

Hoe actief zijn gemeenten op sociale media

Door: David Kok

In dit hoofdstuk worden de resultaten beschreven van het tweede onderzoek naar het gebruik van sociale media door gemeenten in Nederland. Dit jaar hebben iets minder gemeenten meegewerkt aan het onderzoek. Waren dit er vorig jaar nog 284 (79%), dit jaar hebben 221 gemeenten (53%) de vragenlijst ingevuld. De (digitale) vragenlijst is 155 keer vaker ingevuld, maar hierbij zijn geen namen ingevuld, dus kon niet worden achterhaald of deze door een gemeente was ingevuld. Deze response is dus niet gebruikt in het onderzoek.

Net als vorig jaar kwamen de minste reacties van gemeenten kleiner dan 10.000 inwoners. Hoe groter de gemeente, hoe meer reacties.

Het totaalbeeld van alle reacties ziet er als volgt uit:

Grootte	Gereageerd	Totaal	%
< 10.000	13	39	33%
10 – 50.000	153	303	50%
50 – 100.000	31	47	66%
> 100.000	24	31	77%
Totaal	221	420	53%

Tabel 1: aantal gemeenten gereageerd versus totaal (2012)

Ranglijst

Vorig jaar is de ranglijst volledig opgesteld op basis van de scores die gemeenten zichzelf hadden gegeven op het gebruik van de kanalen. Dit jaar is een bredere scoreberekening gehanteerd, waarmee meer objectieve criteria zijn opgenomen. De subjectiviteit zit er nog gedeeltelijk in, omdat de respons van de gemeenten niet zijn gecontroleerd in de praktijk.

De score is gebaseerd op de volgende onderdelen: aanwezigheid van een gemeenten op de diverse kanalen, het aantal volgers op deze kanalen en waar de kanalen voor worden gebruikt¹. De maximale score die gehaald kon worden, was dus $40 + 120 + 70 = 230$ punten.

¹ Een nadere toelichting van hoe de score is berekend, is te vinden op www.socialmediameetlat.nl

De top 10 ziet er als volgt uit:

naam gemeente	score 2012	plaats 2012	plaats 2011
Hoorn	145	1	5
Boxtel	129	2	8
Leerdam	126	3	3
Veghel	126	3	-
Lopik	122	5	101
Hoogeveen	120	6	8
Borsele	114	7	114
Marum	114	7	31
Oldambt	114	7	37
Strijen	114	7	45

Tabel 2: top 10 ranglijst gemeenten 2012 (en plaats 2011)

Hoorn, vorig jaar nog goed voor een vijfde plaats, staat dit jaar op de eerste plaats. Boxtel stijgt van de achtste naar een tweede plaats en Leerdam eindigt, net als vorig jaar, op de derde plaats.

In de top 10 staan vier gemeenten die er vorig jaar ook in stonden. Eén gemeente (Veghel) heeft vorig jaar niet meegewerkt en komt binnen op een gedeelde derde plaats. De gemeente Borsele is de hoogste stijger van de 114^e naar de gedeelde zevende plaats.

De complete ranglijst staat op de website www.socialmediameetlat.nl

Gebruik sociale media

Twitter blijft het meest gebruikte platform. Het gebruik van dit platform stijgt ten opzichte van vorig jaar met 20% naar 93%. Dit betekent dat bijna alle respondenten actief zijn op Twitter.

Niet alleen het gebruik van Twitter is gestegen: alle kanalen, op Hypes na, worden meer gebruikt in 2012. Het gebruik van Facebook is zelfs ruim verdubbeld. Pleio en Flickr worden het meest genoemd als andere kanalen die gebruikt worden.

Gemiddeld besteden gemeenten 10 uur per week aan het beheer van de sociale media sites. De meeste tijd wordt besteed aan het onderhouden van de Twitterpagina (gemiddeld iets meer dan drie uur per week), Facebook staat tweede met ruim twee uur per week.

	Linke d-in	Twit- ter	Face- book	Hyves	Googl e+	You- tube	Yam- mer	Pinter est
2012	47%	93%	52%	10%	6%	61%	56%	5%
2011	32%	73%	20%	18%	-	36%	44%	-

Tabel 3: gebruik kanalen door gemeenten (2011 en 2012)

Aantal volgers

Op Twitter hebben gemeenten gemiddeld 1.212 volgers. Gemiddeld is dat 3% van het aantal inwoners. De meeste gemeenten scoren echter lager: 2% (n=55). Er zijn 31 gemeenten met een percentage dat tussen de 5 en 11% ligt. Van deze gemeenten heeft er maar één gemeente meer dan 100.000 inwoners, 23 gemeenten (74%) hebben er minder dan 25.000. Het lijkt er dus op dat kleine(re) gemeenten meer volgers hebben dan grote(re) gemeenten.

Gemiddeld volgen gemeenten op Twitter 158 accounts (dit kunnen personen zijn, maar ook bedrijven). Vlaardingen is koploper met 2.300, Schouwen-Duivenland volgt procentueel het grootste aantal accounts ten opzichte van het aantal inwoners (1.541, 4,51%).

Op LinkedIn hebben gemeenten gemiddeld 226 connecties, op Facebook gemiddeld 280 likes/ vrienden.

Op Yammer zijn gemiddeld 235 ambtenaren actief. Hierbij zijn twee kanttekeningen te maken: de eerste is dat grotere gemeenten uiteraard meer ambtenaren hebben met een account. De tweede is dat veel gemeenten aangeven dat er maar een zeer kleine groep ambtenaren echt actief is.

Waarvoor worden sociale media gebruikt

Sociale mediakanalen worden nog steeds het vaakst gebruikt om burgers te informeren (te zenden): 186 gemeenten (84%) geven aan kanalen hiervoor regelmatig tot vaak te gebruiken. Ook crisiscommunicatie wordt met 71% vaak genoemd als kanaal waarvoor sociale media gebruikt wordt, of zou kunnen worden, gevolgd door de optie om te weten wat er speelt (65%).

Sociale mediakanalen worden het minst gebruikt om actief te reageren op persberichten. Van de respondenten geven 135 gemeenten (61%) aan hun kanalen hiervoor niet of nauwelijks te gebruiken. Interactie wordt 95 keer genoemd (43%). Aan de andere kant geeft

33% van de gemeenten aan hier de kanalen juist weer wel voor in te zetten. En een kwart geeft aan dit kanaal hier soms voor in te zetten.

In 2011 werd nog door 44% van de gemeenten aangegeven sociale media als aanvullend communicatiemiddel te zien. Zo'n 18% van de gemeenten zette het in voor burgerparticipatie en als crisiscommunicatie instrument. Dit laatste percentage is gestegen tot 70%. In 2011 gaf 9% van de gemeenten aan het te gebruiken om te reageren op de pers. Dat is in 2012 19%.

Gebruik ik sociale media	Niet of nauwelijks voor	Soms voor	Regelmatig tot vaak voor
Burgers informeren	19 (8%)	16 (7%)	186 (84%)
Om te reageren	79 (36%)	55 (25%)	86 (39%)
Om te interacteren	95 (43%)	53 (24%)	73 (33%)
Crisiscommunicatie	34 (16%)	28 (13%)	157 (71%)
Om te weten wat er speelt	41 (19%)	37 (17%)	143 (65%)
Actief volgen van de pers	64 (29%)	39 (18%)	116 (52%)
Actief reageren op pers	135 (62%)	44 (20%)	41 (19%)

Tabel 4: gebruik sociale media (totaal aantal gemeenten en percentage) (2012)

Aantal personen werkzaam / gebruik

Gemiddeld werken er 4,19 personen in een gemeente aan/met sociale media (op dagelijkse basis). Sociale media worden nog steeds vooral gebruikt door de afdeling communicatie (92%). Collegenleden volgen met 76%. Vooral de directie blijft achter met 29%. Deze cijfers komen overeen met 2011. Ook toen was de afdeling communicatie de grootste gebruiker.

	raadsleden	Collegeleden	MT/directie	medewerke rs	communic atie
2012	66%	76%	29%	57%	92%
2011	16%	15%	5%	18%	45%

Tabel 5: door wie worden sociale media gebruikt (2011 en 2012)

Cijfer voor gebruik sociale media

Gemiddeld geven gemeenten zichzelf een 5,70 voor hun gebruik van sociale media (schaal 1 t/m 10). De meeste gemeenten scoren zichzelf een 6 (n=69, 31%). Het hoogste cijfer dat gemeenten zichzelf geven is een 8 (27 keer), het laagste cijfer een 1 (10 keer).

Vorig jaar moesten de gemeenten zichzelf scoren op verschillende kanalen. De gemiddelde score die gemeenten zich destijds gaven is een 3,67. 160 gemeenten (65%) scoorden zichzelf vorig jaar een 1 (ik heb een account maar ik doe er niks mee) op één van de kanalen.

Percentage gebruikers

Dit jaar is ook gevraagd of gemeenten konden aangeven welk percentage van hun inwoners gebruik maakte van de verschillende kanalen. Hieruit blijkt dat bijna de helft van de inwoners in Nederland gebruik maakt van Facebook. Youtube staat op een tweede plek met 42%. Twitter heeft met 31% Hyves net ingehaald (30,49%).

Google+ en Pinterest worden nog nauwelijks gebruikt. Deze cijfers komen grotendeels overeen met de cijfers uit het onderzoek van Newcom (zie thema 2: achtergrondinformatie).

Een derde van de gemeenten (n=71, 32%) kon echter geen cijfers invullen bij deze vraag. Daarnaast is het onduidelijk welke gemeenten de percentages hebben geschat en hoeveel gemeenten deze percentages daadwerkelijk kunnen onderbouwen met een onderzoek.

Linked-in	Twitter	Facebook	Youtube	Hyves	Google+	Yammer	Pinterest
29,63	31,47	47,37	42,16	30,49	11,43	7,99	7,25

Tabel 6: percentage bewoners dat gebruik maakt van sociale media kanalen (2012)

Beleid en strategie

Van de gemeenten heeft 33% (n=72) geen strategisch beleid ontwikkeld voor de inzet van sociale media. Dit is een daling van 10% ten opzichte van vorig jaar. Bij de helft van de gemeenten (n=110) is dit beleid in ontwikkeling. In 2011 was dit 37%.

Heeft uw gemeente sociale media beleid opgesteld?				
	2012		2011	
ja	39	18%	57	20%
nee	72	33%	125	43%
in ontwikkeling	110	50%	109	37%
Totaal	221	100%	291	100%

Tabel 7: heeft uw gemeente sociale media beleid opgesteld (2011 en 2012)

De helft van de gemeenten (49%) heeft beleid opgesteld voor de medewerkers. Ruim twee derde daarvan in de vorm van richtlijnen. In 2011 was dat nog de helft: 23%.

Sociale media beleid opgesteld voor medewerkers?				
	2012		2011	
ja	34	15%	66	23%
Alleen richtlijnen	76	34%	-	-
nee	42	19%	151	52%
in ontwikkeling	69	31%	74	25%
Totaal	221	100%	291	100%

Tabel 8: heeft uw gemeente sociale media beleid opgesteld voor medewerkers (2011 en 2012)

Van de gemeenten geeft 76% aan sociale media meer te gebruiken dan vorig jaar (n=168), 22% (n=49) geeft aan dat dit ongeveer gelijk is gebleven. Slecht 4 gemeenten (2%) geeft aan minder met sociale media te doen. van de gemeenten geeft 93% (n=206) aan de intentie te hebben om meer gebruik te gaan maken van sociale media. Vorig jaar lag dit percentage nog op 86%.

Intentie om meer gebruik te gaan maken van sociale media?				
	2012		2011	
ja	206	93%	249	86%
nee	15	7%	42	14%
Totaal	221	100%	291	100%

Tabel 9: heeft uw gemeente de intentie om meer gebruik te gaan maken van sociale media (2011 en 2012)

Een derde van de gemeenten (33%, n=74) geeft aan actief aan webcare te doen, iets meer dan een kwart geeft aan dit niet te doen en bij 40% van de gemeenten is webcare in ontwikkeling.

Webcare?		
	2012	
ja	74	33%
nee	60	27%
in ontwikkeling	87	40%
Totaal	221	100%

Tabel 10: maakt uw gemeente gebruik van webcare (2012)

Verwachting ten aanzien van de ontwikkeling van sociale media

De meeste gemeenten zien een toename in het gebruik van sociale mediakanalen in de (nabije) toekomst. De meningen verschillen als het gaat om in welke mate sociale mediakanalen de traditionele kanalen zullen gaan vervangen. Algemeen is de tendens dat men verwacht dat de sociale mediakanalen naast de traditionele kanalen standaard in de communicatiemiddelenmix op zullen gaan.

Daarnaast verwachten – of hopen – veel gemeenten dat sociale mediakanalen meer gebruikt zullen gaan worden voor interactie met de burger. Meer luisteren en informatie ophalen. Meer kansen om de kloof tussen burger en bestuur te dichten. Met daarbij een professionalisering van de webcare.

Mooie ideeën waarbij veel gemeenten de kanttekening plaatsen dat gebrek aan capaciteit en financiële middelen een groot probleem vormen.

Conclusie

Gemeenten zijn ten opzichte van 2011 meer sociale media gaan gebruiken en ook meerdere kanalen. Het percentage van inwoners dat een gemeente volgt blijft echter bij de meeste gemeenten nog achter. Waarschijnlijk komt dit omdat gemeenten (nog steeds) vooral aan het zenden zijn en er weinig interactie plaatsvindt.

De meeste gemeenten geven aan inmiddels beleid in ontwikkeling te hebben, maar de meeste gemeenten hebben nog geen doelgroepanalyse gemaakt (op welke kanalen zijn mijn burgers actief en waarom). De vraag is daarom op basis waarvan gemeenten hun beleid maken.

En is dit beleid specifiek op sociale media gericht, of wordt gekeken hoe sociale media in de totale communicatiemix past? Tenslotte is de vraag of gemeenten accepteren dat sociale media en dienstverlening in het algemeen goed moet gebeuren en daar dan ook middelen en capaciteit voor vrijmaken. Zelfs in tijden van bezuinigingen.