

# Social media around the world

Door: David Kok

*Tussen 19 maart en 24 juni zijn ongeveer 400 steden in de wereld via e-mail en Twitter benaderd om mee te werken aan een internationaal onderzoek. De steden zijn in eerste instantie random gekozen. Later zijn steden via Twitter opgezocht en benaderd. Dit zorgt ervoor dat uiteindelijk vooral steden hebben gereageerd die actief zijn op sociale media.*

Het onderzoek bestond uit tien vragen en had als doel te kijken hoe steden in de wereld sociale media gebruiken. Welke kanalen, met welk doel en op welke manier.

Uiteindelijk hebben 72 steden de vragenlijst ingevuld uit alle werelddelen: één uit Afrika, drie uit Azië, vier uit Zuid-Amerika, zeven uit Australië, 21 uit Noord-Amerika en 33 uit Europa. Drie steden hebben hun naam niet ingevuld. Niet alle vragen zijn door alle respondenten ingevuld, waardoor de respons per antwoord verschilt.

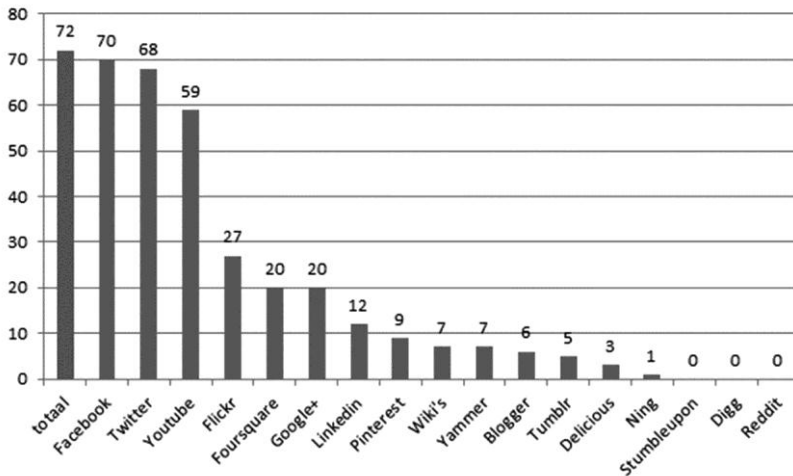
Duidelijk is dat door de taalbarrière veel steden niet bereikt zijn. Het onderzoek is gedaan in het Engels, waardoor de reacties uit Azië en Zuid-Amerika achter zijn gebleven. In Afrika zijn er maar weinig steden die een lokaal bestuur hebben, waardoor daar de reacties zijn achtergebleven. Via de ambassades is nog geprobeerd met deze landen in contact te komen, maar dit heeft niet tot concrete resultaten geleid.

De steden die hebben gereageerd zijn verder zeer verschillend in grootte. De kleinste, Huntsville in Texas, heeft bijna 40.000 inwoners. De grootste, Athene, is een conglomeraat van 5.000.000 inwoners. Gemiddeld genomen hebben de steden 900.000 inwoners.

## **Van welke kanalen maken steden gebruik?**

Niet zo opvallend is dat over de hele wereld Facebook (70 steden, 97%) en Twitter (68 steden, 94,5%) de meest gebruikte kanalen zijn. Youtube wordt door 59 steden gebruikt en komt met 82% op de derde plaats. Opvallender is een vierde plek voor de fotosite Flickr (27 steden, 37,5%).

Foursquare en Google+ delen een gezamenlijke vijfde plaats (20 steden, 27,8%). LinkedIn komt in dit onderzoek pas als zesde naar boven. Twaalf steden (16,7%) gebruiken dit kanaal. Pinterest wordt daarentegen al door 9 steden (12,5%) gebruikt.



**Figuur 1:** aantal steden dat kanaal gebruikt (n=72)

### Waarvoor wordt sociale media gebruikt?

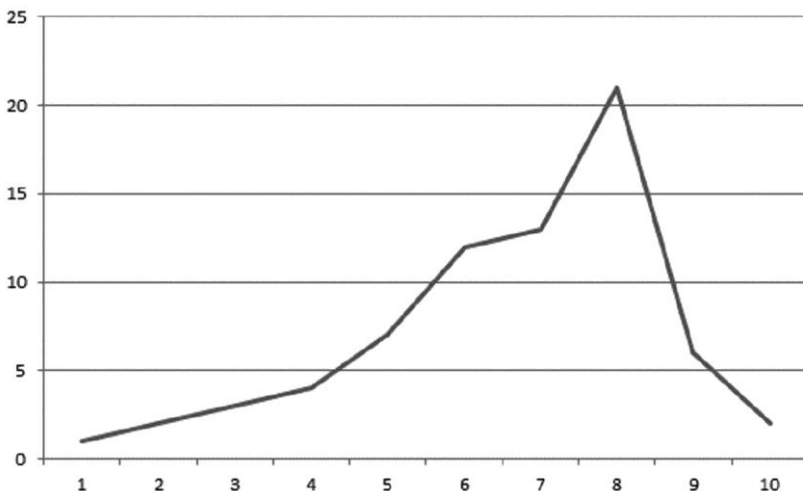
Steden geven aan sociale media vooral te gebruiken om burgers te informeren (94,4%) en om informatie te sturen (88,9%). Wat we in Nederland al zagen, gebeurt dus in de hele wereld: sociale media worden door steden nog vooral ingezet om informatie te zenden.

Opvallend is dat zestig steden (83,3%) aangeven via sociale media verbindingen met hun burgers te willen leggen, terwijl minder steden aangeven sociale media te gebruiken om naar hun burgers te luisteren (n=55, 76,4%) danwel op hun vragen via sociale media te reageren (n=56, 77,8%).

Een aantal steden geeft daarnaast aan sociale media te willen inzetten als crisiscommunicatie-instrument (n=3). Vooral in het orkaanseizoen of bij aardbevingen lijken mensen te vertrouwen op berichtgeving via sociale media. Eén stad geeft aan sociale media in te zetten om te kunnen reageren op berichtgeving in de media als deze onjuist is of burgers misleidt. Tenslotte wordt ook citymarketing genoemd als reden.

## Welk cijfer geven steden zichzelf

Het blijft interessant om te zien dat steden zichzelf een hoog cijfer geven voor hun gebruik van sociale media. Van de steden scoren er 21 zichzelf een 8 (29,6%), zes steden scoren zichzelf een 9. Doordat twaalf steden zichzelf een 6 en dertien steden zichzelf een 7 scoren, valt de gemiddelde score echter lager uit: een 6,62 (n=71).



**Figuur 2:** cijfer dat steden zichzelf geven voor het gebruik van sociale media (n=71)

## Gebruiken de inwoners wel sociale media?

Het is natuurlijk interessant om te weten of inwoners in de stad überhaupt wel sociale media gebruiken. Als immers niemand van een kanaal gebruik maakt, dan zal een stad ook niemand via dat kanaal bereiken.

Wat ik in Nederland zie, zie ik ook in de rest van de wereld: veel gemeenten hebben geen idee hoeveel mensen welke kanalen gebruiken. In totaal hebben 42 gemeenten deze vraag namelijk helemaal overgeslagen en van de 30 gemeenten die de vraag wel hebben ingevuld hebben er 30 alleen maar een percentage ingevuld bij Facebook en 28 bij Twitter.

De cijfers die ik uit de resultaten heb kunnen halen, laten zich als volgt samenvatten:

De gemeenten denken dat Facebook het meest wordt gebruikt. Zeven gemeenten geven aan dat 61-70% van hun inwoners gebruik maakt

van dit kanaal. Dit is niet verrassend, want Facebook is wereldwijd het meest gebruikte sociale mediakanaal. De meeste kanalen werden het vaakst op 0-10% gescoord.

### **Strategie, beleid, webcare en aantal medewerkers**

Van de respondenten geven 38 steden (53,5%) aan een sociale media strategie te hebben ontwikkeld, terwijl 24 steden (33,8%) er nog mee bezig zijn. Iets minder steden (32, 47,1%) geven aan een sociale media beleid voor medewerkers te hebben opgesteld. Ook hier geven 24 steden aan er mee bezig te zijn.

Veertig steden geven aan een webcare team te hebben om te luisteren en reageren op vragen die via sociale media gesteld worden (60,6%). Dertien steden geven aan geen webcare team te hebben en evenzoveel steden dat ze bezig zijn om een webcare team op te zetten.

Op de vraag hoeveel medewerkers op dagelijkse basis direct werken met sociale media (communicatieadviseur, webcareteam of speciaal sociale media team) worden zeer uiteenlopende antwoorden gegeven. De meeste steden (43%, n=31) hebben 1 of 2 personen die zich met sociale media bezig houden. 40% (n=29) valt in de ruime categorie 3 tot 10 personen. In de categorie meer dan 10 personen (14%, n=10), worden vaak ook medewerkers gerekend die zich in de organisatie af en toe bezighouden met sociale media.

### **Voor- en nadelen van het gebruik van sociale media**

Het grootste voordeel van het gebruik van sociale media vinden steden in de wereld dat ze de mogelijkheid bieden om real time interactie aan te gaan met burgers (snelheid, n=23, 38%). Op de tweede plek staat de mogelijkheid om de dialoog aan te gaan (interactie, n=17, 28%). Op de derde plek staat de mogelijkheid om via de sociale media de betrokkenheid te vergroten bij de stad (n=11, 18%). Het bereiken van andere / nieuwe doelgroepen (n=10, 17%) en de kansen die sociale media bieden om informatie bij de burger te krijgen (n=9, 15%) completeren de top vijf.

Deze voordelen komen grotendeels overeen met de antwoorden die Nederlandse steden in het onderzoek naar het gebruik van sociale media door gemeenten in Nederland in 2011 (Kok, 2011) gegeven hebben:

1. Snelheid van het medium (23%)
2. Mogelijkheden voor tweerichtingsverkeer / interactie (14%)
3. Bereiken van andere / nieuwe doelgroepen (12%)
4. (groter) Bereik (10%)
5. Mogelijkheden om te volgen wat er speelt / actualiteit / monitoring (9%)

Wanneer we naar de nadelen kijken, dan zien we dat 29% van de steden (n=16) de capaciteit die nodig is om sociale media bij te houden als belangrijkste nadeel zien. De ongenueanceerde reacties, vooral door Noord-Amerikaanse steden vaak genoemd (shitload), staat op de tweede plaats (n=12, 22%). Het feit dat sociale media nog een laag bereik hebben staat hier op de derde plaats met 15% (n=8). Het niet kunnen voldoen aan de verwachtingen van het publiek (n=7, 13%) en de privacy gevoeligheid (n=6, 11%) completeren de top vijf.

Ook de nadelen komen redelijk overeen met de nadelen die Nederlandse gemeenten noemen. Alleen het nadeel dat sociale media nog een laag bereik hebben, wordt in Nederland niet genoemd.

1. Weer een extra kanaal (kost ook extra capaciteit) (20%)
2. Lastig te controleren / regie te voeren (9%)
3. Reacties kunnen ongenueanceerd zijn / geruchten ontstaan snel (imagoschade) (9%)
4. Hoge verwachtingen op snelle respons (24-uurs) / afbreukrisico (8%)
5. Snelheid van ontwikkelingen en beantwoording vraagt om alertheid (6%)

## **Netwerk**

De laatste vraag in het onderzoek was of steden behoefte hebben aan een mondiaal netwerk om van elkaar te leren. Driekwart van de steden (76,1%, 54) geeft aan hier in geïnteresseerd te zijn. Dit geeft aan dat steden zich er van bewust zijn dat we nog veel moeten leren over het gebruik van sociale media en dat er een kans ligt om dit met elkaar te kunnen doen. Hoe een sociaal netwerk voor gemeenten er uit zou moeten zien, daar moet nog over nagedacht worden.

## **Conclusie**

Hoewel 72 steden over de hele wereld niet representatief kunnen zijn voor alle steden (en dorpen) in de wereld, kunnen we uit deze korte vragenlijst concluderen dat de steden die hebben meegewerkt aan het onderzoek grotendeels met dezelfde vragen bezig zijn als gemeenten in Nederland. Ze lopen tegen dezelfde nadelen aan en zien dezelfde voordelen.

Omdat we allemaal vrijwel dezelfde kanalen gebruiken, is het ook goed mogelijk om van elkaar te leren. Uiteindelijk kennen Facebook en Twitter maar een beperkt aantal geheimen en gaat het bij alle steden in het gebruik om hetzelfde: hoe kunnen we bewoners van onze steden betrekken bij wat we doen en hoe kunnen we daarmee ook onze dienstverlening verbeteren.