

## RAADSINFORMATIEBRIEF

16R.00067



**Van** : college van burgemeester en wethouders

**Datum** : 16 februari 2016

**Portefeuillehouder(s)** : burgemeester

**Portefeuille(s)** : Communicatie

**Contactpersoon** : C. Dupont en I. van Schaik

**Tel.nr.** : 8904

**E-mailadres** : dupont.c@woerden.nl

16R.00067



### Onderwerp:

Social media beleid

---

### Kennisnemen van:

De beleidsrichting die in bijgevoegde notitie "Daar zijn waar de inwoners zijn.." Social media beleid gemeente Woerden staat aangegeven.

Inzetten van Whatsapp met ingang van 1 april 2016.

---

### Inleiding:

De gemeente Woerden is sinds 2010 actief op social media. De activiteiten op dit gebied worden uitgevoerd in het kader van projectcommunicatie of ter versterking van de dienstverlening. Veel gebeurt op ad hoc basis. De mogelijkheden op social media gebied zijn ondertussen schier oneindig geworden. Het aantal handige' apps is niet meer te overzien. En er komen dagelijks nieuwe mogelijkheden voorbij.

Social media ontwikkelen zich dagelijks verder. Dit social media beleid is dan ook niet in steen gehouwen. Jaarlijks wordt gekeken met de portefeuillehouder Communicatie of bijstelling van dit beleid noodzakelijk is.

In bijgevoegde notitie wordt beschreven:

- Het begrip social media, zoals we dat hier gebruiken.
- De stand van zaken; wat is er tot nu toe gedaan op het gebied van social media.
- Wat de ervaringen ons geleerd hebben.
- Wat willen we bereiken?
- De aanpak, en de consequenties daarvan.

---

### Kernboodschap:

Het uiteindelijke doel is het ontwikkelen van de aanpak van social media van de huidige ad hoc situatie naar een professionele structurele aanpak waarbij social media verankerd zijn in de organisatie. Dit betekent ook de huidige aanpak intensiveren en verbreden. Voorwaarde daarvoor is het vrijmaken van capaciteit en middelen.

Social Media hangen sterk samen met de gemeentelijke dienstverlening. Naast telefoon, brief/mail en baliecontact is dit het vierde kanaal. Ook zorgen social media voor een verbreding van gemeentelijke informatie en faciliteren ze het participatie en co-creatie.

---

**Vervolg:**

Per 1 april wordt Whatsapp ingezet voor de dienstverlening binnen het KCC.

In samenhang met andere ontwikkelingen, waaronder *Woerden zegt: 'Ja, tenzij...'* en de verdere ontwikkeling van de dienstverlening onderzoeken we de mogelijkheden (middelen en formatie) om het beleid zoals aangegeven in de notitie concreet vorm te geven.

---

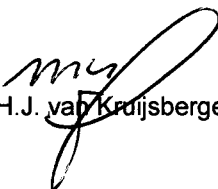
**Bijlagen:**

Notitie "Daar zijn waar de inwoners zijn.." Social media beleid gemeente Woerden.

---

De secretaris

drs. M.H.J. van Kreijlbergen MBA



De burgemeester

V.J.H. Molenboer



## ‘Daar zijn waar de inwoners zijn..’

### Social media beleid gemeente Woerden

#### Inleiding

Social media worden volop gebruikt, door jong en oud, ieder op zijn eigen manier. Ook organisaties vinden hun weg in social media. Waar de ene organisatie social media ‘erbij’ doet, investeert de andere organisatie stevig in de uitrol van een online strategie, waarin diverse social media elkaar versterken, om zo de organisatiedoelen te realiseren.

De gemeente Woerden is sinds 2010 actief op social media. De activiteiten op dit gebied worden uitgevoerd in het kader van projectcommunicatie of ter versterking van de dienstverlening. Veel gebeurt op ad hoc basis. De mogelijkheden op social media gebied zijn ondertussen schier oneindig geworden. Het aantal ‘handige’ apps is niet meer te overzien. En er komen dagelijks nieuwe mogelijkheden voorbij. Aanbieders vliegen ons om de oren. Het is tijd voor een social media beleid, waarin op basis van doelen en mogelijkheden keuzes worden gemaakt. Keuzes waarmee de gemeente aanhaakt bij verwachtingen van inwoners en ondernemers. Keuzes ook, waarbij Woerden in de pas loopt met richtlijnen van de Rijksoverheid en de richtlijnen op het gebied van crisisbeheersing.

Keuzes maken heeft consequenties. Wanneer een keuze gemaakt is moeten ook de randvoorwaarden geschapen worden om deze keuzes te realiseren. Keuzes maken betekent ook begrenzen. Helder zijn over wat inwoners niet van ons kunnen verwachten, draagt eveneens bij aan een betere communicatie tussen de gemeente en haar inwoners/ondernemers.

Social media ontwikkelen zich dagelijks verder. Dit social media beleid is dan ook niet in steen gehouwen. Jaarlijks wordt gekeken met de portefeuillehouder Communicatie of bijstelling van dit beleid noodzakelijk is.

In deze notitie beschrijven we:

- Het begrip social media, zoals we dat in deze notitie gebruiken.
- De stand van zaken; wat is er tot nu toe gedaan op het gebied van social media.
- Wat de ervaringen ons geleerd hebben.
- Wat willen we bereiken?
- De aanpak, en de consequenties daarvan.

#### Het begrip social media in deze notitie

Social media zijn online media, waarop deelnemers (en niet uitsluitend de redactie) actief zijn. Met hun bijdragen in de vorm van teksten, films en beelden wordt informatie onderling uitgewisseld, worden discussies gevoerd, of werken deelnemers samen een plan uit. Dit zijn maar een paar voorbeelden. De mogelijkheden van social media zijn veel breder en er komen dagelijks mogelijkheden bij. De begrippen *samen* en *tot stand brengen* staan hierin centraal.

Bij de gemeente hebben we het vaak over allerlei apps. Veelal zijn deze bedoeld om het inwoners makkelijker te maken en richten zich vooral op dienstverlening. Veel mensen scharen deze apps

onder het begrip social media. Strikt genomen zijn dit lang niet altijd social media. Voor het gemak gaan wij in deze notitie uit van dit 'brede' begrip van social media.

Onze website staat centraal in de berichtgeving en informatievoorziening van de gemeente. Op een enkel onderdeel na (nl. de pagina ikbenwoerden) is dit een eenzijdig online medium. Deelnemers komen niet met elkaar in contact. De website als geheel wordt dan ook niet besproken in deze notitie.

## Stand van zaken

### Wat is er tot nu toe gedaan op het gebied van social media?

- 2010 gemeente Woerden start met twitter: @gemeentewoerden. @gemeentewoerden heeft inmiddels een goede basis met ruim 4000 volgers. Meerdere collegeleden hebben een actief twitteraccount, en houden een wekelijks twitterspreekuur.
- 2011 n.a.v. bezuinigingen starten we met de participatie website [www.ikbenwoerden.nl](http://www.ikbenwoerden.nl) en de twitteraccount @ikbenwoerden.
- 2012 de organisatie start met Yammer, een social medium voor intern gebruik
- 2013 Kwaliteitsimpuls communicatie: de organisatie maakt via workshops en inspiratiebijeenkomsten kennis met twitter, linkedIn en andere social media en wordt gestimuleerd er zelf mee aan de slag te gaan. Sindsdien zijn de beleidsteams wijkgerichtwerken (@wijkendorp), openbare orde en veiligheid (@SteeftItsSafe) en de griffie (@raadwoerden) met een eigen twitteraccount actief en twitteren meerdere collega's op persoonlijke titel.
- 2013 De organisatie start met een LinkedIn account, gericht op arbeidsmarktcommunicatie
- 2014 Om de wildgroei aan gemeentelijke websites beter te kunnen beheren wordt [www.ikbenwoerden.nl](http://www.ikbenwoerden.nl) geïntegreerd in [www.woerden.nl](http://www.woerden.nl). op woerden.nl wordt de pagina 'ikbenwoerden' opgeleverd. Via deze pagina kunnen inwoners reageren op discussiepunten die de gemeente aandraagt. De pagina leeft niet erg, zowel intern als extern en kan wel een impuls gebruiken.
- 2014 start pilot: KCC beantwoordt structureel de tweets die gericht zijn aan de gemeente Woerden. Er zijn richtlijnen opgesteld en via een leantraject een werkwijze vastgesteld. Na een half jaar is dit geëvalueerd, waarna het beantwoorden van tweets definitief belegd is bij het KCC. De medewerkers van het KCC worden hierbij gecoacht door team communicatie.
- 2014 facebook wordt ingezet aan de hand van specifieke participatietrajecten als de herinrichting van de Dorpsstraat in Harmelen en het Exercitieveld. Het is de bedoeling dat de facebookaccount na afronding van de projecten wordt opgeheven. Andere facebookaccounts hebben een langere looptijd, zoals WaterrijkWoerden (kavelverkoop) en het wijkgericht Werken heeft een facebookaccount. Door de laagdrempeligheid lijkt facebook de functie van de ikbenwoerden-pagina op onze site over te nemen. Toch reageren inwoners ook met: 'Ja, maar ik heb geen facebook en wil die ook niet hebben.'
- 2014 de gemeenteraad dient een WhatsApp motie in. Toegezegd is deze optie mee te nemen in het social media beleid
- 2014 Invoering van de vernieuwde aanpak crisisbeheersing van de VRU. In de communicatie komt de nadruk te liggen op omgevingsanalyse: Welke informatiebehoefte hebben inwoners bij een (dreigende) crisis? Vooralsnog mist Woerden een digitaal programma om social media te monitoren, waarmee deze functie goed uitgevoerd kan worden.
- 2014 Vernieuwing van intranet op basis van social media principes. Yammer is niet meer in gebruik.
- 2015 WoerdenWijzer opent een facebookaccount met als doel het verbinden van mensen en organisaties. In de 2<sup>e</sup> helft van dat jaar begint ook de voorbereiding van een pilot WhatsApp.

Prioritering in de werkzaamheden van het sociaal domein hebben ertoe geleid dat deze pilot (tijdelijk) is stilgezet.

- 2016, in het kader van de invoering van het nieuwe afvalinzamelsysteem en Woerden zegt ja, tenzij, wordt opnieuw naar een digitaal instrument gekeken om participatie van inwoners te faciliteren. Er wordt ingezet op een verbetering van ikbenwoerden.nl

### Hoe gaan wij om met twitter?

Gemeente Woerden is actief op Twitter en heeft ruim 4000 volgers. Alleen team communicatie en het team van het KCC kunnen berichten via de twitteraccount van de gemeente verzenden.

Het KCC beantwoordt vragen vanuit het oogpunt van dienstverlening. Team communicatie verstuurt de overige berichten. Het gaat om nieuwsberichten (met een linkje naar het volledige bericht op onze site), gemeentelijke activiteiten of promotie en berichten bij storingen en (dreigende) crisis.

Onze aanwezigheid op Twitter levert veel informatie op, discussies kunnen eenvoudig worden gevolgd. We zijn nu nog overwegend re-actief op Twitter actief. Heel af en toe leidt een tweet tot interactie tussen de gemeente en inwoners. Als we de interactie echt vorm willen geven, moeten we daar als gemeente meer pro-actief mee omgaan.

Richtlijn KCC:

Twitter wordt tijdens werkdagen tussen 08.30 - 17.00 uur gemonitord door het Klant Contact Centrum (KCC). Minimaal 3 x per dag en zoveel vaker als mogelijk wordt Twitter gescreend door het KCC op @gemeentewoerden #woerden en #gemeentewoerden. Regelmatig wordt deze lijst (tijdelijk) aangevuld met actuele #'s, bijvoorbeeld #koeienmarkt in oktober. Politiek- of mediagevoelige tweets worden beantwoord door team communicatie, indien nodig in overleg met het college of de beleidsmedewerkers.

### Wat hebben we geleerd?

#### Learning by doing

Dat is het principe van waaruit wij werken. Waar we tegen aanlopen, dat lossen we op. Veelal vanuit en praktische impuls. De consequentie daarvan is dat dit blijft steken in snelle ad hoc oplossingen. Voor een grondige aanpak ontbreekt de tijd en/of budget. Dat werkt vaak goed, maar er vallen ook steken. Dat is inherent aan deze werkwijze. Door vallen en opstaan, zoeken, leren van elkaar en vooral het 'gewoon doen', hebben we inmiddels veel ervaring opgedaan. Wat hebben we geleerd?

- Social media doe je er niet gewoon bij. Het vraagt om continue aandacht. Het is immers een 24/7 instrument en op twitter wil men onmiddellijk contact / antwoord.
- Naast social media worden de traditionele communicatiemiddelen nog even vaak gebruikt door inwoners. Het vraagt daarom om meer inzet of scherpere keuzes.
- Hoewel veel jongeren social media gebruiken is het omgekeerde niet waar: je bereikt er niet vanzelf jongeren mee. Het onderwerp of de afzender moet ze aanspreken.
- Ouderen daarentegen gebruiken steeds vaker social media en interesseren zich voor gemeente onderwerpen. Hen kunnen we hiermee goed bereiken.
- Social media kenmerken zich door snelheid en gemak voor de gebruiker.
- Het bereik van social media wordt bepaald door de hoeveelheid volgers dat je hebt. Het heeft dus weinig zin om voor alle beleidsvelden aparte social media te gebruiken. (12-1-2016: @gemeentewoerden ruim 4000 volgers, @Steeffitsafe 469 volgers, @wijkdorpwoerden 386 volgers).
- Sommige social media als twitter en facebook enz. worden in toenemende mate gebruikt om ongenueanceerd ongenoegen kenbaar te maken. Het roept het als het ware op.
- We missen een planningsinstrument om twitterberichten te versturen wanneer mensen op twitter kijken ('s avonds) en onze berichten goed te spreiden (nu verzenden we de

nieuwsberichten allemaal tegelijkertijd). (ironische reactie via twitter: 'het is weer Woerdense woensdag')

- Om vroegtijdig in te spelen op wat er leeft zou structureel en geautomatiseerd monitoren nodig zijn. Dit gemis wreekt zich vooral bij snelgroeïende hypes, zoals bij de uitvoering van het hondenbeleid en tijdens de crisisnoodopvang van vluchtelingen. Hoewel de VRU tijdens een actuele crisis de omgevingsanalyse aanlevert, is dit niet het geval in de aanloop daarvan. Juist dat is het moment waarop effectief ingegrepen kan worden. In de draaiboeken van de crisiscommunicatie (VRU) staat het monitoren van (social) media niet voor niets centraal.
- In 2014 hebben we een onderzoek laten uitvoeren. De onderzoeksvraag luidde: zet de gemeente Woerden de juiste communicatiemiddelen in om inwoners te informeren? Over het algemeen waren de bevroegde inwoners tevreden. Wel misten zij de gemeente op facebook.

## Wat willen we bereiken met het social media beleid?

Zowel in het coalitieakkoord als in het collegeprogramma wordt hoog ingezet op communicatie om vorm te geven aan een open bestuurscultuur. Dat heeft consequenties. We groeien van een zendergerichte organisatie naar een gemeente die interactief opereert in het netwerk van de inwoner zelf. Onze positie is naast onze inwoners. Daarmee willen vertrouwen winnen en onze dienstverlening optimaliseren.

Het visie stuk *Woerden zegt: 'Ja, tenzij...'* wijst hierin de weg. Gewone communicatie moet gewoon goed. Social media maken daar deel van uit. Niet voor niets heeft de Raad in de afgelopen jaren meermaals vragen gesteld over het gebruik van apps om zaken in de openbare ruimte aan te kaarten of om het gebruik van Whatsapp als aanvulling op twitter. Social media horen er gewoon bij als het gaat om alle primaire taken van de gemeente. Met het social media beleid willen het volgende bereiken:

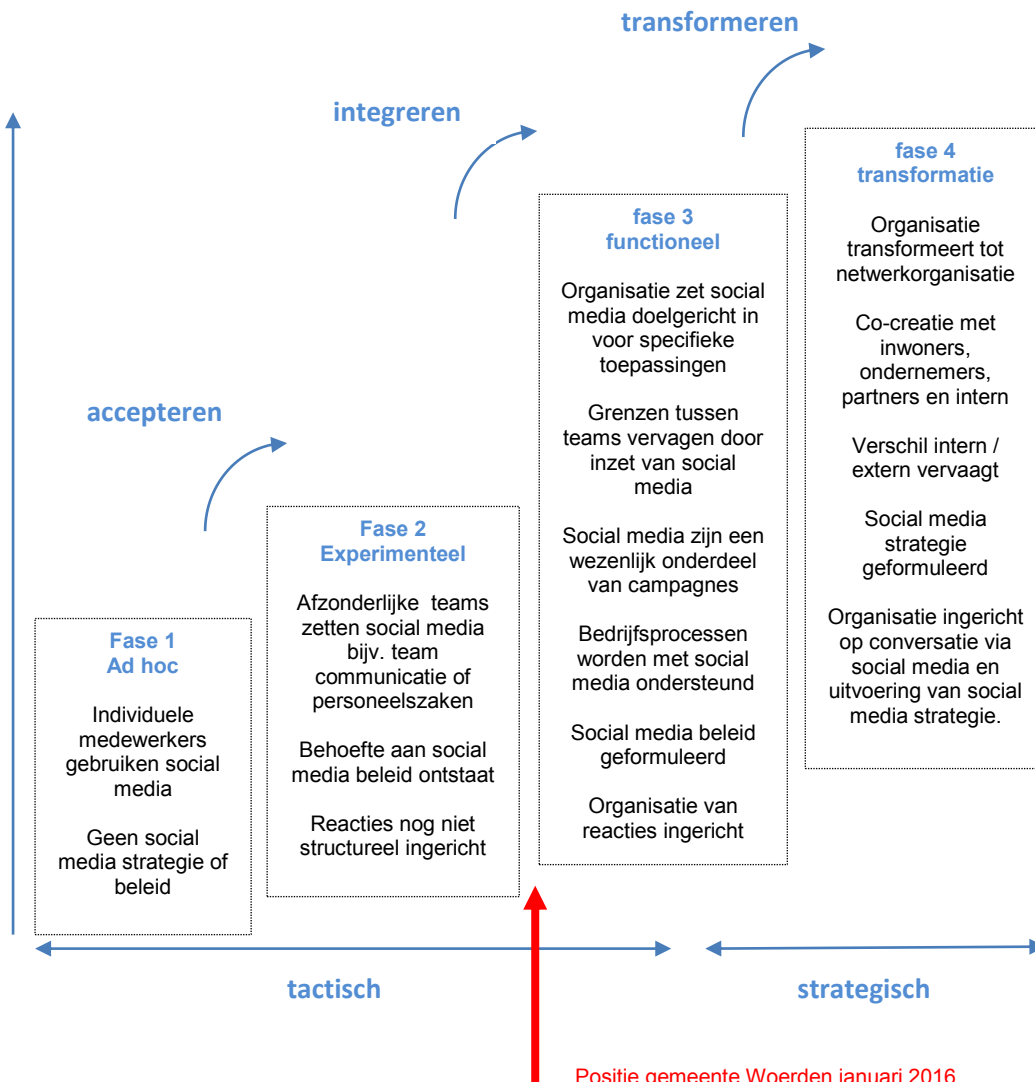
- Structurele verankering van het gebruik van social media, passend bij een professionele organisatie
- Voldoende mensen en middelen om aan de verwachtingen van inwoners en bestuur te voldoen.
- Heldere communicatie naar de inwoners en ondernemers toe over wat zij wel en niet kunnen verwachten van de gemeente.

Vertaald naar gemeentelijke taken:

- Versterking gemeentelijke dienstverlening. Social media zien we naast telefoon, brief/mail en baliecontact als het vierde kanaal.
- Verbreding bereik van gemeentelijke informatie
- Faciliteren van participatie en co-creatie
- Optimaal luisteren naar wat leeft
- Versterken eigen kracht sociaal domein
- Verbeteren crisiscommunicatie door tijdig monitoren in de aanloop van een mogelijke crisis.

## Het groeimodel

Onderstaand groeimodel gebruiken we als leidraad om van een zendergerichte organisatie naar een netwerkende gemeente te transformeren. Social media zijn onontbeerlijk bij deze ontwikkeling. Dit model, het Social Media Maturity Model, wordt breed geaccepteerd als groeimodel voor overheid en andere organisaties.



## De aanpak

### Strategie

- We verbreden de huidige activiteiten en zetten meer verschillende sociale media in.
- We verstevigen en intensiveren het huidige gebruik: we zijn actiever op de sociale media, die we nu al gebruiken. Inzet van sociale media is een onderdeel van elk communicatieplan.
- De ad hoc (amateuristische) aanpak transformeert in een (professionele) structurele aanpak.
- Zonder investering lukt dit niet. Middelen en capaciteit worden hiervoor vrijgemaakt.
- Draagvlak bij het overgrote deel van de organisatie is een must.

### Keuze in middelen

- We kiezen primair voor Twitter als belangrijkste social media om nieuws te verspreiden en inwoners mee te laten leven met zaken waar de gemeente zich mee bezig houdt.

- Het KCC breidt de dienstverlening van de gemeente uit met een proef met Whatsapp per 1 april.
- We kiezen primair voor ikbenwoerden.nl om digitaal het gesprek met onze inwoners aan te gaan en vice versa. Om dit beter te laten functioneren, verbeteren we dit instrument en wijzen een medewerker aan die het algemene beheer hiervan op zich neemt.
- Structureel monitoren we wat er leeft via social media. Social media worden planmatig ingezet. Professionele programmatuur ondersteunt daarbij.
- We onderzoeken of uitbreiding met een algemene facebook account voor de gemeente zinvol en haalbaar is.
- We onderzoeken of Facebook, Youtube, Instagram e.a. effectief ingezet kunnen worden om laagdrempeliger te communiceren, d.w.z. minder talig, meer met beelden.
- We onderzoeken de mogelijkheden van het digitaal ontsluiten van persoonsgebonden informatie en ondersteuning van inwoners met vragen op het gebied van zorg en ondersteuning via de Inwonercloud
- We breiden onze digitale dienstverlening via de site woerden.nl uit met eHerkenning (DigiD voor bedrijven).
- We zien dat sommige apps goed ondersteunend kunnen werken aan bedrijfsvoering ten behoeve van dienstverlening. Samen met de betrokken organisatieonderdelen onderzoeken we hoe deze apps geïntegreerd kunnen worden in de werkprocessen.
- We zoeken aansluiting bij bestaande social media platformen binnen de (Woerdense) samenleving die aansluiten bij het gebiedsgericht werken. Daar waar platformen ontbreken onderzoeken we welke mogelijkheden er zijn voor het ontwikkelen en opzetten van deze platformen door en voor de inwoners/stakeholders.

### Consequenties in formatie en budget

Duidelijk is dat social media er niet zo maar 'bij' gedaan kan worden. Eveneens blijkt dat het gebruik van social media niet in plaats van andere middelen is gekomen. Ook de traditionele middelen worden nog volop gebruikt door inwoners. Toch is er wel een voorzichtige verschuiving te zien. Mobiele apparatuur als telefoons en tablets worden in toenemende mate gebruikt om informatie op te zoeken of contact te maken / een dienst af te nemen of actie te ondernemen. Waar mogelijk worden uren vrijgemaakt door traditionele middelen in te ruilen voor activiteiten op het gebied van social media.

Daarnaast is extra inspanning nodig om structureel te monitoren, actief medewerkers te coachen bij de verdere invoering van dienstverlening via WhatsApp en Twitter en onderzoek gericht op toepassing Facebook, YouTube en Instagram. Nog veel meer is nodig wanneer we als organisatie inderdaad voortdurend in gesprek willen zijn met de mensen in Woerden.

In samenhang met andere ontwikkelingen, waaronder *Woerden zegt: 'Ja, tenzij...'* en de verdere ontwikkeling van de dienstverlening onderzoeken we de mogelijkheden (middelen en formatie) om het beleid zoals aangegeven in de notitie concreet vorm te geven.

Woerden, januari 2016