%). Andere kanalen worden marginaal ingezet. Van de respondenten geeft 54% aan alleen zakelijk gebruik te maken van sociale media, 44% maakt zowel zakelijk als privé gebruik. Daarnaast wordt het meest onder de naam van de gemeenteraad gebruik gemaakt (45%), 22% gebruikt sociale media onder eigen naam en 13% onder naam van de raadsgriffie.

Van de griffies die gebruik maken van sociale media, geeft 68% aan geen contentstrategie te hebben. Oftewel: er is bij griffies nog weinig nagedacht over doelen, effecten, inzet van middelen, etcetera ten aanzien van hun communicatie via sociale media.

Toch geeft 30% van de griffies wel aan afspraken te hebben gemaakt wie verantwoordelijk is voor het posten van berichten. 21% heeft hierover afspraken met de afdeling communicatie. Een kleine meerderheid heeft dus afgestemd wie waarvoor verantwoordelijk is. Ten slotte heeft 21% van de respondenten gedragsregels afgesproken.

Twitter wordt vooral ingezet om feitjes en weetjes van de raad te verspreiden. Daarnaast om te volgen wat raadsleden online zeggen en om de agenda van de raad te verspreiden. Twitter is volgens deze respondenten het minst geschikt voor meningsvorming omtrent vast te stellen beleid en om discussie aan te gaan.

	Twitter	Facebook	LinkedIn	Geen
Om vragen te beantwoorden van bewoners	35	6	0	59
Om discussie aan te gaan met bewoners	5	10	0	85
Om feitjes en weetjes van de raad te verspreiden	79	12	0	9
Om de gemeenteraad te promoten	64	17	1	17
Voor meningsvorming omtrent vast te stellen beleid	5	6	2	87
Om het verslag van de raadsvergadering te verspreiden	31	6	0	63
Om live verslag te doen van de raadsvergadering	42	1	0	57
Om de agenda van de raad te verspreiden	72	3	0	25
Om te volgen wat raadsleden online zeggen	76	3	0	21
Om te volgen wat bewoners online zeggen	60	4	2	34

Tabel 13: welk kanaal zet u in voor welk doel (in procenten)

Ten opzichte van 2013 geeft 54% van de griffies aan dat hun structurele inzet van sociale media in 2014 gelijk is gebleven (los van adhoc gebruik bij, bijvoorbeeld, de verkiezingen). 34% geeft aan dat het gebruik ligt gestegen is. In het onderzoek van 2013 heeft een meerderheid (83%) aangegeven meer gebruik te willen gaan maken van sociale media. Dit lijkt dus niet gebeurd te zijn. Ook dit jaar verwacht een meerderheid (67%) volgend jaar (veel meer) meer gebruik te gaan maken van sociale media. Ongeveer een derde (30%) geeft aan dat hun gebruik gelijk zal blijven.

Het gebrek aan personele capaciteit is de belangrijkste drempel (33%). 16% geeft daarnaast aan te weinig te melden te hebben als griffie en 11% te weinig kennis te hebben. 17% ervaart geen drempels.

Twitteraccounts in beeld

Wanneer we de statistieken volgen, hebben ongeveer 100 griffies / gemeenteraden een apart twitteraccount. Hiervan zijn er 93 in kaart gebracht (cijfers van 25 augustus 2014).

Hieruit blijkt dat deze accounts gemiddeld 673 volgers hebben. Utrecht heeft de meeste volgers (4.883), daarna volgen Eindhoven (3.060) en Almere (2.692). De top drie wijzigt wanneer we kijken naar het aantal volgers per inwoner. Dan staan Haarlemmerliede en Achtkarspelen bovenaan (beide 2,5%) en volgen Leeuwarden en Oude IJsselstreek (beide 2,4%).

De accounts volgen gemiddeld 145 accounts terug, waarvan 21 accounts er minder dan 10 volgen. Het gemiddelde wordt daarnaast fors verhoogt door het account van de gemeenteraad van Eindhoven. Zij volgt namelijk al haar volgers terug (3.066).

Lelystad (871) en Enschede (690) volgen op gepaste afstand. Ook hier kunnen we kijken naar het accounts dat per inwoners gevolgd wordt. Dan staat Brummen (318 volgend, 1,5%) op de eerste plaats, gevolgd door Eindhoven (3.066, 1,4%) en Lelystad (871, 1,1%). Het terugvolgen van accounts is ook bij gemeenten een regelmatig terugkerend vraagstuk.

Gemiddeld verstuurd de accounts 555 tweets sinds ze zijn aangemaakt. Ook hier hebben we een account dat eenzaam bovenaan staat: Hoorn heeft sinds 2010 7.520 tweets verstuurd. Amstelveen (2.766) en Purmerend (2.664) hebben beide ongeveer een derde van dit aantal verstuurd. Wanneer we kijken naar het aantal tweets per inwoner, dan blijft Hoorn op de eerste plaats (10,5%), nu gevolgd door Buren (1.798 tweets, 6,9%) en Oude IJsselstreek (2.152, 5,4%).

Alleen het account van de gemeenteraad van Lochem heeft sinds 2010 nog niet getweet. Zij hebben overigens wel 246 volgers. Accounts die dus geïnteresseerd zijn in wat de gemeenteraad doet, maar geen informatie krijgen.

Bovenstaande drie elementen (volgers, volgend en aantal tweets) leiden tot een score. Hierbij gaan we uit van drie veronderstellingen, die uiteraard open staan voor discussie:

1. Een goed beheerd account doet volgen (groot aantal volgers per inwoner).
2. Om te weten wat er speelt moet je zelf ook volgen (groot aantal volgend per inwoner).
3. Een actief account produceert tweets (groot aantal tweets per inwoner).

Wanneer we de scores op deze drie elementen (plaats in ranking) bij elkaar optellen, krijgen we een eindscore. Het account dat op deze drie elementen gemiddeld het laagst scoort (dus gemiddeld steeds het hoogste eindigt in de ranking), is het gemeenteraadsaccount van Buren.

Gemeente	% volgers / inwoner	% volgend / inwoner	% tweets / inwoner
Buren	1,9%	0,5%	6,9%
Achtkarspelen	2,5%	0,3%	2,2%
Haarlemmerliede	2,5%	0,2%	4,7%
Hoorn	2,2%	0,2%	10,5%
Naarden	1,7%	0,3%	2,2%
Bergeijk	1,5%	0,4%	1,9%
Horst a/d Maas	1,3%	0,4%	3,1%
De Wolden	1,8%	0,2%	2,7%
Harderwijk	1,6%	0,5%	1,1%
Brummen	1,2%	1,5%	1,1%

Tabel 14: eindscores beste tien gemeenteraadsaccounts op Twitter

Kleine griffies hebben het lastig

In het onderzoek zien we veel reacties van kleine griffies, die vaak uit één of twee personen bestaan, dat communicatie tot de basis beperkt blijft. Simpelweg omdat er geen capaciteit is om meer te doen. Grotere organisaties zitten in een luxe positie dat ze aparte formatie voor communicatie beschikbaar hebben en daarnaast in de ambtelijke organisatie een afdeling communicatie met hun eigen expertise om op terug te vallen.

Ondanks alle bezuinigingen, moeten ook zij echter de wezenlijke maatschappelijke verandering die gaande is niet onderschatten. De gemeenteraad moet overtuigd worden van de noodzaak van goede raadscommunicatie. Inmiddels een facet dat niet mag ontbreken in het griffiewerk. Hetzij via een ambtelijke afdeling communicatie, danwel via een communicatieadviseur bij de griffie zelf.

Veel griffies zullen geen sociale media gaan gebruiken

Van de griffies die op dit moment nog geen gebruik maken van sociale media, geeft 63% aan dit ook niet van plan te zijn. Dit is opvallend, want vorig jaar gaf 60% van de niet gebruikers nog aan dit wel van plan te zijn. Veel griffies zien er nog niet de voordelen van, hebben te weinig capaciteit of vinden het zelfs geen “passende manier” om te communiceren.

Op de vraag van welke kanalen ze gebruik zouden gaan maken, geeft 54% Twitter en 29% Facebook op. Dit waren vorig jaar ook de meest genoemde kanalen. Op de vraag welk kanaal ze vervolgens voor welk doel zouden willen inzetten worden de volgende antwoorden gegeven:

	Twitter	Facebook	LinkedIn	Geen
Om vragen te beantwoorden van bewoners	29	32	0	39
Om discussie aan te gaan met bewoners	17	28	0	55
Om feitjes en weetjes van de raad te verspreiden	63	30	0	7
Om de gemeenteraad te promoten	52	42	0	6
Voor meningsvorming omtrent vast te stellen beleid	20	27	0	53
Om het verslag van de raadsvergadering te verspreiden	18	25	0	57
Om live verslag te doen van de raadsvergadering	21	11	0	68
Om de agenda van de raad te verspreiden	34	34	0	31
Om te volgen wat raadsleden online zeggen	77	6	3	13
Om te volgen wat bewoners online zeggen	60	20	0	20

Tabel 15: welk kanaal zou u voor welk doel willen inzetten (in procenten)

Duidelijk is dat de griffies die nog geen sociale media gebruiken, de kanalen ook voor veel doel niet geschikt vinden. Vooral LinkedIn blijkt niet geschikt voor deze raadsgriffies. Toch verschillen de cijfers wel van een jaar hiervoor. Zo zien griffies (die nog geen gebruik maken van sociale media) meer kansen om via sociale media vragen te beantwoorden van bewoners: 37% geeft nu aan dat geen van de kanalen geschikt zijn, ten opzichte van 57% vorig jaar. Ook zien ze meer kansen om raadsleden (13% nu t.o.v. 31% vorig jaar) en bewoners (20% nu t.o.v. 23% vorig jaar) te volgen. Daarnaast lijken raadsgriffies die nog geen gebruik maken van sociale media meer kansen te zien voor Facebook, dan raadsgriffies die wel al gebruik maken van sociale media.

De belangrijkste knelpunten zijn nog steeds te weinig personele capaciteit (40%), te weinig kennis van sociale media (19%) en het feit dat de rest van de organisatie nog te weinig gebruik maakt van sociale media (12%).

Bij de 64% raadsgriffies die niet van plan zijn om sociale media te gebruiken is nog veel weerstand en, in mijn ogen, kennisachterstand. Een paar citaten:

In een gemeentelijk krachtenveld waar het om zuiverheid, integriteit en kwaliteit gaat kan sociale media dit verstoren.

Griffie werkt ter ondersteuning van raad. Is dus geen naar buiten tredend bestuursorgaan dat via sociale media meningen kan ventileren.

Sociale media zijn vluchtige communicatiemiddelen voor beperkte boodschappen met een beperkt bereik.

Is zoiets wat over een aantal jaren weer verdwijnt, geeft ook geen professionele uitstraling.

In mijn ogen geen serieus instrument vanwege alle humbug die er op voorkomt.

Sociale media wel ingezet bij verkiezingen

Bij het onderzoek in 2013 gaf 49% van de respondenten aan van plan te zijn sociale media in te zetten bij de gemeenteraadsverkiezingen van maart 2014. Op dat moment had 30% daar nog niet over nagedacht.

Uiteindelijk heeft 78% van de respondenten in 2014 gebruik gemaakt van sociale media ten behoeve van de verkiezingen. Twitter (48%), Facebook (27%) en YouTube (10%) zijn de meest gebruikte kanalen. Ze zijn het meest gebruikt voor opkomstbevordering (31%), algemene communicatie over de verkiezingen (29%) en om activiteiten van (potentiële) raadsleden te volgen (17%).

Meest genoemde argument van griffies om sociale media niet te gebruiken was het feit dat de griffie geen rol had (verkiezingen zijn van de politiek).