

Zit de online burger wel online op u te wachten?

Door: David Kok

Veel gemeenten zijn inmiddels actief op sociale media kanalen, zoals ook blijkt uit het onderzoek dat is beschreven in hoofdstuk 1. Maar willen burgers die op sociale media actief zijn wel via sociale mediakanalen met hun gemeente communiceren? Dat is de vraag die in dit onderzoek centraal heeft gestaan.

Respons

Op 13 mei 2012 is op vier manieren het onderzoek uitgezet: via e-mail, via een bericht op Facebook, een tweet op Twitter en een bericht op LinkedIn. In de weken en maanden daarna zijn verschillende herhalingsberichten op dezelfde kanalen geplaatst, waaronder in diverse Linkedingroepen.

Op 1 augustus is de vragenlijst offline gehaald. Op dat moment was een respons bereikt van 705 deelnemers. Hoewel geen 1.000 (het oorspronkelijke doel), is 705 een representatief aantal. Qua leeftijd zijn de respondenten mooi verdeeld in de verschillende leeftijdscategorieën. De jongste deelnemer was 18 en de oudste deelnemer was 84.

Leeftijd	Aantal	%
18-29	123	17
30-39	205	29
40-49	179	25
50 +	194	28
Geen antwoord	4	1
Totaal	705	100

Tabel 11: leeftijdsverdeling respondenten

In totaal kwamen de respondenten uit 205 verschillende steden in Nederland, zeven steden in België en één Engelse stad. Amsterdam was hofleverancier met 117 respondenten, gevolgd door Den Haag (27) en Haarlem (20). Omdat er zoveel respondenten zijn, is de respons over Nederland goed verdeeld. Alle provincies zijn vertegenwoordigd, maar uit de provincies Noord-Holland (47 steden), Zuid-Holland (33 steden) en Gelderland en Noord-Brabant (beide 27) zijn de meeste reacties gekomen.

Verantwoording onderzoeksmethode

Het gaat er in dit onderzoek om of mensen die op sociale media kanalen actief zijn, ook via sociale media kanalen met hun gemeente willen communiceren en, zo ja, waarover. Dit onderzoek is daarom expres via sociale media kanalen (Facebook, LinkedIn en Twitter) uitgezet. Mensen die niet actief zijn op sociale media zijn immers niet interessant voor dit onderzoek.

Daarnaast zijn geen vragen gesteld over traditionele media. Er zijn genoeg onderzoeken die aangeven dat burgers hoofdzakelijk nog via traditionele media willen communiceren met hun gemeente. Die onderzoeken wil ik niet weerleggen met dit onderzoek. In dit onderzoek ligt de focus op de vraag of sociale mediakanalen inmiddels dermate ingeburgerd zijn dat het extra kanalen zijn. Kanalen die kunnen en/of moeten worden gebruikt door gemeenten om met de burgers die daar actief zijn te communiceren.

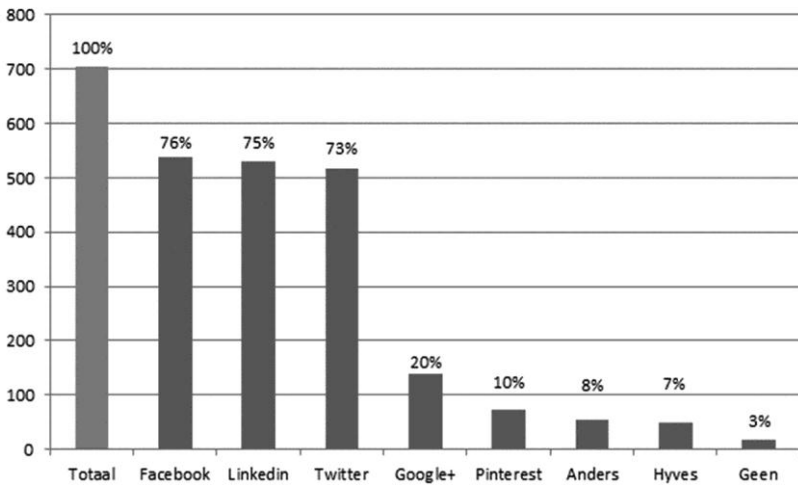
Tenslotte wilde ik – om een hogere respons te krijgen – de vragenlijst kort houden. Het is dus geen diepgaand onderzoek waarin ik breed kijk naar de beweegredenen van mensen. Dat is niet de bedoeling geweest.

Actief op sociale media

Van de respondenten is 97% actief op sociale media. Slechts 18 respondenten (3%) gaven aan geen gebruik te maken van sociale media. In de groep 18-29 is dat zelfs 0%. Gemiddeld maken de respondenten, onafhankelijk van de leeftijdscategorie, gebruik van drie verschillende sociale media.

Driekwart van de respondenten is actief op Facebook en LinkedIn. Opvallend is dat 97% van de jongeren (18-29) op Facebook actief is, tegen 66% van de 50 plussers. Terwijl bij LinkedIn de groepen 30-39 en 40-49 het meest vertegenwoordigd zijn met beide 84%.

Twitter volgt met een percentage gebruikers van 73%. Google+ (20%), Pinterest (10%) en Hyves (7%) maken het rijtje compleet. Van de respondenten geven 54 (8%) aan een ander kanaal te gebruiken. Youtube (11), Foursquare en Yammer (beide 7) werden hier het vaakst genoemd.



Figuur 3: scores op vraag “welk kanaal gebruikt u”. De eerste kolom is het totaal aantal respondenten: n=705

Communiceren via sociale media

Negen van de tien van de respondenten (89%, n=628) wil via sociale mediakanalen communiceren met hun gemeente. Twitter heeft hierbij veruit de voorkeur, 62% (n=436) geeft dit kanaal als keuze aan. Facebook (37%) en LinkedIn (21%) blijven ver achter, maar scoren ook nog erg hoog. Vooral jongeren (18-29 jaar) willen via Twitter communiceren: 75%, terwijl van dezelfde doelgroep bijna de helft (47%) Facebook ook een goed kanaal zou vinden.

Van de respondenten ouder dan 50 jaar geeft een derde aan ook via een ander kanaal te willen (kunnen) communiceren. Totaal geeft bijna een kwart dit aan (23%, n=164). Als alternatieven worden e-mail (n=106) en de website (n=57) genoemd.

Informatie ontvangen via sociale media

Nog meer respondenten (93%, n=655) willen relevante informatie ontvangen van hun gemeente via een sociale media kanaal. Ook hier staat Twitter bovenaan, nu met 60% (n=423). En ook hier volgen Facebook (40%, n=282) en LinkedIn (21%, n=149) op gepaste afstand.

Ditmaal zijn het vooral mensen tussen de 40 en 49 jaar die een ander kanaal zouden willen gebruiken hiervoor (34%, n=58). De 50+ groep blijft met 32% (n=59) niet ver achter. Ook hier worden e-mail (59%, n=106) en de website (32%, n=57) het meest genoemd.

Uit de resultaten blijkt dat vooral jongeren (18-29 jaar) via Twitter willen communiceren en informatie willen ontvangen. Op beide vragen geven 3 van de 4 jongeren dit aan. Hoewel Twitter door alle respondenten het meest genoemd wordt, worden ook Facebook en LinkedIn veel genoemd. Waar LinkedIn echter bij beide vragen een gelijk percentage heeft, is het percentage dat Facebook scoort als kanaal om informatie te ontvangen hoger dan de score bij het communiceren. Blijkbaar zien de respondenten Twitter als kanaal waarlangs ze willen communiceren en Facebook meer als kanaal om informatie te ontvangen.

Op beide vragen geeft ongeveer een kwart van de respondenten aan ook een ander kanaal te zien als optie. Respondenten willen dus wel via sociale media communiceren, maar de traditionele online middelen, e-mail en de website, zijn nog steeds zeer populair.

Pinterest en Hyves zijn, volgens de respondenten, geen geschikte kanalen om te communiceren en ook Google+ blijft met 7% ver achter.

Is er eerder contact geweest?

Op de vraag of de respondenten al eerder met hun gemeente via sociale media kanalen contact hadden gehad, antwoordde ruim een derde van de respondenten (35%, n=244) nog niet eerder aan deze mogelijkheid te hebben gedacht en dat te zullen gaan doen. Bijna een kwart van de respondenten (24%, n=168) gaf aan dit nog niet te hebben gedaan omdat dit bij hun gemeente niet mogelijk is.

Van de respondenten heeft 17% (n=117) wel al eerder een vraag gesteld en kreeg ook antwoord. Daarentegen kreeg 11% (n=76) nooit antwoord op de vraag die zij stelden via sociale media. De laatste categorie in de vraag was “nee, ik gebruik geen sociale media”. 74 respondenten (10%) gaf deze antwoordcategorie op.

Veel respondenten (n=81) hebben bij hun opmerkingen aangegeven een categorie te missen bij deze vraag waarbij kon worden aangegeven “nog niet gedaan, ga ik ook niet doen”. Toch heeft 96% van de respondenten uiteindelijk voor één van de antwoordcategorieën gekozen. Slechts 4% heeft geen antwoord gegeven.

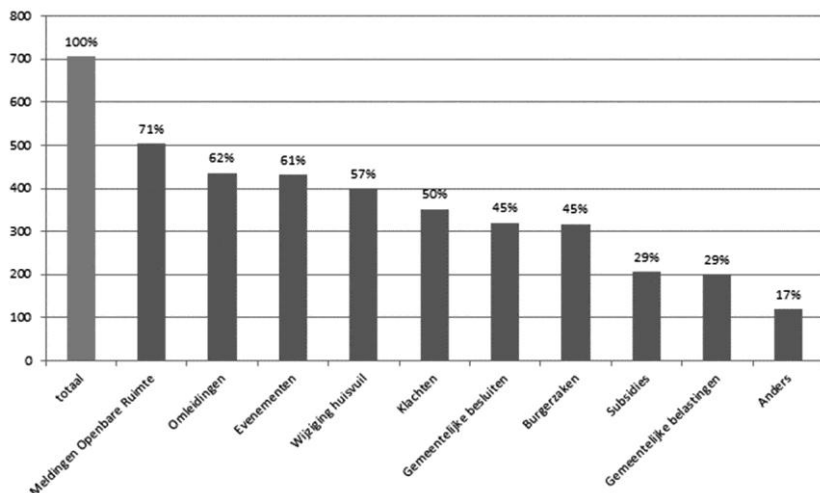
Over welke zaken zou men contact willen hebben?

Op de eerste plaats willen burgers graag via de sociale mediakanalen meldingen uit de openbare ruimte door kunnen geven (71%, n=504). Op een tweede plek staat informatie over omleidingen in de stad (62%, n=436), op kleine voet gevolgd door informatie over evenementen (61%, n=431).

Met 29% geven de respondenten aan het minst graag informatie uit te wisselen over gemeentelijke belastingen en subsidies. Hoewel dit de laagste score is, is dat nog steeds bijna een derde (n=200) van de respondenten.

Eén van de respondenten gaf na het invullen van het onderzoek aan zich pas na deze vraag een voorstelling te kunnen maken van waarover hij met zijn gemeente zou willen communiceren. Het spreekwoord ‘onbekend maakt onbemind’ is daarom wellicht van toepassing.

17% van de respondenten heeft de categorie “anders” ingevuld bij deze vraag. 40% van hen (n=48) geeft hierbij aan helemaal geen contact te willen hebben met hun gemeente. Een kleine 1 op de 10 (8%) geeft aan over alles contact te willen hebben (algemene informatie), over de mogelijkheden van burgerparticipatie en specifiek buurtgerichte informatie (maatwerk).



Figuur 4: waarover zou u willen communiceren met uw gemeente via sociale media kanalen. De eerste kolom is het totaal aantal respondenten: n=705.

Samenvattend

De online burger zit op u te wachten. Negen van de tien online burgers wil zowel communiceren als informatie ontvangen via hun sociale mediakanalen. Zoals verwacht is dit percentage onder jongeren hoger dan onder ouderen. Twitter en Facebook zijn de kanalen die het meest genoemd worden.

Het blijft echter belangrijk om, zelfs bij mensen die online actief zijn, rekening te houden met het feit dat er altijd cross-mediaal gecommuniceerd moet worden. Een kwart van de respondenten geeft aan ook via e-mail of de internetsite van de gemeente geïnformeerd te willen worden en rond de 10% van de respondenten geeft aan helemaal niet via sociale mediakanalen te willen communiceren.

Als overheid moeten we nadenken via welke kanalen onze burger ons wil bereiken en in die kanalen ook zo min mogelijk onderscheid te maken. Wij kunnen denken dat het handig is om een aparte site te maken voor meldingen in de openbare ruimte, maar als de online burger daar een andere goede tool voor heeft, dan is het raar om vast te houden aan dat ene kanaal en het andere kanaal uit te sluiten.

Toch blijft het belangrijkste aspect om mensen te informeren waar ze terecht kunnen voor vragen. Het lijkt niet “klantvriendelijk”, maar in je bio opnemen dat mensen geen vragen kunnen stellen via Twitter, is in ieder geval wel duidelijk. Duidelijker dan het niet in je bio op te nemen en vervolgens geen vragen te beantwoorden.

De website van de gemeente is, mits vindbaar, hiervoor de belangrijkste plaats. Veel burgers zullen in de eerste plaats via de website gaan zoeken hoe ze de gemeente kunnen benaderen. Als er daar overzichtelijk staat hoe en via welke kanalen contact opgenomen kan worden, dan kunnen burgers zelf kiezen voor welk kanaal ze een voorkeur hebben.

Onbekend maakt onbemind: als burgers niet weten voor welke vragen ze bij je terecht kunnen, dan zullen ze ook niet snel een vraag stellen. Door juist via sociale media te communiceren, zullen burgers eerder een vraag gaan stellen, waardoor steeds meer mensen zullen zien waarvoor ze naar de gemeente kunnen. De dienstverlening zal dus verbeteren.

Gebruik je echter sociale mediakanalen, dan zul je dus, in mijn ogen, deze kanalen ook moeten gebruiken zoals ze bedoeld zijn en zoals de

burger ze wil gebruiken. En als er meer vragen worden gesteld door deze kanalen, dan is dat toch ook alleen maar goed? Gemeenten zijn er tenslotte voor hun burger en als die door sociale media zijn of haar gemeente beter weet te bereiken, dan lijkt me dat alleen maar een goede zaak!

Sociale media maken de dialoog mogelijk, zeker microblogsystemen zoals Twitter. Wanneer een gemeente een Twitteraccount heeft, dan moet het ook communiceren via dit account. Communiceren in deze is anders dan informatie geven, alhoewel dat natuurlijk ook makkelijk kan. De toegevoegde waarde is echter dat het een laagdrempelig medium is om vragen te stellen en te reageren. Kortom: communicatie mogelijk te maken.