

Voorlopige agenda van de Raadscommissie Cultuurverandering van 13 juli 2011


Hierbij wordt u uitgenodigd voor de openbare vergadering van de Raadscommissie Cultuurverandering

Datum: woensdag 13 juli 2011
Aanvang: 13:00 - 15.00 uur
Locatie: Oude raadzaal
Voorzitter: J. Spakman
Griffier: W.T. Meijer (050) 3677726

A. Algemeen deel

- A1. Opening en mededelingen
- A2. Vaststelling agenda
- A3. Lange-termijnagenda en lijst moties en toezeggingen
- A4. Rondvraag

B. Inhoudelijk deel

- B1. Conclusies werkconferentie raad en college 24 mei 2011
+ overzicht aanbevelingen cultuurverandering
(rapportage interim-griffier)
Ingekomen stukken - Verslag werkconferentie (pdf)
- B2. Stand van zaken organisatieontwikkeling en cul-  GR11.2664557
tuurverandering
(collegebrief 30 juni 2011)
**Collegebrief - Stand van zaken organi-
satieontwikkeling en cultuurverande-
ring.gr11.2664557pdf** (pdf)
- B3. Voortgangsrapportage Burgerparticipatie
(bijlage bij collegebrief 30 juni 2011)

hierbij te betrekken:

- Evaluatie wijkcommunicatie
(bijlage bij collegebrief 30 juni 2011)
- Gemeente Groningen en Sociale Media
(bijlage bij collegebrief 30 juni 2011)

Raadsc commissie Cultuurverandering - woensdag 13 juli 2011

- Checklist burgerparticipatie
(aangeboden door D66)
Bijlage - Voortgangsrapportage Burgerparticipatie def2 (pdf)
Bijlage - Social Media def-extern (pdf)
Bijlage - Evaluatie wijkcommunicatie (pdf)
Bijlage - checklist burgerparticipatie d66 (pdf)

- B4.** 190.000 deskundigen
(initiatiefvoorstel Stadspartij)
Initiatiefvoorstel - 190.000 deskundigen! (pdf)

C. Huishoudelijk deel

- C1.** Ingekomen stukken en stukken ter kennisname
CV lijst ingekomen stukken 13 juli (pdf)
- C2.** Vaststelling verslagen 6 april en 18 mei 2011
verslag CV 06042011 (pdf)
verslag CV 18052011 (pdf)

Bij commissievergaderingen kunt u gebruik maken van het spreekrecht bij de inhoudelijke agendapunten (inclusief de conformstukken onder A) en de rondvraag. U krijgt dan drie minuten de gelegenheid de commissieleden te vertellen hoe u over een onderwerp denkt. Voor aanmelding en informatie kunt u terecht bij de commissiegriffier. De agenda's zijn onder voorbehoud. De definitieve agenda's worden in de vergadering vastgesteld.

Ingekomen stukken - Verslag werkconferentie

Conclusies werkconferentie raad en college 24 mei 2011

+

overzicht aanbevelingen cultuurverandering

Opbouw / leeswijzer:

Op 24 mei jl. vond er een werkconferentie plaats van college en raad naar aanleiding van het rapport van bevindingen van de interim-griffier, dat uw raad op 27 april heeft vastgesteld. Deze werkconferentie was onderverdeeld in een tweetal programmaonderdelen. Het eerste onderdeel van het programma was de bespreking van de rapportage van bevindingen aan de hand van een powerpoint presentatie. Voor verdere verdieping in de rapportage en de aanbevelingen bestond het tweede onderdeel van het programma uit een tweetal workshops. Deze workshops bestonden uit de bespreking van de hieronder weergegeven opdrachten 1, 2 en 3 in de groepen 1, 2 en 3 en de opdrachten A, B en C in de groepen 4, 5 en 6. Dit document biedt een samenvattend verslag van de bespreking en de daaruit voortvloeiende conclusies.

In *hoofdstuk 1* vindt u het resultaat van de werkgroepen 1, 2 en 3 (opdracht + samenvatting en conclusies).

In *hoofdstuk 2* volgt op dezelfde wijze het resultaat van de werkgroepen 4, 5 en 6.

Hoofdstuk 3 tenslotte bevat een bundeling van de conclusies en prioriteiten.

In de *bijlage* bij dit verslag vindt u de uitwerking van de flaps uit de workshops.

Het is de bedoeling dat dit verslag wordt besproken in de commissie Cultuurverandering van 13 juli a.s. De vraag is met name of de geformuleerde conclusies terecht getrokken zijn. Aan de hand van het advies van deze commissie wordt het implementatieplan van de aanbevelingen voorbereid. Het advies van de commissie is dus de basis voor het in concept op te stellen implementatieplan.

Daarnaast treft u als bijlage bij dit stuk een *geïntegreerd overzicht* aan van de aanbevelingen voortvloeiend uit het werk van de Commissie Cultuurverandering, de rapportage van bevindingen en van de werkconferentie van uw raad. Aan u de beoordeling van de kwaliteit en volledigheid van dit overzicht. Naar aanleiding van de bespreking en het daaruit voortvloeiende advies van uw commissie zal de raad worden voorgesteld dit overzicht vast te stellen en te bepalen dat de Commissie Cultuurverandering het voorstel over de te stellen prioriteiten en planning voorbereidt, zie bijgevoegd concept-raadsvoorstel en concept-raadsbesluit.

Ingekomen stukken - Verslag werkconferentie

1. Het resultaat van de werkgroepen 1, 2 en 3

Oprichting 1:

De stad staat bekend om de wethouderscultuur, geef in trefwoorden de kenmerken van deze cultuur weer. Hoe verhoudt zich deze cultuur met Governance ofwel Goed Bestuur. Wat moet er veranderen wil de rol van de raad ten opzichte van het college, zoals die is vastgelegd in de Gemeentewet, echt uit de verf komen.

Samenvatting en conclusies opdracht 1:

Hoewel als gevolg van het dualisme de wethouderscultuur minder sterk is geworden, is de mening, dat deze cultuur in de verhouding raad/college ofwel - vanuit deze cultuur gezien - college/raad nog altijd aanwezig is. Dit komt o.a. door de binding van de wethouder met zijn dienst en de volgende rol die de raad inneemt.

Governance zegt niet alleen iets over het effectief en efficiënt sturen op doelen en effecten. Governance gaat ook over de zuiverheid van invullen van rollen. Hiervan uitgaande betekent dit, dat gelet op de wettelijke verantwoordelijkheden van raad en college deze duidelijk moeten worden gescheiden en consequent anders worden ingevuld. De raad is het strategisch sturende orgaan (de wat-vraag) en het college staat voor de wijze waarop de strategische doelen van de raad worden gerealiseerd (de hoe-vraag). Daarvoor is het nodig, dat de informatievoorziening wordt afgestemd op het niveau van de raad en die van het college, dat de documenten van P&C aan de uitgangspunten van Governance voldoen, dat de raad zijn rol aan de voorkant van het proces oppakt ("debat aan de voorkant op niveau van het collegeprogramma en coalitieakkoord") om zijn kaderstellende rol ook ten aanzien van processen te kunnen vervullen. Governance in de betekenis van Goed Bestuur hangt ook samen met de kwaliteit van de integraliteit van beleid en van collegiaal bestuur en met de integriteit van de ambtelijke en de bestuurlijke en de politieke spelers in de werkprocessen (zie de laatstelijk verschenen handleiding integriteit).

De eerste prioriteit om de wettelijk vastgelegde rollen van de raad en het college goed tot zijn recht te laten komen is de opstelling van de strategische agenda van de raad. Voor de toelichting op de betekenis en de totstandkoming van de strategische agenda wordt hier volstaan met een verwijzing naar de notitie Gijsbertsen, die als bijlage is gehecht aan de rapportage van bevindingen.

*Uit de notitie blijkt dat de beleidsprioritering onmisbaar is als bron voor de opstelling van de strategische agenda. De raad is als enige bevoegd de strategische agenda vast te stellen. De raad bepaalt immers zijn eigen agenda. Dit is wat anders dan de formele vaststelling van de agenda aan het begin van de vergadering. Het is niet mogelijk is gebleken de bepaling van de beleidsprioriteiten in de vier jaarschijven al op te nemen in de voorjaarsbrief. **Voorgesteld wordt als onderdeel van de realisering van de eerste prioriteit om de beleidsprioritering in vier jaarschijven op te nemen in de begroting 2012.***

*De andere bronnen voor de strategische agenda zijn de P&C-documenten (hiervan bestaat al een jaarplanning), de planning van de beleidsevaluaties en de politieke incidenten en accidenten (bijv. agendering van door omstandigheden ingegeven actualiteitendebatten, 1-minuutinterventies, raadsinitiatieven en debatten in controlerende zin). **De opstelling van de planning van de beleidsevaluaties volgt later.***

Ingekomen stukken - Verslag werkconferentie

Opricht 2:

De mate van bestuurskracht wordt mede bepaald door het vermogen om het beleid af te stemmen op de positie van de stad op lange termijn. Daarom heeft inmiddels een belangrijk deel van de steden in ons land een strategische visie als toetsingskader voor nieuw beleid ontwikkeld. Hoe vindt in Groningen de lange-termijn-afstemming nu plaats? Waarom kan de strategische visie hierbij een rol vervullen. Beschrijf kort hoe zo'n strategische visie tot stand dient te komen en hoe deze kan worden onderhouden?

Samenvatting en conclusies opdracht 2

Over nut en noodzaak van de strategische visie naast alle reeds vastgestelde deelvisies bestaan twijfels. De twijfels zijn onder meer ingegeven door de snelheid waarin de samenleving zich ontwikkelt, de noodzaak van flexibiliteit om op ontwikkelingen in te kunnen spelen. Aan de andere kant wordt opgemerkt: "we hebben wel een beeld als raad, maar die gebruiken we niet als toetsingsmiddel". Deze opmerking roept meteen de vraag op: waarom leggen we dat beeld door middel van een interactief proces vast? Een andere groep onderkent de noodzaak van de strategische visie wel. Deze groep doet de suggestie om een scenario analyse en discussie te houden om tot een strategische visie te komen. De deelvisies op zich zijn een handvat voor het richting geven aan beleid. Echter de makke ervan is dat het slechts deelvisies zijn met doorgaans een scope van maximaal 10 jaar. Het ontbreekt aan een onderliggende integrale visie, op basis waarvan deelvisies worden ontwikkeld. Voor zo'n integrale visie heb je daarom een doorzicht nodig dat die tien jaar en de voorbereidingstijd van de deelvisie ruimschoots overtreft.

*Omdat de noodzaak van de ontwikkeling van de strategische visie niet raadsbreed wordt gedeeld wordt het volgende voorgesteld: **de griffie bereidt een discussienotitie voor de raad voor aan de hand waarvan de raad zich nader beraadt over de betekenis van de strategische visie en over de vraag hoe deze gelet op de eraan toe te kennen betekenis het beste tot stand kan komen.***

In een van de groepen is de vraag gesteld: "waar ga je nog over als college/raad (stad)? Het hieronder liggende gevoel is de beperking van de (absolute) politieke vrijheid. Dit gevoel roept vragen op als:

- *heeft de stadjer recht op consistentie en duurzaamheid van beleid?*
- *is het moment van aantreden van de nieuwe raad een mooie gelegenheid om de actualiteit van de visie interactief te toetsen?*

Waar doorgaans sprake is van vrijheid in gebondenheid, geldt dat in de praktijk zeker ook voor de politieke vrijheid. In gebondenheid door het bestaande beleid, door de relatief beperkte ruimte voor nieuw beleid en door de noodzaak van het zoeken van coalities.

Ingekomen stukken - Verslag werkconferentie

Opricht 3:

Sinds een aantal jaren dringt de betekenis van Governance / Goed Bestuur steeds verder door in gemeenteland. Wat moet er gedaan worden om de documenten van de Planning en Control cyclus te laten voldoen aan de uitgangspunten van Goed Bestuur? Wat de betekenis van de Planning & Control documenten voor de lange termijn agenda van de raad? Wat betekent Goed Bestuur voor de communicatie met de Stad?

Opricht 4:

Goed Bestuur gaat over de manier van werken ofwel houding en gedrag. Houding en gedrag kun je beïnvloeden door de daarbij behorende competenties van de spelers te benoemen. Als Goed Bestuur als uitgangspunt wordt genomen voor de bestuurlijke vernieuwing in onze Stad, wat betekent dat dan voor de competenties van college en management? Geef u in trefwoorden aan welke competenties horen bij Goed Bestuur als het gaat om de collegeleden en om het management? Waarom klopt de stelling wel of niet: werkprocessen kun je niet veranderen zonder houding en gedrag hierin mee te veranderen!

Samenvatting en conclusies opdracht 3 & 4:

*De betekenis en noodzaak van Governance / Goed Bestuur worden onderschreven. De P&C documenten moeten voldoen aan de eisen van Governance. **Het aanpassen van de P&C-cyclus aan de eisen van Governance wordt geprioriteerd.***

*Governance is heel kort samengevat sturen, beheersen, rapporteren en verantwoorden. Geconstateerd wordt, dat het door de raad sturen op doelen, effecten en resultaten in ontwikkeling is. De ontwikkelingslag gaat ieder jaar verder: denk aan de complimenten van de raad bij de vaststelling van de begroting. Consistent en consequent is de sturing nog niet: zo worden middelen met doelen verward, is niet voor alle beleidsambtenaren even duidelijk wat doelen, effecten en resultaten zijn en kan de vraag gesteld worden of de sturing op de verschillende onderwerpen op elkaar afgestemd is. De bespreking van enkele programma's in de rekening tijdens de terugkoppeling bevestigt dit beeld. **Om het inzicht in samenhang van doelen te versterken wordt voorgesteld om voor een programma een doelenboom op te stellen zodanig dat ook de onderlingesamenhang van doelen op programmaniveau en de samenhang met producten, middelen en activiteiten in beeld wordt gebracht.** (De Rekenkamercommissie heeft hierover ook al eerder een notitie uitgebracht.)*

*Governance in de zin van sturen, beheersen, rapporteren geldt ook voor het proces van beleidsvoorbereiding. Het aanknopingspunt hiervoor is het Gronings A4-tje als format voor het raadsvoorstel. Verder dan het Gronings A4-tje gaat het in de beleidsklok weergegeven besluitvormingsproces. In het besluitvormingsproces stuurt de raad aan de voorkant door in de raadopdracht procesafspraken kwalitatief en kwantitatief vast te leggen. Het Gronings A4-tje kan voor alle beslismomenten in het besluitvormingsproces worden aangepast. Een belangrijk element daarbij is de rapportage en verantwoording door het college over de realisering van de procesafspraken. Bij de bespreking blijkt, dat de ervaring opgedaan met G-kracht en de nota Jeugdbeleid kan worden gezien als een start voor de implementatie van in de rapportage van bevindingen beschreven besluitvormingsproces. **Aan de implementatie van de werkwijze conform de beleidsklok als besluitvormingsproces wordt prioriteit toegekend.***

Ingekomen stukken - Verslag werkconferentie

*Governance en Goed Bestuur liggen direct in elkaars verlengde. Governance normeert het proces en Goed Bestuur normeert het gedrag. Het gedrag kan worden beïnvloed ondermeer door het bij Goed Bestuur passende gedrag te benoemen, beelden hierover uit te wisselen en vervolgens deze vast te leggen in competenties. Goed Bestuur moet worden onderhouden en het onderhoud is bepaald niet een eenmalige activiteit maar moet herhaald worden (de kracht van de didactiek is de herhaling). De vraag is: bij wie ligt hiervoor de verantwoordelijkheid al gelet wordt op de positie van de raadsleden. Primair wordt de geacht te liggen bij de fracties en hun besturen, hetgeen niet wegneemt, dat raadsleden elkaar op gedrag kunnen aanspreken. Gelet op de verantwoordingsrelatie raad – college, heeft de raad altijd de mogelijkheid om het college op Goed Bestuur aan te spreken. De raad en het college hebben hun werkgeversrol voor respectievelijk griffie en ambtelijke organisatie. Als werkgever zijn raad en college ieder verantwoordelijk voor houding en gedrag van hun medewerkers. Gaat het om beheersing van afbreukrisico, dan is het zelfs mogelijk voor de raad om normen te stellen in de bedrijfsvoeringspraggraaf. **Naast de invoering van Governance dient de implementatie van Goed Bestuur onderwerp van permanente aandacht te zijn. Over het hoe de betekenis van het burgerjaarverslag hierbij wordt een procesvoorstel voorbereid.***

Ingekomen stukken - Verslag werkconferentie

2. Het resultaat van de werkgroepen 4, 5 en 6

Opricht A:

Hoe kan de college volgende rol van de raad worden omgezet in een college sturende rol?

Samenvatting en conclusies opdracht A:

Het gaat niet alleen om hulpmiddelen maar ook om houding en gedrag. Hulpmiddelen zijn o.m. de strategische agenda, de vraagpuntennotitie en de raadsopdracht met afspraken over de kwaliteit van de voorbereiding van beleid, de bepaling van belangrijke politieke thema's, de invoering van governance en goed bestuur etc.. Het gaat niet minder ook om houding en gedrag: een krachtige raad tegenover een krachtig college, van reactief naar proactief handelen, het bewust borgen van zorgvuldige implementatie/internalisatie van de vernieuwing van werkwijzen.

Daarbij is het van belang beelden en verwachtingen goed uit te wisselen en niet minder het zich bewust zijn, dat vernieuwing van werkwijzen goed gemonitord moeten worden en dat internalisatie meerdere jaren vergt. Het gaat dus vooral om een planmatige of beter projectmatige aanpak, waarbij het zaak is ombeelden en verwachtingen vast te leggen en om prioriteiten af te spreken.

Conclusie: goed gestructureerde aanpak van de op verandering van houding en gedrag gerichte implementatie van instrumenten is onontbeerlijk

Opricht B:

Sinds een aantal jaren dringt de betekenis van Governance / Goed Bestuur steeds verder door in gemeenteland. Wat moet er gedaan worden aan de totstandkoming van beleidsbesluiten van de raad om deze te laten voldoen aan de uitgangspunten van Goed Bestuur? Wat is de betekenis van het volgen van de stappen van het besluitvormingsproces (de beleidsklok) voor de manier van debateren? Neem bij de beantwoording van deze vragen de totstandkoming van G-kracht en Jeugdbeleid als handvat. Is de huidige lange termijn agenda een goed hulpmiddel voor de raad om te sturen op processen of is hiervoor een ander type lange termijn agenda nodig? Waarom? Wat betekent Goed Bestuur voor de communicatie met de Stadjes?

Samenvatting en conclusies opdracht B:

Sturen is zowel het vooraf formuleren van doelen effecten en resultaten van beleid maar beslist ook het stellen van proceskaders in raadsopdrachten voor de voorbereiding van beleid. De vooraf geformuleerde doelen, effecten en resultaten en de proceskaders (de eerste stap van Governance: sturen. Dit is de primaire verantwoordelijkheid van de raad gesteund door het college vanuit zijn voorbereidende rol. Het hierop volgende proces van beheersing – stap 2 – valt onder de verantwoordelijkheid van het college) is samen met de kaderstelling vooraf de basis voor de evaluatie (stap 3 controleren door de raad) van beleid en voor de toetsing van de voorstellen aan het eind van iedere fase van het besluitvormingsproces (stap 4 verantwoorden door het college aan de raad).

Ingekomen stukken - Verslag werkconferentie

Met G-kracht en Jeugdbeleid is een stap in de goede richting gemaakt. Deze vraagt verdere ontwikkeling, omdat bij beide projecten de afspraken meer uitvoerings- dan op sturingsniveau liggen. Dit is te bereiken door vooraf een discussie over kaderstelling te voeren waarbij duidelijk wordt wat daarmee bedoeld wordt en tot welke normering van het proces deze moet leiden. Proceskaders in de zin van normering van burgerparticipatie of wel betrokkenheid van en de communicatie met de stad, afspraken over actieve informatieplicht wil deze voldoen aan gestelde verwachtingen, afspraken over de doorloop van het proces, afspraken over de verwachting wat aan het eind van iedere procesfase wordt opgeleverd, last but not least budgetafspraken. Om dit te bereiken is verandering van de huidige werkwijze noodzakelijk door sturing vooraf. Goed bestuur is de normering van werkwijzen.

De strategische agenda (cf. notitie Gijsbertsen wordt gezien als primaire vereiste en vervolgens de uitwerking van het proces van beleidsvoorbereiding a.d.h.v. de beleidsklok. Niet minder belangrijk is om naast de invoering van deze twee instrumenten de manier van werken van alle betrokkenen ofwel hiervoor benodigde houding en gedrag te beschrijven. Zonder verandering van houding en gedrag (Goed Bestuur) zijn de instrumenten betekenisloos.

Opricht C:

Dat het college zijn best doet om de raad zo goed mogelijk actief te informeren wordt niet betwist. En dat het college héél véél informatie verstrekt, staat ook buiten kijf. Maar kan de raad er ook altijd wat mee? Hoe kan de actieve informatieplicht worden verbeterd, opdat de sturing en controle door de raad worden versterkt. Waarom moet denkend aan de uitgangspunten van goed bestuur schriftelijke verstrekking van actieve informatie regel zijn en waarom mag informatie slechts bij uitzondering mondeling worden verstrekt?

Samenvatting en conclusies opdracht C:

*Actieve informatieplicht lijkt onbegrensd (kan gaan over alles) en daardoor lastig te bepalen. Duidelijk is de noodzaak van goed politiek gevoel, waarbij het kritische gehalte van de ("verwijtende") raad een activerend effect heeft op het college. De actieve informatieplicht moet vooral gaan over de watvraag: zijn er afwijkingen van de vooraf afgesproken effecten en resultaten wijkt het proces af van de vooraf afgesproken normering? Niet alleen de watvraag-informatie is belangrijk voor de actieve informatie uitwisseling. Niet minder belangrijk zijn voorvallen/incidenten die de samenleving (ernstig) raken of ze nu wel of niet tot beleidsconsequenties leiden. Met het oog op goede controleerbaarheid wordt als regel actieve informatie schriftelijk verstrekt en is mondelinge informatieverstrekking uitzondering. De conclusie is: **het is noodzakelijk om verwachtingen en beelden bij de actieve informatieplicht uit te wisselen tussen raad en college, om deze vervolgens vast te leggen in normen.***

Ingekomen stukken - Verslag werkconferentie

Opricht D:

Goed Bestuur gaat over de manier van werken ofwel houding en gedrag. Houding en gedrag kun je beïnvloeden door competenties van de spelers te benoemen. Als Goed Bestuur als uitgangspunt genomen wordt voor de bestuurlijke vernieuwing in onze Stad, wat betekent dat dan voor de competenties van raadsleden? Geeft u in trefwoorden aan welke competenties raadsleden voldoen bij Goed Bestuur?

Samenvatting en conclusies opdracht D:

Kwaliteit en inhoud van het proces moeten met elkaar matchen ofwel de zorgvuldigheid is mede bepalend voor het resultaat. De zorgvuldigheid heeft betrekking op de kwaliteit van het omgaan met ieders eigen verantwoordelijkheden door rad en college. Voor raadsleden is het daarbij belangrijk om te beschikken over helicopterview voor te kunnen sturen op hoofdlijnen, de vaardigheid van netwerken met de samenleving om te achterhalen wat deze bezighoudt om dit te vertalen in beleid, analytisch vermogen om samenhangen en situaties te kunnen doorgronden op hun betekenis voor beleid, en het inzien van en het omgaan met politieke details ofwel wat maatschappelijk belangrijk wordt gevonden.

Ingekomen stukken - Verslag werkconferentie

3. Bundeling van conclusies en prioriteiten

- 1. De eerste prioriteit om de wettelijk vastgelegde rollen van de raad en het college goed tot zijn recht te laten komen is de opstelling van de strategische agenda van de raad.*
- 2. Voorgesteld wordt als onderdeel van de realisering van de eerste prioriteit om de beleidsprioritering in vier jaarschijven op te nemen in de begroting 2012.*
- 3. De opstelling van de planning van de beleidsevaluaties volgt later.*
- 4. de griffie bereidt een discussienotitie voor de raad voor aan de hand waarvan de raad zich nader beraadt over de betekenis van de strategische visie en over de vraag hoe deze gelet op de eraan toe te kennen betekenis het beste tot stand kan komen.*
- 5. Het aanpassen van de P&C-cyclus aan de eisen van Governance wordt geprioriteerd.*
- 6. Om het inzicht in samenhang van doelen te versterken wordt voorgesteld om voor een programma een doelenboom op te stellen zodanig dat ook de onderlingesamenhang van doelen op programmaniveau en de samenhang met producten, middelen en activiteiten in beeld wordt gebracht.*
- 7. Aan de implementatie van de werkwijze conform de beleidsklok als besluitvormingsproces wordt prioriteit toegekend.*
- 8. Naast de invoering van Governance dient de implementatie van Goed Bestuur onderwerp van permanente aandacht te zijn. Over het hoe de betekenis van het burgerjaarverslag hierbij wordt een procesvoorstel voorbereid.*
- 9. goed gestructureerde aanpak van de op verandering van houding en gedrag gerichte implementatie van instrumenten is onontbeerlijk*
- 10. De strategische agenda (cf. notitie Gijsbertsen wordt gezien als primaire vereiste en vervolgens de uitwerking van het proces van beleidsvoorbereiding a.d.h.v. de beleidsklok. Niet minder belangrijk is om naast de invoering van deze twee instrumenten de manier van werken van alle betrokkenen ofwel hiervoor benodigde houding en gedrag te beschrijven.*
- 11. het is noodzakelijk om verwachtingen en beelden bij de actieve informatieplicht uit te wisselen tussen raad en college, om deze vervolgens vast te leggen in normen.*

Ingekomen stukken - Verslag werkconferentie

Bijlage 1: flaps van de workshops

ad opdracht 1:

groep 1:

wethouderscultuur

kenmerken: wethouder dominant in de fractie
raad zeer volgend / minder open voor initiatieven
eigen diensten

relatie met Governance / Goed Bestuur

wat veranderen: scheiden verantwoordelijkheden
integraliteit van beleid cq collegiaal bestuur
AMT – CMT collegiaal

groep 2:

wethouderscultuur

krachtige wethouders met visie sturend en kaderstellend (bij gratie van coalitie)

raad volgend

ook nodig integreringsafspraken

opl.: minderheidscollege

ruimte zoeken als raad

groep 3:

wethouderscultuur

- vroeger meer dan nu
- verschil oppositie en coalitie
- veranderd sinds dualisme
- binnen college meer openheid onderling
- debat aan de voorkant op niveau van het collegeprogramma en coaliteiakkoord moet beter op gang komen
- raad op eigen initiatief agenderen
- focus je in het debat op je eigen politieke visie
- niet teveel op details
- eigen politieke agenda bepalen

Ingekomen stukken - Verslag werkconferentie

ad opdracht 2:

groep 1:

strategische visie

- hoe vindt de lange termijn afstemming plaats?
 - i. Visie op deelterreinen
- Waarom kan de strategische visie hierbij een rol vervullen?
 - i. Dat vragen wij ons af of dat zo is
- hoe zo'n strategische visie maken en onderhouden?
 - i. Moet dat überhaupt wel
 - ii. We hebben wel een beeld als raad, maar die gebruiken we niet als toetsingsmiddel

groep 2:

- probleem: ontwikkelingen gaan te snel
juist te log
veel flexibiliteit nodig
- toch nodig: om trends te signaleren en daarop te sturen
scenario analyse
- Waar ga je nog over als college/raad (stad)?

ad opdracht 3:

groep 1:

Goed Bestuur

- hoe documenten van planning & control laten voldoen aan de uitgangspunten van Goed Bestuur?
 - i. Gronings A4-tje, smart
- Betekenis hiervan voor de lange termijn agenda van de raad?
 - i. Hogere frequentie
- betekenis Goed Bestuur voor Stadgers?
 - i. Burger is op alle momenten van de besluitvorming op de hoogte van de status en de mogelijke invloed hierop
- competenties college en management? (i.r.t. Goed Bestuur)
 - i. trefwoorden: vertrouwen hebben / geven
invoelend vermogen
politieke sensitiviteit
intergriteit
- stelling
 - i. hij klopt!

groep 2:

Cijfers moeten iets zeggen doelstellen!

Niet alles is te meten, of in cijfers weer te geven

Kies voor een paar centrale thema's waar je op wilt sturen (niet op alle details)

Probeer zo scherp mogelijk te zeggen wat je wilt bereiken

Ingekomen stukken - Verslag werkconferentie

ad opdracht 4:

groep 2

je kwetsbaar opstellen(en de pers dan?)
helder zijn over wat je wilt

groep 3

goed bestuur, houding & gedrag

- geldt ook voor raadsleden
- open houding, luisteren

betekent niet altijd gelijk geven maar wel serieus nemen

- keuzes maken en helder kunnen beargumenteren
- dienst aansturen
- dienstbaarheid

ad opdracht A:

groep 4

college - sturende raad?
Durf, discipline ruggengraat

groep 5

aan begin jaar welke thema's politiek belangrijk zijn voor de raad (gehele raad)
voorbereiding / verkenning door de raad (randvoorwaarden, de "wat"vraag)
politieke jaaragenda maken
volgt opdracht aan het college
(inbedding in bestaande cultuur)

groep 6

strategische agenda + politieke LTA
LTA + vr./opdrachten aan het college
Mag college altijd opvatting hebben?

ad opdracht B:

groep 4:

Governance
LTA: belang van strategische agenda

groep 5:

van tevoren doestellingen duidelijk formuleren, vraagt
voorbereidende kaderstellende discussie
voorbereiding door college, griffie, input door raad
uitnodigen stadjs
helderheid over participatietraject

groep 6:

raadsopdracht vooraf
wat wil je (hierbij) bespreken en hoe rapporteren
betekenis communicatie voor Stadjs: inzicht in beleidsproces en participatieprocedure

Ingekomen stukken - Verslag werkconferentie

ad opdracht C:

groep 4:

actieve informatieplicht
idiot veel info
of het mondeling kan hangt af van het soort info

groep 5:

actieve informatieplicht = onbegrensd / maakt dit lastig
geen normenkader
vraagt politiek gevoel van college
“verwijtende” raad activeert informatieplicht
informereren hoofdzakelijk over de “wat” vraag
schriftelijk in verband met controleerbaarheid

groep 6:

mededelingen altijd op papier
kan raad nog sturen?
Nog nader bespreken

Ad opdracht D:

groep 5

proces matchen met de inhoud
“helicopterview”/ hoofdlijnen

groep 6

in contact met samenleving
richten op hoofdlijnen
politiek relevante details
analyseren

Ingekomen stukken - Verslag werkconferentie

Bijlage 2: overzicht aanbevelingen cultuurverandering

Good Governance				
<p>Waarom de titel Good Governance Bij de werkconferentie van 24 mei jl. is komen vast te staan, dat alle acties in het kader van cultuurverandering passen in de visie van Good Governance. Om die reden is het onderstaande overzicht van aanbevelingen onder de titel Good Governance uitgebracht. Governance is kort samengevat sturen, beheersen, rapporteren en verantwoorden. Good Governance gaat over de normering van houding en gedrag om Governance in praktijk optimaal tot zijn recht te laten komen, opdat het door zijn omgeving gedragen en gerespecteerd wordt.</p> <p>Leeswijzer als hulpmiddel om het overzicht te lezen Het onderstaande schema is onderverdeeld in vier onder elkaar volgende blokken: strategische agenda, beleidsproces, Planning & Control Cyclus en Good Governance. Deze namen staan in kolom 1. Per blok zijn met het oog op transparantie in kolommen achtereenvolgens weergegeven in kolom 2 de aanbevelingen uit de rapportage van bevindingen, in kolom 3 de aanbevelingen van de commissie Cultuurverandering en in kolom 4 zijn de beide categorieën aanbevelingen geïntegreerd. <i>Cursief vindt u hier de aanbevelingen n.a.v. de werkconferentie.</i></p> <p>Ambitiebeheersing als voorwaarde voor het verandermanagement In het overzicht zijn er nog geen prioriteiten aangegeven. Hiervoor dient kolom 5. De prioritering in de afzonderlijke blokken hoeft elkaar niet te belemmeren. Het is mogelijk om prioriteiten in de drie blokken naast elkaar op te laten gaan, omdat aan ieder blok van elkaar verschillende disciplines kunnen werken. Het is wel een absolute voorwaarde om bij de planning van de prioriteiten in tijd de ambities goed te beheersen. De hechtheid van de Groningse cultuur vergt extra tijd voor het internaliseren van de aanbevelingen. Het is daarbij zaak om de prioriteiten overzichtelijk in deelstappen uit te werken.</p>				
	Rapport van bevindingen	Commissie Cultuurverandering (Aanbevelingen Stappenplan Cultuurverandering)	Aanbevelingen geïntegreerd	Prioriteit-Stelling
Strategische agenda	<ul style="list-style-type: none"> - ontwikkelen strategische visie 'Groningen in 2035' - komen tot een Strategische Agenda, waarmee de raad zijn sturende rol beter kan vervullen en aan de voorkant van het beleidsproces komt – uitgangspunt notitie Gijsbertsen - maak een plan van aanpak mbt de aanbevelingen, begeleid door presidium - stel jaarlijks een griffieplan op met onderdeel CV 	<ul style="list-style-type: none"> - zet huidige LTA – een planningsoverzicht van het college – om in een LTA/strategische agenda waarmee de raad beter kan sturen en aan de voorkant van het beleidsproces komt te staan (Aanb. 1 t/m 6) 	<ul style="list-style-type: none"> - ontwikkelen strategische visie 'Groningen in 2035' - kom tot een Strategische Agenda, met als uitgangspunt de notitie Gijsbertsen - het presidium vormt de agenda-commissie - stel jaarlijks een griffieplan op met onderdeel CV <ul style="list-style-type: none"> • <i>laat griffie discussienotitie opstellen t.b.v. bezinning op betekenis strategische visie</i> 	

Ingekomen stukken - Verslag werkconferentie

	Rapport van bevindingen	Commissie Cultuurverandering (Aanbevelingen Stappenplan Cultuurverandering)	Aanbevelingen geïntegreerd	Prioriteit-Stelling
Beleidsproces	<p>- versterk de controlerende rol van de raad door een verantwoordingsparagraaf in de beleids-voorbereidende documenten op te nemen</p> <p>- nagaan hoe de kwaliteit van de informatie kan worden verbeterd tbv de sturende en controlerende rol van de raad</p> <p>- evalueer het functioneren van de commissies in de cie. CV én de commissievoorzitters en kom daarna met voorstellen</p> <p>- mbt burgerparticipatie: raad pak sturende rol!</p>	<p>- presenteer alle raadsvoorstellen/-collegebrieven volgens een helder en eenduidig format om de rol van de raad te versterken (Aanbevelingen 8, 10, 11 en 12)</p> <p>- vervolmaak het RIS (Aanbeveling 9)</p> <p>- mbt burgerparticipatie: aanbevelingen 14 t/m 21</p>	<p>- versterk de rol van de raad door de kwaliteit van beleids(voorbereidende) instrumenten te verbeteren</p> <p>- versterk het RIS tot een basisvoor-ziening voor het raadswerk</p> <p>- evalueer het functioneren van de commissies in de cie. CV én de commissievoorzitters en kom daarna met voorstellen</p> <p>- college heeft reeds kadernota opgesteld; wordt inmiddels uitgewerkt</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>ken prioriteit toe aan implementatie werkwijze conform beleidsklok</i> 	

Ingekomen stukken - Verslag werkconferentie

	Rapport van bevindingen	Commissie Cultuurverandering (Aanbevelingen Stappenplan Cultuurverandering)	Aanbevelingen geïntegreerd	Prioriteit-Stelling
P & C cyclus	<p>- kom tot beleidsprioritering in vier jaarschijven en</p> <p>- verzoek het audit-comitee te adviseren over de verwerking van de beleidsprioriteiten in de voorjaarsbrief om de gevolgen voor de begrotings-behandeling in beeld te brengen</p> <p>- verzoek het audit-comitee om advies hoe de samenhang van de planning en rapportage documenten van de P&C cyclus te verankeren in de verordening ex art 212 en 213 lid 1 gem.wet</p> <p>- nagaan hoe het beste cyclisch kan worden gerapporteerd over de ontwikkeling van de kwaliteit van dienstverlening</p>		<p>- kom tot beleidsprioritering in vier jaarschijven en</p> <p>- verzoek het audit-comitee te adviseren over de verwerking van de beleidsprioriteiten in de voorjaarsbrief om de gevolgen voor de begrotings-behandeling in beeld te brengen</p> <p>- verzoek het audit-comitee om advies hoe de samenhang van de planning en rapportage documenten van P&C cyclus te verankeren in verordening ex art 212 en 213 lid 1 gem.wet</p> <p>- nagaan hoe het beste cyclisch kan worden gerapporteerd over de ontwikkeling van de kwaliteit dienstverlening</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>prioriteer aanpassen P&C cyclus aan eisen Governance</i> • <i>stel voor een programma een doelenboom op om inzicht te krijgen in samenhang doelen, effecten, resultaten</i> 	

Ingekomen stukken - Verslag werkconferentie

	Rapport van bevindingen	Commissie Cultuurverandering (Aanbevelingen Stappenplan Cultuurverandering)	Aanbevelingen geïntegreerd	Prioriteit-Stelling
Good Governance	<p>- verzoek het audit-comitee om te adviseren over de voorbereiding om evaluatieprioriteiten te bepalen</p> <p>- verzoek het audit-comitee om advies hoe meetbaarheid van beleid consequent door te voeren</p> <p>- zorg voor een goed inwerkprogramma voor de raad, met veel aandacht voor good governance in relatie tot de rollen, taken en verantwoordelijkheden van raad en college</p> <p>- stel een discussienota op over de betekenis van de actieve informatieplicht van het college tbv de rol van de raad</p>	<p>- hanteer de spelregels uit de nota vertrouwelijkheid strikt en ga zeer terughoudend om met het opleggen van vertrouwelijkheid (Aanbeveling 13)</p> <p>- integreer in het scholingsaanbod voor de raad ook debatvaardigheden (Aanbeveling 7)</p>	<p>- verzoek het audit-comitee op korte termijn over beide aanbevelingen te rapporteren</p> <p>- verzoek het college op korte termijn het beleid mbt vertrouwelijkheid te evalueren</p> <p>- maak een goed inwerkprogramma voor de nieuwe raad, met veel aandacht voor good governance, in relatie tot de rollen, taken en verantwoordelijkheden voor raad en college</p> <p>- stel een discussienota op over de betekenis van de actieve informatieplicht van het college tbv de rol van de raad</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>maak voorstel over burgerjaarverslag als hulpmiddel om Goed Bestuur permanent onder de aandacht te brengen en te houden</i> 	

Ingekomen stukken - Verslag werkconferentie

Bijlage 3: concept-raadsvoorstel

Raadsvoorstel:

2010-2011

Ons kenmerk:

Registratienummer:

Ingekomen op:

Onderwerp: overzicht aanbevelingen cultuurverandering

Groningen,

Aan de Raad,

Het afgelopen jaar heeft de Commissie Cultuurverandering gewerkt aan aanbevelingen om de rollen van de raad en die van het college beter uit de verf te laten komen. Parallel hieraan is de rapportage van bevindingen geschreven. Deze rapportage hebt u vastgesteld in uw vergadering van 27 april jl. De rapportage van bevindingen van bevindingen is besproken in de werkconferentie van uw raad van 24 mei jl. Het verslag van deze werkconferentie treft u als bijlage aan. De aanbevelingen voortvloeiend uit het werk van de Commissie Cultuurverandering, de rapportage van bevindingen en van de werkconferentie van uw raad komen in grote mate met elkaar overeen of liggen in elkaars verlengde. Daarom zijn alle aanbevelingen geïntegreerd in één overzicht, dat u eveneens als bijlage aantreft. De Commissie Cultuurverandering heeft e.e.a. in haar vergadering van 13 juli 2011 besproken. Daarbij heeft de commissie de kwaliteit en de volledigheid van het overzicht besproken. Op basis van de bespreking komt de Commissie Cultuur Verandering tot het volgende advies:

1.
2.
3. Etc.

Wij stellen uw raad voor om te besluiten

- I. met inachtneming van het advies van de Commissie Cultuurverandering bijgaand overzicht vast te stellen en
- II. de Commissie Cultuurverandering het voorstel over de te stellen prioriteiten en planning te laten voorbereiden.

Het Presidium,

De voorzitter,

de griffier.

Ingekomen stukken - Verslag werkconferentie

Bijlage 4: concept-raadsbesluit

20 juli 2011.

Nr. ...

Overzicht aanbevelingen cultuurverandering

DE RAAD VAN DE GEMEENTE GRONINGEN;

Gelezen het raadsvoorstel Overzicht aanbevelingen cultuurverandering, inclusief het verslag van de werkconferentie van college en raad van 24 mei 2011 en het geïntegreerde overzicht van de aanbevelingen voortvloeiend uit het werk van de commissie Cultuurverandering, de rapportage van bevindingen van de interim-griffier en de genoemde werkconferentie

HEEFT BESLOTEN:

- III. met inachtneming van het advies van de Commissie Cultuurverandering bijgaand overzicht vast te stellen en
- IV. de Commissie Cultuurverandering het voorstel over de te stellen prioriteiten en planning te laten voorbereiden.

Gedaan te Groningen in de openbare raadsvergadering van 20 juli 2011.

De griffier,

De voorzitter,

mr. L.A.M. (Leo) Aarden.

dr. J.P. (Peter) Rehwinkel.

Collegiebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

Bestuursdienst



Afdeling Directie Middelen/Concern P&O
Onderwerp Stand van zaken organisatieontwikkeling en
cultuurverandering

Bezoekadres
Waagstraat 1

Postadres
Postbus 20001
9700 PB Groningen

Wij zijn met het openbaar vervoer
bereikbaar, buslijnen 1, 2, 3, 5, 6,
11, 13, 16

Informatie over vertrektijden krijgt
u via 0900-9292

In uw antwoord graag datum en
kenmerk vermelden.

Aan de leden van de raad van de gemeente Groningen
te
GRONINGEN

Telefoon (050) 367 76 88 Bijlage(n) 2

Ons kenmerk BD 11.2627830

Datum **30 JUN 2011** Uw brief van

Uw kenmerk

E-mailadres
tuuk.bezem@bsd.groningen.nl

Website
www.groningen.nl

Geachte mevrouw/heer,

Hierbij ontvangt u de actuele stand van zaken van de organisatieontwikkeling en cultuurverandering. In deze brief schetsen wij de ontwikkelingen en tussentijdse resultaten en koppelen wij de aandachtspunten van de raadscommissie Cultuurverandering (brief voorzitter commissie 18 augustus en bespreking commissie april 2011) terug.

1. Vooraf.

Tijdens de vergadering van de commissie Cultuurverandering van 6 april jl. heeft u ons verzocht terug te komen op de punten uit de brief van de voorzitter van 18 augustus 2010. Uiteraard zijn wij graag bereid om hieraan te voldoen. Wij laten uw vragen hieronder terugkomen in verschillende paragrafen. We plaatsen daarbij de eerder gemaakte kanttekening. De afgelopen tijd hebben wij regelmatig met elkaar gesproken over de rol van u als raad, van ons als college en van de organisatie. In het licht van deze gesprekken en de Rapportage van bevindingen van de griffier, vragen wij ons af of alle punten uit de brief van de heer Spakman zich lenen voor een structureel terugkerende rapportage. Bij de verschillende onderdelen gaan we daar verder op in.

U heeft ook aangegeven niet zozeer geïnformeerd te willen worden over de ondernomen acties, maar over het bereiken van doelstellingen en de effecten van acties. Op dat punt zijn wij het volledig met u eens. In de laatste paragraaf gaan wij daarom in op het meten van resultaten en effecten van organisatieontwikkeling en cultuurverandering.

In de commissievergadering van 6 april jl. hebben wij u toegezegd uw raad nader te informeren over de ontvangstbevestiging van brieven. In de visie Publieke Dienstverlening 2014 hebben we ons als doel gesteld om brieven binnen vijf dagen met een ontvangstbevestiging en binnen zes weken inhoudelijk te beantwoorden.

Collegebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

Bladzijde 2 van 8
Onderwerp Stand van zaken organisatieontwikkeling en cultuurverandering



Daarnaast zijn de brieven die we versturen begrijpelijk. We hebben een inventarisatie laten houden hoe het gemeentebreed gesteld is met het versturen van ontvangstbevestigingen en de kwaliteit van de brieven.

Op nagenoeg alle inkomende brieven, ongeveer 146.000 poststukken per jaar, wordt een ontvangstbevestiging verstuurd. Daar waar nog geen ontvangstbevestiging wordt verstuurd - en dat gebeurt incidenteel bij 'burgerbrieven', maximaal 150-200 brieven per jaar, moet de gemeentelijke organisatie zo snel mogelijk voldoen aan de gewenste norm.

2. Bestuurlijke dienstverlening.

Het eerste resultaat dat wij hebben geboekt is een herdefiniëring van de rollen en verantwoordelijkheden binnen het proces van bestuurlijke dienstverlening (zie bijlage II). Deze afspraken zijn de basis voor een deel van dit proces: van onze opdracht aan de organisatie tot de collegevergadering. De uitvoering van deze afspraken betekent een andere werkwijze en ander gedrag. Dat is een kwestie van cultuurverandering. Niet alles zal in één keer goed gaan. We gaan meten in hoeverre wij vorderen in het werken volgens de gemaakte afspraken, waardoor wij zicht krijgen op de vorderingen van de cultuurverandering op dit punt. Nadrukkelijk spraken wij hier over een deel van het proces van bestuurlijke dienstverlening. Net als u hechten wij aan de aansluiting van de voorkant aan de achterkant van het proces (besluitvorming raad).

Op 24 mei jl. heeft een werkbijeenkomst met uw raad en ons college plaatsgevonden. Afsproken is dat de rapportage over deze werkconferentie door de griffier wordt opgesteld. Wij hebben de openheid in de onderlinge discussies bijzonder gewaardeerd en ook de wijze waarop deelnemers zich hebben opgesteld, met oog voor elkaars rol. Beide elementen – openheid en kwetsbaar durven opstellen, maar tegelijk respect voor elkaars rol – zijn van groot belang in het verdere traject van verbetering van de bestuurlijke dienstverlening. Een ander punt dat wij uit de werkconferentie meenemen, is uw verzoek om uw raad te ondersteunen bij het opstellen van kaders. Het spreekt vanzelf dat wij dat graag oppakken. Daarbij gebruiken we de ervaring die we op dit punt met de WMO hebben opgedaan (zie hieronder). Binnen het project bestuurlijke dienstverlening starten wij op korte termijn een pilot waar kaderstelling een onderdeel van is.

2a. De groei naar meer collegialiteit van bestuur

Als voorbeeld van een andere manier van werken noemen wij hier de WMO. In ons collegeprogramma hebben we aangegeven dat we Groningen niet alleen vanuit het stadhuis gaan besturen, maar steeds vaker, eerder en meer gezamenlijk met de mensen om wie het gaat. Voor een nieuw WMO-meerjarenprogramma betekent dat organen en instellingen, die werkzaam zijn op het WMO-terrein, zo goed mogelijk betrekken. Uw raad nam daarin een belangrijke plaats in aan de voorkant van het proces.

Collegebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

Bladzijde 3 van 8
Onderwerp Stand van zaken organisatieontwikkeling en cultuurverandering



Uw eerste discussie rondom de voorbereiding van het nieuwe programma was zonder uitgewerkte (door het college vastgestelde) notitie vooraf en de portefeuillehouder was als toehoorder aanwezig. Deze werkwijze was nieuw.

Het was voor alle partijen wennen, maar het werd als positief ervaren. Het resultaat was dat uw raad kaders heeft meegegeven voor de nieuwe WMO-nota. Met die kaders gaat ons college nu verder het proces in, waarbij wij uw raad, diverse instellingen, organisaties en burgers zullen betrekken. In dit voorbeeld hebben de drie partijen raad, college en ambtelijke organisatie, meer dan tevoren, invulling gegeven aan hun *eigen* rol. Wat ons betreft gaan we deze werkwijze vaker inzetten.

2b. Formats raadsvoorstellen/collegebrieven

Wij verwachten nog voor het zomerreces, op basis van het voorstel 'het Gronings A4-tje' een conceptformat voor raadsvoorstellen gereed te hebben. Het format wordt in overleg met de griffie en de werkgroep informatievoorziening ontwikkeld. De opgave voor onze organisatie ligt niet zozeer in de ontwikkeling van het format, maar het juist toepassen van en toezien op het gebruik van het format. Het format moet ook te gebruiken zijn in een gedigitaliseerde aanpak.

2c. Herziening inspraakverordening

De huidige inspraakverordening is de minst actieve vorm van burgerparticipatie, de onderste trede op de participatieladder. Ons college wil van harte de verordening uitbreiden en ruimte bieden voor een meer actieve deelname aan besluitvormingsprocedures. Daartoe stellen wij voor om gezamenlijk met uw griffie en de werkgroep burgerparticipatie een voorstel voor te bereiden.

3. Publieke dienstverlening.

Vragen van burgers staan centraal, en de organisatie moet daar op ingericht zijn. Publieke dienstverlening is voor onze inwoners, bedrijven en instellingen het gezicht van de gemeente. Ons college informeert u naast de vaste verantwoordingsdocumenten via de jaarplannen Publieke Dienstverlening over onze inspanningen. We zijn goed op weg richting de doelen voor 2014 als we de diverse kanalen beschouwen.

- Het klanttevredenheidsonderzoek bij drie publieksdiensten scoort een gemiddelde van 7,9 een stijging ten opzichte van 2009 (7,5).
- De audit schriftelijke bereikbaarheid laat zien dat de kwaliteit van brieven aanzienlijk verbeterd is – met name op vorm en inhoud- maar dat op enkele onderdelen nog extra aandacht gevraagd wordt. Het afgelopen jaar zijn daarom steeds meer medewerkers getraind in begrijpelijk schrijven.
- Het project Bouwen aan Brieven begin 2011 liet burgers op interactieve wijze brieven van de gemeente beoordelen en verbeteren. Er zijn zes brieven verbeterd, waarbij het burgeroordeel is gestegen van een 6.8 naar een 7.6.
- Der zoekfunctionaliteit op de website is verbeterd door de aanschaf van het kennismanagement systeem.

Collegebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

Bladzijde 4 van 8
Onderwerp Stand van zaken organisatieontwikkeling en cultuurverandering



Een tweede mystery e-mailonderzoek is gestart in het voorjaar 2011. Het project om gemeentelijke brieven te verbeteren wordt in 2011/2012 voortgezet.

We willen nog meer stimuleren dat de burger het 'goede kanaal' gebruikt. Zo is de afgelopen periode gewerkt aan een ontwikkelplan voor één klantencontactcentrum voor de gemeente Groningen. Algemene vragen van alle diensten worden voortaan op 1 punt beantwoord. Ook gaat Groningen mee met het +14050 nummer werken, een toegangsnummer voor de gemeente.

Binnenkort zenden wij u een voorstel met betrekking tot de brief van de VNG over minimum normen in de publieke dienstverlening en het deelnemen aan de benchmark "waarstaatjegemeente".

4. Interne dienstverlening.

De Inrichtingsnota Interne Dienstverlening, waarin de vorming van de PIJOFACH-functies tot een Shared Service Centre (SSC) nader wordt uitgewerkt, ligt ter advisering bij de Centrale Ondernemingsraad. De vorming van een SSC vraagt om een grote investering. Momenteel wordt uitgewerkt in hoeverre de kosten kunnen worden terugverdiend met de efficiencywinst die het SSC oplevert.

5. Burgerparticipatie.

Nadat uw raad in januari van dit jaar de Kadernota Burgerparticipatie heeft vastgesteld, hebben wij de uitwerking ter hand genomen. Dit doen wij samen met burgers, bedrijven en instellingen. Net zoals we dat bij het opstellen van de Kadernota gedaan hebben. We hebben u toegezegd in juni over de voortgang te rapporteren. Deze rapportage zenden wij u toe. Daarnaast ontvangt uw raad een notitie over de inzet van social media als gemeente, getiteld #ggsm.

6. Organisatie Ontwikkeling en cultuurverandering: één Groningen, één organisatie.

De projecten die wij hierboven hebben toegelicht, dragen alle bij aan het realiseren van *Eén Groningen, één organisatie*. Maar er gebeurt meer en ook dat draagt bij aan onze doelstelling. Hieronder gaan we daar verder op in, aan de hand van de vragen uit de brief van de heer Spakman.

6a. De rol van en de acties door de burgemeester en de portefeuillehouder

De ontwikkeling van de organisatie en de verandering van de cultuur zijn sterk met elkaar verbonden. We zijn het eens met uw opvatting dat het in onze organisatie vooral over dat laatste punt gaat: verandering van houding, gedrag en werkwijze. De volgende verdeling is eerder door ons vastgesteld. De burgemeester heeft de coördinatie van de Veranderagenda in zijn portefeuille. De focus ligt op burgerparticipatie en op cultuurverandering, en dan in het bijzonder de contacten 'naar buiten'.

Personeel en organisatie zijn onderdeel van de portefeuille van wethouder Schroor. Hij is verantwoordelijk voor organisatieontwikkeling zoals vastgelegd in het collegeprogramma.

Collegebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

Bladzijde 5 van 8
Onderwerp Stand van zaken organisatieontwikkeling en cultuurverandering



Maar de scheidslijn tussen cultuurverandering en organisatieontwikkeling is niet scherp te trekken: bij het veranderen van de organisatie verandert ook de cultuur. En het veranderen van de cultuur raakt aan de manier waarop wij zijn georganiseerd. Vanwege deze samenhang is regelmatig afstemming noodzakelijk. Deze afstemming vindt plaats in de Stuurgroep Organizeontwikkeling en Cultuurverandering. Deze bestaat uit de burgemeester, de wethouders Schroor en De Vries en de gemeentesecretaris. De gemeentesecretaris is eindverantwoordelijk voor de organisatie en zal samen met die organisatie de veranderingen realiseren.

U vraagt naar een overzicht op uitvoerend niveau. In het licht van de gesprekken die wij met elkaar hebben gevoerd, gaat het volgens ons niet om de ondernomen acties, maar om de resultaten en effecten van die acties. Hierboven hebben we al aangegeven dat wij graag eerst het gesprek met u willen voeren over het meten van de cultuurverandering, om in het vervolg volgens de gemaakte afspraken aan u te rapporteren.

6b. De ontwikkeling van het AMT richting een centrale sturing

Wij zijn mening dat de ontwikkeling van het AMT richting een meer programmatische en centralistische sturing is vooral een onderwerp van gesprek tussen ons en de gemeentesecretaris. Dit neemt niet weg dat wij u hier graag over informeren. Op dit moment wordt gewerkt aan de uitwerking van voorstellen die moeten bijdragen aan deze andere sturing: niet de structuur van de diensten is daarbij leidend, maar de programma's en het uitgangspunt van integrale sturing.

6c. De doorwerking van de cultuurverandering van de top van de organisatie richting middenkader en basis

Leidinggevenden in onze organisatie spelen een cruciale rol in de verandering. Zij zijn het die onze medewerkers vanuit de inhoud moeten ondersteunen en hen de ruimte moeten bieden om zich te ontwikkelen in de gewenste richting van de organisatie en cultuur. En zelf moeten zij daarin een voorbeeldfunctie vervullen. We zijn daarom in mei aan de slag gegaan met de leidinggevenden van onze organisatie. Niet alleen het topmanagement, maar ook het middenkader. Wij hebben de leidinggevenden gevraagd – bij voorkeur samen met hun afdeling – aan te geven welke bijdrage zij en hun afdeling kunnen leveren aan *Eén Groningen, één organisatie*. Daarmee zetten wij de verandering breed in de organisatie verder in gang. We denken dat wij hiermee condities scheppen om de verandering in de gehele organisatie te laten doorwerken. De bijdragen van de leidinggevenden worden gebruikt om concrete stappen te zetten die van betekenis zijn voor de hele organisatie.

In het veranderproces dat nodig is om *Eén Groningen, één organisatie* te bereiken, is ook een zorgvuldig en succesvol HRM-beleid een cruciale factor. Vanuit de gedachte van *Eén Groningen, één organisatie* is het een vereiste dat het HRM-beleid centraal ontwikkeld wordt. Dat geldt ook voor het management development (MD) beleid

Collegebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

Bladzijde 6 van 8
Onderwerp Stand van zaken organisatieontwikkeling en cultuurverandering



met de daarbij behorende MD-programma's, zoals één leercyclus voor alle leidinggevendenden. De HRM agenda 2011 – 2014 “Veranderkracht” en de nota's MD-beleid en werving- en selectiebeleid zijn daartoe belangrijke instrumenten. Wij hebben u deze nota's onlangs ter informatie toegezonden.

6d. De trekkracht op bestuurlijk en ambtelijk niveau

In het rapport 'Verbinden, verhelderen, verankeren: nu verder gaan en volhouden' van mei 2009 spreekt Berenschot de zorg uit over de trekkracht voor de verandering. Het ging Berenschot daarbij om het urgentiegevoel bij de top, zichtbare 'boegbeelden' voor de verandering en de capaciteit om het proces te faciliteren. Naar ons oordeel groeit het urgentiegevoel bij de top. De noodzaak om te veranderen is 'geland'. Nu moet de organisatie de volgende stappen zetten naar het in het hier daadwerkelijk naar handelen.

Eind maart hebben wij u reeds bericht dat alleen al de implementatie van de bestuurlijke dienstverlening en de concentratie van de PIJOFACH een forse veranderingopgave voor de organisatie betekenen. Beide trajecten zullen een forse wissel trekken op ons personeel. Wij zijn ons daarvan terdege bewust. Het zijn ook niet de enige grote projecten en terwijl we de veranderingen doorvoeren, moet het andere werk ook doorgaan. Toch blijven we ervoor kiezen om de veranderingen zoveel mogelijk met inzet van eigen personeel te realiseren. Dat is volgens ons de beste manier om onze medewerkers mee te nemen in de verandering. We houden de verandercapaciteit van de organisatie in de gaten en blijven alert op de spanning tussen onze ambities, de financiële mogelijkheden en de grenzen aan de spankracht van de organisatie.

6e. De communicatie van de cultuurverandering intern en extern

Wat de externe communicatie over cultuurverandering betreft, gaan wij uit van het standpunt 'over cultuurverandering moet je niet praten, dat moet je doen'. Verandering van houding en gedrag moet zichtbaar worden. Over burgerparticipatie communiceren wij natuurlijk wel. Niet alleen informatief, maar ook interactief. Wij nodigen burgers, bedrijven en instellingen uit om mee te denken over hoe we burgerparticipatie vorm kunnen geven.

Intern ligt dat anders. Interne communicatie is een belangrijk instrument in de veranderingopgave waar we voor staan. En met communicatie bedoelen wij: brengen en halen. We koppelen de interne communicatie over organisatieontwikkeling en cultuurverandering aan de concrete projecten. Een voorbeeld van 'brengen' zijn informatiebijeenkomsten over PIJOFACH voor alle medewerkers binnen onze organisatie die in dit veld werkzaam zijn.

Voorbeelden van 'halen' zijn de eerder genoemde bijeenkomsten voor leidinggevendenden en bijeenkomsten over bestuurlijke dienstverlening, waarbij groepen medewerkers zijn uitgenodigd om mee te werken aan de uitwerking van het proces van bestuurlijke dienstverlening.

Bladzijde 7 van 8
Onderwerp Stand van zaken organisatieontwikkeling en cultuurverandering



7. Het meten van cultuurverandering.

'Cultuur' is een begrip dat veel facetten heeft: naar buiten, naar binnen, van college naar de raad, van organisatie naar college, onderlinge samenwerking binnen de organisatie, transparantie, houding en gedrag, communicatie, etc. Het meten van cultuurverandering is geen eenvoudige opgave.

Dat komt deels omdat 'cultuur' vaak een containerbegrip is, zonder dat expliciet gemaakt wordt, wat er precies bedoeld wordt. Het is zaak dat we heel precies formuleren waar we het over hebben, wat de doelstellingen zijn en dit zoveel mogelijk omzetten in objectieve meetcriteria. Zonder bureaucratisch of te zwart/wit te worden, want niet alles is in cijfers te vangen. En dat is geen eenvoudige opgave, zoals ook bleek tijdens onze discussie in de vergadering van de raadscommissie Cultuurverandering van 18 mei jl. Het gaat niet alleen om objectieve meetcriteria, maar waar dat aan de orde is, moeten we de doelgroep (bijvoorbeeld burgers, bedrijven, raadsleden) betrekken. Alleen dan krijg je zicht op de tevredenheid van die doelgroep.

Er is een groot aantal onderwerpen op het gebied van organisatieontwikkeling en cultuurverandering waar we kunnen (en moeten) meten in hoeverre wij gevorderd zijn met het bereiken van onze doelstellingen. Deze onderwerpen treft u aan in bijlage I. Die lijst is mogelijk nog niet compleet. Voor de toekomst is het niet zozeer een kwestie van prioriteren welke onderwerpen we wel en welke we niet meten. Met alle projecten willen we iets bereiken. Het moet vanzelfsprekend worden dat we het doel van tevoren goed definiëren en de vorderingen in het bereiken van het doel meten. Alleen dan kun je rapporteren op behaalde resultaten en doelen of zelfs op *effecten* van beleid. Op dit moment is dat voor cultuurverandering géén gewoonte. U heeft aangegeven hier verandering in aan te willen brengen. Wij ondersteunen dat van harte. Maar we vinden dat wij hier een fasering in moeten aanbrenge

Wij stellen daarom voor om met het meten van cultuurverandering te starten, in eerste instantie met het project bestuurlijke dienstverlening. Wij kiezen voor dit onderwerp, omdat we hiermee in de cultuurverandering in de fase van het 'doen' zijn. Dus niet de fase van het maken van plannen, maar de fase van realisatie. Het is daarom een geschikt moment om doelstellingen te concretiseren en om meetindicatoren af te spreken. We zien dit ook als een oefening in de gezamenlijke zoektocht van raad en college om de cultuurverandering meetbaar te maken. Als u zich in deze keuze kunt vinden, dan zullen wij onze rapportage voor de raadscommissie Cultuurverandering voor november daarop richten. Dat betekent ook dat we het meten van cultuurverandering voor de andere onderwerpen vooralsnog laten rusten.

Collegebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

Bladzijde 8 van 8
Onderwerp Stand van zaken organisatieontwikkeling en
cultuurverandering



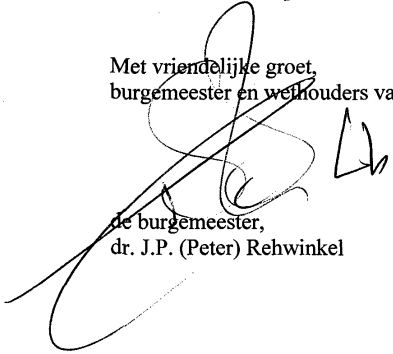
Overigens: voor de publieke dienstverlening meten we zoals vermeld een flink aantal zaken en daar blijven we uiteraard doorgaan.

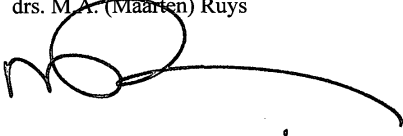
We hebben de afgelopen tijd meerdere keren met elkaar gesproken over de rolverdeling tussen raad en college. In lijn met deze besprekingen nodigen wij u graag uit om met als onderwerp de bestuurlijke dienstverlening met ons het gesprek te voeren over:

- het definiëren van doelstellingen van cultuurverandering en meetindicatoren,
- proceskaders voor het meten van cultuurverandering.

We vertrouwen erop u hiermee voldoende te hebben geïnformeerd.

Met vriendelijke groet,
burgemeester en wethouders van Groningen,


de burgemeester,
dr. J.P. (Peter) Rehwinkel


de secretaris,
drs. M.A. (Maarten) Ruys

Collegebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

BIJLAGE I

Mogelijke onderwerpen voor het meten van organisatieontwikkeling en cultuurverandering:

- Eén Groningen, één organisatie
 - Uit de brief van de heer Spakman
 - o De rol van en de acties door de burgemeester en de gemeentesecretaris
 - o De ontwikkeling van het AMT richting een CMT
 - o De doorwerking van de cultuurverandering van de top van de organisatie richting middenkader en basis
 - o De trekkracht op bestuurlijk en ambtelijk niveau
 - o De communicatie van de cultuurverandering intern en extern
 - Houding en gedrag
 - Transparantie
 - Etc.
- Bestuurlijke dienstverlening
 - Opdrachtverlening aan het college en kaderstelling door de raad
 - Opdrachtverlening van college aan organisatie
 - Afspraken college - AMT d.d. 22 maart 2011 (eventueel aangevuld met afspraken Exloo – Oosterpoort)
 - Afspraken over de logistiek (bv. inlevertermijnen, formats, etc.)
 - Politieke sensitiviteit
 - Informatievoorziening van college naar raad (waaronder actieve informatieplicht)
 - Groei naar meer collegialiteit van het bestuur
- Burgerparticipatie
 - Mate waarin burgers zich betrokken voelen
 - Benchmark Burgerparticipatie
 - Etc.
- Publieke dienstverlening
 - Telefonische bereikbaarheid
 - Schriftelijke bereikbaarheid
 - Email bereikbaarheid
 - Zie ook reactie op minimum normen vanuit de VNG en benchmark 'waarstaatjegemeente'
 - Etc.
- Maatschappelijke dienstverlening
 - Beheer openbare ruimte (doelstellingen te formuleren in projectplan)
 - Wijkgewijs werken (doelstellingen te formuleren in projectplan)
 - Maatschappelijke ontwikkeling (doelstellingen te formuleren in projectplan)
 -
- Interne dienstverlening
 - PIJOFACH (doelstellingen te formuleren in projectplan)

BIJLAGE II

Afspraken bestuurlijke dienstverlening College en AMT

22 maart 2010

Rollen

1. Het college definieert het 'wat', binnen de door de raad vastgestelde kaders en is politiek eindverantwoordelijk voor het 'hoe'.
De portefeuillehouder is, namens het college, opdrachtgever.

Bij *portefeuille*overstijgende opdrachten is er één opdrachtgevende portefeuillehouder (primus) met doorzettingsmacht, en een benoemde vervanger (secundus).
De primus is politiek is verantwoordelijk voor het actief betrekken van collega portefeuillehouders in het besluitvormingsproces
2. De ambtelijke organisatie organiseert het 'hoe' en ondersteunt het college bij de definiëring van het 'wat'.
De algemeen directeur is opdrachtnemer.

Bij *dienst*-overstijgende opdrachten is er één opdrachtnemend AD verantwoordelijk (primus) met doorzettingsmacht, en een benoemde vervanger (secundus).
3. De beleidsadviseur stelt in opdracht van de algemeen directeur een nota op.
De beleidsadviseur is penvoerder en verantwoordelijk voor beheer en aanpassing van het stuk.

Bij dienst- overstijgende opdrachten is de beleidsadviseur verantwoordelijk voor de afstemming met andere diensten.
4. Het AMT is eindverantwoordelijk voor bedrijfsvoering, inhoudelijke dienstoverstijgende dossiers en concernaangelegenheden
Bij collegevoorstellen over bedrijfsvoering en concernaangelegenheden bespreekt het AMT vóór agendering in Portefeuille Overleggen. Daarbij is het streven, dat dit ambtelijk voorportaal niet tot vertraging leidt.
5. De gemeentesecretaris is eindverantwoordelijk voor de ambtelijke organisatie en eerste aanspreekpunt voor college en AMT.

Opdrachtverstrekking

6. Opdrachten van de portefeuillehouder aan de ambtelijke organisatie worden in het Portefeuille Overleg (PO) gegeven en vastgesteld.
Portefeuilleoverstijgende opdrachten die in een PO aan een dienst worden gegeven legt de organisatie, vóór bevestiging ervan, terug in AMT en college.
Opdrachten in de collegevergadering neemt de gemeentesecretaris aan.

BIJLAGE II

Afspraken bestuurlijke dienstverlening College en AMT

22 maart 2010

7. Opdrachten van het college aan de ambtelijke organisatie komen bij de beleidsadviseur via de lijn: PO → AD → afd. hoofd → beleidsadviseur. De regel is, dat de steller aanwezig is bij opdrachtverstrekking en opdrachtvaststelling in het PO.

Nota Bene

8. Als een dienst tegenstrijdige opdrachten van verschillende portefeuillehouders krijgt legt de dienst, eventueel via de gemeentesecretaris, AMT en college, de opdrachten terug bij de betrokken portefeuillehouders, zodat eerst afstemming in het college plaats kan vinden.
9. Bij inhoudelijk verschil van inzicht tussen diensten beslist de primus AD (ultiem de gemeentesecretaris) en verwerkt de steller de verschillende adviezen zichtbaar en herkenbaar in de conceptnota zodat in AMT en het college daarover een discussie gevoerd en afweging gemaakt kan worden.
10. Bij een inhoudelijk verschil van inzicht tussen dienst en portefeuillehouder verwerkt de steller de verschillen van inzicht zichtbaar en herkenbaar in de nota zodat in het college een discussie gevoerd en een afweging gemaakt kan worden.
11. Bij een inhoudelijk verschil van inzicht tussen portefeuillehouders beslist de primus, en volgt discussie over de verschillen van inzicht en afstemming tussen de portefeuillehouders plaats in het college.

Agendering

12. Voor agendering van een nota in het college zijn parafen nodig van: de AD, de portefeuillehouder en de gemeentesecretaris (in deze volgorde). De naam van de steller is zichtbaar op de besluitnota.
 - De paraaf van de AD staat voor de kwaliteit, voor goede afstemming met betrokkenen en voor (personele, financiële, juridische, communicatieve) control aan de voorkant.
De concerncontroller doet een voorstel hoe de control aan de voorkant te organiseren.
 - De paraaf van de portefeuillehouder bepaalt dat een nota naar het college kan. De portefeuillehouder brengt een collegenota in. Aanpassing van het stuk is alleen nog mogelijk op grond van discussie in het college. Andere wijzigingen worden niet meer doorgevoerd. De steller wordt via zijn AD geïnformeerd over de wijzigingen.
 - De gemeentesecretaris stelt, in overleg met de voorzitter, de agenda voor het college op. De voorzitter wordt gekend in eventuele nazendingen. De gemeentesecretaris is gemandateerd om een laatste control op kwaliteit uit te voeren en een stuk niet te agenderen. De controllers van de bestuursdienst hebben daarbij een adviesrol.

BIJLAGE II

Afspraken bestuurlijke dienstverlening College en AMT

22 maart 2010

13. Collegestukken worden volgens de afgesproken procedure geagendeerd. Alleen voor acute, niet voorziene politieke onderwerpen is afwijking van deze procedure mogelijk.
14. De collegevergadering wordt beperkt tot maximaal drie uur. Naast signalementen en rondvraag voegt het college een blok 'actualiteit mondeling' toe. Signalementen hebben een informatieve functie (geen besluitvormende status). De rondvraag is een 'zuivere' rondvraag. De overig beschikbare tijd wordt als 'inhoudelijke/strategische discussie' gepland en goed voorbereid. Hiervoor nodigt het college regelmatig externe deskundigen uit.
15. Als een dienst en een portefeuillehouder er niet uit komen of de dienst geen akkoord krijgt op een uitgevoerde opdracht, schaal de AD van de betreffende dienst op naar de gemeentesecretaris.
16. Als de portefeuillehouder constateert, dat er onvoldoende of géén voortgang is in een dossier, of als de dienst vastloopt in een opdracht escaleert de verantwoordelijk AD naar de gemeentesecretaris. In deze gevallen kan het college of de gemeentesecretaris de hulp van de concerncontroller inroepen.

Portefeuille overleggen

17. De bestaande 16 portefeuilleoverleggen blijven gehandhaafd. Deze PO's gaan over onderdelen van de gehele portefeuille van de bestuurder. Naast de PO's reserveren bestuurders ruimte voor onderlinge bilaterale afstemming.
18. Een AD kan in het PO vertegenwoordigd zijn door een plaatsvervanger. *Zin vervallen*
AD en portefeuillehouder maken in het PO afspraken over beschikbaarheid van de portefeuillehouder voor de steller van een nota.

Aanvullende uitkomsten

- Er is een (strategisch) instrument nodig voor de planning van de majeure onderwerpen richting college en raad. De gemeentesecretaris bereidt dit voor en vanaf september 2011 zal het instrument in werking treden.
- De burgemeester en gemeentesecretaris komen met een voorstel voor de inrichting van de college agenda en de collegevergaderingen. Zowel voor de reguliere als de extra B&W vergaderingen.
- De beslismomenten in diensten worden gestandaardiseerd zodat het besluitvormingsproces gedigitaliseerd kan worden.

BIJLAGE II

Afspraken bestuurlijke dienstverlening College en AMT

22 maart 2010

- De implementatie van de vernieuwing van de bestuurlijke dienstverlening start op 15 juni 2011. De implementatie zal gefaseerd worden, uiterlijk 8 juni aanstaande beslist het college op welke onderdelen per 15 juni een start wordt gemaakt.
- Voor de bestuursadviseurs is een belangrijke rol weggelegd: zij ondersteunen de portefeuillehouders en gemeentesecretaris bij het goed en soepel laten verlopen van het werkproces tussen bestuur en organisatie.

Voortgangsrapportage kadernota Burgerparticipatie

Juni 2011

Inhoud:

1. Kaderplan en Stappenplan
2. Benchmark Burgerparticipatie
3. Participatiestrategie: Factor C
4. Digitale informatieverstrekking: MijnWijk
5. Evaluatie convenant wijkorganisaties
6. Nota Sociale Media: #ggsm
7. Lopende projecten / NLA
8. Stappenplan uitwerking aanbevelingen cultuurverandering
9. Vervolg

1. Kaderplan en Stappenplan

Het wel en wee van de burgerparticipatie in Groningen staat al gedurende enige tijd hoog op de politieke agenda. De raad heeft er naar aanleiding van het 'Plan van Aanpak Veranderagenda Raad' (september 2008) in de vorige raadsperiode al een tweetal hoorzittingen over georganiseerd. Begin vorig jaar werd de notitie 'actuele stand van zaken' vastgesteld met daarin een aantal aanbevelingen m.b.t. de vormgeving van burgerparticipatie. Hierop werd door B&W gereageerd met een brief waarin een aantal 'uitgangspunten van het college' zijn beschreven (februari 2010).

Na de zomer werd het 'PvA Veranderagenda' door de griffie voorzien van een Stappenplan met aanbevelingen, vastgesteld in vergadering van de raadscommissie Cultuurverandering (cie-CV) van 13 oktober jl. In die vergadering liet het (nieuwe) college middels een presentatie zien welke soort activiteiten door de gemeente op het gebied van burgerparticipatie al worden uitgevoerd. Aan het slot van deze vergadering formuleerde de burgemeester de ambitie om nog voor het einde van het jaar een *visie* te formuleren, waarop nadere afspraken en spelregels omtrent de burgerparticipatie in Groningen zouden kunnen worden gebaseerd.

Gezien het belang en de verwevenheid met de huidige organisatieontwikkeling en cultuurverandering – specifiek de verbetering van de bestuurlijke dienstverlening – is het onderwerp burgerparticipatie aangegrepen om een rol te spelen als een soort sleutelproject waarin alle aspecten van de gewenste ontwikkeling besloten liggen: rollen en verwachtingen (ten aanzien) van raad, college en ambtelijke organisatie, adequate informatievoorziening en verantwoording, organisatie van werkprocessen, de (bestuurlijke) cultuur en de rol van burgers en maatschappelijke partners etc. De aangekondigde visie op burgerparticipatie zou de vorm moeten krijgen van een *kadernota*, waarin de raad zijn ambities en uitgangspunten vastlegt.

In overleg met de voorzitter van de cie-CV is bewerkstelligd dat op 3 november 2011 – informeel – een 'kaderstellende bespreking' aan het onderwerp burgerparticipatie werd gewijd, om op die manier – helemaal aan het begin van het proces – invulling te geven aan de *kaderstellende* rol van de raad. In deze bijeenkomst waren alle partijen uit de raad vertegenwoordigd en is open gediscussieerd over het doel van burgerparticipatie, hoe de raad de relatie tussen gemeente en burgers ziet en welke rol hij daarin dient te spelen. Aangevuld met eigen opvattingen heeft het college vervolgens de uitkomsten van deze kaderstellende bespreking neergelegd in een concept-kadernota Burgerparticipatie, die nog voor de kerstdagen kon worden vastgesteld en aangeboden aan de raad. Na de behandeling van het concept in de cie-CV stelde de raad op 26 januari j.l. de kadernota Burgerparticipatie vast.

Collegiebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

In de kadernota wordt aangekondigd dat deze nader zal worden uitgewerkt tot een implementatieplan met een bijbehorend ontwikkeltraject (inclusief de organisatorische en financiële aspecten) en dat er – vanwege het gewenste leerproces – met regelmaat zal worden gerapporteerd en gediscussieerd over ontwikkelingen en voortgang.

Ook het al eerder genoemde ‘Stappenplan uitwerking aanbevelingen cultuurverandering’ vraagt ten aanzien van een aantal aanbevelingen met betrekking tot burgerparticipatie om voortgangsrapportage. Deze worden in deze rapportage meegenomen. (zie punt 8)

In de kadernota is specifiek de aandacht gevestigd op de Benchmark Burgerparticipatie, zoals die in opdracht van het ministerie van BZK en de VNG ontwikkeld zou gaan worden. Deelname aan deze benchmark is gericht op kwaliteitsbeleid en verdere professionalisering van de eigen organisatie op het gebied van burgerparticipatie, ook door te leren van de ervaring van anderen. Bovendien laat de benchmark zien ‘waar we staan’ ten opzichte van andere gemeenten. De start van de benchmark was voorzien in april/mei van dit jaar, maar is enigszins vertraagd. De aftrap is nu gepland in juli.

2. Benchmark Burgerparticipatie

Wij zijn voornemens deel te nemen aan de Benchmark Burgerparticipatie 2011.

Het ministerie van BZK en de VNG willen de gemeenten ondersteunen bij ‘een verdere groei naar succesvolle burgerparticipatie’. Daarom hebben het bureau Partners+Pröpper, QuintResult en onafhankelijk adviseur Hein Albeda samen met BZK, VNG en diverse gemeenten en kennispartners de Benchmark Burgerparticipatie ontwikkeld. Aan de ontwikkeling van de benchmark doen o.a. de gemeenten Tilburg, Eindhoven, Zoetermeer en Hengelo mee, alsmede de Universiteit Twente en het Instituut voor Publiek en Politiek.

Over de inhoud van de benchmark wordt gemeld:

“Deze Benchmark helpt u uw ambities met burgerparticipatie te richten en te realiseren. Met de benchmark Burgerparticipatie beschikt u over een participatiemonitor waarmee u zicht krijgt op alle projecten en trajecten in uw gemeente waarbij burgers participeren. Via online enquêtes onder ambtenaren én participanten kunt u de aanpak en resultaten van burgerparticipatie stelselmatig evalueren. U kunt bovendien snel zien welke gemeenten op u lijken qua ambities en praktijk en wat hun aanpak is. U kunt gemakkelijk met hen in contact komen om uitdagingen en oplossingen uit te wisselen. De benchmark helpt u tevens de prestaties op het terrein van burgerparticipatie binnen uw gemeente te verbeteren, passend bij de eigen ambities en ontwikkeling.

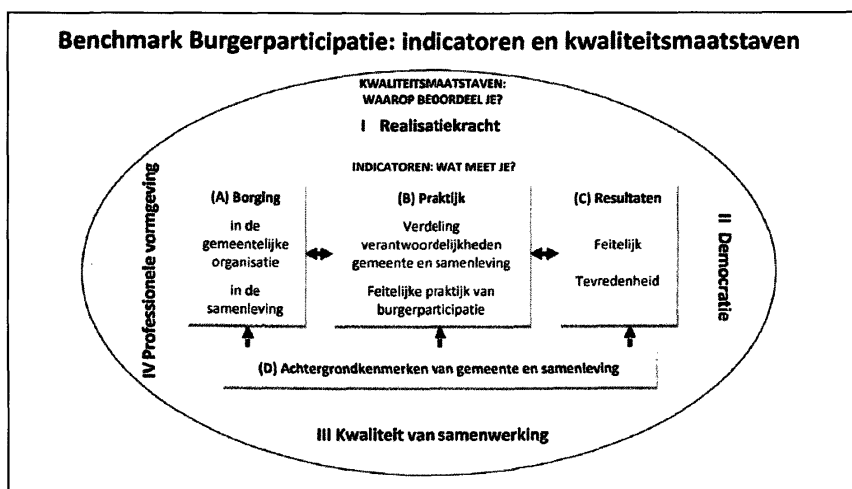
Wanneer is burgerparticipatie geslaagd? Op welke kwaliteitsmaatstaven mogen gemeenten, burgers, bedrijven en maatschappelijke organisaties elkaar aanspreken als het gaat om ‘goede’ burgerparticipatie? We onderscheiden vier kwaliteitsmaatstaven die ten grondslag liggen aan de onderzoeken die worden uitgevoerd in het benchlearnprogramma:

	Kwaliteitsmaatstaf	Toelichting
I	Realisatiekracht	Draagt burgerparticipatie bij aan het slagvaardig, snel en efficiënt realiseren van publieke opgaven? Worden krachten effectief gebundeld en heeft dit meerwaarde?
II	Democratie	Hebben burgers daadwerkelijk invloed? Hebben ze toegang tot gemeentelijke beleidsprocessen? Zijn verschillende doelgroepen vertegenwoordigd?
III	Kwaliteit van samenwerking	Is er sprake van ‘teamspeel’ en wederzijds verwachtingenmanagement? Zijn alle spelers tevreden over het proces?
IV	Professionele vormgeving	Zijn participatieprocessen goed ingericht? Worden participatie-werkvormen op maat en professioneel ingezet? Is burgerparticipatie geborgd in primaire processen?

Deelnemen aan de benchmark betekent ook een kort en krachtig ontwikkelingsplan maken waar je als gemeente gedurende een jaarcyclus van de benchmark aan kunt werken.”

Collegiebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

Tijdens de presentatie van de benchmark op 16 juni j.l. hebben wij kunnen vaststellen dat de focus met name gericht zal zijn op inbedding en borging van kaders, competenties en instrumentarium in de eigen organisatie volgens een soort model zoals we dat kennen van b.v. het INK en diverse kwaliteitssystemen. Meten, monitoren en vergelijken zijn daarbij van groot belang om doelstellingen aan resultaten te kunnen koppelen en de speurtocht in te zetten naar *good* (maar ook *bad*) *practices*, noodzakelijk om (onderling, van elkaar) te kunnen leren! Het opstellen van ranglijstjes om aan te geven wie 'de beste' is wordt van onderschikt belang geacht. Deze aanpak spreekt ons aan.



De financiële bijdrage van gemeenten is € 5.545 exclusief BTW voor deelname van 1 jaar. De 1^e benchmarkcyclus zal lopen tot en met februari 2012. Gegevensverzameling vindt plaats tot in september 2011. Dan zal het inhoudelijke programma starten. Meer informatie vindt u op www.benchmarkburgerparticipatie.nl.

We stellen ons voor de verdere uitwerking van het implementatieplan Burgerparticipatie (mede) te koppelen aan het op te stellen ontwikkelplan in het kader van de benchmark. De Benchmark zal ons de nodige aanknopingspunten bieden om de borging van 'burgerparticipatie' in de organisatie te 'meten' – ook op het niveau van houding, competenties en gedrag – en daarmee ook de voortgang van het proces van cultuurverandering beter in beeld te krijgen.

3. Participatiestrategie: Factor C

Van groot belang is dat burgerparticipatie goed wordt ingebed in de organisatie en de procedures, zodat het geïntegreerde onderdeel wordt van de gemeentelijke werkwijze en niet een traject apart. Daarom ook vinden we het belangrijk te investeren in cultuurverandering, houding en gedrag. De Factor C methodiek zorgt er voor dat op een gestructureerde wijze, vroeg in het (beleids)proces, aandacht wordt besteed aan de (gewenste) rol van betrokkenen met het oog op een adequate communicatie- en participatieaanpak. Dat is ook van belang voor het 'verwachtingenmanagement', omdat vroeg in het proces kan worden bepaald – en gecommuniceerd – welke vorm van participatie (voor welke doelgroep) zal worden gehanteerd. Over de achtergrond en methodiek van Factor C heeft de commissie in februari een toelichting ontvangen.

In Groningen wordt de methode Factor C al sinds 2009 op beperkte schaal gebruikt voor het ontwerpen van communicatie- en participatiestrategieën. Dit hangt tot heden wel vooral af van toeval en enthousiasme van individuele beleidsadviseurs. Er zijn diverse acties ondernomen om Factor C meer structureel in te bedden in onze processen:

Collegiebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

- De communicatieadviseurs zijn geschoold in het adviseren over, en faciliteren van de methodiek Factor C; een klein aantal van hen is ook daadwerkelijk actief;
- Bij diverse diensten (SOZAWE, ROEZ) zijn beleidsadviseurs getraind in het hanteren van de methode, bij andere diensten staan trainingen op de rol (HVD, OCSW);
- Verder zijn er intern diverse workshops gehouden, onder andere voor projectmanagers (DIA), en als open inschrijvingsaanbod bij het Loopbaancentrum.

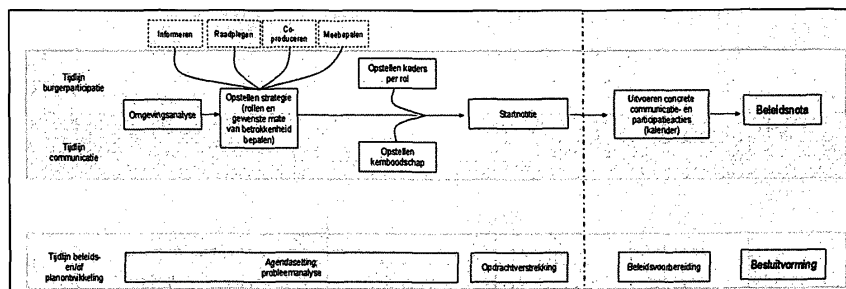
Om de methodiek verder te ontwikkelen nemen we deel aan de Proeftuin Factor C, waarin met zo'n 18 andere gemeenten kennis en ervaring wordt gedeeld, en wordt gewerkt aan de verdere verfijning van de methode. Intern is het de bedoeling op kort termijn een reconstructie te maken van het proces rondom het hondenuitlaatbeleid, om te leren van die ervaringen.

Om de Factor C methodiek te borgen in de procedures is deze opgenomen in de kennisbank projecten bij OCSW. Deze is online te raadplegen via het intranet (ook voor andere diensten). De interne instructie 'Een goed besluit' is herschreven, en hierin is een onderdeel 'Communicatie & Participatie' opgenomen. Dit element vormt onderdeel van het vernieuwde digitale sjabloon voor besluitnota's. M.b.t. de interne communicatie over Factor C kan verder nog worden vermeld dat er een wekelijkse rubriek is op de interne Yammer-site, met tips en trucs, do's en dont's onder de titel: *Vitamine C*.

De toekomst van Factor C

We zien dat Factor C langzaam aan steeds meer een plek krijgt in de beleidscyclus, en vaker wordt toegepast. Om de slag van experimenteren naar standaard hanteren van de methodiek te maken, is verdere professionalisering nodig. Dat betekent onder meer:

- D.m.v. verdere scholing/training beleidsadviseurs bewust(er) maken van de methodiek en het gebruik ervan in het beleidsproces, en trainen in het toepassen van de resultaten;
- Het instellen van een 'kennispool' waarin een aantal communicatieadviseurs zich specialiseert in het adviseren over en begeleiden van de Factor C methodiek, en daarmee expertise opbouwt;
- Het (verder) ontwikkelen van het instrumentarium, en daaraan 'best practices' toevoegen;
- Het koppelen van Factor C en burgerparticipatie aan het project bestuurlijke dienstverlening, zodat toepassing van de methodiek als processtap vroeg in het beleidstraject wordt opgenomen. College en raad kunnen daarmee sturen op het vervolgens uitvoeren van de ontwikkelde strategie.



Factor C: tijdfijn participatie/communicatie in relatie tot tijdfijn plan-/beleidsontwikkeling

Er zijn wel een aantal risico's en voorwaarden. Factor C moet bijvoorbeeld geen doel op zich worden; het is en blijft een *methodiek* om op een vroegtijdig moment in het beleidsproces de communicatie- en participatiestrategie te ontwerpen. Om de met Factor C ontwikkelde strategie te kunnen uitvoeren, moeten gemeenteraad en college bereid zijn de nodige tijd en capaciteit te investeren en – in voorkomende gevallen – een deel van de bevoegdheden op te geven. Het toepassen van de Factor C methode kost – vooral bij grotere beleidsonderwerpen – tijd 'aan de voorkant'. Beleidsadviseurs en andere ambtenaren die beschikken over kennis die in Factor C ingebracht moet worden (zij faciliteren de methode voor anderen) moeten in staat worden gesteld de benodigde tijd te investeren, ook als het gaat om beleidsterreinen die wellicht niet direct hun primaire focus hebben.

4. Digitale informatieverstrekking: MijnWijk

Belangrijk in de kadernota is de (digitale) informatieverstrekking aan burgers. Immers: zonder informatie geen betrokkenheid of participatie. College en raad willen 'de onbalans in informatiepositie opheffen'. Deze ambitie vergt dat we van plannen en projecten *online* (communicatie-)dossiers gaan aanleggen, waarbij de onderliggende (openbare) documentatie voor het publiek vindbaar en toegankelijk moet zijn. Vanuit de raadscommissie is daarbij de mogelijkheid van 'track and trace' geopperd, doelend op de vind- en navolgbaarheid van stukken en procedures.

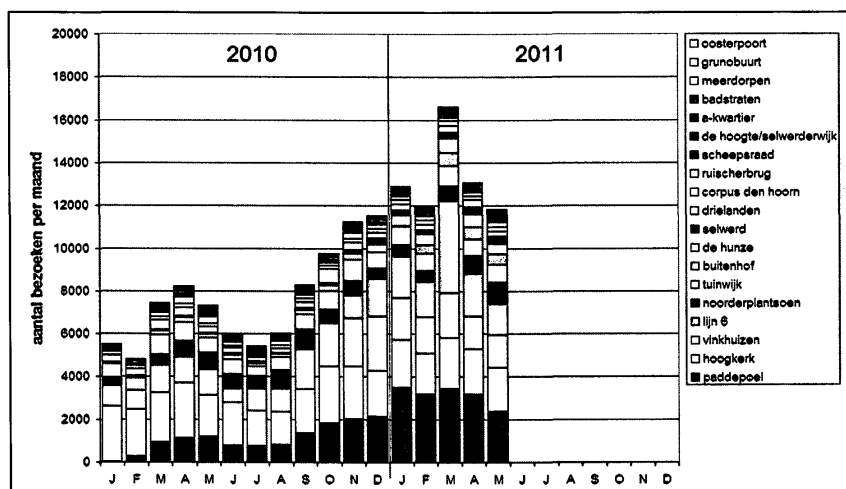
Het project 'MijnWijk' is erop gericht de gemeentelijke (beleids- en project)informatie op overzichtelijke wijze voor de bewoners te ontsluiten. Uitgangspunt daarbij is de ervaring dat burgers vooral geïnteresseerd zijn in de ontwikkelingen in hun directe woonomgeving, buurt of wijk. Daarom wordt de informatie betreffende wijkgerelateerde plannen of projecten 'gelabeld' aan die betreffende wijk op de *gemeentelijke* website geplaatst, vindbaar op 42 *gemeentelijke* wijkpagina's.

We sluiten daarbij aan op de structuur van wijkorganisaties die er op het niveau van de (42) wijken in de stad al is. We hebben bevorderd dat al deze *wijkorganisaties* nu beschikken over een eigen, onafhankelijke *wijkwebsite*. 23 van de 42 wijken zijn bij de opzet ervan geholpen door de gemeente.

Wijkwebsites van de wijken

Het gaat goed met de wijkwebsites, er zijn uitschieters met meer dan 4000 bezoekers per maand. Daarbij is natuurlijk de omvang van de wijk van belang en het aantal wijkbewoners dat potentieel worden bediend. Een kleine wijk als Drielanden heeft b.v. met gemiddeld 400 bezoeken per maand relatief de hoogste 'kijkdichtheid'. Tuinwijk, Drielanden en Hoogkerk bereiken maandelijks 30 tot 50% bezoekers/inwoner. We ontvangen overigens (nog) niet van alle wijkwebsites de bezoekcijfers. Er zijn ook minder goed lopende sites. Vaak zien we dat het nut van een site zich eerst moet bewijzen – bij een aansprekend project of een incident – waarna de bewoners de site vaker gaan bezoeken. Ook het uitgeven met een (maandelijks) nieuwsbrief versterkt het reguliere bezoek aan de site. De goed lopende sites laten zien hoe groot het potentiële bereik van een wijkwebsite is.

Wijkredacties zijn onderling solidair. De meer ervaren webmasters zijn de beginners behulpzaam bij de doorontwikkeling. Zij zijn in afwachting van de gemeente om via de wijkpagina's 'gevoed' te worden met meer 'wijkrelevante' informatie. Een aantal sites beschikt over een 'widget' waarmee gemeentelijke nieuwsberichten rechtstreeks worden doorgezet naar de wijkwebsite.



Aantal bezoeken per maand bij 19 wijkwebsites

Collegiebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

Gemeentelijke wijkpagina's

Alle 42 wijken hebben een 'eigen' pagina op de gemeentelijke website. Deze wijkpagina's zijn bereikbaar via www.gemeente.groningen.nl/mijnwijk. Er is een standaard sjabloon ontwikkeld voor de aanleg van een *online communicatie dossier*. Bij RO/EZ zijn 15 medewerkers opgeleid als publicist om projecten en beleid te publiceren. Op deze wijze voorzien we burgers van de onderliggende basisinformatie (nota's, rapporten, verslagen, procedure, reactiemogelijkheid etc.). Het is echter vooral nog een kwestie van handmatig 'knippen en plakken'. De ontwikkeling van de digitale dossiervorming zal dit proces aanzienlijk vergemakkelijken. Dat geldt ook voor het element van 'track and trace'.

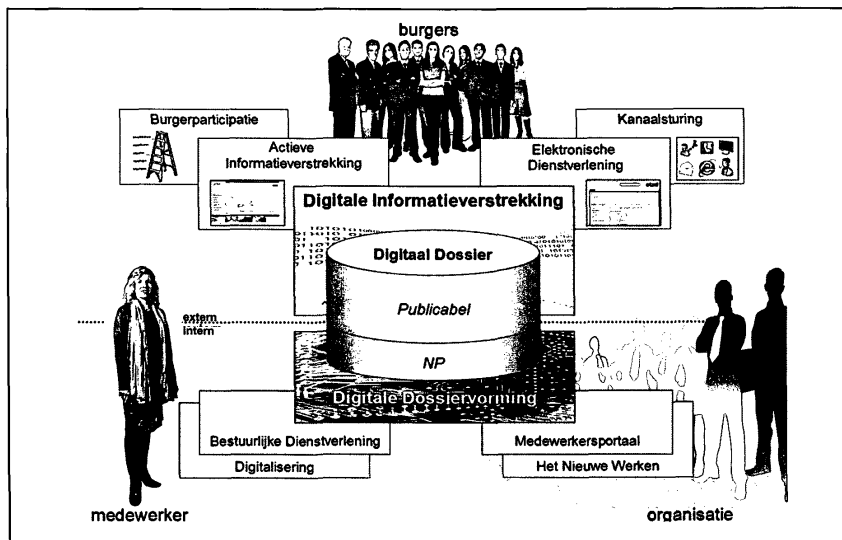
In de afgelopen periode hebben we d.m.v. een pilot in Paddepoel gekeken of het systeem werkt, of er waardering voor is en wat de implicaties zijn. Een vaststelling kan in elk geval zijn dat de wijkwebsite van Paddepoel zich in korte tijd heeft ontwikkeld tot de wijkwebsite met maandelijks de meeste bezoekers. De evaluatie van het project Wijkcommunicatie 2007-2010 – waarin opgenomen de evaluatie van de pilot in Paddepoel – vindt u als apart stuk bij deze voortgangsrapportage.

Vervolg MijnWijk

Per dienst zal een werkwijze moeten worden ontwikkeld om alle (wijkgebonden) projecten en beleid actief te publiceren. Deze werkwijze moet worden aangestuurd en gestimuleerd door het management. De nieuwe rollen en verantwoordelijkheden (informatie-eigenaar, publicist) zijn binnen de organisatie nog niet officieel belegd. Van invloed is ook de hoeveelheid projecten en plannen die gepubliceerd moeten worden. Diensten voorzien hier knelpunten qua capaciteit. We willen dit meenemen in het vervolg-projectplan Wijkcommunicatie en een gemeentebreed plan voor het contentmanagement.

Doorontwikkeling digitale informatieverstrekking

Los van (nog) vele vragen omtrent politieke en juridische implicaties constateren we dat er een forse (inspannings-)drempel wordt ervaren bij het online publiceren en ontsluiten van informatie, ook in relatie tot beheer en het handhaven van de benodigde accuratesse. De oplossing wordt verwacht van verdergaande digitalisering en stroomlijning van werkprocessen, besluitvorming en archivering. Daarmee is een verband gelegd met het project 'digitalisering Bestuurlijke dienstverlening' dat wordt opgezet in het kader van de gemeentebrede organisatieontwikkeling.



De centrale rol van digitale dossiers bij de interne en externe informatievoorziening

Collegiebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

Er is een grotere samenhang noodzakelijk als het gaat om de digitalisering van de gemeentelijke workflow en het documentbeheer. Dit moet aansluiten op een gemeentelijke ICT-architectuur, die overigens al grotendeels gerealiseerd is. Uiteindelijk zal er een infrastructuur moeten ontstaan waarbij gewerkt wordt met digitale dossiers, die – op basis van *autorisatie* – in verschillende mate toegankelijk zijn voor collega's, leidinggevendenden, andere afdelingen/diensten, college, raad en – voor dat gedeelte dat als 'publicabel' is aangevinkt – ook rechtstreeks 'online' voor het publiek. Dit vormt dan de basis onder het *communicatie-dossier* op de website en/of MijnWijk waarin – *onder redactie* – actief wordt geïnformeerd. De dossiers vormen de basis voor bestuurlijke participatieprojecten.

5. Evaluatie Convenant Wijkorganisaties

Vertegenwoordigers van wijkorganisaties en een afvaardiging van de gemeenteraad hebben in maart met elkaar gesproken over samenwerking en burgerparticipatie. Aanleiding hiervoor waren de evaluatie van het Wijkconvenant en de kadernota Burgerparticipatie. We hebben dit aangegrepen als een eerste stap m.b.t. het betrekken van de Stadlers bij de verdere uitwerking van de kadernota. De wijkorganisaties presenteerden de uitkomsten van de evaluatie aan een afvaardiging van de gemeenteraad. Hun boodschap was: kom afspraken na, informeer tijdig, wees toegankelijk als overheid, neem elkaar serieus. Kortom: werk samen.

Ook kwam hierbij het grote belang van een adequate en tijdige informatieverstrekking naar voren. In het convenant is immers vastgelegd dat bewonersorganisaties adviesrecht hebben wanneer het gaat om besluitvorming over *wijkgebonden* zaken. Het college heeft zelfs aangegeven géén besluiten te zullen nemen over wijkgebonden zaken wanneer daarbij een paragraaf over het (al dan niet) gegeven advies ontbreekt. De wijkorganisaties geven aan – naast de reguliere overleggen met Stadsdeelcoördinatie – de (digitale) informatieverstrekking via MijnWijk op hoge prijs te stellen. Discussie is er nog over de vraag welke 'zaken' als wijkgebonden of wijkoverstijgend moeten worden aangemerkt. De laatste categorie is uitgezonderd van de werking van het convenant, maar deze onderwerpen hebben vaak wel hun implicaties op wijkniveau (b.v. Tram, studenthuisvesting e.d.).

Vervolgens presenteerde de gemeente de kadernota Burgerparticipatie. De conclusies van de evaluatie en de tekst en toon van de kadernota bleken goed met elkaar te sporen. De avond eindigde in een levendige discussie over bijvoorbeeld de vraag of de wijkorganisaties in voorkomende gevallen eerder geïnformeerd moeten worden dan de gemeenteraad. En de vraag hoe je met vertrouwelijke informatie omgaat. En of het mogelijk is ook partijen buiten de gemeente – zoals corporaties of ontwikkelaars – een informatieplicht op te leggen. Hierbij is de suggestie gedaan om te onderzoeken of iets dergelijks kan worden opgenomen in de gemeentelijke 'leveringsvoorwaarden'. In elk geval zal de gemeente haar eigen opvattingen over betrekken en informeren van belanghebbenden nadrukkelijk kenbaar moeten maken.

In de tussentijd is vastgesteld dat het convenant met de wijkorganisaties geen inhoudelijke wijzigingen behoeft en 'gewoon' van kracht blijft.

6. Nota Sociale Media

Speciale aandacht vraagt de kadernota voor de inzet van *sociale media* bij burgerparticipatie. Enerzijds om te luisteren en te horen wat er (m.b.t. gemeentelijke onderwerpen) speelt op het web, anderzijds om de burgers gericht op te zoeken, om hen vragen te stellen of inbreng en betrokkenheid te organiseren. Het college heeft aangegeven kansen te zien in het gebruik van Sociale Media om burgers beter bij het bestuur van wijk of stad te betrekken en daarin ook actief mee te denken.

#ggsm

In de afgelopen periode hebben we het onderwerp sociale media intern op de agenda gezet. We hebben dit gedaan onder de titel *#ggsm*: Gemeente Groningen en sociale media.

Collegiebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

Voorop stond de behoefte aan overzicht, bewustwording en dialoog, discussie. Wat zijn onze kansen, wat zijn de risico's? Naar aanleiding van de interne gedachtenwisseling hebben we de nota 'Gemeente Groningen en Sociale Media' opgesteld. Deze is op interactieve wijze tot stand gebracht, met de inzet van onze eigen (soms interne) sociale media, zoals Twitter, Intranet en Yammer.

Op 12 april is een forumdiscussie georganiseerd om het pre-concept te bespreken aan de hand van een aantal dilemma's. Deze sessie werd afgesloten met een tweegesprek tussen de burgemeester en de gemeentesecretaris. De on-line reacties op het concept en de resultaten van de bijeenkomst zijn verwerkt in de eindversie van de nota. Ook hierin opgenomen zijn de resultaten van de pilot met sociale media zoals die bij RO (SDC) is uitgevoerd en de conclusies daaruit voor het vervolg. De nota #ggs^m bieden we bij deze voortgangsrapportage ter bespreking aan de raad aan.

Belangrijke conclusies m.b.t. de kansen en mogelijkheden van sociale media:

Zenden:

Sociale media hebben een groot bereik, en kunnen gebruikt worden als zend-medium, om grote(re) doelgroepen te bereiken. Sociale media kunnen een belangrijke rol vervullen in crisiscommunicatie, ze werken bij uitstek 'als er iets loos is'.

Luisteren:

Is van groot belang. Door de sociale media zijn de consumenten (burgers in ons geval) aan de macht. Slechte ervaringen worden breed gedeeld, een imago zo geknakt. Maar ook vele interessante, onverwachte of bijzondere ideeën en suggesties over 'ons' waren rond. Potentieel een rijke bron. Terecht of onterecht – nuttig of niet – oordelen, opvattingen en meningen over 'de gemeente' gaan rond en via sociale media gaat het sneller en met een groter bereik. Weten wat er op internet speelt op jouw (beleids-)terrein, over jouw project, dienst of afdeling is essentieel. Het gaat om *webcare*, *webmonitoring* en *community-management*.

Interacteren:

Sociale media bieden vooral kansen daar waar het (echt) gaat om interactie. Ze voorzien in laagdrempelige communicatie met de buitenwereld, zeker ook van belang bij het organiseren van meedenken en participatie door burgers. Dankzij sociale media kunnen we directe contacten onderhouden met de doelgroepen van beleid, waaronder de doelgroepen die doorgaans moeilijker te bereiken zijn.

Sociale media faciliteren het organiseren van collectieve intelligentie en het activeren van 'the wisdom of the crowd'. Als gevolg van het benutten van creatieve ideeën uit de samenleving kan beleidsverrijking optreden. Dergelijke toepassingen zijn overigens ook *intern* bij de gemeente interessant voor het gezamenlijk ontwikkelen van beleid en op het gebied van kennisdelen.

7. Lopende projecten / NLA

In 14 NLA-wijken zijn wijkteams – waarin ook bewoners zitting hebben – werkzaam met een eigen budget. De belangrijkste opdracht van het wijkteam is om het gesprek met bewoners aan te gaan, ideeën op te halen en bewoners te betrekken bij de vormgeving en uitvoering van projecten. De gedachte moet zich vestigen dat bewoners ondersteuning krijgen als ze zelf hun handen uit de mouwen willen steken voor een betere wijk. Eigen verantwoordelijkheid ontwikkelen: Mensen maken Stad!



Er is een breed scala aan projecten ontwikkeld.

Wijkteams hebben m.b.v. de buurtbudgetten voorzieningen gerealiseerd of opgeknapt, zoals schoolpleinen, speelplekken en speeltuinen, er is geïnvesteerd in sociaal culturele accommodaties, parken zijn opgeknapt en gebruiksvriendelijk gemaakt. Telkens hebben bewoners, gebruikers, kinderen meegedacht in de aanpak en vaak zijn bewoners betrokken bij de uitvoering.

Collegieberief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

Er wordt veel gezocht naar bruikbare methodes om bewoners te betrekken: de wijkstemdag in Korrewegwijk / De Hoogte, de deliberatieve methode in De Wijert, de SRV-wagen die verschillende wijken doortrok, Meeroeien in Lewenborg en de theekar in de Oosterparkwijk, waar het wijkteam de straat op ging om vragen op te halen, inloopmarkten, enzovoort. Voor verschillende ingrepen in de openbare ruimte werden door bewoners scenario's ontwikkeld, waarover vervolgens in de wijk kan worden gestemd.

Gemeente en corporaties zijn er samen in geslaagd om ook voor de komende vier jaar middelen beschikbaar te stellen voor bewonersinitiatieven en voorzieningen in de wijk. Het gaat daarbij om een bedrag van tien miljoen euro! Op dinsdag 5 april j.l. hebben de gemeente Groningen en de vijf Groningse corporaties opnieuw hun samenwerking bekrachtigd in het 'Nieuw Lokaal Akkoord 2.0'.

Enkele resultaten participatieve aanpak NLA

In veel wijken zijn met NLA-middelen Stips gerealiseerd, informatie- en ondersteuningspunten in de wijk voor ouderen en kwetsbare groepen, met veel inzet van vrijwilligers. Ook aan activiteiten voor andere doelgroepen is veel aandacht besteed. In verschillende wijken zijn activiteiten aangeboden aan kinderen en jongeren, in Lewenborg is met betrokkenen een plan van aanpak voor jongeren gemaakt. Op verschillende plekken zijn jongeren betrokken door samen een film, een theater- of circusproductie te maken. In Beijum, De Hoogte, Selwerd, Corpus en De Wijert werden activiteiten georganiseerd met en voor allochtone bewoners. Soms ook wordt kunst als middel ingezet om bewoners te betrekken en de samenhang in de wijk te bevorderen. Voorbeelden zijn: samen mozaïek maken (bijv.; fietstunnel Tuinwijk en bankjes Paddepoel), plaatsing van een kunstwerk in Corpus, waarbij het CBK met een actieve groep bewoners het idee uitwerkte, films en theaterproductie door en voor bewoners. In Beijum wordt in winkelcentrum Oost door vrijwilligers een kunstpad open gehouden, waar ook cursussen en andere activiteiten plaatsvinden.

Concrete voorbeelden van participatieve projecten (een greep uit de 430 NLA-projecten):

- Op initiatief van bewoners uit Beijum en met hun hulp bij de uitvoering, is in het gebied Kardingse een parcours van 4 mijl uitgezet, waar getraind kan worden. Op dezelfde manier is bijgedragen aan de realisatie van een plukbos, waar op den duur buurtbewoners appels en ander fruit kunnen plukken;
- Met bijdragen van wijkteams is in de hele stad een groep geschoolde vrijwilligers beschikbaar om te bemiddelen bij geschillen tussen burens en buurtbewoners. Het project Buurtbemiddeling vindt plaats onder begeleiding van Stiel;
- In Kostverloren is de winkelstrip opgeknapt om een hart in de wijk te creëren. Bewoners zijn betrokken bij het ontwerp. Verschillende scenario's werden aan bewoners voorgelegd. Met stemming werd besloten welk plan zou worden uitgevoerd;
- In de Korrewegwijk en De Hoogte hebben bewoners ("hondenbezitter en hondenhaters") meegedacht over een hondenuitlaatplan. Het plan is inmiddels in uitvoering.

Naast de participatieprojecten in het kader van het NLA noemen we hier nog een aantal andere projecten – gericht op het actief betrekken van burgers bij de planvorming en de uitvoering – waar we trots op zijn. Deze hebben vooral betrekking op het beleid en het beheer ten aanzien van de directe leefomgeving en de openbare ruimte: BORG, Lentekriebels en – meer recent – Groenparticipatie. Bij het beoordelen van het onderhoudsniveau in het kader van de BORG-schouwen hebben we vele Stadlers betrokken en bij Lentekriebels (in dit 8^{ste} jaar werd een record-deelname van meer dan 4000 deelnemers begroet) gaat het niet alleen om participatie in de uitvoering: de groepen die zich aanmelden bepalen in hoge mate zelf de prioriteiten en de aanpak. De gemeente faciliteert. Dat laatste geldt m.n. ook voor het beleid inzake Groenparticipatie: burgers spelen een actieve rol ten aanzien van het bepalen van de inrichting en vervolgens bij het beheer en onderhoud. We betrekken hier ook corporaties bij (in het kader van het NLA) en – in toenemende mate – bedrijven(terreinen). Nog onlangs hebben we samen met de omwonenden van de Prinsentuin gezamenlijk een beheerplan opgesteld voor beheer en onderhoud van dit fraaie stukje binnenstad.

Collegiebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

8. Stappenplan uitwerking aanbevelingen cultuurverandering

In het 'Stappenplan uitwerking aanbevelingen cultuurverandering' staan 8 aanbevelingen met betrekking tot burgerparticipatie (soms voor de raad, soms voor het college en soms voor beide). We nemen de stand van zaken m.b.t. deze aanbevelingen in deze voortgangsrapportage mee:

Aanbeveling 14: spelregels en borging

De aanbeveling vraagt en benoemt spelregels ten aanzien van een goed proces van burgerparticipatie.

- Wij verwachten dat het verdergaand invoeren van de Factor C methodiek zal voorzien in deze aanbeveling. Borging en controleerbaarheid zijn gerealiseerd door opname van het onderdeel 'Communicatie & Participatie' in de interne instructie 'Een goed besluit' en het vernieuwde digitale sjabloon voor de besluitnota's. Uiteindelijk zal dit moeten worden ingebed en geborgd in het vernieuwde proces 'bestuurlijke dienstverlening'.

Aanbeveling 15: startnotitie / communicatieparagraaf

De aanbeveling verzoekt om een startnotitie met participatieparagraaf bij grote projecten en bij kleinere ten minste een communicatieparagraaf.

- Het college onderschrijft deze doelstelling. De interne aanwijzingen, opname van het onderdeel 'Communicatie & Participatie' in de interne instructie 'Een goed besluit' en het vernieuwde digitale sjabloon voor de besluitnota's moeten – ook voor het college –de waarborg zijn dat dit op de gewenste wijze gebeurt.

Aanbeveling 16: als 14 en 15, meer in detail

Deze aanbeveling expliceert een aantal regels en uitgangspunten.

- De combinatie van de uitvoering van de punten 14 en 15 zal hierin voorzien.

Aanbeveling 17: helder participatie-traject bij betrokkenheid derden

Vraagt om onderzoek naar de mogelijkheden om 'derde-partijen' te binden aan onze normen m.b.t. informatievoorziening en participatie t.a.v. belanghebbenden.

- In de kadernota is opgenomen dat we aan dit aspect aandacht willen besteden:
"We verwachten een actieve opstelling van 'derde' partijen, zoals de gesubsidieerde instellingen, corporaties of ontwikkelaars. Zij hebben evenveel belang bij betrokken burgers. Door zich actief te richten naar hun omgeving kunnen zij leren hoe zij zich – ook op dit terrein – kunnen verbeteren. Dit past in de ontwikkeling naar meer horizontale verantwoording."
We gaan de mogelijkheden onderzoeken om dit actief te prikkelen/stimuleren. Wellicht is het mogelijk hierover afspraken vast te leggen in subsidieovereenkomsten en/of de gemeentelijke leveringsvoorwaarden. In elk geval zullen we onze eigen opvattingen over het betrekken en informeren van burgers/belanghebbenden nadrukkelijk manifesteren.

Aanbeveling 18: onderzoek informatievoorziening

Vraagt om onderzoek naar meest efficiënte en objectieve methode om burgers te informeren.

- Deze vraag lag oorspronkelijk bij de raad(scommissie).
Wij gaan er vanuit dat een adequate, open, actieve en betrouwbare informatievoorziening aan burgers en/of betrokkenen – onder verantwoordelijkheid van het college – vanuit de eigen organisatie plaats kan vinden, *moet* plaatsvinden.
Wij zetten in op een complete, transparante, digitale informatieverstrekking via de gemeentelijke website, waarbij we de burgers/belanghebbenden zo gemakkelijk en dicht mogelijk benaderen op het niveau van hun directe leef- en belevingswereld: de buurt en/of de wijk. De projecten m.b.t. digitale dossiervorming en actieve informatieverstrekking (MijnWijk) moeten hierin voorzien. Ook m.b.t. het aspect van 'track and trace'.

Collegiebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

Aanbeveling 19: digitale informatievoorziening via website

Vraag om dit voortvarend op te pakken.

- We pakken dit voortvarend op en met grote ambitie. Zie boven, zie voortgangsrapportage. Dit laat onverlet dat het een omvangrijke operatie betreft, met een behoorlijke doorlooptijd.

Aanbeveling 20: checklist

Het college wordt gevraagd een checklist 'participatieproces' op te stellen voor intern gebruik.

- Op verzoek van de cie-CV heeft de fractie van D66 hierin voorzien. De checklist is onlangs aangeboden aan het college. Het college onderschrijft de checklist volledig en zal deze binnen de relevante dienstonderdelen verspreiden. Samenhang met de aanbevelingen 14, 15 en 16 is groot.

Aanbeveling 21: inspraakverordening, mediation

Herbeoordeel de bestaande inspraakverordening en kom tot gewenste aanpassingen en actualisatie.

- Deze vraag lag oorspronkelijk ook bij de raad(scommissie).

De huidige inspraakverordening vormt in de kern geen belemmering voor de praktijk waarin we vele verschillende (tot en met de hoogste) niveaus van participatie realiseren. Hetzelfde geldt voor de mogelijkheid van mediation. Maar de huidige verordening beschrijft slechts de minst actieve vorm van burgerparticipatie, de onderste trede op de participatieladder. Het college wil van harte de verordening uitbreiden en de ruimte vastleggen voor meer actieve deelname aan besluitvormingsprocedures. Daartoe stellen wij voor om gezamenlijk met de griffie en de werkgroep burgerparticipatie een voorstel voor te bereiden.

9. Vervolg

In het AMT heeft besluitvorming plaatsgevonden over het opdrachtgever-/opdrachtnemerschap mb.t. de verdere uitwerking van de actiepunten die voortvloeien uit de kadernota Burgerparticipatie, waaronder het implementatieplan/ontwikkeltraject en een voorstel 'organisatie en financiering implementatie kadernota Burgerparticipatie' voor 2012 e.v.:
Opdrachtgever c.q. bestuurlijk verantwoordelijk is de burgemeester, de gemeentesecretaris treedt op als opdrachtnemer. Hij zal de concrete uitvoering beleggen bij de Concernmanager Communicatie.

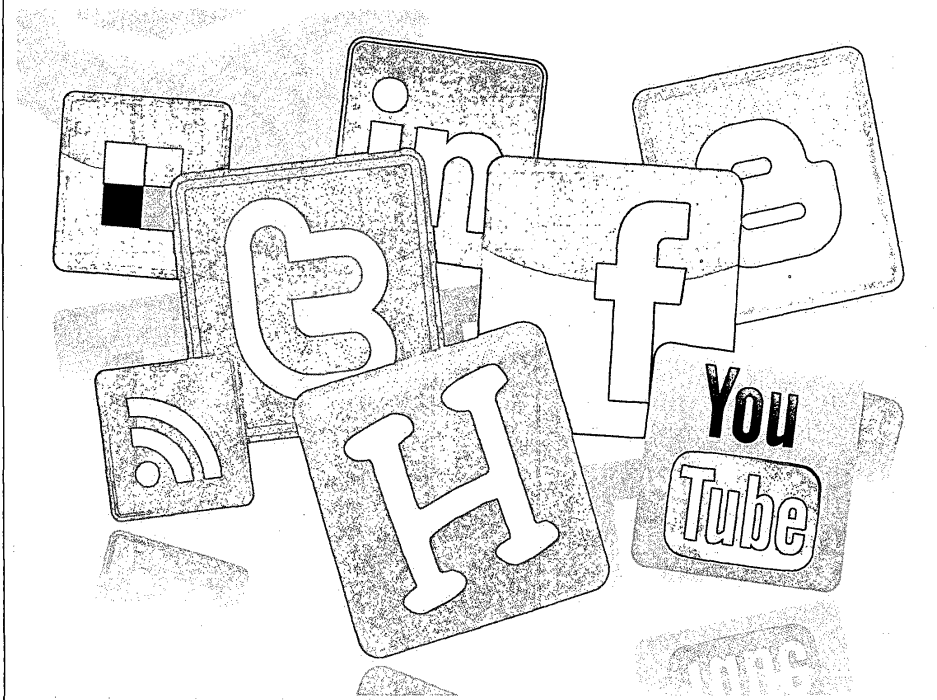
Ook de opdrachtformulering m.b.t. de verdere uitwerking van de kadernota is vastgesteld en omvat:

- Coördinatie m.b.t. realisatie actiepunten (afgeleid) uit kadernota, implementatie bij diensten;
- Oriëntatie op deelname aan Benchmark Burgerparticipatie van BZK/VNG;
- Realisatie van een centraal expertise-punt 'participatie', waar alle gemeentelijke participatie-activiteiten zijn aangemeld, kennis, ervaring en evaluaties gebundeld worden en ter beschikking gesteld. Vanuit dit punt wordt samengewerkt met de kenniscentra bij de RUG, VNG en BZK;
- Voorbereiden en uitwerken voortgangsrapportage(s) aan AMT, college en raad, control.
- Uitwerken voorstel 'organisatie en financiering implementatie Kadernota Burgerparticipatie' voor 2012 e.v.

In relatie tot de resultaten van de benchmark Burgerparticipatie (ontwikkelingsplan/september), de strategische koersbepaling m.b.t. de digitalisering (oktober/november) en de verdere uitwerking van het traject 'bestuurlijke dienstverlening' zullen we het implementatieplan Burgerparticipatie (inclusief het 'financiële plaatje') nog voor het eind van dit jaar aan u voorleggen.

#ggsm

Gemeente Groningen en Sociale Media



stad.

Inhoud:

- Samenvatting
- 1. Aanleiding
- 2. Social media are here (to stay)
 - 2.1 Wat verstaan we onder sociale media
 - 2.2 Sociale media kanalen en platformen
 - 2.3 Impact van sociale media
- 3. Gemeentelijk gebruik van sociale media: kansen en risico's
 - 3.1 Kansen: wat kunnen we ermee?
 - 3.2 Risico's
- 4. Stand van zaken
 - 4.1 Hoe doen andere overheden het?
 - 4.2 Stand van zaken in Groningen
Positieve en negatieve ervaringen
- 5. Hoe willen we als gemeente omgaan met sociale media?
 - 5.1 Richtlijnen, stel- en spelregels
 - 5.2 Dilemma's
Standpunten
- 6. Hoe nu verder?



Gemeente Groningen en Sociale Media

Samenvatting bij de nota #ggsm

Wikipedia zegt: "Social media – of sociale media – is een verzamelbegrip voor online platformen waar de gebruikers, met geen of weinig tussenkomst van een professionele redactie, de inhoud verzorgen. Tevens is er sprake van interactie en dialoog tussen de gebruikers onderling. De Engelse term *social media* is ook in het Nederlandse taalgebied gangbaar."

Aanleiding

De ontwikkeling van de sociale media is onstuitbaar en de impact ervan is groot en nog steeds groeiende. Hoe gaan we daar mee om? Als gemeentelijke organisatie met haar politieke bestuur. Die vraag werd opgeworpen door de burgemeester in zijn Nieuwjaarstoespraak en beklemtoond in de onlangs vastgestelde Kadernota Burgerparticipatie: hoe gaan we *als gemeente* om met die nieuwe, sociale media? Hoe gaan we om met de *nieuwe kansen* en de *nieuwe risico's*?

Bij de nieuwe media zijn de regels en omgangsvormen voor de ambtelijke interactie met de buitenwereld in de kern natuurlijk niet anders dan bij de oude. Maar de impact van een tweet, post of blog kan heel anders zijn. In tegenstelling tot een (telefoon-)gesprek of mailwisseling gaat een uitspraak via internet in principe *wereldwijd* en blijft daar *voor de eeuwigheid*. Daarbij komt dat sommige sociale media uitnodigen tot *snelle reacties* en de *drempel* daartoe soms *laag* ligt. Het is van groot belang ons daarvan steeds bewust te zijn.

Tijdens het Open Innovatie Festival Groningen – OIF050 – in december vorig jaar zijn we met onze oriëntatie op sociale media begonnen. Voorop stond de behoefte aan dialoog en discussie. En overzicht. Wat is er gaande, wie doet wat, wat zijn onze kansen, wat de risico's, wat kunnen en willen we er mee, wat *moeten* we er mee. Wat zijn de mogelijkheden en onmogelijkheden, en wie gaat er uiteindelijk over, wie heeft de regie? Moeten er kaders, spelregels en richtlijnen komen, (technische) faciliteiten, huisstijl-voorschriften, juridische kaders, inspirerende festivals, interactieve communities? In deze nota proberen we hierop antwoorden te vinden..

Wij zijn ons er daarbij van bewust dat de ontwikkeling van de sociale media ons voor nieuwe vragen zal stellen. Een belangrijk aandachtspunt is hoe de gemeentelijke organisatie de sociale media kan benutten om op de hoogte te blijven van nieuwe maatschappelijke verschijnselen en trends en tendenties in de samenleving. Ook willen we bezien hoe we, in antwoord daarop, kunnen komen tot een gemeentelijke 'corporate-identity' ten behoeve van een eenduidige externe communicatie.

Werkwijze

Geheel 2.0 hebben we deze nota op interactieve wijze tot stand gebracht, met de inzet van onze eigen (soms interne) sociale media, zoals Twitter, Intranet en Yammer. Want om een van de belangrijkste eigenschappen van sociale media kunnen we natuurlijk niet heen: sociale media zijn *ván, vóór* en *dóór* 'de mensen': *wisdom of the crowd*.

#ggsm

We hebben dat gedaan onder de hashtag #ggsm: Gemeente Groningen en Sociale Media. Op dinsdag 12 april waren er op het stadhuis ruim 90 collega's bij elkaar om het pre-concept van deze notitie te bespreken aan de hand van een aantal dilemma's. De sessie werd afgesloten met een tweegesprek van de burgemeester en de gemeentesecretaris. De on-line reacties op het concept en de resultaten van de bijeenkomst zijn verwerkt in de eind-versie van de nota.

Collegedebat - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

Inhoud op hoofdlijnen

Kansen: Wat kunnen we met sociale media?

Zenden: sociale media hebben een groot bereik, en kunnen gebruikt worden als zend-medium, om grote(re) doelgroepen te bereiken. Sociale media kunnen een belangrijke rol vervullen in crisiscommunicatie, ze werken bij uitstek 'als er iets loos is'.

Luisteren: is van groot belang. Door de sociale media zijn de consumenten (*burgers* in ons geval) aan de macht. Slechte ervaringen worden breed gedeeld, een imago is zo geknakt. Terecht of onterecht, oordelen, opvattingen en meningen over 'de gemeente' gaan rond en via sociale media gaat het sneller en met een groter bereik. Weten wat er op internet speelt op jouw (beleids-)terrein, over jouw project of jouw dienst of afdeling is essentieel. Het gaat om *webcare* en *community-management*.

Interacteren: sociale media bieden vooral kansen daar waar het (echt) gaat om *interactie*. Ze voorzien in laagdrempelige communicatie met de buitenwereld, zeker ook van belang bij het organiseren van meedenken en participatie door burgers. Dankzij sociale media kunnen we directe contacten onderhouden met de doelgroepen van beleid, waaronder de doelgroepen die doorgaans moeilijker te bereiken zijn.

Sociale media faciliteren het organiseren van collectieve intelligentie en het activeren van 'the wisdom of the crowd'. Als gevolg van het benutten van creatieve ideeën uit de samenleving kan beleidsverrijking optreden. Dergelijke toepassingen zijn overigens ook *intern* bij de gemeente interessant voor het ontwikkelen van beleid en op het gebied van kennisdelen.

Dankzij de sociale media kunnen we relevante ontwikkelingen in de buitenwereld vroegtijdig signaleren en vernemen hoe de samenleving over bepaalde zaken denkt. Ook kunnen we sneller en beter inspelen op actuele ontwikkelingen (responsiviteit). Het kan resulteren in meer transparantie, omdat we burgers effectiever kunnen informeren en onjuiste informatie sneller kunnen corrigeren. We kunnen efficiënter werken en kennis delen. Online communiceren kost minder tijd dan het organiseren van fysieke bijeenkomsten. Het bereik – ook inhoudelijk – is groter. Op deze manier kunnen ook kostenbesparingen gerealiseerd worden.

Bedreigingen: Wat zijn de risico's?

Een nadeel van digitale communicatie is dat organisaties en individuen nog jaren met hun 'digitale voetafdruk' geconfronteerd kunnen worden. Digitale informatie, zelfs vluchtige uitspraken, zullen (bijna) altijd 'opzoekbaar' blijven. Ambtenaren zullen bij hun contacten met de buitenwereld altijd rekening moeten houden met het feit dat hun uitspraken in het virtuele domein niet op gespannen voet mogen staan met het gemeentelijk beleid. Het primaat van de politiek maakt het lastig(er) voor ambtenaren om te participeren in Web 2.0 omgevingen. De snelheid van het internet kan op gespannen voet staan met de zorgvuldige en dus 'vertragende' procedures, richtlijnen en regels die bij overheidscommunicatie in acht worden genomen.

Voor de overheid is het belangrijk dat een brede doelgroep wordt bereikt. Maar bij sociale media is vaak niet duidelijk of de deelnemers representatief zijn voor een grotere doelgroep. Het risico is dat de stem van de mondige burgers mét digitale vaardigheden beter wordt gehoord dan die van (minder mondige) burgers zonder digitale vaardigheden.

En wat als er (per ongeluk) foute informatie door ambtenaren (of bestuurders) naar buiten wordt gebracht via sociale media? Wat is de juridische status van een 'tweet', vooral als die van een 'officiële' gemeente-account wordt verzonden? Wat als burgers naar aanleiding daarvan bepaalde actie ondernemen, of directe schade ondervinden. En wat als je communiceert over nog niet vastgesteld beleid? Bestaat er ook zoiets als 'schaduwwerking' van een gemeentelijke mededeling op Facebook of Twitter? Voer voor juristen...

Collegiebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

Dilemma's

We hebben de verkenningen omtrent het fenomeen sociale media toegespitst op een aantal dilemma's. De reacties van medewerkers via internet en Yammer, en de bespreking van de stellingen tijdens de interne bijeenkomst over sociale media van 12 april j.l. zijn verwerkt in onderstaande standpunten.

Zijn werk en privé op sociale media nog wel te scheiden?

Als gevolg van de toegankelijkheid en transparantie van sociale media – en het feit dat de berichten 'voor de eeuwigheid' op internet staan – is het voor bestuurders en ambtenaren vrijwel onmogelijk geworden om (op de sociale media) publieke en privé opvattingen voor het publiek gescheiden te houden. Om die redenen is 'extra' voorzichtigheid geboden, boven de 'normale' regels die hiervoor gelden.

Artikel 7 van de Grondwet zegt dat iedereen recht heeft op vrije meningsuiting. Het grondrecht op vrije meningsuiting van de ambtenaar is echter niet absoluut. Ambtenaren mogen namelijk geen uitspraken doen die het eigen functioneren of dat van de overheid kunnen schaden. Voor bestuurders geldt dat de collegialiteit van bestuur in het geding kan zijn.

In het algemeen wordt het van belang gevonden dat men zich – passend bij de aard van de sociale media – *als een persoon* manifesteert: een ambtenaar (of bestuurder) van vlees en bloed. Een mix van zakelijk en persoonlijk, professioneel en menselijk.

Moeten we de gemeentelijke huisstijl toepassen op gemeentelijk gebruik sociale media?

Zeker als er sprake is van gebruik/inzet van sociale media namens of vanuit de gemeentelijke organisatie moet ondubbelzinnig duidelijk zijn wie de afzender is en in welke hoedanigheid of rol men opereert. Een (lichte) huisstijl voor sociale media moet worden ontwikkeld, m.b.t. logo's, naamgeving, 'bio' en 'tone of voice'. Ook ten aanzien van het URL-gebruik (inclusief het pro-actief vastleggen van domeinnamen) is gemeentebrede afstemming gewenst.

Hoe ontwikkelen we 'digitale voelsprietten'?

Ten aanzien van webcare, webmonitoring en/of communitymanagement moet er – in deze fase van ontwikkeling van het (gemeentelijk) gebruik van sociale media – *zowel* centraal ontwikkeld en gefaciliteerd worden *als* decentraal de verantwoordelijkheid genomen voor het volgen van ontwikkelingen m.b.t. het eigen project of vakgebied. Het is vooralsnog *én én!*

Centraal moet inhoudelijk en technisch gefaciliteerd worden en scholing georganiseerd. Daarnaast is het wenselijk een soort 'centraal meldpunt' voor relevante signaleringen op sociale media in te stellen en van daaruit eventueel gewenste gemeentelijke reacties te coördineren. Er liggen grote mogelijkheden om snel en zonder hoge kosten actief vragen/behoefte/wensen van burgers te verkrijgen om de gemeentelijke producten en dienstverlening te verbeteren.

Concentreren we ons (qua zenden/interactie) op Twitter, Facebook en Hyves?

De ontwikkelingen binnen de sociale media zijn leidend. We moeten de kanalen 'volgen' waar onze doelgroepen op enig moment gebruik van maken. Wanneer we sociale media inzetten om actief 'te zenden en/of te interacteren' is het verstandig de 'mainstream' kanalen te gebruiken.

Stimuleren of controleren, kaderstelling?

Voorop staat dat vertrouwen moet worden gesteld in het *gezonde verstand*, de professionaliteit en het beoordelingsvermogen van onze medewerkers. 'Wees een ambtenaar' is misschien wel de meest zinnige van alle do's en dont's die we op dit terrein kunnen vinden.

Bewustzijn van je rol en het onderkennen eventuele risico's wordt van groter belang geacht dan het hanteren c.q. controleren van richtlijnen. Lijstjes met do's en dont's zijn nuttig.

Van belang is te investeren in kennis van het (niet-)gebruik van sociale media, het bevorderen van transparantie en het – actief – uitwisselen van (positieve of negatieve) ervaringen.

Collegedebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

Hoe nu verder?

Ervaringen blijven delen

Het is van groot belang dat we de ervaringen met sociale media – zowel positief als negatief – met elkaar blijven delen. We moeten mét en ván elkaar leren. Daartoe zullen we met enige regelmaat bijeenkomsten organiseren waarin sociale media centraal staan, zoals op 12 april j.l. Ook tijdens het Open Innovatie Festival 2011 (OIF050) zal er weer aandacht aan worden besteed. De Yammer-groep Sociale Media blijft open voor het uitwisselen van ervaringen, informatie, nieuwtjes en berichten. Via intranet verspreiden we lijstjes met do's en dont's. Onder leiding van de Concernmanager Communicatie zal het Team #ggsm met enige regelmaat de ontwikkelingen op het gebied van sociale media bespreken, verspreiden en delen.

Verdergaan met experimenteren

We gaan verder experimenteren, bij RO/EZ loopt de pilot in elk geval nog door tot het eind van dit jaar. We zullen daarbij vooral ook op zoek moeten naar de inzet van sociale media gericht op (daadwerkelijke) interactie en co-creatie in het kader van burgerparticipatie.

Huisstijl ontwikkelen / faciliteren

Als onderdeel van Stijlweb Stad zullen nadere voorstellen worden uitgewerkt om te komen tot een (lichte) vorm van gemeentelijke huisstijl voor sociale media, vooral toe te passen in die gevallen waarin er echt sprake is van de gemeente(ambtenaar) als afzender.

Het gaat daarbij om:

- vormgeving, presentatie
- tone of voice
- URL-beleid, naamgeving en -gebruik

Webcare, webmonitoring

Webcare moeten we vooral in verband brengen met de gemeentelijk dienstverlening. De KCC's zijn bij uitstek de plekken waar de webcare gesitueerd dient te worden. De juiste tools hiervoor moeten ter beschikking worden gesteld. Op een aantal plekken zal het web centraal gemonitord worden, o.a. bij de centrale nieuwsredactie en het eBureau. Community-management is met name ook interessant bij beleids- en projectontwikkeling.

Juridische aspecten

Een aantal juridische aspecten m.b.t. de sociale media verdient nadere aandacht en bestudering. Wat is bijvoorbeeld te zeggen over de status van een tweet vanaf een duidelijk gemeentelijke account en hoe moeten we omgaan met het fenomeen van fakers, mensen die zich voordoen als anderen (of als de gemeente)? Dat geldt natuurlijk niet alleen voor de gemeente Groningen, dus houden we ook de landelijke ontwikkelingen op dit terrein in de gaten. Het Bureau Juridische Zaken heeft dit onder de aandacht.

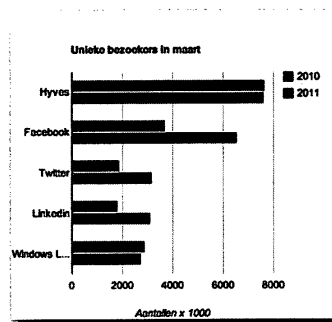
Gemeente Groningen en Sociale Media

1. Aanleiding

Grote getallen

In Nederland heeft Hyves meer dan 9 miljoen leden, zijn er bijna 3,5 miljoen Facebook-profielen en worden dagelijks 2 miljoen Tweets verstuurd door bijna een half miljoen actieve Twitteraars. De Groningen-Hyves heeft 46.000 'vrienden' en alleen Amsterdam (834.535) en Rotterdam (654.326) hebben er meer. De Hyves van de Rijksuniversiteit heeft er bijna 20.000, net als de FC.

Zo maar een paar cijfers die aantonen hoe ver sociale media al in Nederland zijn doorgedrongen en hoe groot het potentiële bereik er van is. Er zijn grote groepen mensen die zich mobiel of via internet rond bepaalde interesses of verbanden organiseren en – de een meer dan de ander – er over *communiceren*. Er gaat in toenemende mate invloed vanuit.



Zenden en luisteren

Vanwege de omvang, en de snelheid waarmee je een grote groep mensen kunt bereiken, worden deze media steeds interessanter als communicatiekanaal. Dat is ook de conclusie van het COT, het instituut voor Veiligheids- en Crisismanagement. Zij concluderen dat Twitter o.a. een zeer geschikt medium is voor *crisiscommunicatie*. Maar, het is voor overheden ook van groot belang het oor te luisteren te leggen bij wat er zoal leeft in onze online communities. Als je wilt weten wat er speelt. De Nationale Denktank 2010 heeft onlangs de publieke organisaties geadviseerd daartoe *'digitale voelsprietten'* te ontwikkelen. Vervolgens is het dan ook mogelijk om te reageren en/of de dialoog aan te gaan. Ten behoeve van de Burgerparticipatie kunnen we via de sociale media de dialoog en co-creatie 'klantvriendelijk' faciliteren.

Gevaar!

De gevaren van de nieuwe media zijn enorm, althans zo kopte de Telegraaf onlangs. En er gaat ook wel eens wat mis, ook bij het gebruik van sociale media door of namens de overheid. En dan zowel door het (onnadenkend) gebruik als juist door het *nalaten* van de inzet van deze middelen. Bijvoorbeeld bij de brand in het chemisch complex in Moerdijk in januari van dit jaar is de overheid verweten niets of veel te weinig te hebben gedaan met sociale media, die overigens zelf autonoom een grote dynamiek vertoonden in deze crisissituatie. Maar we kennen ook de voorbeelden van ambtenaren en politici die zichzelf en/of hun organisatie grote schade toebrachten door 'dom' getwitter of geblog.



Collegedebat - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

Omgangsvormen

In de kern zijn de regels en omgangsvormen voor de ambtelijke interactie met de buitenwereld bij de nieuwe media natuurlijk niet anders dan bij de oude. Maar de impact van een tweet, post of blog kan heel anders zijn. In tegenstelling tot een (telefoon-)gesprek of mailwisseling gaat een uitspraak via internet in principe *wereldwijd* en blijft daar *voor de eeuwigheid*. Daarbij komt dat sommige sociale media uitnodigen tot *snelle reacties* en de *drempel* daartoe soms *laag* ligt. Het is van groot belang ons daarvan steeds bewust te zijn.

Beleid, regie, richtlijnen?

De vraag is: hoe gaan we hier mee om? Als gemeentelijke organisatie met haar politieke bestuur. Die vraag is gesteld door het DB van het gemeentelijk programma BoSS, opgeworpen door de burgemeester in zijn Nieuwjaarsspeech 2011 en ook beklemtoond in de onlangs vastgestelde Kadernota Burgerparticipatie: hoe gaan we *als gemeente* om met de sociale media? Hoe gaan we om met de nieuwe kansen en de nieuwe risico's?

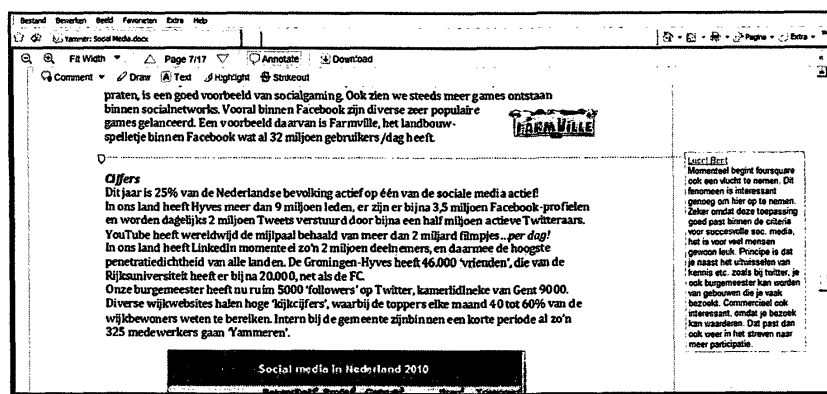
Tijdens het Open Innovatie Festival Groningen – OIF050 – in december vorig jaar zijn we met de beantwoording van deze vragen begonnen. Voorop stond de behoefte aan dialoog en discussie. En overzicht. Wat is er gaande, wie doet wat, wat zijn onze kansen, wat de risico's, wat kunnen en willen we er mee, wat *moeten* we er mee. Wat zijn de mogelijkheden en onmogelijkheden, en wie gaat er uiteindelijk over, wie heeft de regie? Moeten er spelregels en richtlijnen komen, (technische) faciliteiten, huisstijl-voorschriften, juridische kaders, inspirerende festivals, interactieve communities? In deze nota proberen we hierop antwoorden te formuleren.

#ggsm

Geheel 2.0 hebben we deze notitie op interactieve wijze tot stand gebracht, met de inzet van onze eigen (soms interne) sociale media, zoals Twitter, Intranet en Yammer. Want om een van de belangrijkste eigenschappen van sociale media kunnen we natuurlijk niet heen: sociale media zijn *ván, vóór en dóór 'de mensen': wisdom of the crowd*.

We hebben dat gedaan onder de hashtag #ggsm: Gemeente Groningen en Sociale Media.

Op dinsdag 12 april waren er op het stadhuis ruim 90 collega's bij elkaar om het pre-concept van deze notitie te bespreken aan de hand van een aantal dilemma's. De sessie werd afgesloten met een tweegesprek met burgemeester en gemeentesecretaris. De resultaten van de bijeenkomst zijn verwerkt in het definitieve concept.



Voorbeeld van een reactie op het pre-concept via Yammer. Ze zijn in het stuk met een  aangegeven.

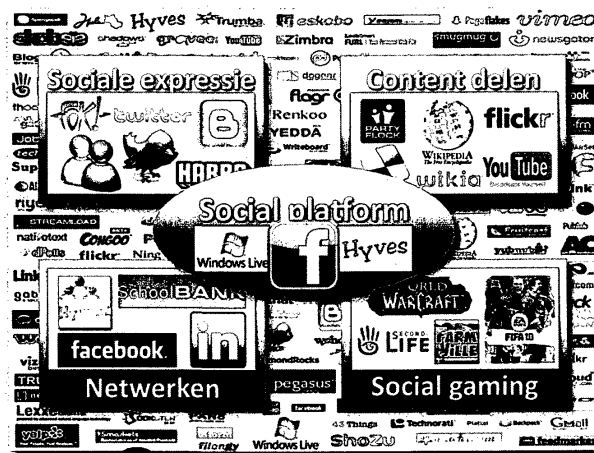
2. Social media are here (to stay)

2.1 Wat verstaan we onder sociale media

Definitiekwestie

Een eenduidige definitie voor 'social/sociale media' blijkt lastig te formuleren.

Social media is een noemer waar veel webtoepassingen onder worden geschaard. Het begrip 'social' heeft betrekking op het delen van informatie tussen individuen en groepen. De vraag om welk type informatie het gaat (blogcontent, nieuws, attenteringen, meningen, beoordelingen), om welk medium het gaat (video, korte tekst, afbeeldingen) of wat het 'delen' precies betekend (zenden, reageren, co-creatie) lijken niet relevant om een nieuw middel onder de noemer social media te scharen. Dat is begrijpelijk, want 'social' buzzt en is hot. En wie wil daar zich nu niet mee afficheren?



Enkele 'sociale media' uit vele, geordend naar aard en gebruik

Wikipedia zegt: "Social media – of sociale media – is een verzamelbegrip voor online platformen waar de gebruikers, met geen of weinig tussenkomst van een professionele redactie, de inhoud verzorgen. Tevens is er sprake van interactie en dialoog tussen de gebruikers onderling. De Engelse term *social media* is ook in het Nederlandse taalgebied gangbaar."

Veel medewerkers van de gemeente Groningen geven voorkeur aan de Nederlandse benaming en dus hanteren die zoveel mogelijk, hoewel in sommige teksten de Engelse versie niet misstaat.

Structurele verandering

Sociale media is geen hype maar een structurele verandering in de manier waarop mensen internet gebruiken. De gemeente doet er goed aan om hier in haar communicatiebeleid rekening mee te houden. Rond deze ontwikkeling van het sociale internet, is een enorme hype ontstaan. Mensen staan steeds meer altijd en overal met elkaar in verbinding. Daardoor kunnen we dingen efficiënter of anders doen en ontstaan nieuwe mogelijkheden. Informatie-uitwisseling en samenwerking zijn – waar dan ook en met wie dan ook – makkelijk mogelijk geworden.

Collegiebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

Iedere burger, van jong tot oud, man en vrouw, heeft met Web 2.0 een stem gekregen: men heeft meer toegang tot informatie dan ooit en meer mogelijkheden dan voorheen om zichzelf te organiseren, zelf content te produceren en die te verspreiden, producten te maken en die te distribueren en/of actie te voeren voor uiteenlopende doelen. Door opkomst van het sociale internet zijn de burgers politiek en economisch belangrijke medespelers geworden. De betere ontsluiting van informatie heeft de globalisering een enorme impuls gegeven: de aarde is 'plat' en 'democratisch' geworden: grenzen spelen in veel opzichten nauwelijks nog een rol en iedere organisatie en individu, van groot tot klein, van leek tot expert kan meepraten en in een grote mate van gelijkwaardigheid. Burgers zijn onafhankelijker van organisaties en instituties geworden en kunnen makkelijker dan ooit hun eigen boodschap overbrengen.



Interactie tussen ambtenaren en burgers is niet nieuw, dus wat we wél en niet doen in de communicatie met onze doelgroep hoeft in dit verband niet in detail beschreven te worden. Maar sociale media hebben kenmerken waarmee we niet allemaal vertrouwd zijn. En dat is reden genoeg na te denken over kaders waarmee de organisatie haar werknemers ondersteunt.



Door de komst van sociale media zijn namelijk wel een aantal dingen veranderd. In de eerste plaats is het erg eenvoudig geworden voor een ambtenaar om namens de organisatie zijn standpunt wereldkundig te maken. Zo eenvoudig zelfs, dat dit ook onbedoelde effecten kan hebben. Het uiteindelijke bereik van een Tweet of een reactie op een blog is niet goed te voorspellen. Ten tweede is de drempel voor het publiek erg laag om opinies en meningen over bijvoorbeeld de kwaliteit van dienstverlening te ventileren. Ook groeit het besef dat organisaties kennis kunnen nemen van deze uitingen. We hebben dus een grote verantwoordelijkheid om hier bewust mee om te gaan.

2.2 Sociale media kanalen en platformen

Om het terrein een beetje af te bakenen en in te delen volgt hier een opsomming van diverse sociale media kanalen met enige uitleg en voorbeelden.

Forums

Forums zijn samen met chatboxen de eerste platformen waarbij internet een sociale kant kreeg. Nooit eerder was het zo makkelijk om te kunnen discussiëren met mensen die je nog nooit had ontmoet. Tegenwoordig worden de chatboxen en de forums van toen niet meer zoveel gebruikt. Dit komt met name door de ineffectiviteit van grote algemene ontmoetingsplekken. Men kiest steeds vaker voor platformen die direct gericht zijn op een niche. Voorbeelden: Ouders online, Fok.nl, Partyflock etc.



Collegiebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...



Reactie 1:

Zonder een oordeel uit te spreken over de kwaliteit er van in algemene zin, maar feitelijk zouden ook de reacties onder artikelen op internetkranten en -magazines als 'sociale content' kunnen worden beschouwd. De invloed van deze – soms lange – reeksen van meningen en opinies op de lezers moet niet worden onderschat.

Weblogs (blogs)

Weblogs (afgekort 'blogs') zijn oorspronkelijk ontstaan als online dagboeken met persoonlijke belevenissen van de schrijver. Tegenwoordig wordt het ook op het zakelijk vlak gebruikt. Kenmerk is dat er altijd uit één persoon geschreven wordt. Er kunnen wel meerdere personen op hetzelfde blogplatform actief zijn.

Belangrijkste functies zijn het delen van informatie en de interactie met de bezoeker door middel van reactiemogelijkheden. Bekende platformen: Wordpress, Blogger. Site: wimdebie.nl



Microblogging

Sinds de introductie van Twitter is microblogging erg populair geworden. Net als bij weblogs zijn microblogs ook uitingen van persoonlijke ervaringen of van zakelijke bezigheden. Microblogs vertonen echter ook eigenschappen van socialenetworks: het toevoegen van vrienden, het maken van een (micro)profiel en het onderling reageren zijn de functies van microblogs. Voorbeelden: Twitter, Google Buzz etc.



Video-sharing / Foto-sharing

Video-platformen zijn pas in een latere fase 'sociaal' geworden. In een eerder stadium kon je alleen video's uploaden en andere video's bekijken.

Tegenwoordig heb je tal van sociale mogelijkheden, zoals reageren op video's, vrienden worden, embedden op andere websites, aanbevelingen, etc.

Bekendste platformen: Youtube, Vimeo.

Op het gebied van foto-sharing zijn met name Flickr en ImageShack momenteel populair. Ook met de opkomst van microblogging (en bijbehorende links) en het makkelijk maken en sharen van foto's op de mobiele telefoon, heeft foto-sharing een grote vlucht genomen.

Naast het uploaden van foto's, kan je hier ook commentaar op geven en foto's van vrienden bekijken. Bekendste platformen: Flickr, ImageShack, Fotolog.



Wikis

Deze soort sociale media is in principe ontstaan door de 'alleenheerser' op dit gebied, Wikipedia. In een Wiki werk je gezamenlijk met anderen (wereldwijd of in je eigen taal) aan artikelen over elk mogelijk te bedenken onderwerp. Het is lastig om Wikipedia van de troon te stoten, gezien de grote hoeveelheid content en het massaal aantal bijdragers. Het 'sociale' aspect van wiki's is het delen van kennis en het tot je nemen van diezelfde kennis.



Social Bookmarking / Social News Ranking

Sociale Bookmarking is het openbaar beschikbaar maken van je favoriete websites, blog, etc. In Nederland zijn deze initiatieven nog niet echt van de grond gekomen. Het inmiddels ter ziele gegane Delicious was de voorloper op dit gebied. Vergelijkbaar met Sociale Bookmarking is het ranken van nieuwsberichten. Ook deze vorm is met name buiten Nederland populair, maar wij kennen b.v. Nulji.



Custom Communities

Enigszins in de vergetelheid geraakt, zijn de custom communities. Met deze online software maak je je eigen community (voor jezelf, bedrijf, vereniging, etc.) en maak je contact en links met andere communities. Sinds voor Ning betaald moet worden is deze manier van community-creatie minder populair geworden. Platformen: Ning, SocialeGo.



Collegiebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

Social Networks

Sociale netwerken worden ook wel peer-to-peer networks genoemd; belangrijkste functies zijn het aanmaken van een profiel, het delen van informatie en het toevoegen van vrienden. Ook zijn er social networks met vooral een zakelijk karakter, zoals b.v. LinkedIn. Bekendste platformen: Facebook, Hyves, Myspace, LinkedIn.



Reactie 2:

Momenteel begint foursquare ook een vlucht te nemen. Dit fenomeen is interessant genoeg om hier op te nemen. Zeker omdat deze toepassing goed past binnen de criteria voor succesvolle soc. media; het is voor veel mensen gewoon leuk. Principe is dat je naast het uitwisselen van kennis etc. zoals bij twitter, je ook burgemeester kan worden van gebouwen die je vaak bezoekt. Commercieel ook interessant, omdat je bezoek kan waarderen. Dat past dan ook weer in het streven naar meer participatie.

Nieuw is Fourquare, een web- en mobiele applicatie die geregistreerde gebruikers de mogelijkheid biedt om vrienden te updaten over hun locatie (*venue*). Wanneer de gebruikers inchecken op locaties, verdienen zij hiermee punten. Gebruikers kunnen deze zogenaamde *check-ins* delen met de rest van de wereld via Twitter, Facebook of een combinatie daarvan.



Social Gaming

De beste voorbeelden van Social Gaming zijn spellen zoals SecondLife waarbij men in een virtuele wereld met elkaar kan chatten en zelfs een virtuele wereld met elkaar kan opbouwen. Maar ook een spel als World of Warcraft, waarbij men in het heetst van de strijd met elkaar kan praten, is een goed voorbeeld van socialgaming. Ook zien we steeds meer games ontstaan binnen socialenetworks. Vooral binnen Facebook zijn diverse zeer populaire games gelanceerd. Een voorbeeld daarvan is Farmville, het simpele landbouwspelletje binnen Facebook wat momenteel al meer dan 32 miljoen gebruikers per dag heeft.



Cijfers

Dit jaar is een kwart van de Nederlandse bevolking op minstens één van de sociale media actief! Hyves heeft meer dan 9 miljoen leden, er zijn bijna 3,5 miljoen Facebook-profielen en worden dagelijks zo'n 2 miljoen 'tweets' verstuurd door bijna een half miljoen actieve Twittersaars. YouTube heeft wereldwijd de mijlpaal behaald van meer dan 2 miljard filmpjes... *per dag!* In ons land heeft LinkedIn momenteel zo'n 2 miljoen deelnemers, en daarmee de hoogste penetratiedichtheid van de hele wereld. De Groningen-Hyves heeft 46.000 'vrienden', die van de Rijksuniversiteit heeft er bijna 20.000, net als die van de FC. Onze burgemeester heeft nu ruim 5.500 'followers' op Twitter, kamerlid Ineke van Gent 9.000. Diverse wijkwebsites halen hoge 'kijkcijfers', waarbij de toppers elke maand 30 tot 50% van de wijkbewoners weten te bereiken. Intern bij de gemeente zijn binnen een korte periode al zo'n 400 medewerkers gaan 'Yammeren'.

	Gebruikers	Bezoek	Deelnemers	Uniek	Verandering	
1	Hyves	90%	60%	48%	13.912.000	-10%
2	Youtube	87%	22%	44%	14.453.000	14%
3	Twitter	76%	11%	9%	2.982.000	26%
4	Facebook	76%	28%	19%	6.276.000	12%
5	Myspace	50%	3%	2%	285.000	-10%
6	LinkedIn	46%	23%	9%	1.222.000	33%
7	Picasa	39%	7%	4%	557.000	4%
8	Flickr	32%	3%	1%	211.000	15%
9	Netlog	14%	2%	0%	63.000	-24%
10	Google Buzz	12%	2%	0%	18.000	18%

2.3 Impact van Sociale Media

Met zo'n groot bereik is ook de impact van sociale media niet te onderschatten. Daar zijn vele voorbeelden van, zowel positieve als negatieve. We noemen er een aantal.

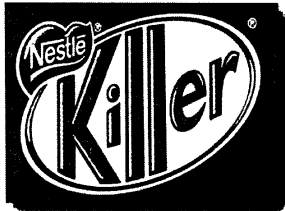
Bij de recente omwentelingen in de Arabische wereld – zoals bijvoorbeeld die in Egypte – spelen sociale media als Twitter, YouTube en Facebook een belangrijke, zo niet doorslaggevende rol. Via deze kanalen communiceren de 'opstandelingen' onderling en met de buitenwereld. De belangrijke troef van *de macht over de media* is voor de regimes verloren gegaan.

Een heel ander voorbeeld van de grote impact van sociale media is de 'doorbraak' van onbekenden via filmpjes op YouTube. 'Onze' Esmee Denters werd meer dan 15 miljoen keer bekeken, maar de huidige kampioen is natuurlijk Justin Bieber, met meer dan 250 miljoen views. Hij bedankte via Twitter zijn 3,8 miljoen 'followers' hartelijk. Maar ook filmpjes van bewakingscamera's met beelden van overvallers worden veel bekeken (de overval op juwelier Scheich in Groningen b.v. ruim 220.000 keer) en resulteren soms in aanhoudingen. En het Dagblad van het Noorden kopte onlangs: "Burgernet vangt boeven!"



Imago(schade)

Veel bedrijven hanteren bij hun pogingen om het imago te verbeteren via sociale media het begrip ROI: Return on Investment. Maar je kunt het ook andersom benaderen, namelijk wat er gebeurt als je *niet* investeert in sociale media: men noemt dat *Return-on-Ignoring*. Het negeren van sociale media heeft namelijk ook een grote impact.



Alsof de olieramp nog niet genoeg ellende teweeg bracht eiste een hilarische fake BP-account alle aandacht voor zich op, tezamen met de massa's negatieve reacties van de hele wereld via sociale media, waar BP niet van terug had, simpelweg omdat ze niet aanwezig waren op het moment dat het nodig was. Op de shockerende KitKat-variantie door Greenpeace werd door Nestlé gereageerd door te dreigen met rechtszaken en claims in te dienen, in plaats van inhoudelijk te reageren. Dat kwam de toch al negatieve beeldvorming niet ten goede.

Computerbedrijf Dell reageerde in eerste instantie ook niet op de via Twitter rondbuzzende klachten over hun online klantenservice, geïntieerd door slechts één tweet van een enkele gefrustreerde klant, Jeff Jarvis. Hij was blijkbaar niet de enige met klachten, en het kostte Dell uiteindelijk miljoenen. De actie van Youp van 't Hek met betrekking tot de tarievenstructuur en klantenservice van T-mobile behoeft geen verdere toelichting. Tjakka...

De consument heeft met sociale media enorm veel macht in handen gekregen. Voor vele grote bedrijven is een afdeling 'Webcare' onmisbaar geworden.

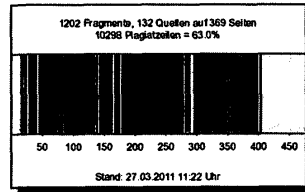
In Duitsland lag Karl-Theodor Maria Nikolaus Johann Jacob Philipp Franz Joseph Sylvester Freiherr von und zu Guttenberg (zo heet ie echt) -beter bekend als Karl-Theodor zu Guttenberg- onder vuur. Als minister van Defensie was hij de gedoodverfde, charismatische opvolger van bondskanselier Merkel.

Collegiebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

Zu Gutenberg was *summa cum laude* gepromoveerd in de rechten, maar zou onzorgvuldig zijn geweest bij het verantwoorden van citaten in zijn proefschrift. Middels een online wiki (de GutenPlagWiki) werd zijn proefschrift door duizenden burgers gefileerd.

Het werd een heel directe vorm van 'wisdom of the crowd'. De GutenPlagWiki groeide uit tot 2310 pagina's en er liepen 286 discussies. Middels de grafiek hiernaast werd de voortgang getoond. Uiteindelijk werden er op 369 van de 393 bladzijden 'plagiatfragmenten' gevonden, uit 132 verschillende bronnen.

Zu Gutenberg moest vervolgens z'n ministerschap opgeven en de politiek verlaten, ondanks het feit dat hij (nog steeds) de populairste politicus van Duitsland is.



Dichterbij huis had de gemeente Groningen zelf ook een imago-probleempje toen een filmpje van dartende ambtenaren – overduidelijk in een gebouw van de gemeente – op YouTube verscheen, wat natuurlijk gretig werd doorgelinkt door de website GeenStijl. Dat het filmpje licht suggestief was (hoewel het begin overdag gefilmd is, blijkt het darten in de avond plaats te vinden - er loopt zelfs een schoonmaker door het beeld) deed aan de negatieve beeldvorming niet veel af: de commentaren waren vernietigend cynisch. Terecht of onterecht, het beeld gaat de wereld rond.

Onderschatting

Op nationale schaal kennen we het voorbeeld van de inentingscampagne tegen baarmoederhalskanker bij jonge meisjes. Via internet ontstond een grote 'buzz' over nut en noodzaak van deze inenting, het zou zelfs schadelijk zijn. Vele meisjes twijfelden. Het RIVM reageerde in eerste instantie geheel niet op deze 'sociale commotie', en pas in een latere fase via spotjes op Radio 1. De beoogde doelgroep luistert echter doorgaans niet naar 'de Nieuwsradio', en de boodschap kwam dus niet aan.

De crash van het vliegtuig van Turkish Airways bij Schiphol liet als eerste zien dat sociale media in de nieuwsvoorziening een belangrijke rol vervullen, en vanwege de 'presence of the crowds' vaak als eerste aanwezig zijn en – meestal ongeïnterpreteerd – actuele informatie doorgeven. Bij de brand in Moerdijk is dit gegeven genegeerd, en heeft alle (crisis-)communicatie zich op de oude vertrouwde werkwijzen en kanalen gericht. Dat werkt niet meer afdoende.

Een dichtbij-voorbeeld is de discussie over (de wens naar) grote (TV-)schermen op de Grote Markt bij de WK-finale in 2010. De discussie ontvlamde na de halve finale en de voorstanders van een groot (kijk-)feest op de Grote Markt hadden binnen een halve dag een website, een twitter-account en een e-petitie 'in de lucht'. De respons was enorm, de communicatie supersnel en de e-petitie de meest succesvolle tot nu toe (> 4000 stemmen in 1 dag). Gemeente, politie en hulpverlening concludeerden echter dat het – om veiligheidsredenen – helaas niet kon. En terwijl de gemeentevorlichter de voor de volgende ochtend geplande persconferentie aan het voorbereiden was, werd hij gebeld door een journalist. Of hij even wilde bevestigen dat het feest niet door ging, want dat hadden de initiatiefnemers immers al lang gemeld.... Op Twitter!



Collegiebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

Conclusie

Sociale media hebben een niet te onderschatten of te negeren werking. Revoluties en regime-omwentelingen vinden – mede – dankzij sociale media plaats. Transparantie en wereldwijde zichtbaarheid, 'media of the crowds', ondermijnt de politieke macht over de oude media en propaganda. Met de inzet van sociale media zijn de burgers – ook als consumenten, klanten, kiezers en onderdanen – aan de macht. De (dreiging van) mogelijk grootschalige imagoschade is daarbij een sterk wapen, de snelheid van verspreiding ongekend. Voor 'oude media', bedrijven en overheden is negeren is een onhoudbare strategie. Sociale media zijn hype-gevoelig en 'buzzen' soms onwaarheden rond, maar bieden soms ook een ondubbelzinnige weergave van de werkelijkheid – of op z'n minst de beleving daarvan.

Sociale media zijn een vast gegeven in de (communicatie-)wereld geworden, zijn daaruit niet meer weg te denken en zullen grote invloed hebben: *social media are here to stay!*

3. Gemeentelijk gebruik sociale media: kansen en risico's

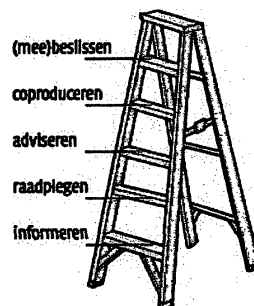
3.1 Kansen: wat kunnen we ermee?

Zenden: sociale media hebben een groot bereik, en kunnen gebruikt worden als zend-medium, om grote(re) doelgroepen te bereiken. Sociale media kunnen een belangrijke rol vervullen in crisiscommunicatie, ze werken bij uitstek 'als er iets loos is'. Maar dan moet dat ook wel écht zo zijn, want zonder echte nieuws- of attentiewaarde blijkt de informatieconsumptie 'vluchtig' of zelfs geheel afwezig. We kunnen ook 'service-tweets' uitbrengen over gemeentelijke diensten en producten of over gemeentelijk nieuws. De politie zet filmpjes van interviews met medewerkers op YouTube, om 'de mens' achter de politiemantel en het politiewerk zichtbaar te maken. Maar louter 'zenden' – sociale media als hét nieuwe zendkanaal – staat een beetje haaks op de essentie van deze (interactieve, responsieve) media.

Luisteren: is van groot belang. Door de sociale media zijn de consumenten (*burgers* in ons geval) aan de macht. Slechte ervaringen worden breed gedeeld, een imago is zo geknakt. Terecht of onterecht, oordelen, opvattingen en meningen over 'de gemeente' gaan rond en via sociale media gaat het sneller en met een groter bereik. Of het nu de dienstverlening betreft of de ontwikkeling van beleid of plannen, of het om 'de politiek' gaat of de betrokkenheid van individuele ambtenaren, er zijn altijd wel 'andere geluiden'. Het is van belang dat we weten hoe er over 'ons' gesproken en gedacht wordt, zodat we ons daarop kunnen instellen en reageren. We moeten 'digitale voelsprietten' gaan ontwikkelen.

We moeten dit serieus nemen, en kunnen deze ontwikkelingen niet negeren. De nieuwe media zijn er, en volop in gebruik. Weten wat er op internet speelt op jouw (beleids-)terrein, over jouw project of jouw dienst of afdeling is essentieel. Het gaat om *webcare* en *community-management*.

Interacteren: sociale media bieden vooral kansen daar waar het (echt) gaat om *interactie*. Ze voorzien in laagdrempelige communicatie met de buitenwereld, zeker ook van belang bij het organiseren van meedenken en participatie door burgers. Dankzij sociale media kunnen we directe contacten onderhouden met de doelgroepen van beleid, waaronder de doelgroepen die doorgaans moeilijker te bereiken zijn. Als gevolg hiervan kan de afstand tussen de overheid en de samenleving worden verkleind. Sociale media stimuleren participatie en zelforganisatie. Dit vergroot de betrokkenheid en zelfredzaamheid van burgers met betrekking tot beleid. Het resultaat kan zijn dat het draagvlak voor en legitimiteit van het beleid toenemen.



Collegiebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en . . .

Sociale media faciliteren het organiseren van collectieve intelligentie en het activeren van 'the wisdom of the crowd'. Als gevolg van het benutten van creatieve ideeën uit de samenleving kan beleidsverrijking optreden. Dergelijke toepassingen zijn overigens ook *intern* bij de gemeente interessant voor het ontwikkelen van beleid en op het gebied van kennisdelen.

Initiatieven op dit terrein vallen uiteen in drie categorieën:

- crowdsourcing, waarbij burgers ideeën aanleveren;
- co-creatie, waarbij burgers en overheden samenwerken aan de realisatie van maatschappelijke taken;
- zelforganisatie, waarbij burgers zichzelf organiseren zonder hulp van de overheid, maar waarbij de overheid soms wel faciliterend optreedt.

Dankzij de sociale media kunnen we relevante ontwikkelingen in de buitenwereld vroegtijdig signaleren en vernemen hoe de samenleving over bepaalde zaken denkt. Ook kunnen we sneller en beter inspelen op actuele ontwikkelingen (responsiviteit). Het kan resulteren in meer transparantie, omdat we burgers effectiever kunnen informeren en onjuiste informatie sneller kunnen corrigeren. We kunnen efficiënter werken en kennis delen. Online communiceren kost minder tijd dan het organiseren van fysieke bijeenkomsten. Het bereik – ook inhoudelijk – is groter. Op deze manier kunnen ook kostenbesparingen gerealiseerd worden.

Met behulp van sociale media kunnen we positieve publiciteit genereren over de eigen organisatie, bijvoorbeeld in de vorm van aansprekende filmpjes. Dit is positief voor het imago. Sociale media kunnen de effectiviteit en legitimiteit van de overheid vergroten en faciliteren de samenwerking van ambtenaren en afdelingen over de organisatiegrenzen heen (ontkokering), bijvoorbeeld in de vorm van virtuele netwerken ('communities').



Reactie 3:

Overige mogelijkheden met de inzet van sociale media:

- *Peilen van meningen (tevredenheidsonderzoek)*
- *Verkrijgen van achtergrondinformatie*
- *Vorming van wij-gevoel (intern en extern)*
- *Verkrijgen van begrip*

3.2 Risico's

Een nadeel van digitale communicatie is dat organisaties en individuen nog jaren met hun 'digitale voetafdruk' geconfronteerd kunnen worden. Digitale informatie, zelfs vluchtige uitspraken, zullen (bijna) altijd 'opzoekbaar' blijven.

Bij sociale media is de overheid niet de enige partij die informatie zendt, maar reageren burgers ook op deze informatie en zullen ambtenaren dwingen of verleiden om op hun vragen of standpunten te reageren. Ambtenaren zullen bij hun contacten met de buitenwereld altijd rekening moeten houden met het feit dat hun uitspraken in het virtuele domein niet op gespannen voet mogen staan met het gemeentelijk beleid. Het primaat van de politiek maakt het lastig(er) voor ambtenaren om te participeren in Web 2.0 omgevingen.



Sociale media zijn snelle communicatiemediën. De snelheid van het internet kan op gespannen voet staan met de zorgvuldige en dus 'vertragende' procedures, richtlijnen en regels die bij overheidscommunicatie in acht worden genomen.

De betrouwbaarheid en kwaliteit informatie die bij virtuele discussies wordt uitgewisseld kan niet worden gegarandeerd. In de praktijk is het niveau van online discussies erg wisselend en vrijblijvend.

Collegedebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

De afkomst en betrouwbaarheid van berichten is vaak lastig te wegen, zeker wanneer mensen anoniem berichten plaatsen. In plaats van een inhoudelijke verrijking (dankzij het activeren van de 'wisdom of the crowd'), kan dus ook sprake zijn van 'the hegemony of the amateurs'. In lijn daarmee is er het risico dat bijvoorbeeld machtige organisaties of belangengroepen de feiten op het internet naar hun hand proberen te zetten, door hen onwelgevallige inzichten of beredeneerde (tegen)argumenten van anderen te overschreeuwen met 'feiten' die slechts hun belangen dienen.



Voor de overheid is het belangrijk dat een brede doelgroep wordt bereikt. Maar bij sociale media is vaak niet duidelijk of de deelnemers representatief zijn voor een grotere doelgroep. Het risico is dat de stem van de mondige burgers mét digitale vaardigheden beter wordt gehoord dan die van (minder mondige) burgers zonder digitale vaardigheden.

De privacy van mensen die gebruik maken van sociale media kan niet altijd worden gegarandeerd en kan zelfs worden misbruikt. Veel informatie van overheden heeft een vertrouwelijk karakter en kan om die reden niet zo maar met derden worden gedeeld. De bescherming van gegevens is daarom een zeer relevant aandachtspunt voor de overheid.

Het horizontale karakter van de sociale media en Web 2.0 toepassingen kan op gespannen voet staan met de hiërarchisch georganiseerde ambtelijke organisatie. Negatieve publiciteit over de eigen organisatie kan zich razendsnel verspreiden, met ondermijning van het overheidsgezag als gevolg. En ambtenaren zijn nog geen reguliere en geaccepteerde gebruikersgroep op internet. Er zijn voorbeelden bekend van ambtenaren die zijn genegeerd of geweigerd tijdens discussies via sociale media. Het meepraten van ambtenaren kan een 'big-brother' gevoel oproepen bij andere internetgebruikers.

Juridische risico's

Wat als er (per ongeluk) foute informatie door ambtenaren (of bestuurders) naar buiten wordt gebracht via sociale media? Zo'n bericht staat dan 'voor de eeuwigheid' en 'zwart-op-wit' op internet en kan niet worden teruggehaald, hooguit herroepen of gecorrigeerd.

Wat is de juridische status van een 'tweet', vooral als die van een 'officiële' gemeente-account wordt verzonden? Wat als burgers naar aanleiding daarvan bepaalde actie ondernemen, of directe schade ondervinden. En wat als je communiceert over nog niet vastgesteld beleid? Bestaat er ook zoiets als 'schaduwwerking' van een gemeentelijke mededeling op Facebook of Twitter? Voer voor juristen...



Reactie 4:

Houd ook rekening met de vraag of (bepaalde content van) sociale media onder de archiefwet valt. Op dit moment hebben wij van DIV+ landelijk nog geen uitspraken hierover kunnen vinden. De gemeente Heerhugowaard heeft een nota over sociale media waarin wordt gewaarschuwd voor de juridische component.

Bestudering van de (juridische) kaders m.b.t. sociale media bij een aantal grotere gemeenten laat zien dat slechts een aantal daarbij oog hebben voor specifieke aspecten van archivering. Bijvoorbeeld den Bosch geeft specifieke richtlijnen om bij de dossieropbouw ook de relevante (al dan niet zelf geplaatste) content van de sociale media op te slaan. Een aantal gemeenten verwijst bij (juridische) twijfel naar de afdeling juridische zaken.

Collegiebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

De meeste gemeenten volstaan met de inmiddels gangbare richtlijnen ('wees een ambtenaar.', zie hoofdstuk 4.1) of zijn nog bezig met het ontwikkelen van beleid. Deze richtlijnen gaan vrijwel allemaal over (ambtenaren)gedrag op sociale media ('je bent ambassadeur van de gemeente'), hoe om te gaan met 'gevoelige' informatie, soms over het gebruik van huisstijl(elementen) en vaak over het voorkomen van imagoschade. Een aantal doet de - zeer nuttige - suggestie om complimenten of kritiek naar een centraal punt door te sturen, meestal de afdeling voorlichting.

We vonden nog weinig beschouwingen over daadwerkelijke - nieuwe - juridische risico's die samenhangen met het specifieke karakter van de sociale media: laagdrempelig maar (zonder al te veel context) voor eeuwig 'zwart-op-wit'. Bert Westerink - oud wethouder van Groningen en jurist - waarschuwde in een column voor het risico dat "instant reacties de ruimte scheppen voor ondoordachte opmerkingen die als toezegging kunnen worden opgevat".

Niet elke tweet is te voorzien van een disclaimer... Aan het punt van de (media-specifieke) juridische risico's zal zeker nog de nodige aandacht moeten worden besteed.

Samengevat: voor- en nadelen van sociale media voor ambtenaren
Voordelen
Afstand met samenleving verkleinen dankzij interactie
Versterken van draagvlak en legitimiteit dankzij participatie
Beleidsverrijking dankzij wisdom of the crowds
Relevante ontwikkelingen vroegtijdig signaleren (webmonitoring)
Sneller inspelen op relevante ontwikkelingen (responsiviteit)
Meer transparantie
Efficiënter werken (kosten besparen)
Positieve publiciteit genereren (imago)
Effectiviteit en legitimiteit verhogen
Verbeterde samenwerking (intern en extern)
Peilen van meningen (tevredenheidsonderzoek)
Verkrijgen van achtergrondinformatie
Vorming van wij-gevoel (intern en extern)
Verkrijgen van begrip
Nadelen
Digitale informatie is (voor) altijd vindbaar
Ambtenaren moeten rekening houden met het primaat van de politiek
Betrouwbaarheid informatie is onzekere factor
Privacy kan in het geding zijn
Vertragend effect van ambtelijke procedures en richtlijnen
Risico van information-overload
Hiërarchie binnen overheid staat op gespannen voet met horizontaal karakter van sociale media
Negatieve publiciteit kan het gezag van ambtelijke organisaties ondermijnen
Representativiteit is onzekere factor
Ambtenaren zijn nog geen geaccepteerde gebruikersgroep op internet
Juridische risico's
Archivering volgens de Archiefwet
Nog onvoldoende inzicht in juridische status van informatie specifiek via sociale media

4. Stand van zaken

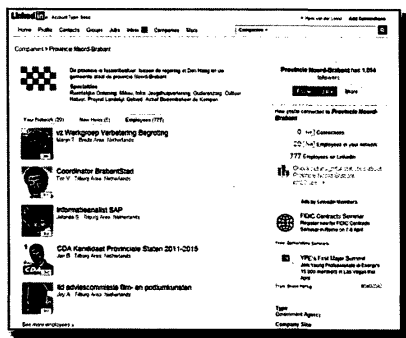
4.1 Hoe doen andere overheden het?

De overheid is een slow starter bij het gebruik van sociale media. Overheidsorganisaties realiseren zich wel dat er kansen liggen en maken zich er meer en meer druk over. Vooral Twitter wordt al aardig gemeengoed en er komen richtlijnen voor medewerkers hoe de sociale media te gebruiken.

Provincies

De collega's bij de provincie Groningen zijn nog 'zoekende', zoals ze het zelf zeggen. De provincie is bezig met een inventarisatie van wat er nu al gebeurt en gaat bekijken hoe sociale media als communicatiemiddelen kunnen worden ingezet. En wat er gebeurt, is niet zo veel. Er is een algemeen twitteraccount (400 followers, <100 tweets), maar die wordt alleen gebruikt voor het tweeten van de nieuwsberichten die op de website van de provincie komen.

In samenwerking met de Regiopolitie Groningen tuitert de provincie over de werkzaamheden op de N366 tussen Veendam en Ter Apel (110f, 50tw), maar dat is wel zo ongeveer. Er was een idee om Facebook en Hyves in te schakelen bij een campagne om meer kiezers te trekken bij de Provinciale Statenverkiezingen. Maar dat gaat niet door. "We zagen de toegevoegde waarde niet zo goed." Een protocol voor sociale media is in de maak. Dat is een zaak van P&O en Juridische Zaken, Communicatie is daar niet bij betrokken. Drie van de Gedeputeerden twitteren. Marc Jager was de actiefste met zo'n 640 tweets (270 f).



Er zijn provincies die actiever zijn dan Groningen. Zoals Brabant. Brabant tuitert nieuws, zit op LinkedIn en plaatst filmpjes op YouTube ('Werken aan biodiversiteit', 'promotiefilm De Kracht van Brabant'). Flevoland maakte bekend sociale media in te zetten om meer kiezers bij de Provinciale Verkiezingen te trekken. Maar het komt erop neer dat op een speciale website alle tuitersaars over de verkiezingen zijn te vinden.

De provincie Friesland, heeft filmpjes staan op YouTube ('Bevolkingsontwikkeling in Fryslân'), tuitert nieuws en plaatst foto's op Flickr ('Vervanging brug Oosterwolde'). Ze

maakte onlangs bekend sociale media te willen inzetten om meer jongeren bus en trein in te krijgen. Hoe? Dat zijn ze aan het bekijken. Overijssel heeft voor haar ambtenaren een protocol met 'zakelijke richtlijnen' ontwikkeld ('Blijf zakelijk in je opstelling en wees ook inhoudelijk ter zake, het gaat om je werk').

Rijksoverheid

Ook de Rijksoverheid verkent voorzichtig de nieuwe wereld van de sociale media. Op de ministeries wordt er flink over gediscussieerd, ambtenaren zijn bezig beleid te maken, maar het blijft nog redelijk stil. "Ondanks enthousiaste initiatieven zijn veel mensen bij de overheid gewoon nog niet klaar voor sociale media", zegt een 'online adviseur' van het ministerie van VWS over de Rijksoverheid. "Vaak wil men aan de top wel dat ambtenaren iets opschrijven over sociale media en daar over nadenken, maar zodra dat advies dan uitmondt in het daadwerkelijk gaan participeren op internet, wordt men huiverig en blijft het bij een nota."

Collegiebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

Niet dat Den Haag niets doet. Tijdens de Q-koortsepidemie waarbij tienduizenden geiten werden geruimd, hadden de ministeries van Landbouw en VWS veel volgers van hun tweets met het laatste nieuws over de ziekte. Verder heeft VWS verder in samenwerking met Hyves geregeld dat Hyvers op hun account kunnen vermelden dat ze orgaandonor zijn. Dat heeft 25.000 nieuwe donoren opgeleverd. En VWS organiseerde tijdens de vaccinaties tegen de Mexicaanse Griep een live stream videoverbinding waarbij kinderen virologen en artsen vragen konden stellen, onder het motto: Postbus 51 kan nog zoveel zeggen, alleen van de dokter neem je het echt aan.

Richtlijnen voor rijksambtenaren zijn onder meer in de 'Uitgangspunten online communiceren bij rijksambtenaren' van de VoorlichtingRaad geformuleerd. Die vindt dat er geen speciale regels voor rijksambtenaren rond sociale media nodig zijn. Kort samengevat: Wees een goede ambtenaar. Dus: wees zorgvuldig, betrouwbaar, positief en respectvol. Buiten werktijd mag je in alle vrijheid het web op. Maar communiceer je als ambtenaar, realiseer je dan dat je onder de ministeriële verantwoordelijkheid valt.

Politie

Een voorbeeld van een overheidsorganisatie die flink aan de digitale weg timmert en met sociale media direct contact met burgers legt, is de politie. Met filmpjes op YouTube probeert de politie verdachten op te sporen. De filmpjes trekken veel bekijks. Een filmpje van ruim een minuut van verdachten van een overval op een juwelier in de stad bijvoorbeeld al zo'n 180.000 maal. De politie schakelt YouTube verder in bij preventie, werving en voorlichting.

Zo plaatst ze bijvoorbeeld filmpjes op YouTube waarin politieagenten in alle openheid en met emotie over hun werk vertellen ('Ik was laatste die hem sprak'). Zo kunnen de sociale media dus ook een middel zijn om aan imago te schaven.



De Regiopolitie Groningen is de politiekampioen als het om twitteren gaat. Naast het dienstpistool de Blackberry... Veel wijkagenten twitteren al, ze zijn er erg enthousiast over. Sommige agenten hebben honderden volgers. Onlangs werd bekend dat alle 150 Groninger buurt- en jeugdagenten een Blackberry krijgen waarmee ze onder meer kunnen twitteren en in contact met de burgers kunnen komen. Het idee is dat transparantie, herkenbaarheid en laagdrempeligheid van positieve invloed is op het veiligheidsgevoel op straat en het vertrouwen in de politie. Driekwart van de tweets gaat over het politiewerk ('Melder van overlast bezocht. Overlast van o.a. de geur van wiet, dankzij blowende burens'), zo is het streven van de twitterende agenten. Voor de herkenbaarheid gaat de rest gaat over privé zaken ('Nu eerst aan de koffie'). Hoe de burgers de twitterende politie ervaart, onderzoekt men nu: 'Is de twitterende buurtagent van invloed op uw veiligheidsbeleving, beeldvorming en zelfredzaamheid?'

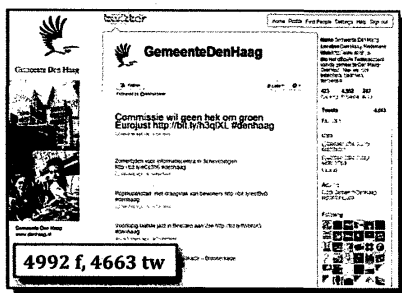


Dat de twitterende agent incidenten kan opleveren, leert de geschiedenis met de Hoogeveenpolitie-chef Gerda Dijkman (twitter-naam 'grotedame'). Na een geruchtmakende tweet over 'fascistische PVV' twitterde ze bij het nieuws over twee overleden mensen in een huis in Meppel dat 'het wel weer om huiselijk geweld zou gaan'. In werkelijkheid waren de twee het slachtoffer van vergiftiging door koolmonoxide. Toch komen er geen twitterrichtlijnen voor agenten. Niet nodig, vindt minister Opstelten. De Regiopolitie Groningen zegt: "We vertrouwen op de professionaliteit van de agenten."

Collegiebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

Wat doen andere gemeenten?

Gemeenten zien sociale media als middelen om in contact met burgers te komen en zijn aan het experimenteren geslagen. Zonder veel succes, vindt in ieder geval onderzoeker politieke communicatie Chris Aalberts, bekend van het boek *U draait en bent niet eerlijk over spindoctoring politiek Den Haag*. "Sociale media bij gemeente zijn een ramp", stelt hij. Het twitteren van pers- en nieuwsberichten is nog wel de meest innovatieve toepassing. En sommige gemeente hebben een YouTube-kanaal waar slecht bekeken filmpjes te zien zijn.

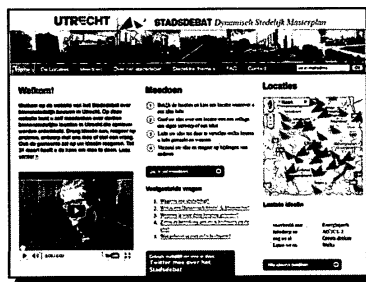


Dat is wel een erg negatieve samenvatting van de goed bedoelde initiatieven van gemeenten. Maar feit is wel dat veel gemeenten niet verder komen dan het twitteren van hun nieuwtjes als een soort RSS-feed. Twitteren heeft dan geen echte meerwaarde. Volgens Gemeente.nu hebben slechts ruim 150 van de meer dan 400 gemeenten een twitteraccount, waarvan maar een tiental echt actief is. Sociale media en dan vooral twitter zijn vaak niet meer dan een extra zendkanaal, terwijl de kern van sociale media juist interactie en het delen van informatie is.

Er zijn uitzonderingen. Zoals Spijkenisse, die interessante tweets van burgers of andere organisaties onder de aandacht brengt. Met het twitteraccount (700f, 1000 tweets) praat de gemeente, stelt ze vragen en geeft ze antwoorden ("We hopen het probleem met de detectielus snel op te lossen. Dank voor melden van 'onnodig' rood licht"). Of Zoetermeer (1000f, 900 tw) dat ook actief vraagt (b.v. goede besparingsideeën) en reageert ("Kunt u uw idee wat toelichten en mag ik het plaatsen op zuinigzoetermeer.nl onder vermelding van uw twitternaam?").

In sommige gemeente zijn ambtenaren al op twittercursus geweest, zoals in Amsterdam. Veel medewerkers van hulpdiensten waren daarbij. "Sociale media spelen een belangrijke rol bij crisiscommunicatie", zegt een woordvoerder. "Via de sociale media kan je informatie geven: het klopt, er zijn afzettingen, er zijn gewonden. Als mensen op internet dingen roepen, dan kan je die bevestigen of corrigeren." Amsterdam heeft richtlijnen gemaakt voor ambtenaren die actief zijn met sociale media. Het moet duidelijk zijn of je iets zegt vanuit je functie of als privépersoon. "Het werkt wel goed als je af en toe iets van jezelf laat zien. Anders zou je bij wijze van spreken net zo goed een robot kunnen laten twitteren." En: Verschuil je niet achter een grappige naam en hou je aan de huisstijl van de gemeente.

Digitaal debatteren over binnenstedelijk bouwen is voor de gemeente Utrecht dé manier om zoveel mogelijk stadsbewoners te betrekken bij inbreidingsplannen. De tijd van de 'klassieke, doordeweekse discussieavond in een stoffig zaaltje' lijkt voorbij. Via onder meer twitter en www.stadsdebatutrecht.nl wordt Utrechters sinds kort gevraagd mee te denken over de enorme bouwopgave waar de stad voor staat. De gemeente heeft vooralsnog dertien nog te ontwikkelen inbreidingslocaties daarvoor aangewezen. Ambtenaren en wethouders reageren door mee te twitteren.



Collegiebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

Maar sociale media is meer dan alleen twitteren.

Heemstede, dat ook al richtlijnen voor het gebruik van sociale media heeft ('Vermijd ironie, doe geen loze beloften, reageer snel, kom voor je fouten uit'), heeft naast een Twitteraccount een YouTube-kanaal, heeft foto's op Flickr en zit op LinkedIn. Op LinkedIn kunnen burgers discussiëren over gemeentelijke thema's en informatie krijgen over vergunningen, bestemmingsplannen en vacatures. Heemstedenaren hebben daar ook de mogelijkheid met andere plaatsgenoten te 'connecten'.

Minstens tien gemeenten gaan de hulp inroepen van voormalige politieagenten en rechercheurs om bijstandsfraudeurs op te sporen via sociale media. "Gemeenten besteden het werk rondom de vorderingen meestal uit aan incassobureaus, terwijl zij zelf veel kunnen doen. Het in de gaten houden van sociale media is belangrijk, maar ook het koppelen van verschillende persoonsgegevens aan elkaar. Via de gemeentelijke basisadministratie kom je ook zaken te weten."

Een voorbeeld hoe sociale media rond projecten zijn in te zetten, komt uit Alphen aan den Rijn. Daar heeft de gemeente alle mogelijke sociale media als Twitter, Facebook, Hyves, LinkedIn en live videostreams ingezet om één week lang alle aandacht op de Alphense structuurvisie te richten. Met bijeenkomsten die live op de website te volgen waren, elke dag een afsluitende talkshow, op allerlei manieren was er interactie tussen stadhuis en bevolking over hoe Alphen eruit zien. Het leverde 160 reacties op LinkedIn, ruim 3.000 bezoekers op de speciale structuurvisiewebsite en 11.000 tweets op. Twee maal was de gemeentelijke structuurvisie 'trending topic' op Twitter, dus het meest besproken onderwerp op Twitter.

Meer dan bij de Rijksoverheid en de provincies twitteren steeds meer gemeenteambtenaren onder hun eigen naam. Vooral onder medewerkers die actief in de wijken zijn, zitten veel twitteraars. Soms eerst zuiver privé begonnen, vervolgens steeds meer werkgerelateerd. "Door op een slimme manier gebruik te maken van de # en me te richten op lokale items heb ik een aardig bereik onder wijkbewoners (o.a. doordat bewonerswebsites me volgen)", zegt een wijkmanager uit Zoetermeer. "Verder volg ik ook meer en meer bewoners of discussies, gewoon als extra informatiekanaal. Ik tweet pas iets, als het ook op de wijkwebsite zou mogen (nooit geheime of zeer gevoelige info dus). Het is 'gewoon weer een communicatiemiddel' waarmee ik een andere doelgroep bereik en waaruit ik een berg aan informatie haal."



Reactie 5:

Ook het waterbedrijf experimenteert met Twitter: <http://twitter.com/waterbedrijf>

Waterbedrijf

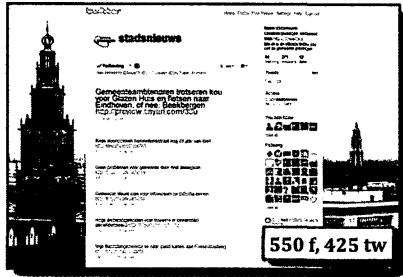
Het waterbedrijf Groningen twittert ook, m.n. met nieuws en informatie over incidenten of activiteiten van het bedrijf (b.v. de open dag). Soms geeft men nuttige tips. (376 f, 618 tw.) Daarnaast heeft het Waterbedrijf een eigen kanaal op YouTube waar interessante filmpjes over water(beleid) zijn te vinden: <http://www.youtube.com/user/waterbedrijf1>

About @Waterbedrijf			
618	346	376	19
Tweets	Following	Followers	Listed

The screenshot shows the Twitter profile for 'Waterbedrijf'. The profile name is 'Waterbedrijf' with a verified account. The bio states: 'Het is het officiële kanaal van Waterbedrijf Groningen. Het meest relevante over drinkwater. Ook beschikbaar voor water, 06-30 46 46 46'. The profile shows 618 tweets, 346 following, and 376 followers. A recent tweet is visible: 'Analyse van eigen vijver-, aquarium- of bronwater kan tijdens de open dag op 21 mei: <http://bit.ly/kWPTMI> #DagVanDeChemie'.

Collegiebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

4.2 Stand van zaken in Groningen



De burgemeester, enkele wethouders en vele raadsleden zijn actief op Twitter. Een aantal raadsleden heeft een weblog.

Bij de Bestuursdienst twittert de nieuwsredactie het stadsnieuws via @stadsnieuws de wereld in, en is de Beeldbank op Flickr in beheer. De DIA heeft @Stadterspas, de DSW een Hyves-vrienden-groep binnen iederz. Er komt nog officieel Hyves-account. Iederzammert binnen iederz.nl.

De HVD twittert via: @HVDGroningen, @GGDGroningen en @BRWGroningen. Alle accounts worden beheerd door de stafsectie Voorlichting & Communicatie. Via de accounts worden automatisch de nieuwsberichten getwitterd die op de site worden geplaatst.

De Brandweer twittert ook handmatig over incidenten. Dat doen de piketvoorlichters. Er zijn afspraken gemaakt over vragen als: 'bij welke incidenten twitteren we en wat twitteren we, wat is de tone of voice'.

De HVD heeft op Facebook pagina's aangemaakt voor HVD, GGD en Brandweer, maar meer om te voorkomen dat iemand anders die kan registreren.

De Milieudienst twittert via @Milieudienst050 en heeft een Facebook-pagina: Milieudienst050 met daarop hun persberichten. Die worden automatisch doorgelinkt naar Twitter. Ook Lentekriebels goes social met @LK050 op twitter en ook op Facebook: lentekriebels050 Er staan instructies voor aanmelden op onze gemeentesite.

De werkmatschappijen van OCSW zijn ook actief: @Muziekschool050, @Stadsschouwburg, @Oosterpoort, @Papiermolen, @Kardinge. De Muziekschool deelt foto's via Picasa en films via YouTube, heeft een eigen pagina op Hyves en Facebook.

Stadsschouwburg en De Oosterpoort doen van alles op nieuwe media: Naast beide twitter-accounts zijn ze ook actief op Facebook, Hyves, YouTube en er is iPhoneapp met de agenda van de Oosterpoort en Stadsschouwburg.

Bij RO/EZ wordt er experimenteel getwitterd door SDC via @sdcGroningen, @sdcLiesbeth, @sdcAnneKrijn en @SDC050Ton. Verder is er @Stadsbeheer050 en @Damsterdiep. Er loopt een proef in Oosterparkwijk om mensen te bereiken buiten infobijeenkomsten en wijkverenigingen om, die daarin vertegenwoordigd zijn. Ze zitten ook op Hyves. In de pijplijn bij RO zijn webtrainingen 2.0 voor projectassistenten en de projectgroep Het Nieuwe Werken.

Andere 'gemeentelijke' twitteraccounts zijn b.v. @CityofTalent en @StadskuddeGrunn. Verschillende diensten melden collega's die twitteren, ook over het werk. Maar niet uit naam van de gemeente, als staat soms ook in de bio dat ze gemeenteambtenaar zijn of hier werken.

Collegiebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en . . .

Positieve en negatieve ervaringen in Groningen

Bevindingen Peter Rehwinkel: (interview Intranet)

"Aan de ene kant bevalt het twitteren heel goed. Nergens krijg ik zoveel reacties. Ook nu in de discussie over of ik moet stoppen met twitteren of niet. Dan heb ik het gevoel dat mijn doel – toegankelijk zijn, publiek verantwoording afleggen – is geslaagd.

Maar aan de andere kant bevalt het vrij matig. Volgen bevalt me beter dan zenden. Dat zit toch dicht op je huis. Het komt wel altijd binnen. Als burgemeester wil ik heel eerlijk rekenschap geven vanwaar ik mee bezig ben. Maar je goede bedoelingen worden soms op de korrel genomen. Je komt in een raar schisma: het wordt heel erg gewaardeerd dat je twittert, aan de andere kant worden je goede bedoelingen niet altijd opgepakt. Dat is ook eigen aan het medium Twitter: iedereen kan overal wat van vinden en dat snel de wereld in sturen.

Ik probeer bij elke tweet zo zorgvuldig mogelijk te zijn. Ik merk dat ik daarin steeds voorzichtiger wordt. Steeds behoedzamer. Ik voel niet meer die oorspronkelijke vrijheid, ik voel me er steeds beperkter in. Bedenk wel: het twitteren levert me heel veel extra werk op.

Ik wil graag dat medewerkers van de gemeente zich nog meer van sociale media gaan bedienen. Om het gemeentelijk oor te luisteren te leggen bij wat er zoal speelt in de bestaande online communities. Om burgers gericht op te zoeken en vragen te stellen. Om inbreng en betrokkenheid te organiseren. We moeten 'digitale voelsprietten' ontwikkelen. Ik wil dat mensen zoals Liesbeth van de Wetering (Stadsdeelcoördinatie) zich gesteund voelen door het college. Mensen die hun best doen om nieuwe vormen van communicatie te ontdekken en te benutten. Daar moeten we niet met angst en beven naar kijken. Maar dat moeten we steunen en waarderen. En dan mag het best een keer fout gaan.

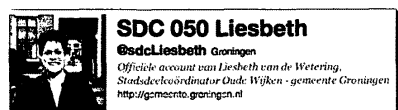


Moet de gemeente richtlijnen ontwikkelen voor de sociale media? Die discussie is wat mij betreft open. Wat ik belangrijk vindt: geef het vertrouwen aan de medewerkers. Ik weet als geen ander dat twitteren best gevaarlijk kan zijn. Als een bestuurder of ambtenaar twittert gebeurt dat met goede bedoelingen. Maar die bedoelingen worden niet altijd gezien. Als er iets fout gaat zijn ze er als de kippen bij.

Vorig jaar heb ik in het Presidium gevraagd of men het een goed idee zou vinden als ik zou gaan twitteren. Op 1 juni doe ik het een jaar. Dat is het moment om te evalueren en te bepalen of ik er mee doorga."

Liesbeth van de Wetering: (interview Intranet)

"Twitter is een leuk platform om ervaringen uit te wisselen. Maar het begint niet om negen uur en houdt ook niet om vijf uur op. De politiek moet proberen een cultuur te creëren waarin het draait om professionaliteit. Ik moet voor een zaal in de wijk ook een goede afweging maken over wat ik zeg. Dat moet ik ook bij het twitteren doen. Ik besef dat er bij Twitter een vergrootglas op ligt. Ik kan een wethouder laten vallen met een domme tweet. Ik leg de grens bij een professioneel oordeel. En ook daar moet ik soms voorzichtig mee zijn. Als ik weet dat een onderwerp gevoelig is, zoals de Moesstraat, beperk ik mij tot procedurele informatie.



We proberen ook beter te volgen wat er gebeurt op internet. De aandacht ging onder meer naar de nieuwssites. Soms is er b.v. een nieuwsbericht over een ongeluk op bijvoorbeeld RTVNoord.nl. Plus twintig reacties van mensen die zich beklagden over het kruispunt. Als gemeente reageren we daar eigenlijk nooit op. We wilden kijken of we dat wel zouden moeten doen. Door de feiten te geven.

Collegiebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en . . .

Een enkele keer is dat aan de orde geweest. Na een niet-correct artikel op de site van OOG hebben we feitelijke informatie ingebracht. OOG heeft het stuk toen direct gecorrigeerd. Maar zoiets komt eigenlijk zelden voor. Ik retweet wel vaak nieuwsberichten die over 'mijn' wijken gaan. We doen een pilot met sociale media die onder meer is bedoeld om mensen te bereiken die niet naar informatiebijeenkomsten komen of in de wijkverenigingen zitten. Hyves bleek daar bij nader inzien geen geschikt platform voor. Te privé. We kijken nog of Facebook of bijvoorbeeld Jouwstraat.nl betere mogelijkheden biedt, we trekken ook samen op met corporatie Nijestee en Stiel.

Je bereikt andere mensen. Je kunt bewoners van een wijk volgen, en zij volgen mij. Er zijn ook steeds meer buurtorganisaties die twitteren, zoals @kostverloren, @hortusbuurt en @plantsoenbuurt. Verder volg ik via de zoekfunctie alles wat over de wijken en bepaalde trefwoorden getwitterd wordt, een interessante bron van informatie.



About @sdcLiesbeth			
988	313	287	11
Tweets	Following	Followers	Listed

Via Twitter blijf ik makkelijk op de hoogte van vakgenoten in andere gemeenten en informatie van kennisinstellingen op mijn vakgebied. Ook veel samenwerkingspartners zitten op Twitter zoals de buurtagent, het buurtcentrum, andere organisaties in de wijken zoals woningcorporaties, en projectleiders. Van allerlei mensen weet ik nu van dag tot dag wat ze doen. Dat geeft dynamiek in het overleg en je weet elkaar snel te vinden.

Je moet daarbij niet alleen zakelijke tweets plaatsen. Mensen willen ook wel graag weten met wie ze van doen hebben. Dus twitter ik een enkele keer dat we met het gezin in het bos wandelen, of dat mijn zoons hun zwemdiploma hebben gehaald. Je bent tenslotte een mens dat twittert, niet een werkmachine. Daaraan moet je een gezicht geven. Maar ik ben er wel terughoudend in. Meer interactie. Een gezicht krijgen, een relatie opbouwen, informatie geven, vragen stellen, betrokkenheid tonen met bewoners en ook met samenwerkingspartners. Graag zie ik ook meer projectleiders twitteren om informatie te geven. Neem nu CiBoGa. Daar gebeurt elke week wat: stuk weg afgesloten, fietspad verlegd. Dat kun je twitteren. Mensen hebben behoefte aan informatie over concrete zaken die in hun buurt spelen.

Ik denk dat het goed is dat we onze loketten en meldpunten, denk aan Stadsbeheer en Milieudienst, ook via Twitter ontsluiten. Mensen hebben de behoefte om ons ook via Twitter te benaderen en vragen te stellen, ook buiten kantooruren. Dan krijg je op een mooie zaterdag een tweet: 'Gemeente, kom maar op met die afvalbakken in het Noorderplantsoen'. Dan is het aardig als je kunt reageren: 'Is geregeld, ze komen er aan'. Kijk, je hoeft niet alle vragen buiten kantooruren te beantwoorden. Mensen snappen best dat sommige vragen tot maandag kunnen wachten. Maar we moeten er wel over nadenken.' 'Je moet je er wel voortdurend van bewust zijn dat anderen jouw tweets anders kunnen interpreteren dan dat je ze bedoeld hebt. Dat gebeurt wel eens. De regels voor communicatie via Twitter zouden feitelijk dezelfde moeten zijn als voor andere contacten: het gaat om professionaliteit. Draai het om: zeg je tijdens openbare overleggen of in contacten met burgers dingen die je niet zou kunnen twitteren?'

Twitter is een aanvulling, maar het vervangt de 'oude' communicatievormen niet. Om wijkbewoners te betrekken bij het nieuwe wijkperspectief voor de Oosterparkwijk reed er een Toekomstbus door de wijk, die op drukke tijden bij de supermarkten stond. Er is huis-aan-huis geflyerd. Er verscheen een artikel in de wijkkrant, er kwamen items in de andere media. Het project werd ontsloten via mijnwijk.groningen.nl en ik twitterde er ook over. Met als resultaat: op de extra bijeenkomst over het wijkperspectief kwamen veel meer mensen. Het is én, én, én. In de mix van oude en nieuwe communicatievormen schuilt de kracht.

Proef inzet nieuwe media bij ontwikkeling Wijkvisie Oosterpark (Pilot ROEZ)

RO/EZ heeft een proefgedaan waarin 2 medewerkers van Stadsdeelcoördinatie (SDC) experimenteren met de inzet van 'social media' bij de ontwikkeling van de Wijkvisie Oosterpark. Door een proef te doen van beperkte omvang wilde de dienst ervaren welke (on-) mogelijkheden de inzet van social media biedt en welke inspanning de organisatie (techniek, beheer en begeleiding) en haar medewerkers (kennis en vaardigheden) moeten verrichten om tot een gewenst resultaat te komen. Ook ervaren we zo of wijkbewoners deze manier van communiceren waarderen en zelf toepassen. communicatiebeleid op het gebied van social media opstellen.

Collegedebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

Conclusies:

Het bereiken van de bewoners van de 'oude wijken' met inzet van Twitter en Hyves bleek slechts gedeeltelijk succesvol.

Profielsite Hyves blijkt voornamelijk gericht te zijn op vrienden en familie. De Oosterparkgroepen op Hyves hebben meer te maken met gemeenschappelijke interesses dan met geografische oriëntatie.

De inzet van microblog Twitter blijkt meer wijkbewoners te bereiken. Met name de professionals in de wijk (Stiel, Nijestee, buurtagenten etc) en de wijkorganisaties vinden twitter een snel en handig medium om te communiceren met SDC, de gemeente en elkaar. Zij zijn Liesbeth van de Wetering (sdc050Liesbeth) massaal gaan 'volgen'. Onder de 280 volgers van Liesbeth bevinden zich een behoorlijk - en gestaag groeiend - aantal burgers/wijkbewoners.



Goede technische faciliteiten voor de medewerkers blijken cruciaal voor het tijd- en plaats-onafhankelijk communiceren en werken. SDC-medewerkers werken regelmatig op locatie en buiten kantooruren. Medewerkers zouden standaard over een smartphone en laptop/tablet met draadloos internet moeten beschikken.

Aanbevelingen:

- Het succesvol inzetten van social media door medewerkers vereist investeringen in:
 1. mensen (opleiding in nieuwe technieken, begeleiding/coaching, inzet op professionaliteit)
 2. organisatie (goede kaderstelling, richtlijnen, ondersteuning door directie en leiding, goede afstemming en sturing van de verschillende kanalen, mogelijkheden voor plaats- en tijdonafhankelijk werken en inbedding in communicatiemiddelenmix)
 3. ICT (mobiele hardware, functionele software, draadloos internet, helpdesk/support)
- Sluit als gemeente aan bij social media initiatieven van anderen: stichting Stiel, woningcorporatie Nijestee, fora op wijkwebsites etc en laat medewerkers daar actief zijn;
- Monitor de verschillende vormen van social media met behulp van online tools (gratis en/of betaald) door webcareteam of klantcontactcentrum;
- Faciliteer - in eerste instantie - de afdeling SDC om het gebruik van social media afdelingsbreed en structureel in te zetten;
- Stimuleer en initieer proefprojecten op andere afdelingen waarbij geëxperimenteerd wordt met andere vormen van social media bv. EZ (doel: branding, positionering), PRO (doel: informatie en interactie), Beleid (doel: kennisdeling en kennisvergaring).

Ontwikkelingen als de digitalisering van werkprocessen binnen de gemeente en het plaats- en tijdsafhankelijk werken in het kader van Het Nieuwe Werken zullen in belangrijke mate bijdragen aan een succesvolle implementatie van social media door medewerkers.

Op basis van de opgedane ervaring en bovenstaande aanbevelingen heeft de dienst besloten de pilotperiode te verlengen tot 31 december.

Reactie 6:

Ik heb gemerkt dat het zeer handig is Twitter te 'luisteren', om zo alle artikelen/meningen in de media snel te kunnen vinden. Zéér bruikbaar. In deze fase is het goed daar bovenop te zitten. Op deze manier heb ik goed, snel en compleet het levende sentiment over mijn project onder de bevolking kunnen monitoren.

Ik ben aan de andere kant huiverig voor het actief zenden van informatie over Twitter, gelet op de politieke gevoeligheid. Tevens heb ik te maken met mensen die alles wat gezegd wordt tegen ons gebruiken. Ik denk dat het zeer afhankelijk is van de gevoeligheid van een project, de fase waarin het project zich bevindt (initiatief, ontwerp, uitvoering) en de complexiteit van het project, of actief zenden van informatie op Social Media wel/niet verstandig is en in welke vorm dat moet gebeuren. Voor meningen heeft de wethouder overigens zélf een Twitter-account. Ik zie bijvoorbeeld bij project Damsterdiep (uitvoeringsfase nu) dat IGG goede Twitter-berichten zendt: technische informatie, feitelijk, objectief. Géén meningen!!! Daarin zie ik op zich wel een meerwaarde.

5. Hoe willen we als gemeente omgaan met Sociale Media?

5.1 Richtlijnen, stel- of spelregels?

Sommige gemeenten en ook de rijksoverheid hebben algemene richtlijnen, stel- en spelregels voor het gebruik van sociale media geïntroduceerd. Binnen de gemeente Groningen heeft de HVD dergelijke richtlijnen vastgesteld.

Natuurlijk gelden de 'normale' rechten en plichten voor ambtenaren ook bij het gebruik van sociale media, maar vanwege het specifieke karakter (snel, maar voor 'eeuwig' vastgelegd) zijn er *extra* aspecten om op te letten.

In artikel 125 van de Ambtenarenwet zijn zowel rechten als plichten beschreven. Enerzijds hebben ambtenaren de plicht om zich als een goed ambtenaar te gedragen, integer te handelen, een eed of belofte af te leggen, geen nevenactiviteiten te ontplooien die een goede vervulling van hun functie in de weg staan en om geen gedachten en gevoelens te uiten die hun functioneren of het functioneren van hun organisatie schaden (geheimhoudingsplicht). Anderzijds hebben ambtenaren wel het recht om lid te worden van een politieke groepering of vakbeweging en misstanden te melden zonder nadelige gevolgen voor hun rechtspositie. Ambtenaren hebben ook het (grond)recht op vrijheid van meningsuiting, voor zover dat niet schadelijk is voor hun functioneren of het functioneren van de ambtelijke dienst waar zij werkzaam zijn.

De rijksoverheid heeft haar uitgangspunten gebundeld in vier stelregels. In deze stelregels komen de wettelijke rechten en plichten aan de orde die er toe doen bij online participatie:

Eerste stelregel: ambtenaar als ambassadeur

Ambtenaren zijn ambassadeurs van de organisatie waarin zij werkzaam zijn. Zowel in het fysieke domein als op het internet is het belangrijk dat ambtenaren zich goed en integer gedragen. De kernwaarden uit de modelgedragscode van het ministerie van BZK bieden daarvoor houvast. Deze kernwaarden zijn: onpartijdigheid, betrouwbaarheid, zorgvuldigheid, dienstbaarheid en respectvolle bejegening, professionaliteit en morele verantwoordelijkheid.

Tweede stelregel: de bestaande regels gelden ook online

De rechten en plichten van ambtenaren zijn vastgelegd in regels en wetten. De kern ervan is artikel 7 van de Grondwet, die zegt dat iedereen recht heeft op vrije meningsuiting. Dat geldt ook voor een ambtenaar en het betekent ook dat ambtenaren kritisch mogen zijn. Het grondrecht op vrije meningsuiting van de ambtenaar is echter niet absoluut. Ambtenaren mogen namelijk geen uitspraken doen die het eigen functioneren of dat van de overheid kunnen schaden. Hoe dichter ambtenaren staan bij het beleidsterrein waarover ze uitspraken doen, des te groter de maatschappelijke gevolgen ervan kunnen zijn.

Derde stelregel: onderscheid tussen privépersoon en ambtenaar in functie

Bij online activiteiten ligt het risico van vermenging tussen de ambtelijke en de persoonlijke identiteit soms op de loer. De scheiding tussen persoonlijke opvattingen en die van de ambtelijke organisatie of het college is daardoor niet altijd even duidelijk.

Vierde stelregel: zorgvuldig meedoen

Voor ambtenaren kunnen uiteenlopende redenen bestaan om zich online te begeven. Deze redenen zijn onder meer het onderhouden van directe contacten met de doelgroepen van beleid, het beter en sneller inspelen op actuele ontwikkelingen, het aanboren van creativiteit in de samenleving ('wisdom of the crowds'), het informeren van de buitenwereld, het realiseren van een sterker draagvlak voor beleid en het verrijken van beleid. Bij online discussies is het belangrijk dat ambtenaren als ambtenaar herkenbaar zijn en dus naam en functie vermelden.

Collegebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

Er wordt gewerkt aan een Handreiking Ambtenaar 2.0. Deze handreiking is bedoeld om ambtenaren te ondersteunen bij het slim en maatschappelijk verantwoord omgaan met online instrumenten. De handreiking bevat vijf principes voor online gedrag:

1. Wees geloofwaardig
2. Wees consistent en constructief
3. Wees open en ontvankelijk
4. Integreer online en offline communicatie
5. Wees een ambtenaar

Deze principes zijn een vertaling van de Britse 'Principles for Participation Online'



We willen deze handreiking aannemen en de geformuleerde stelregels en principes tot de onze maken. Ze zullen daartoe actief worden verspreid via de interne kanalen en opgenomen in de lijstje met do's en dont's.

Ombudsman

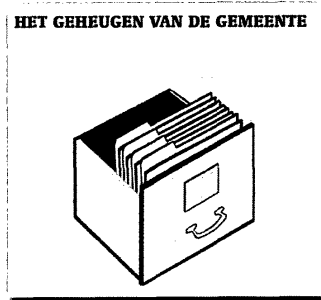
De Groninger ombudsman maakt in het jaarverslag 2010 – met als titel 'Het geheugen van de gemeente' – ook melding van de gestage groei van het fenomeen sociale media. Zij waarschuwt daarbij met name voor de toegenomen stroom aan informatie en het feit dat niet altijd alle informatie wordt vastgelegd, zeker niet bij het gebruik van sociale media. De ombudsman schrijft hierover:

"Het jaar 2010 kenmerkte zich ook door een versnelde opmars van de sociale media, zoals Twitter, Hyves en Facebook. Uiteraard kan de gemeente niet om de nieuwe media heen. Sterker nog, ze heeft al aangegeven hier meer op te willen inzetten.

Van belang is echter je te realiseren dat in het digitale tijdperk dagelijks een stroom aan informatie passeert. Uit onderzoek is gebleken dat we van veel zaken kennis nemen maar het niet opslaan. Oftewel, we onthouden er weinig van. Dat geldt uiteraard niet alleen voor de burgers, maar ook voor bestuurders en medewerkers. Het geheugen van de gemeente zou zich niet langs die weg moeten ontwikkelen. Er komt altijd een moment dat verantwoording dient te worden afgelegd. Heb daar aandacht voor.

'Ik heb beleid gemaakt via Twitter' en 'binnen het netwerk ambtenaar 2.0 heb ik veel materiaal kunnen verzamelen'. Zomaar wat uitlatingen van enthousiaste medewerkers. Daarbij dient wel te worden bedacht dat de gemeente een bijzondere positie inneemt. Zij is hoeder van het algemeen belang en dient de rechtsongelijkheid te bewaken en te zorgen dat niemand tussen wal en schip raakt. Om die reden lijkt het gewenst dat er spelregels worden ontwikkeld op welke wijze de gemeente haar positie binnen de elektronische mierenhoop gestalte gaat geven. Want de inhoud van een 'tweet' kan zo maar aanleiding zijn voor een klacht over een bestuurder of een medewerker. Ook voor de Ombudsman een nieuwe dimensie in het kader van het klachtrecht."

Bij de opmerking van de ombudsman over het opslaan van bepaalde content uit sociale media (ook in relatie tot de archiefwet) verwijzen we naar reactie 4 op blz. 17.



Collegiebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

5.2 Dilemma's

De vraag is of we aanvullend hierop gemeentebrede afspraken en richtlijnen nodig hebben *specifiek* voor het gebruik van sociale media en waarop die richtlijnen of kaders zich dan zouden moeten richten. Hieronder gaan we in op een aantal *dilemma's* rond het gebruik van sociale media door medewerkers van de gemeente. De binnengekomen reacties van medewerkers en de bespreking per stelling tijdens de bijeenkomst van 12 april zijn verwerkt in *standpunten*.

Presentatie / uitingsvorm

Dilemma 1: zijn werk en privé op sociale media nog wel te scheiden?

Voorheen was de grens tussen werk en privé eenvoudiger te trekken dan tegenwoordig. Bij sociale media is sprake van een vervaging tussen werk en privé. Sommigen proberen dat onderscheid nog wel te maken, terwijl anderen constateren dat dit onderscheid niet meer te maken is, zeker niet door de buitenwereld. Dat geldt zeker voor bestuurders, het 'hogere kader' en ambtenaren die inhoudelijk/werkmatig betrokken zijn bij een onderhavig onderwerp. Dit dilemma betreft ook de rol van ambtenaren ten opzichte van de politiek. In de formele setting bepaalt de politiek de kaders en houden ambtenaren zich daar buiten. Maar ambtenaren hebben ook vrijheid van meningsuiting. Sociale media kunnen ambtenaren verleiden tot het doen van politiek gevoelige uitspraken.

Stelling 1:

"Op sociale media is de vrijheid van meningsuiting voor ambtenaren - ook privé - beperkt"



Reactie 7:

Jazeker. Mij is altijd geleerd dat je als ambtenaar te maken hebt met politieke legitimiteit, dat wil zeggen dat je ten dienste staat van de wethouder. Je kunt natuurlijk wel je eigen mening inbrengen binnen een bepaalde context, maar dat kan niet strijdig zijn met politieke keuzes van de betreffende wethouder of het college. Een ambtenaar moet dit altijd in het achterhoofd houden. Daarnaast is het zo dat er sprake is van vastgesteld beleid (structuurvisies, groenplannen, verkeersplannen, etc.). Vraagstukken moeten dus integraal bekeken worden. Als je een uitspraak doet op bijv. Twitter ligt het vast en kan iedereen het zien. Voorkomen moet worden dat door voorbarige uitspraken van de ene afdeling, andere mensen binnen de gemeente in de problemen komen. Het grijpt allemaal in elkaar, we zijn één gemeente. Dat vind ik een grote valkuil. De vrijheid is dus zeker beperkt.

Reactie 8:

Dit geldt niet alleen voor ambtenaren. Iedereen die werkt moet rekening houden met wat hij of zij doet op internet. Al je uitingen laten een digitale voetprint achter. Discussies waar je aan meedoet, standpunten die je uitdraagt; alles kan worden opgezocht door iemand die twijfelt aan je vermogen om een onbevooroordeeld stuk te schrijven. Afhankelijk van je functie zal datgene wat je zegt etc. ook afstralen op de gemeente. Daar heb je dus rekening mee te houden. Of je het nou leuk vindt of niet, je baan beperkt je in je doen en laten op de social media. Als je dat niet trekt, moet je ander werk gaan zoeken.

Reactie 9:

Mee eens. Als gemeenteambtenaar kun je dan intranet en Yammer gebruiken om intern je mening te geven of een discussie te starten. Mag dan niemand meer via internet z'n mening geven? Ik zou zeggen: hou het beperkt. Een foutje is snel gemaakt en verspreidt zich als een olievlek (denkende aan die tweet van die stembureau-mevrouw..)

Standpunt 1:

Als gevolg van de toegankelijkheid en transparantie van sociale media – en het feit dat de berichten 'voor de eeuwigheid' op internet staan – is het voor bestuurders en ambtenaren vrijwel onmogelijk geworden om (op de sociale media) publieke en privé opvattingen voor het publiek gescheiden te houden. Om die redenen is 'extra' voorzichtigheid geboden, boven de 'normale' regels die hiervoor gelden.

Collegiebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en . . .

Artikel 7 van de Grondwet zegt dat iedereen recht heeft op vrije meningsuiting. Het grondrecht op vrije meningsuiting van de ambtenaar is echter niet absoluut. Ambtenaren mogen namelijk geen uitspraken doen die het eigen functioneren of dat van de overheid kunnen schaden. Voor bestuurders geldt dat de collegialiteit van bestuur in het geding kan zijn.

In het algemeen wordt het van belang gevonden dat men zich – passend bij de aard van de sociale media – als een persoon manifesteert: een ambtenaar (of bestuurder) van vlees en bloed. Een mix van zakelijk en persoonlijk, professioneel en menselijk.

Dilemma 2: gemeentelijke huisstijl toepassen op gemeentelijk gebruik sociale media?

Er is nu geen enkele structurering van de manier waarop 'de gemeente' zich vanuit verschillende disciplines op de sociale media presenteert. Kort door de bocht: *iedereen doet maar wat*.

Als we ons *namens* de gemeentelijke organisatie op sociale media presenteren moeten we dan iets afspreken over de manier waarop onze organisatie zich wil profileren? Het gaat daarbij dus onder meer over de uitingsvorm. Hoe presenteren we onszelf? Welke naamgeving en huisstijlelementen gebruiken we als we een identiteit aanmaken op een online medium? Welke 'tone of voice' gebruiken we? Met welke frequentie plaatsen we berichten en reageren we? Wie volg je wél en wie (juist) niet? En welke 'openingstijden' hanteren we?

Stelling 2:

"De gemeentelijke huisstijl moet ook van toepassing worden gemaakt voor gemeentelijk gebruik van sociale media"



Reactie 10:

Ik zou wel kiezen voor een gemeentelijke huisstijl (dus wel herkenbaar), maar wel nuanceverschillen per dienst of afdeling. Misschien iets met logo's of achtergronden. De gemeente bestaat uit verschillende diensten, een veelvoud aan afdelingen en nog meer medewerkers. Alleen bij RO/EZ werken al 600 mensen... Er moet bij de ontvanger/lezer geen twijfel ontstaan over wie de afzender is. Duidelijkheid/ helderheid is een groot goed.

Reactie 11:

Hoe meer regels je opstelt, hoe groter de kans dat iemand ze overtreedt. Iedereen kan zijn eigen verantwoordelijkheid dragen. Wijs je collega's op de consequenties van het actief zijn op soc.media en dat ze altijd geassocieerd worden met de gemeente Groningen. Verder is het niet anders dan wat nu van ons wordt verwacht aan de telefoon, mail, balie, straat, infoavond etc. Soc.media is een gemakkelijke vorm van contact. Laten we het ons niet moeilijker maken dan het is.

Reactie 12:

Met de Sociale Media zijn we eigenlijk uitgekomen bij burgerparticipatie 3.0. Van oudsher communiceerden overheden eendimensionaal (1.0) met door hen bestuurde burgers. Er werden, bij wijze van spreken, slechts zaken medegedeeld. Zo rond de jaren zestig van de vorige eeuw begon die burger ineens terug te praten. Er ontstond een dialoog (2.0), overheden besteedden veel zorg aan de communicatie met burgers en begonnen zowaar rekening te houden met hun wensen en zorgen. Met het gebruik van Sociale Media door (in dit geval lokale) overheden komen we uit bij participatie 3.0. Wat houdt dat in. Er is nu sprake van een dialoog. De overheid gaat met individuen én groepen burgers het gesprek aan in de openbare (weliswaar virtuele) ruimte. Het mooie is: iedereen kan – en gaat straks ook meepraten. Veel ambtenaren vinden dat een beangstigende gedachte. Waar die participatie 3.0 toe kan leiden wil ik graag met individuen en groepen ambtenaren (en burgers!) elders ontdekken. Waar we vooral voor moeten oppassen is dat we na deze trage start - overheden en vooral lokale overheden lopen hopeloos achter als het gaat om gebruik van Sociale Media; waar we vooral voor moeten oppassen is dat we de zaak niet gelijk dichttimmeren met do's en dont's. Laten we met open vizier die dialoog aangaan. Voor een goede ambtenaar valt er feitelijk weinig tot niets te verliezen en een virtuele wereld te winnen.

Reactie 13:

Ik vind je voor social media wel een 'huisstijl' moet afspreken. Het webcare-team (stelling 3) kun je dan een controlerende taak geven omdat dat team het beste overzicht heeft van wat er op het web 'buzzt' en advies kan geven. (@Lucel) Overigens vind ik social media wel anders dan telefoon, mail, balie, etc. Met 1 bericht kun je veel meer mensen bereiken dan met bijvoorbeeld 1 telefoontje. Daarnaast blijven social-media-berichten vindbaar in zoekmachines en zijn ze dus minder vluchtig dan telefoon, balie, straat, etc.

Collegiebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

Standpunt 2:

Zeker als er sprake is van gebruik/inzet van sociale media namens of vanuit de gemeentelijke organisatie moet ondubbelzinnig helder zijn wie de afzender is en in welke hoedanigheid of rol men opereert. Een (lichte) huisstijl voor sociale media moet worden ontwikkeld, m.b.t. logo's, naamgeving, 'bio' en 'tone of voice'. Ook ten aanzien van het URL-gebruik (inclusief het pro-actief vastleggen van URL's en andere domein-namen) is gemeentebrede afstemming gewenst.

Middelen

Dilemma 3: hoe ontwikkelen we 'digitale voelsprietten'?

Het is goed om onderscheid te maken tussen het actief participeren in de sociale media en het 'luisteren' naar wat anderen zeggen over de organisatie, om relevante signalen uit de omgeving op te pikken, bijvoorbeeld het volgen van discussies over onderwerpen die zij in hun portefeuille hebben. Deze strategie wordt ook wel webmonitoring genoemd, het vakgebied *webcare*.

Voor het ontwikkelen van 'digitale voelsprietten' is – ook gratis – specifieke software beschikbaar, waarmee het internet en/of sociale media worden afgespeurd naar bepaalde trefwoorden en of er iets 'buzzt'.

Een vraag is of we als gemeente een specifiek webcare-team moeten (willen) hebben of dat dit een taak is voor een grote groep ambtenaren die allemaal hun eigen terrein in de gaten houden. In het laatste geval moet die groep wel gefaciliteerd (met software) en geschoold worden. Specialisatie in webcare of webmonitoring als onderdeel van je vak?

Stelling 3:

"Webcare/webmonitoring is een vak apart"



Reactie 14:

Ik sta hierover in dubio. Enerzijds ben ik van mening dat bij m.n. de politiek gevoelige projecten snel ingespeeld moet kunnen worden op de actualiteit. Daar moeten dus zo min mogelijk schakels tussen zitten. Voor het 'luisteren' houd ik het daarom graag zelf in de gaten. Anderzijds moeten deze zaken niet mijn overige taken als assistent-projectleider gaan overschaduwen. Ik heb als assistent-projectleider een veelheid aan overige taken uit te voeren (verslagen maken, afspraken plannen, brieven schrijven, bijeenkomsten organiseren, acties uitvoeren, etc.). Op zich is het misschien een taak voor de afdeling Communicatie, alleen die zijn ook niet allemaal even handig met de nieuwe Social Media... Beste optie is hierin voor mij denk ik om samen met de afdeling Communicatie op te trekken en afspraken te maken daarover.

Reactie 15:

Webcare is een andere vorm van klantcontact. Naast het fysieke aan de balie en het auditieve via KCC / Frontoffice krijgt nu ook het virtuele contact dynamiek. En dan moet je mensen met inhoudelijke kennis hebben die kunnen reageren op wat er gezegd wordt op het net. Bevestigen als het feitelijk klopt en ontkrachten van feitelijk onjuiste geruchten met onderbouwde informatie. Dat hoort in je KCC's / Frontoffices thuis iem de afdelingen Communicatie.

Standpunt 3:

Ten aanzien van webcare, webmonitoring en communitymanagement moet er in deze fase van ontwikkeling van het (gemeentelijk) gebruik van sociale media zowel centraal ontwikkeld en gefaciliteerd worden als decentraal de verantwoordelijkheid genomen voor het volgen van ontwikkelingen m.b.t. het eigen project of vakgebied. Het is vooralsnog én, én!

Centraal moet inhoudelijk en technisch gefaciliteerd worden en scholing aangeboden. Daarnaast is het wenselijk een soort 'centraal meldpunt' voor relevante signaleringen op sociale media in te stellen en daarop eventueel gewenste gemeentelijke reacties te coördineren.

Er liggen grote mogelijkheden om snel en zonder hoge kosten actief vragen/behoefte/wensen van burgers te verkrijgen om de gemeentelijke producten en dienstverlening te verbeteren.

Collegedebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en . . .

Dilemma 4: concentreren we ons (qua zenden/interactie) op Twitter, Facebook en Hyves?



Reactie 16:

<http://youtu.be/2UkiM3OaHxw> mooi voorbeeld hoe snel het gaat

Twitter bestaat nog maar een paar jaar en is eigenlijk pas sinds een jaar in Nederland aan het doorbreken. Hetzelfde geldt voor b.v. Facebook.

Voor het 'luisteren' (monitoren) maken we geen onderscheid tussen middelen, maar benaderen het (sociale) web als geheel. Ook voor het versturen van boodschappen en het in gesprek gaan met individuen of groepen burgers, is het niet handig om kaders voor specifieke media te maken, hoewel de 'mores' tussen de media wel verschilt. We kunnen hooguit een selectie maken in middelen waarop de gemeente zijn actieve aanwezigheid concentreert. Er komen dagelijks nieuwe webtoepassingen bij in het web2.0 landschap, maar slechts weinig applicaties worden blijvend door het publiek omarmd. Uiteindelijk bepaalt marktwerking welk medium leidend wordt in een segment van de sociale media.

Om de investering die we plegen zo goed mogelijk tot zijn recht te laten komen, richten we ons alleen op media die zichzelf hebben bewezen, binnen het segment dat voor ons interessant is.

Stelling 4:

"Voor interactie via sociale media concentreren we ons op Twitter, Facebook en Hyves"



Reactie 17:

Voor mijn projecten houd ik op gebied van Social Media nu met name Twitter in de gaten. Hyves en Facebook zijn voor mij niet relevant op projectniveau. Voor andere afdelingen kan dat wel zo zijn (bij. SDC?). Het gaat erom dat je de media in de gaten houdt waar voor jou relevante informatie te vinden is. Het is daarom zaak je niet vast te pinnen op deze drie, maar de laatste ontwikkelingen in de gaten te houden. Misschien is er over een maand wel een hele nieuwe vorm van Social Media, waar we nu nog niet van gehoord hebben, die hip en happening wordt en handig/buikbaar voor ons als ambtenaar om in de gaten te houden.

Reactie 18:

ik vind Facebook en Hyves niet zakelijk genoeg en prefereer Yammer en LinkedIn.

Reactie 19:

Ook hier geldt weer: Waarom zou je je in hemelsnaam nu alweer gaan beperken voordat je zelfs ook nog maar bent begonnen? En jongens: Hyves is toch echt wel passé (hoewel ik zelf nog wel een account heb!)

Reactie 20:

Ik zou Hyves niet meteen afschrijven. Bij elk medium heb je te maken met een andere leeftijdscategorie of scholingsniveau. Bij Hyves heb je contact met jongeren tot zo rond de 24 jaar. Deze groep is nu nog aan de studie (hoop je), maar maakt straks wel deel uit van de beroepsbevolking. Je kunt deze groep nu al betrekken in wat er in gemeenteland speelt. Andere kant is wel dat de jongeren niet echt op inmenging van de gemeente zitten te wachten. Twitter is een mooi medium om te verwijzen naar pagina's op de gemeentelijke site of naar een (bestaande) fanpage op Facebook.

Reactie 21:

elke social medium heeft zijn eigen groep gebruikers. Er is door NEXTWEB2010 een mooi tabelletje gemaakt, maar die krijg ik hier niet ingehangen. Daarnaast is de inzet van social media afhankelijk van de keuze in de communicatie strategie. Het kwadrant van Betteke van Ruler is hiervoor zeer geschikt. Zie bijlage bij mijn alg. reactie op stel 4.

Standpunt 4:

De ontwikkelingen binnen de sociale media zijn leidend. We moeten de kanalen 'volgen' waar onze doelgroep(en) op enig moment gebruik van maakt. Wanneer de gemeente sociale media inzet om actief 'te zenden of te interacteren' doen we er verstandig aan de 'mainstream' kanalen te gebruiken.

Collegedebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en . . .

Ontwikkeling en control

Dilemma 5: Stimuleren of controleren, kaderstelling?

De uiterste scenario's – niets regelen of volledige controle proberen te krijgen – zijn beide niet wenselijk en niet realistisch. Als we geen stelling nemen in het gebruik van sociale media, zal het effect een gefragmenteerde online presentatie van de gemeente zijn. De kans op een inconsistente boodschap en onduidelijkheid over de afzender is dan groot. Streven naar volledige controle over vorm en inhoud, druist tegen het karakter van het medium in. Het kost veel energie, heeft nauwelijks kans van slagen en laat kansen onbenut. Het uitgangspunt van kaderstelling zal zijn dat we het experimenteren met nieuwe middelen stimuleren en proberen ze gezamenlijk in goede banen te leiden. Dit doen we door richtinggevend afspraken te maken over de vorm van onze aanwezigheid, de media die we kiezen, de manier waarop we luisteren en het aanbieden van vuistregels voor de inhoud van de boodschap. Do's en dont's met betrekking tot onderwerpen, meningen of verwachtingen die we wekken.

Stelling 5:

"Kaderstelling m.b.t. gemeentelijk gebruik van sociale media is de dood in de pot voor nieuwe kansen en ontwikkelingen"



Reactie 22:

Ligt eraan wat je onder kaderstelling verstaat. De basisregels zoals in paragraaf 4.1 lijken me geen probleem en het lijkt me heel goed dat iedereen deze hanteert. Hier bovenop kun je geen vergaande regels stellen die gelden voor het hele concern lijkt me. We hebben binnen de gemeente te maken met verschillende diensten, een veelvoud daarvan aan afdelingen en nog meer functies. Daarnaast heb je ook nog binnen een afdeling (bijv. Projectmanagement) items met verschillende politieke gevoeligheid en complexiteit... Enige kaderstelling is wat mij betreft dus wel geplaatst. Voor mij geldt dat ik als ik op Social Media info zou zenden, alleen feitelijke, objectieve informatie zou plaatsen. Dus: start inspraak, verwijzen naar vastgestelde stukken, besluitvorming in raad, start sloop, etc. Niet: meningen!!! Past niet binnen mijn functie, gelet op gevoeligheid. De vraag is overigens of dat elders wel past...

Reactie 23:

Echt harde regels proberen te stellen is denk ik niet alleen de dood in de pot, maar praktisch ook eigenlijk niet te doen. De inkt is nog niet droog, of de situatie is alweer anders (nieuwe social media kanalen, net weer andere toepassingen etc.). Je bewust zijn, als ambtenaar of overheid, waar je mee bezig bent, en wat eventueel consequenties zijn is veel belangrijker dan proberen controle uit te oefenen op wat er gebeurt. Kortom: proberen 'ongelukken' te voorkomen, maar wel ruimte voor experimenten!

Reactie 24:

Beperk je kaders tot de LET OP's als je met soc. media aan de gang gaat. Ondersteun je collega's, train ze en maak ze bewust van het gebruik, wat het betekent voor jezelf en i.r.t. je werkgever. HNW past naadloos. privé en werk lopen meer dan voorheen door elkaar. Dat scheelt voor velen een hoop geregeld.

Reactie 25:

Maar wel graag de belangrijkste regels centraal afspreken en monitoren. We hebben toch ook een behwijzer en een schrijfwijzer? Dan ook graag een webwijzer! Dat sluit nieuwe ontwikkelingen niet uit, integendeel. Goed contentbeheer is ook: meegaan met nieuwe ontwikkelingen. Er zijn zat goede sites die de nieuwe trends helder op een rij zetten.

Standpunt 5:

Voorop staat dat vertrouwen moet worden gesteld in het gezonde verstand, de professionaliteit en het beoordelingsvermogen van onze medewerkers. 'Wees een ambtenaar' is misschien wel de meest zinnige van alle do's en dont's die we op dit terrein kunnen vinden.

Bewustzijn van je rol en het onderkennen eventuele risico's wordt van groter belang geacht dan het hanteren c.q. controleren van richtlijnen. Lijstjes met do's en dont's – 'LET OP's' – zijn nuttig. Van belang is te investeren in kennis van het (niet-)gebruik van sociale media, het bevorderen van transparantie en het – actief – uitwisselen van (positieve of negatieve) ervaringen.

6. Hoe nu verder?

Ervaringen blijven delen

Het is van groot belang dat we de ervaringen met sociale media – zowel positief als negatief – met elkaar blijven delen. We moeten mét en ván elkaar leren. Daartoe zullen we met enige regelmaat bijeenkomsten organiseren waarin sociale media centraal staan, zoals op 12 april j.l. Ook tijdens het Open Innovatie Festival 2011 (OIF050) zal er weer ruime aandacht aan worden besteed. De Yammer-groep Sociale Media blijft open voor het uitwisselen van ervaringen, informatie, nieuwtjes en berichten. Via intranet verspreiden we lijstjes met do's en dont's. De omgang – als ambtenaar – met sociale media hoort ook onderdeel uit te maken van de concernintroductie voor nieuwe medewerkers. Onder leiding van de Concernmanager Communicatie zal het Team #ggsm met enige regelmaat de ontwikkelingen op het gebied van sociale media bespreken, verspreiden en delen.

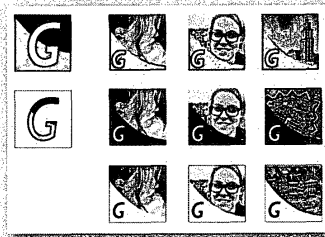
Verdergaan met experimenteren

We gaan verder experimenteren, bij RO/EZ loopt de pilot in elk geval nog door tot het eind van dit jaar. We zullen daarbij vooral ook op zoek moeten naar de inzet van sociale media gericht op (daadwerkelijke) interactie en co-creatie in het kader van de burgerparticipatie.

Huisstijl ontwikkelen / faciliteren

Als onderdeel van Stijlweb Stad zullen nadere voorstellen worden uitgewerkt om te komen tot een (lichte) vorm van gemeentelijke huisstijl voor sociale media, vooral toe te passen in die gevallen waarin er echt sprake is van de gemeente(ambtenaar) als afzender. Het gaat daarbij om:

- vormgeving, presentatie, beeldmerk
- tone of voice, do's en dont's
- URL-beleid, naamgeving en -gebruik



Vingeroefeningen m.b.t. huisstijl sociale media

Webcare, webmonitoring

Webcare moeten we vooral in verband brengen met de gemeentelijk dienstverlening. De KCC's zijn bij uitstek de plekken waar de webcare gesitueerd dient te worden. De juiste tools hiervoor moeten ter beschikking worden gesteld. Op een aantal plekken zal het web centraal gemonitord worden, o.a. bij de centrale nieuwsredactie en het eBureau. Community-magagement is met name ook interessant bij beleids- en projectontwikkeling.

Juridische aspecten

Een aantal juridische aspecten m.b.t. de sociale media verdient nadere aandacht en bestudering. Wat is bijvoorbeeld te zeggen over de status van een tweet vanaf een duidelijk gemeentelijke account en hoe moeten we omgaan met het fenomeen van fakers, mensen die zich voordoen als anderen (of als de gemeente)? Dat geldt natuurlijk niet alleen voor de gemeente Groningen, dus houden we ook de landelijke ontwikkelingen op dit terrein in de gaten. Het Bureau Juridische Zaken heeft dit onder de aandacht.

**Evaluatie wijkcommunicatie
Gemeente Groningen**

2007 – 2010

inclusief Pilot Paddepoel



aftrap pilot Paddepoel 19 mei 2010

Inhoudsopgave

	Pagina
Inleiding en samenvatting	3
1. Project wijkcommunicatie	5
1.1 Doelstelling	
1.2 Opzet en uitgangspunten	
2. Wat we hebben gerealiseerd?	7
2.1 Ondersteunen wijkwebsites	
2.2 E-nieuwsbrieven	
2.3 RSS-feeds/widgets	
2.4 Nieuwe instroom betrokken Stadgers	
2.5 Netwerk wijkredacties	
2.6 Promotie wijkwebsites	
2.7 Bezoekersaantallen wijkwebsites	
3. Hoe de gemeente aansluit bij de wijkmedia	13
3.1 Mijnwijk.groningen.nl	
3.2 Communicatiedossier online	
3.3 E-nieuwsbrief Stadsnieuws	
4. Pilot Paddepoel	17
4.1 Bevindingen bewoners	
4.2 Bevindingen wijkraad/webbeheer Paddepoel	
4.3 Bevindingen projectleiders	
4.4 Bevindingen publicisten	
4.5 Resultaten wijkwebsite Paddepoel	
5. Conclusies en aanbevelingen	23
5.1. Digitale infrastructuur	
5.2. Contentbeheer	
Tot besluit	25

Evaluatie wijkcommunicatie

inclusief Pilot Paddepoel

Inleiding

We willen dat de Stadgers zich serieus genomen en betrokken voelen bij het bestuur van hun stad, wijk of buurt. *Burgerbetrokkenheid* noemen we dit. Daarvoor hoeven we de burgers niet altijd aan te sporen tot allerlei vormen van *actieve* participatie. Als burgers zeker weten dat ze tijdig en adequaat op de hoogte gehouden worden van gemeentelijke plannen en activiteiten, levert dat een grote bijdrage aan het gevoel van betrokkenheid en serieus genomen worden. We gaan zorgen voor actieve, transparante informatieverstrekking als basis voor de betrokkenheid in de stad: de eerste trede van de participatieladder.



Samenvatting

Er is een digitale infrastructuur, gemeente.groningen.nl/mijnwijk, ontwikkeld die een goede basis biedt om wijkbewoners te betrekken bij plannen en projecten in hun wijk of buurt. Daarbij is gebruik gemaakt van de al bestaande sociale wijkmedia in de gemeente Groningen. Ruim 42 wijkwebsites waren al gebouwd door de bewoners zelf. Dit netwerk van redacteuren en webmasters van wijkwebsites is betrokken bij het ontwikkelen van deze nieuwe infrastructuur gemeente.groningen.nl/mijnwijk.

Er is in de eerste plaats tegemoetgekomen aan twee belangrijkste wensen van de wijkwebredacties:

1. hulp bij het ontwikkelen van een gebruikersvriendelijke wijkwebsite;
2. publiceren van wijkrelevante informatie op maat op de gemeentelijke website.

Het eerste knelpunt is opgelost door 26 van de 42 wijken te helpen en te faciliteren met de overstap naar een gebruikersvriendelijke wijkwebsite.

Het tweede knelpunt was het verstrekken van wijkgerelateerde informatie door de gemeente. Hier is de infrastructuur gemeente.groningen.nl/mijnwijk uit voortgekomen. Deze is klaar en kan nu gevuld worden met communicatiedossiers van projecten en plannen. In de wijk Paddepoel is hiermee proefgedraaid. De bevindingen zijn over het algemeen positief. Dat vinden zowel de wijkbewoners als de projectleiders en publicisten. Projectleiders en publicisten zien veel voordelen van deze manier van communiceren over hun project. Bewoners komen beter geïnformeerd op bijeenkomsten en het vertrouwen en de betrokkenheid zijn groter. Er is nog wel een aantal noodzakelijke verbeter- en ontwikkelpunten op het gebied van cultuur, techniek en organisatie om ook de andere 41 wijken en buurten te voorzien van de basis informatie via gemeente.groningen.nl/mijnwijk. Deze evaluatie beschrijft hoe de gemeente Groningen de wijkcommunicatie de afgelopen jaren in projectmatige vorm heeft gestimuleerd. Met behulp van geld uit het programma Stad & Stadhuis en de projectleiding vanuit Concerncommunicatie staat er nu een mooie digitale

Collegedebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

wijkstructuur. Belangrijk voor de burgerbetrokkenheid is deze verder te gebruiken, daar worden in deze evaluatie worden daar aanbevelingen voor gedaan.

1. Project Wijkcommunicatie

1.1. Doelstelling

Het doel van het project Wijkcommunicatie is wijkbewoners te betrekken bij beleid en plannen in een zo vroeg mogelijk stadium. Betrokken Stad al was een speerpunt in het collegeprogramma 2006 – 2010. Maar ook in het collegeprogramma 2010 - 2014 wordt dit als een belangrijk thema ingezet voor meer zeggenschap en merkbare invloed door burgers.

Op 19 februari 2008¹ is vastgelegd in het convenant tussen wijkorganisaties en gemeentebestuur dat wijkorganisaties adviesrecht hebben op beleidszaken op wijkniveau. Bij besluitvorming wordt een participatieparagraaf toegevoegd met het advies van de bewonersorganisatie. In dit convenant is ook opgenomen dat wijkorganisaties bij voorkeur digitale middelen inzetten, zoals een wijkwebsite, om te communiceren met hun achterban. De gemeente heeft zich hiermee verplicht om in een zo vroeg mogelijk stadium de burger te informeren over wijkgebonden plannen en beleid. Zonder informatie kan de burger zich geen mening vormen, vindt er geen controle plaats en blijft de invloed van de burger beperkt.

1.2. Opzet en uitgangspunten

Uit onderzoek is gebleken dat 90% van de ²geënquêteerde wijkbewoners zich al betrokken voelt als zij in de eerste plaats goed wordt geïnformeerd. Is uitgangspunt is ervoor gekozen om aan te sluiten bij de reeds aanwezige wijk- en buurt communicatiekanalen (redacties) van de bewoners zelf. Die kanalen bestaan inmiddels uit meer dan 40 wijkwebsites én 37 wijkkranten die vaak door de wijkorganisaties worden onderhouden en uitgebracht. Gemiddeld bestaan wijkredacties uit 3 personen. Dat houdt in dat ruim 200 betrokken vrijwillige wijkbewoners zich met wijkcommunicatie bezighouden in de gemeente Groningen. Daarom zien wij deze doelgroep (redacties van wijkkranten en wijkwebsites) als een belangrijke partner en klankbord om een goede digitaal wijkinformatiekanaal te ontwikkelen. Wijkredacties zijn veelal gecleerd of maken deel uit van bewonersorganisaties.

Onderzoek wijkredacties

In 2007 is er ³onderzoek gedaan onder de behoefte van redacties van wijkwebsites en wijkkranten. De belangrijkste conclusies waren:

- men wil graag digitale wijkgebonden informatie;
- men wil met name informatie over nieuwbouw, wijkvernieuwingsplannen, groenbeheer, infrastructuur en bouwvergunningaanvragen in de wijk;
- verder willen ze graag worden geholpen en gefaciliteerd in de techniek, opleiding en de promotie voor hun wijkwebsite.

¹ Het wijkconvenant kunt u vinden op www.gemeente.groningen.nl/mijnwijk

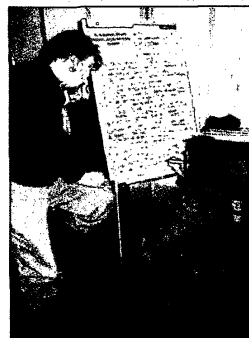
² Adviesrapport burgerparticipatie/communicatie juli 2009 te vinden op www.gemeente.groningen.nl/mijnwijk, klik op onderzoeken.

³ De onderzoeken kunt u vinden op www.gemeente.groningen.nl/mijnwijk

Collegedebat - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

Bijeenkomst wijkredacties

In november 2007 heeft de gemeente een bijeenkomst georganiseerd waar redactieleden van wijkkranten en wijkwebsites hun wensen en knelpunten kenbaar maakten. Deze bijeenkomst werd door een afvaardiging van maar liefst 24 wijken bezocht. Ook is er die avond een klankbordgroep samengesteld uit een afvaardiging van 13 wijken waarmee gedurende het wijkcommunicatie project 2007 – 2010 een vruchtbare samenwerking is ontstaan.



Bijeenkomst wijkredacties november 2007. Er was een vertegenwoordiging van 24 wijken van wijkredacties van wijkkranten en wijkwebsites. Toenmalig burgemeester Jacq. Wallage was onder de indruk van zoveel communicatiekracht in de wijken: 'Wij moeten al die wijken, wijkwebsites en wijkkranten, behoorlijk bedienen.'

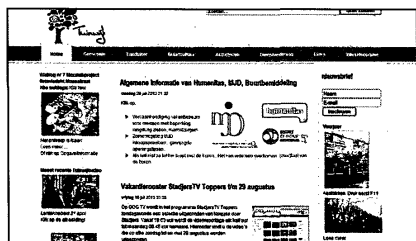
2. Wat hebben we gerealiseerd?

Uit de bijeenkomst van november 2007 van wijkredacties en de onderzoeken onder wijkredacties (hoofdstuk 1.2) zijn de volgende wensen en knelpunten geïnventariseerd en gezamenlijk opgelost.

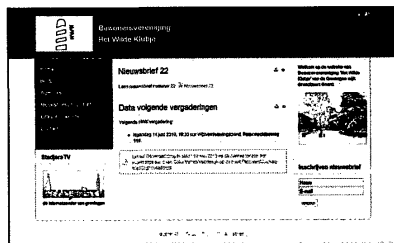
2.1. Faciliteren wijkwebsites

Veel wijkredacties vinden het bouwen en onderhouden van een wijkwebsite te ingewikkeld. Zij wensen een gebruikersvriendelijk systeem waar meer redactieleden tegelijk aan kunnen werken. Zij vonden onafhankelijk beheer en redactie en een eigen 'look & feel' belangrijke randvoorwaarden.

In de klankbordgroep wijkredacties is ervoor gekozen om een aantal open source-systemen te testen. Als beste kwam het Content Management Systeem (CMS) Joomla! uit de bus. In totaal zijn door de gemeente 26 van 42 wijken geholpen bij de start of overstap naar een gebruikersvriendelijke wijkwebsite. Als voorbeeld heeft de wijkwebsite van Hoogkerk gediend. Van 2005 tot 2007 heeft de bewonersorganisatie Vereniging Wijkopbouw Hoogkerk (VWH) hiermee tijdens een pilot⁴ veel ervaring opgedaan. De succesvolle functionaliteiten zoals een E-nieuwsbrief en WijkTV zijn bij de bouw van de wijkwebsites als vaste onderdelen opgenomen. Samen met de reeds bestaande Joomla!-wijkwebsites, is 65% van de 42 wijkwebsites gebouwd in Joomla!-open source. Dit betekent dat informatie uitwisselen eenvoudig mogelijk is omdat de wijkwebsites goed aansluiten op andere open source systemen zoals die van de gemeente Groningen. Groningen heeft nu 100% dekking van wijkwebsites die worden beheerd door wijkbewoners!



De nieuwe wijkwebsite van Tuinwijk.



*De nieuwe wijkwebsite van Grunobuurt.
Beiden gebouwd in Joomla!*

⁴ De evaluatie van de pilot wijkwebsite Hoogkerk is te vinden op www.gemeente.groningen.nl/mijnwijk

Collegiebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

Opleiding en ondersteuning

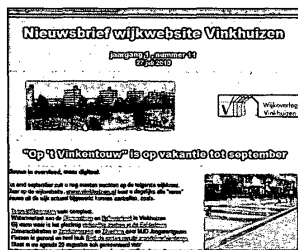
Om met de nieuwe wijkwebsite te leren werken, zijn er workshops gegeven in een aantal internetcafé's in de wijken om redactieleden op weg te helpen om zelfstandig hun wijkwebsite te kunnen beheren. Zij zijn voorzien van een op maat gesneden online handleiding en een Joomla! handboek.

Daarnaast hebben zij een 'strippenkaart' ontvangen voor één uur ondersteuning door een Joomla!-specialist om problemen en knelpunten op te lossen.



Workshop webbeheer in Floreshuis Korrewegwijk op een warme zomervond, juni 2008. Wethouder Frank de Vries preeft de wijkredacties voor hun inzet.

2.2 E-nieuwsbrieven

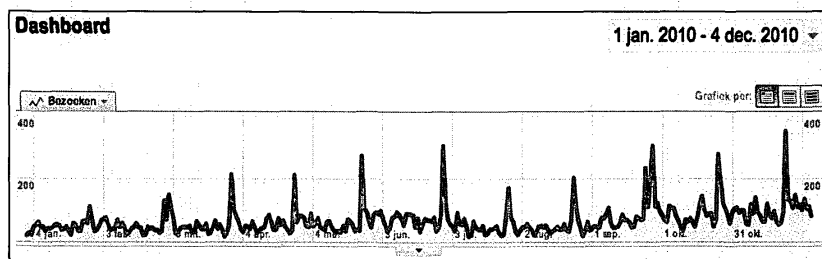


Het maken van E-nieuwsbrieven was een verplicht onderdeel van de workshops. De bezoekersaantallen van wijkwebsites die regelmatig een E-nieuwsbrief uitbrengen is aanzienlijk hoger dan wijkwebsites zonder. Google Analytics laat zien dat er na iedere E-nieuwsbrief, hogere bezoekersaantallen structureel blijven stijgen. Zie de statistiek van Vinkhuizen op pagina 8.

Uit de pilot Hoogkerk is gebleken dat een abonnement op de elektronische nieuwsbrief de beste promotie is om bezoekers naar de wijkwebsite te trekken. Hierdoor is het bezoekersaantal stabiel met maar liefst 2000 bezoekers

per maand. Er waren uitschieters naar meer dan 5000 bezoekers. Toen plaatsten zij een fotoreportage van de Sint Nicolaas intocht in Hoogkerk.

Collegiebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...



Effect van het uitbrengen van de E-nieuwsbrief van op het bezoek aan de site van Vinkhuizen.

2.3 RSS-feeds / widgets

Een RSS-feed is een nieuwsbron op de wijkwebsite die rechtstreeks gevoed wordt vanuit een andere bronwebsite (gemeente.groningen.nl/mijnwijk) waarop de gemeentelijke nieuwsberichten worden geplaatst. Een widget is een button van een andere website die rechtstreeks doorlinkt naar een voor de doelgroep relevante pagina. De widget van de gemeente Groningen op de wijkwebsite linkt door naar de wijkpagina van de gemeente. Een combinatie van widget en RSS-feed wordt getest op de wijkwebsite van Paddepoel. In januari 2011 biedt de gemeente een combinatie van een widget en RSS-feed gratis aan om deze in te bouwen op wijkwebsites die door de gemeente zijn gefaciliteerd.

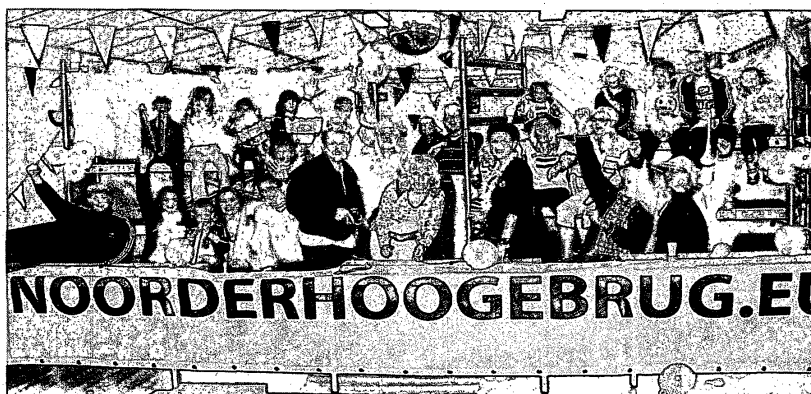
2.4 Nieuwe instroom betrokken Stadgers

Naast de gevestigde wijkredacties, die veelal vanuit de bewonersorganisaties zijn voortgekomen, is er een nieuwe stroom betrokken Stadgers ontstaan om als vrijwilliger aan de wijkwebsites te werken. Via de online vacaturebank vrijwilligersgroningen.nl is een vacature geplaatst als 'webdesigner/redacteur in je eigen wijk'. Er hebben zich vijftien vrijwilligers aangeboden waarvan er een aantal lid van de wijkredactie zijn geworden. De kandidaten waren tussen de 18 en 45 jaar oud en hadden verschillende drijfveren om aan een wijkwebsite mee te werken. Bijvoorbeeld wijkbewoners die:

- als professional kennis en affiniteit met ICT hebben;
- hun opleiding niet hebben afgemaakt;
- door omstandigheden op afstand staan van de arbeidsmarkt;
- werkervaring op willen doen;
- met jonge kinderen thuis aan de website willen werken.

Er zijn drie buurtconciërges van Sociaal Buurtbeheer van WerkPro opgeleid om wijkorganisaties op weg te helpen en te ondersteunen bij het beheer van hun wijkwebsite.

Collegebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

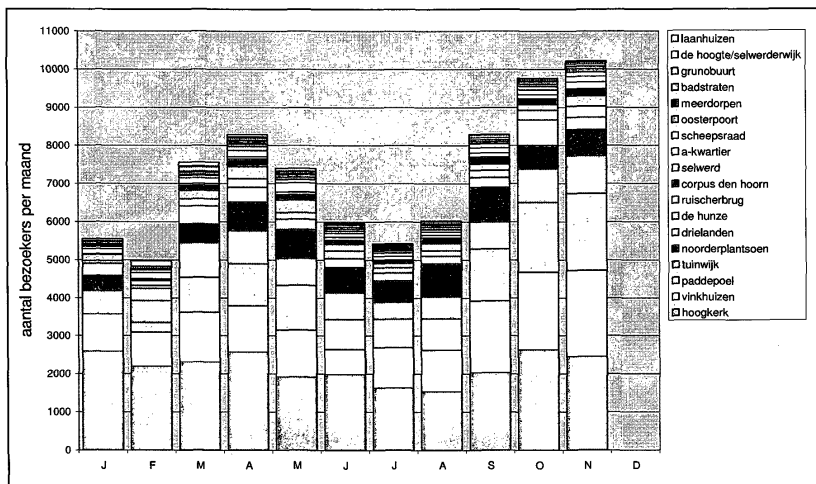




De wijken vinden een spandoek een goed promotiemiddel voor de wijkwebsite tijdens evenementen.

2.7 Bezoekersaantallen wijkwebsites

De wijkwebsites worden goed bezocht. Google Analytics laat zien dat het aantal bezoekers op de sites waarvan we de gegevens hebben dit jaar is verdubbeld! Hoogkerk, Vinkhuizen, Paddepoel, Tuinwijk en Noorderplantsoen worden het meest bezocht. Relatief – bezoekers afgezet tegen het aantal inwoners van de wijk – scoort Tuinwijk het hoogst. Wijkwebsites kunnen worden gezien als een verlengstuk van de gemeentelijke website: burgers geven hier betekenis en duiding aan gemeentelijke plannen. Zij plaatsen polls of fora om wijkbewoners te raadplegen over ontwikkelingen of issues in de wijk. Dit uiteraard naast de andere wijkactiviteiten die zij interessant vinden. De feitelijke informatie halen zij van de gemeentelijke website gemeente.groningen.nl/mijnwijk of linken daarnaar door.



3. Hoe de gemeente aansluit op de wijkmedia

3.1 Gemeente.groningen.nl/mijnwijk

Om tegemoet te komen aan de wens van wijkbewoners om wijkgebonden gemeentelijke informatie te ontvangen, zijn de wijkpagina's van gemeente.groningen.nl/mijnwijk ontwikkeld. Deze wijkpagina's maken deel uit van de gemeentelijke website. De infrastructuur van 42 wijkpagina's sluit naadloos aan op de reeds bestaande 42 wijkwebsites.

Hierop kan de gemeente haar wijkgebonden projecten en beleidsonderwerpen publiceren. Daarbij wordt voldaan aan de basisvoorwaarden:

- in een vroegtijdig stadium;
- voorzien van (besluitvormings)proces;
- samenvatting in begrijpelijke taal en context;
- voorzien van relevante stukken;
- mogelijkheid om te kunnen reageren naar projectleider of beleidsmaker.

Om daaraan te voldoen is een sjabloon ontwikkeld om op eenvoudige wijze een communicatiedossier van een project te vullen en te publiceren.

3.2 Communicatiedossier online

Relevante informatie over projecten en plannen is moeilijk te vinden op de gemeentelijke website. De manier waarop de gemeente Groningen haar beleidsdocumenten openbaar maakt, kan beter. In plaats van losse documenten te ontsluiten of zeer summere samenvattingen of nieuwsberichten te publiceren, is het publiceren in de vorm van een communicatiedossier online per project wenselijk. Immers, losse documenten ontberen de context, iets wat een online communicatiedossier wel kan bieden.

Aan een online communicatiedossier kan door de projectleider (redactionele) content worden toegevoegd zoals een planning, beeldmateriaal zoals artist impressions, foto's of video's, stand van zaken, aankondigingen en reactieformulier. Een online communicatiedossier is meer dan een verzameling losse documenten.

Het sjabloon

In samenwerking met projectleiders van RO/EZ is er een standaard sjabloon ontwikkeld om informatie over projecten, plannen en beleid als een 'communicatiedossier online' te ontsluiten. Hier kunnen projectleiders en beleidsambtenaren hun beleidsproces in alle fases communiceren volgens een vast en eenduidig format. Door de klankbordgroep van wijkredacties is het sjabloon bekeken en akkoord bevonden. Reactie van de redactieleden: *'Als jullie dit voor elkaar krijgen voor alle wijkprojecten, dan zijn we heel blij!'*

Een gunstig neveneffect: het communicatiedossier online is ook een goed intern communicatiemiddel. Immers, in een wijk zijn al gauw twintig ambtenaren actief met vaak dienstoverstijgende plannen, beleid en projecten. Het is van belang dat zij ook in een vroeg stadium kennis kunnen nemen van elkaars projecten en met elkaar kunnen afstemmen indien nodig.

Collegedebat - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

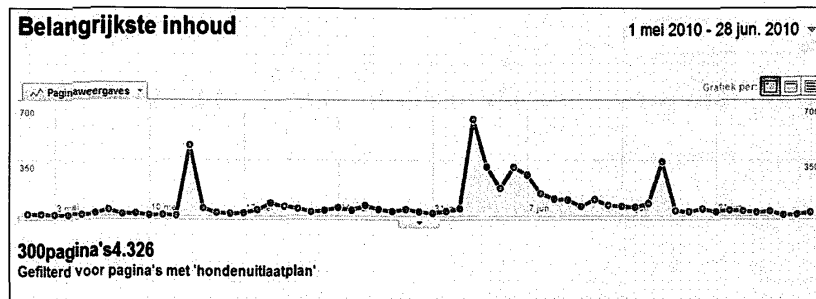
Het communicatiedossier bevat een samenvatting, alle relevante publicabele stukken, alle verslagen van bijeenkomsten en een reactieformulier om rechtstreeks te mailen met de verantwoordelijk ambtenaar. Hiermee kan iedereen snel en adequaat in de juiste context onderwerp eigen maken. Ook voor de pers is dit een goed communicatiemiddel.

Met het communicatiedossier online is op succesvolle en interactieve wijze proefgedraaid met twee projecten. Namelijk het Hondenbeleid (op stedelijk niveau) en Speelplekken in Paddepoel.

Hondenbeleid

De gemeente heeft 7.063 hondenbezitters per brief uitgenodigd om de informatiemarkten te bezoeken en om gemeente.groningen.nl/mijnwijk te raadplegen voor het uitlaat- en uitrengebied in hun wijk. In totaal hebben 3.000 hondenbezitters het communicatiedossier Hondenbeleid online bezocht. Er zijn 5 stadsdeelversies gepubliceerd op gemeente.groningen.nl/mijnwijk via alle wijkpagina's. Ongeveer 400 bezoekers lieten een opmerking of mening achter via het reactieformulier over de voorgestelde hondenuitlaatgebieden en -uitrengebieden voor de projectleider. Tijdens de informatie-inloopmarkten zijn er 600 reacties verzameld. Alle opmerkingen en wensen over uitren- en uitlaatgebieden zijn stuk voor stuk beoordeeld. Alle inzenders ontvangen in januari 2011 bericht met onderbouwing of hun inbreng wel of niet is gehonoreerd. De uitkomsten worden verwerkt in voorstellen voor alle wijken. Deze worden in een tweede ronde aan de wijkbewoners voorgelegd. Vervolgens neemt het college middels een aanwijfsbesluit de definitieve beslissing.

Fout! Objecten kunnen niet worden gemaakt door veldcodes te bewerken.
Het communicatiedossier online om burgers te informeren en te betrekken bij Hondenbeleid.



Google Analytics: op de piekmomenten is een brief bij de hondenbezitters bezorgd.

Speelplekken Paddepoel

Een soortgelijk communicatiedossier is in Paddepoel Zuid/West aan wijkbewoners voorgelegd over de keuze van locaties voor twee speelplekken. Bewoners waren het tijdens de

Collegiebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

informatieavond niet met elkaar eens over de locaties. Via gemeente.groningen.nl/mijnwijk zijn deze in stemming gebracht. De projectleider heeft 354 brieven in de betreffende buurt laten bezorgen en ontving daarop 128 stemformulieren. Er is door het college een besluit genomen op basis van deze reacties. In totaal hebben ruim 300 bewoners het project online bezocht.

DIENST RO/EZ
REG. NR. 009 2009 2044 70
BOEKJ. 15 okt. 2009
DOSS. NR. 2009 2044 70
Korte gez. oms.
E-mail: T. van Riemsdijk@roez.groningen.nl
Datum: 15 september 2009
Onderwerp: RO/EZ-P
Publiciteit: PB IC APC IP
Onderwerp: Inrichtingsvoorstel voor speelplekken Paddepoel Zuid West (PPZW)
Conceptie: PB IC APC IP
1. Kennis te nemen van de door de gemeente doorlopen procedure inzake inrichtingsvoorstellen speelplekken PPZW.
2. In te stemmen met het voorstel voor realisatie van speelplekken op de locaties Hoog Paddepoel en de Ecopool.
Gemeente Groningen
Paraf. Datum Paraf. Datum

Het college heeft op 15 oktober 2009 besloten op basis van online stemming over locatie speelplekken door wijkbewoners.

Communicatiedossiers online voorzien in een behoefte, merkbaar aan de vele bezoekers die deze projecten raadplegen. De afdeling Projectmanagement van RO/EZ gaat al haar projecten op de wijkpagina's als projecten online publiceren volgens het sjabloon van gemeente.groningen.nl/mijnwijk. Deze afdeling is verantwoordelijk voor meer dan honderd projecten in wijken en buurten met betrekking tot wijkvernieuwing, nieuwbouw, verkeersmaatregelen enzovoort. En voldoen daarmee aan de wens van wijkredacties om met name over deze onderwerpen te communiceren (zie paragraaf 1.2).

Als deze projecten zijn gepubliceerd, wordt er een publiciteitscampagne opgestart om de wijkpagina's van gemeente.groningen.nl/mijnwijk onder alle Stadgers bekend te maken. Ook kunnen wijkbewoners gewenste wijkonderwerpen opvragen waarover zij via dit digitale kanaal geïnformeerd willen worden. Ook vinden bewoners op hun wijkpagina de mogelijkheid om een E-petitie op te starten. De gemeente Groningen heeft daarvoor een petitieloket geopend op de website www.petities.nl. Via het petitieloket kan op eenvoudige wijze een elektronische petitie worden gestart, waarbij verificatie van de ondertekenaars plaatsvindt op basis van het e-mailadres.

⁵ Het college heeft op 30 augustus 2007 besloten tot het starten van het onderdeel ePetitie uit het voorstel 'Experiment eParticipatie'. Dit met als motivatie dat het college er groot belang aan hecht om goed te luisteren naar de wensen en problemen van inwoners van de stad.

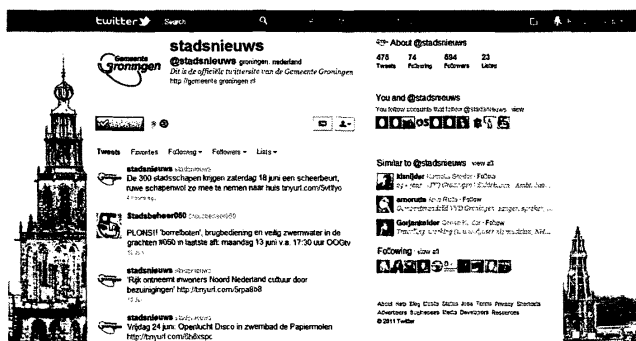
3.3 E-nieuwsbrief StadsNieuws en wijktags

De 'oude' Bewonersbrief, oorspronkelijk bedoeld voor bewonersorganisaties is omgebouwd tot de huidige de E-nieuwsbrief Stadsnieuws. Hiermee informeren we alle Stadgers over besluiten en gemeentelijk nieuws. Er bestaat hiervan ook een papieren versie. Per 1 oktober 2010 zijn er ruim 800 abonnees en het aantal loopt gestaag op.



Met name wijkorganisaties, redacties van wijkkranten en wijkwebsites en professionals in de wijk hebben een abonnement. Nieuwsberichten die op de gemeentelijke website wordt geplaatst, komen automatisch in Stadsnieuws. Aan de nieuwsberichten kunnen ook wijktags worden gekoppeld. Daardoor komen ze automatisch op betreffende wijkpagina's van gemeente.groningen.nl/mijnwijk als actueel nieuws. De wijkwebredactie kan dit actuele kanaal met wijknieuws als RSS-feed plaatsen op hun wijkwebsite. Zo wordt de wijkwebsite automatisch gevoed met actueel gemeentelijk nieuws. De nieuwsberichten op de gemeentelijke website worden ook via Twitter bekendgemaakt.

Veel Stadgers en wijkprofessionals nemen een abonnement op het gemeentelijke StadsNieuws.



Stadsnieuws op Twitter met bijna 600 volgers.

4. Pilot Paddepoel

Op 19 mei 2010 gaf burgemeester Rehwinkel de aftrap voor de pilot Paddepoel. In deze wijk is proefgedraaid van 19 mei tot november 2010 met bijna alle lopende gemeentelijke projecten. Die zijn gepubliceerd volgens het sjabloon van het communicatiedossier online op



de wijkpagina Paddepoel van de portal gemeente.groningen.nl/mijnwijk. Er is in de wijk ervaring op gedaan met betrokken bewoners, de wijkraad Paddepoel, de redactie van de wijkwebsite. Binnen de gemeente waren dat projectleiders en hun ondersteuners met een project in Paddepoel.

Er is kwalitatief onderzoek gedaan. Dit is zowel schriftelijk (enquêtes) als in vraaggesprekken uitgevoerd. Ook zijn bevindingen meegenomen die naar voren kwamen tijdens in- en externe bijeenkomsten, de werkgroep pilot Paddepoel en vergaderingen. Als het in Paddepoel goed werkt dan kunnen ook de andere 41 wijken op deze manier worden voorzien van informatie om burgers betrekken bij beleid en plannen in hun wijk. De uitkomsten zijn verwerkt in de aanbevelingen en conclusies van deze evaluatie van de wijkcommunicatie.

4.1 Bevindingen bewoners Paddepoel

Er zijn ongeveer 100 enquêtes via de mail verzonden naar betrokken Paddepoelers. De 20 respondenten hadden uitvoerig en met aandacht de uitvoerige vragenlijst ingevuld. We kunnen uitgaan van een kwalitatief en representatieve uitkomst. De bewoners geven de wijkpagina Paddepoel een ruime voldoende. Ze vinden de projecten informatief en vinden het een prima initiatief dat de wijkpagina een overzicht biedt van alle wijkplannen van de gemeente. Er werden verbeterpunten genoemd voor de *toegankelijkheid* van de informatie op gemeente.groningen.nl/mijnwijk en de wijkpagina Paddepoel. En *inhoudelijk* werden er verbeterpunten genoemd voor informatie over projecten en plannen.

Toegankelijkheid

De volgende verbeterpunten werden genoemd voor de toegankelijkheid:

- lettertype moet groter;
- verbeter de rubricering van de onderwerpen;
- teksten kunnen bondiger;
- vermijd ambtelijk jargon.

Inhoudelijk

De bewoners willen breed worden geïnformeerd over onderwerpen in Paddepoel. Ook de behoefte aan informatie per gekozen onderwerp is breed. Interessant vinden zij ook projecten in andere wijken met consequenties voor Paddepoel zoals ontwikkelingen op het Zernikecomplex en Studentenhuisvesting.

De volgende opmerkingen/verbeterpunten kwamen naar voren:

- communiceer eenduidig over de projecten;
- voeg een planning/procesgang toe;
- voeg een mogelijkheid toe om te reageren;
- voeg geen grote bestanden (meer dan 10mb) toe;
- hou het actueel.

Collegedebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en . . .

Opgemerkt kan worden dat het sjabloon voor een communicatiedossier online hierin voorziet, maar nog niet consequent wordt gebruikt.

4.2 Bevindingen wijkraad/webbeheer Paddepoel

Er is gesproken met de voorzitter van de wijkraad Roel Mulder, de webmaster van de wijkwebsite Paddepoel Elbert van Remmerden en de webredacteur Feiko van der Veen.

Informatievoorziening

De wijk informatie is prima via gemeente.groningen.nl/mijnwijk/Paddepoel te vinden. Echter als een reactieformulier ontbreekt, is het onduidelijk waar of bij wie je meer informatie op kunt vragen. Met name over de onderwerpen Studentenhuisvesting, NLA (Nieuw Lokaal Akkoord) en de Regiotram is het lastig om erachter te komen wie de regie heeft. Deze informatie wordt niet gepubliceerd op gemeente.groningen.nl/mijnwijk terwijl deze projecten belangrijke consequenties hebben voor de wijk. Als projecten vertragen, moet worden vermeld waarom. En hoe lang het ongeveer gaat duren. De planning in het communicatiedossier moet daarop worden aangepast. De Wijkraad merkt dat bewoners beter voorbereid op informatiebijeenkomsten komen als zij eerst de stukken in het communicatiedossier op gemeente.groningen.nl/mijnwijk hebben gelezen of bestudeerd.

Ondersteuning wijkwebsite

Zij vonden de ondersteuning vanuit de gemeente goed. Het bemiddelen van vrijwilligers via de vrijwilligersvacaturebank vonden ze ook een goed punt. Zij willen graag een vervolg op de Joomla!-workshops voor redactieleden om zich belangrijke functionaliteiten eigen te maken. Met name gaat het dan om aanvullende workshops voor onder meer: uploaden van documenten, binnenhalen van links en reactiemogelijkheid op nieuwsberichten. Er zou een ondersteuningssite moeten komen voor wijkredacties om op terug te vallen bij problemen. De wijkredactie staat ook open om de technieken te verbeteren op de site zoals mobiel gebruik en koppelingen met social media zoals Hyves, Twitter, Facebook, feeds.

Wensen

- ook informatie op gemeente.groningen.nl/mijnwijk publiceren over wijkoverstijgende onderwerpen die consequenties hebben voor de wijk;
- in communicatiedossier in de planning/het proces duidelijk opnemen dat projecten vertragen en uitleggen waarom. Reactiemogelijkheid mag niet ontbreken;
- doorontwikkelen techniek van wijkwebsite voor implementatie nieuwe ontwikkelingen bijvoorbeeld social media zoals Hyves, Twitter, Facebook, feeds;
- workshops voor beginnende redactieleden;
- ondersteuningssite voor wijkredacties inclusief portal met overzicht alle wijkwebsites;
- integratie van de wijkpagina Paddepoel van gemeente.groningen.nl/mijnwijk op de wijkwebsite www.paddepoel.info door bijvoorbeeld het plaatsen van een button.

4.3 Bevindingen projectleiders

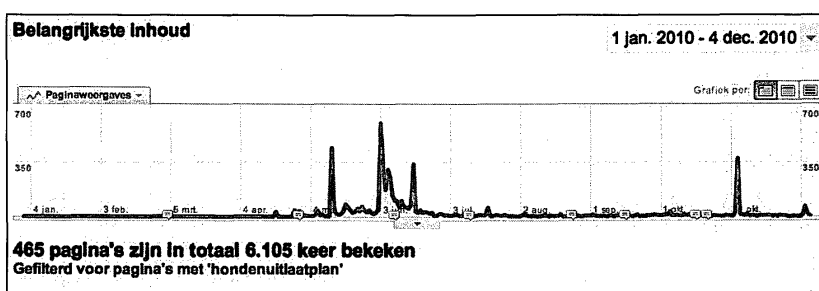
Alle projectleiders van Paddepoel zijn ervan overtuigd dat ze hun project op internet moeten publiceren volgens het standaard sjabloon. Echter, het zit nog niet in het werkproces van de projectleiders om regelmatig te checken of het communicatiedossier nog actueel is bij nieuwe

Collegiebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

ontwikkelingen. De projectleiders hebben er gedurende de pilot weinig tijd aan besteed. Zij delegeren het publiceren en updaten veelal aan een assistent.

De betrokkenheid van de projectleider is het grootst als hij het digitale communicatiekanaal in zijn werkproces heeft opgenomen en actief bekend maakt onder de doelgroep. Het project Hondenbeleid is hiervan een goed voorbeeld.

Niet altijd is het project in een stadium dat er veel nieuws is te melden. Het is deels een statisch informatiedossier dat veel wordt bezocht als bewoners ernaar worden verwezen.



Pieken in het bekijken van het dossier 'hondenbeleid' zijn terug te voeren op de correspondentie omtrent het plan.

De mutaties op internet worden 'erbij' gedaan door webmaster, communicatieadviseur en projectassistent. Het is voor projectleiders niet altijd duidelijk bij wie zij zich moeten melden als zij een communicatiedossier online willen plaatsen of laten actualiseren. Dat geldt met name bij OCSW.

Voordelen

De projectleiders benoemden de volgende voordelen:

- beter geïnformeerde burgers, daardoor meer begrip en minder wantrouwen;
- bespaart tijd als burgers vooraf zijn geïnformeerd tijdens informatie- en inspraakbijeenkomsten;
- je bereikt veel burgers en je ontvangt veel reacties als je erom vraagt;
- je kunt veelgestelde vragen die je via het reactieformulier of telefonisch ontvangt voorkomen door het antwoord op te nemen in communicatiedossier;
- betrokken burgers in Paddepoel weten inmiddels dat ze wijk informatie op gemeente.groningen.nl/mijnwijk kunnen vinden;
- een vast sjabloon werkt praktisch en overzichtelijk. Je hebt de basisinformatie op orde;
- je voorkomt miscommunicatie, ook bij de pers;
- je laat op de wijkpagina zien wat de gemeente doet in de wijk, dat is goed voor het imago van de gemeente.

Knelpunten

- te weinig ondersteuning bij online plaatsen;
- verantwoordelijkheid voor de communicatie is niet belegd bij 1^e fase van een project als er nog geen startnotitie is (voorbeeld vergunningaanvraag Moskee);
- soms is er lange tijd even niets te melden. Burgers denken dat er dan niets gebeurt;
- te weinig aansturing van het management om projecten te communiceren via internet;

Collegiebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

- rolverdeling afdeling Communicatie versus afdeling Projectmanagement: wie doet wat?

Wensen ter verbetering

- vaste contactpersoon om een communicatiedossier online aan te laten maken inclusief eventueel redigeren van teksten;
- meer ondersteuners of helpdesk om het communicatiedossier te laten updaten;
- rappelsysteem om je eraan te herinneren dat jouw communicatiedossiers online staan;
- kwaliteit en effectmeting moet worden teruggekoppeld;
- doorontwikkeling van het sjabloon met name op procesplanning;
- management moet sturen op prioriteren aan publiceren op internet.

4.4 Bevindingen publicisten

Bij de afdeling projectmanagement van de dienst RO/EZ zijn de meeste projectassistenten opgeleid om de communicatiedossiers actueel te houden. De organisatie lijnen zijn helder. Zij worden door hun projectleider gevraagd om teksten aan te passen, vragen te beantwoorden en relevante stukken toe te voegen. Zij zien het als een vanzelfsprekende taak die zij zich eigen willen maken op een professionele manier.

Bij OCSW is de organisatie van de communicatie minder concreet. Beleidnota's worden geschreven op stedelijk niveau en worden door derden in de wijken uitgevoerd door organisaties als Stiel en MJD. Daarbij hoort ook dat zij de communicatie in de wijken verzorgen. Vaak worden subsidies aan maatschappelijke organisaties verstrekt of wordt er er Nieuw Lokaal Akkoord (NLA)-geld besteed aan bijvoorbeeld een speeltuin in de buurt. De gemeente heeft dan geen formele lijn in de organisatie die de digitale communicatie daarover oppakt. Veel ambtenaren in de wijk voelen zich verantwoordelijk voor de communicatie maar gaan er formeel niet over.

Gemiddeld hebben publicisten vijftien uur besteed aan publiceren op de wijkpagina van mei tot eind november 2010. In totaal hebben zij vijf uur instructie ontvangen om te leren werken met Plone om te kunnen publiceren op de website. Opgemerkt moet worden dat publicisten de meeste tijd kwijt zijn aan het eenmalig online zetten van een communicatiedossier. Bijwerken is een kwestie van uploaden. Daarbij ondervinden zij problemen door de traagheid van het systeem.

Voordelen

- mogelijkheid om inspraakreacties via de website te versturen vinden burgers klantvriendelijk;
- veelgestelde vragen kun je opnemen in het dossier, dat voorkomt telefoontjes.
- uniformiteit in de communicatie;
- het communicatiedossier online is prima te koppelen (linken) aan *sociale media* (Hyves, Twitter etc.)

Knelpunten

- verantwoordelijkheid voor communicatie is niet helder;
- door projectleiders/beleidsambtenaren worden niet actief stukken aangeboden of initiatief genomen om via gemeente.groningen.nl/mijnwijk te communiceren;
- opleiding Plone is te algemeen;

Collegiebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

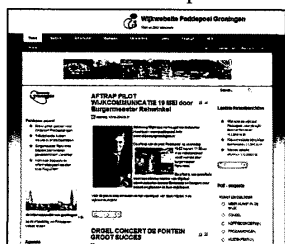
- in welk stadium stukken wel niet plaatsen op internet;
- papieren besluitnota's moeten gescand worden en zijn dan niet doorzoekbaar (PDF's wel);
- informatie op gemeente.groningen.nl/mijnwijk is niet eenduidig;
- nog te weinig ervaring met Plone, dat werkt vertragend;
- systeem om te publiceren werkt erg traag;
- door onduidelijke regie van de gemeente op gesubsidieerde- of samenwerkingsprojecten wordt de communicatie diffuus.

Wensen ter verbetering

- maatwerk in opleiding Plone voor sjabloon. Voortdurend werken aan gebruikersvriendelijkheid van het systeem om te publiceren;
- rolverdeling en bijbehorende verantwoordelijkheden vastleggen. Maak het concreet: wie doet wat?;
- werkprocessen digitaliseren zodat nota's uiteindelijk in PDF gepubliceerd kunnen worden;
- strakke regels voor publiceren op gemeente.groningen.nl/mijnwijk;
- meer communicatiedossiers publiceren om meer vaardigheid te krijgen;
- uploaden van stukken/foto's moet sneller en simpeler;
- RSS-feed van actueel wijknieuws op alle wijkwebsites plaatsen.

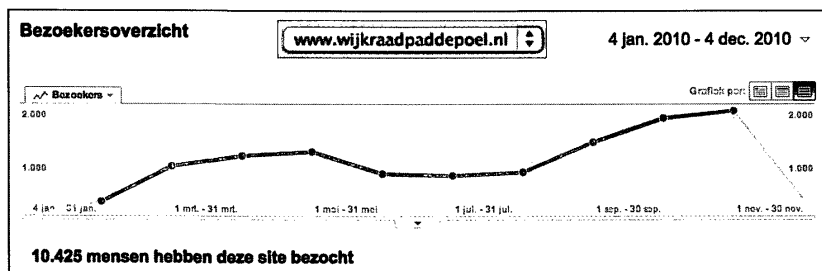
4.5 Resultaten wijkwebsite Paddepoel

De wijkwebsite www.paddepoel.info van de Wijkraad ontwikkelt zich tot het platform waar bewoners van Paddepoel hun mening kunnen geven over gemeentelijk beleid. Zij bepalen hier de agenda over hun wijk. Een wijkwebsite is als het ware een venster op de wijk waar de gemeente een blik in kan werpen om te zien wat er leeft in de wijk. Zij communiceren over alles wat Paddepoelers bezighoudt zowel op het sociale vlak, via wijkTV maar ook over de gemeentelijke plannen in hun wijk. Momenteel ontvangen zij per maand 2.000 unieke bezoekers op 8.445 inwoners.



E-nieuwsbrief

De Paddepoel site heeft een eigen E-nieuwsbrief waar men via de wijkwebsite www.paddepoel.info een abonnement op kan nemen. Van alle sites waar we een analyse van bijhouden, is Paddepoel één van de sites die het best wordt bezocht. Deze sites hebben allen een E-nieuwsbrief met doorleesfunctie naar de wijkwebsites voor meer informatie. De E-nieuwsbrief van Paddepoel heeft 125 leden.



Groei van het bezoek aan de website van de wijkraad Paddepoel sinds de start in februari.

Collegiebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

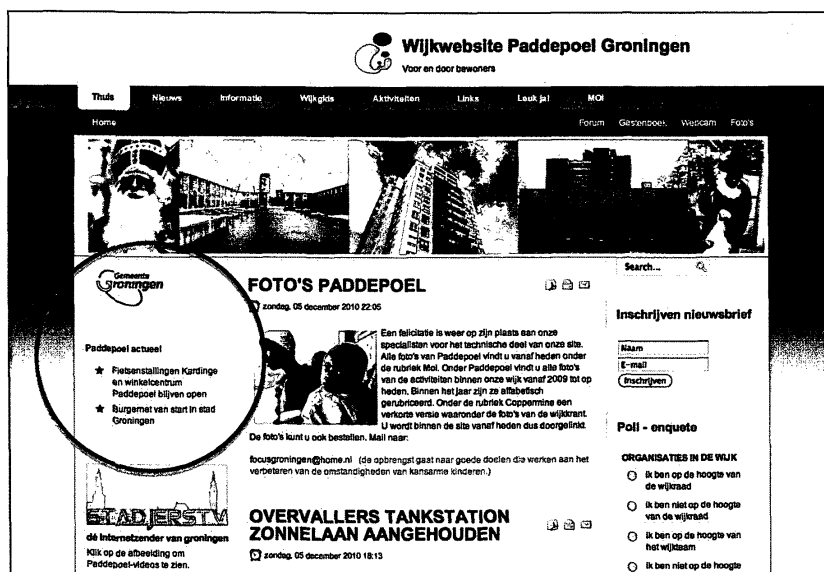
Gemeentelijk nieuws op de Paddepoelsite

RSS-feed

De gemeente Groningen heeft een plek op de Paddepoelsite om gemeentelijk nieuws te publiceren over Paddepoel. Dit is gerealiseerd met een RSS-feed. Dit is een koppeling om gelijktijdig gemeentelijke nieuwsberichten te tonen op een andere website. Zie ook hoofdstuk 2.3. Als er een nieuw bericht wordt plaatst op de gemeentelijke website met een wijktag dan wordt deze ook meteen zichtbaar op de homepage van de wijkwebsite. Er wordt echter nog te weinig actueel nieuws gepubliceerd. De wijkredactie wil middels nieuwsberichten op de hoogte worden gehouden over de voortgang van projecten. Liefst met een doorlink naar het communicatiedossier.

Widget

Momenteel wordt een Widget in combinatie met een RSS-feed getest op de wijkwebsite Paddepoel. Deze wordt als standaard ontwikkeld voor alle door de gemeente gefaciliteerde wijkwebsites en zal naar verwachting begin januari 2011 worden geplaatst. Een widget is een grafisch object in de vorm van het logo van de gemeente Groningen. Deze brengt de bezoeker met een simpele klik op het logo naar de wijk informatie van de gemeente.



De gemeente-widget op de site van Paddepoel.

5. Conclusies en Aanbevelingen

De conclusies en aanbevelingen vallen in twee deelgebieden uiteen die ondersteuning en doorontwikkeling behoeven, namelijk de *digitale infrastructuur* en het *contentbeheer*. De *digitale infrastructuur* is het netwerk van 42 wijkwebsites van de bewoners(organisaties) en de 42 wijkpagina's op de gemeentelijke website.

Het *contentbeheer* gaat enerzijds over de bevindingen van bewoners en wijkorganisaties (wijkraad en wijkwebredacties). En anderzijds de bevindingen van projectleiders en publicisten die zorgen dat content (projecten en plannen) op de wijkpagina's wordt gepubliceerd.

5.1 Digitale infrastructuur

Wijkwebsites

Conclusies

Het is gelukt om de infrastructuur *wijkwebsites* op niveau te krijgen. Alle 42 wijken/buurtten met een bewonersorganisatie en wijkkrant hebben hun eigen wijkwebsite. Een aantal hiervan had al een eigen wijkwebsite. Er zijn 26 door de gemeente geholpen. Zij zijn daarover tevreden. Het niveau van wijkwebsites is verschillend. Waar de een vooroploopt met veel bezoekers, kan de ander wel wat meer hulp gebruiken. Hierin zouden ze elkaar kunnen ondersteunen. In de praktijk gebeurt dit al mondjesmaat. Er is daarom vraag naar een helpdesk/centraal punt waar ze hun vragen kunnen stellen en ervaringen kunnen uitwisselen. Volgens de wijkredactie Paddepoel zou de community wijkredacties.groningen.nl hierin kunnen voorzien. Met als voorwaarde dat deze wordt doorontwikkeld tot een volwaardige helpdesk voor en door wijkredacties. Hier kan ook aan de wens tegemoet worden gekomen om de 42 wijkwebsites in één portal te presenteren met doorlinks. De gemeente kan de discussies en ontwikkelingen via deze community ontdekken waar de knelpunten en behoeftes ontstaan en eventueel besluiten tot ondersteuning.

Er is behoefte aan een constante actuele informatiestroom van de gemeente. De RSS feed voorziet daar niet voldoende in. Er wordt te weinig wijknieuws geplaatst. De wens om een directe link naar informatie van de gemeentelijke wijkpagina op de wijkwebsite te plaatsen kan met een widget worden gerealiseerd.

Aanbevelingen

- zorg dat community wijkredacties.nl wordt doorontwikkeld ten behoeve van de wijkredacties;
- zorg dat de wijkwebsites een widget/RSS-feedvoorziening krijgen met voldoende wijknieuws. De widget linkt door naar de gemeentelijke wijkpagina.

Collegedebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

Mijnwijk.groningen.nl

Conclusies

Er is een gemeentelijke infrastructuur ontwikkeld die aansluit op de 42 wijken met een eigen wijkwebsite(s). Op deze *wijkpagina's* worden projecten gepubliceerd volgens een vast sjabloon dat alle basis informatie bevat over een project of plan.

De wijkpagina's voldoen in een behoefte. De proef in Paddepoel wees uit dat bewoners de wijkpagina waarderen met een ruime voldoende voor deze manier van communiceren en gaven een aantal verbeterpunten aan. Bewoners vinden een eenduidige manier van communiceren over projecten prettig. Het voldoet aan hun norm dat er planning en reactiemogelijkheid zijn toegevoegd. Hier wordt echter niet consequent aan voldaan.

Projectleiders en publicisten vinden het werken met een vast sjabloon prettig. Volgens hen mogen de procedures en rolverdeling duidelijker. Het systeem om te publiceren op de website werkt vaak traag en mag gebruikersvriendelijker. Verder moet het systeem worden voorzien van een rappelsysteem dat de verantwoordelijk ambtenaar herinnert aan het feit dat zijn project online staat. Het maakt namelijk nog geen vanzelfsprekend onderdeel uit van het werkproces. Hier willen ze samen aan werken.

Aanbevelingen

- ontwikkel het sjabloon voor communicatiedossier door tot een handige module met daaraan gekoppeld een rappelleersysteem;
- stel werken met sjabloon verplicht voor communiceren over projecten en plannen.

5.2 Contentbeheer

Mijnwijk.groningen.nl

Conclusies

Projectleiders en projectassistenten van de pilot Paddepoel vinden het belangrijk om hun project online te plaatsen volgens het sjabloon. Het levert goed geïnformeerde burgers op tijdens bijeenkomsten. En als het communicatiedossier goed is gevuld, bellen er minder mensen voor informatie. Op termijn kan dit tijdswinst opleveren.

Zij vinden dat het hele concern in deze werkwijze mee moet gaan om succesvol burgers te betrekken bij projecten. Zij zien hierin een belangrijke rol voor het management en leidinggevenden om dit digitaal te faciliteren, organisatorisch mogelijk te maken en kaders te stellen. Veel van de door hen genoemde onderdelen zoals cultuur, opleiding en politieke kaders zijn vastgelegd in de nota 'Van Wijken Weten' van RO/EZ. Deze nota zou doorontwikkeld moeten worden om concernbrede eenduidige uitgangspunten voor de wijkcommunicatie vast te leggen.

Bewoners hebben ook behoefte aan wijkoverstijgende projecten met consequenties voor hun wijk. Verder willen zij dat de informatie actueel is en geen jargon bevat.

Aanbevelingen

- lever maatwerk in opleiding voor publicisten voor werken met een vast sjabloon in Plone;
- ontwikkel een vaste manier van werken voor wijkcommunicatie. Maak deze bekend in de organisatie met ook daarin de verdeling van taken en verantwoordelijkheden belegd;

Collegedebrief - Stand van zaken organisatieontwikkeling en ...

- laat het management prioriteit geven en sturen op publiceren van communicatiedossiers op internet;
- publiceer op alle wijkpagina's de communicatiedossiers van wijkprojecten;
- publiceer ook wijkoverstijgende onderwerpen met consequenties in de wijk op de gemeente.groningen.nl/mijnwijk-pagina's.

Tot besluit

De gemeente is met de digitale infrastructuur klaar om wijkbewoners adequaat te betrekken bij plannen en projecten in wijken.

Er zijn nog twee onderdelen die aandacht behoeven of moeten worden doorontwikkeld:

1. we houden de basiskennis van het netwerk wijkwebredacties van wijkwebsites op niveau door een community beschikbaar te stellen. Voorts bieden we wijkwebsites een vaste stroom wijk informatie aan op hun wijkwebsite door middel van een RSS-feed gecombineerd met een link naar de gemeentelijke wijkpagina. Deze wordt uitgevoerd in een widget.
2. de wijkpagina's van gemeente.groningen.nl/mijnwijk moeten gevuld worden met content (inhoud) over projecten en plannen. Hier voor kan het vaste sjabloon voor een communicatiedossier online worden gebruikt. Dit sjabloon moet worden doorontwikkeld op functionaliteit en gebruikersvriendelijkheid.

Bijlage - Voortgangsrapportage Burgerparticipatie def2

Voortgangsrapportage kadernota Burgerparticipatie

Juni 2011

Inhoud:

1. Kaderplan en Stappenplan
2. Benchmark Burgerparticipatie
3. Participatiestrategie: Factor C
4. Digitale informatieverstrekking: MijnWijk
5. Evaluatie convenant wijkorganisaties
6. Nota Sociale Media: #ggsm
7. Lopende projecten / NLA
8. Stappenplan uitwerking aanbevelingen cultuurverandering
9. Vervolg

1. Kaderplan en Stappenplan

Het wel en wee van de burgerparticipatie in Groningen staat al gedurende enige tijd hoog op de politieke agenda. De raad heeft er naar aanleiding van het 'Plan van Aanpak Veranderagenda Raad' (september 2008) in de vorige raadsperiode al een tweetal hoorzittingen over georganiseerd. Begin vorig jaar werd de notitie 'actuele stand van zaken' vastgesteld met daarin een aantal aanbevelingen m.b.t. de vormgeving van burgerparticipatie. Hierop werd door B&W gereageerd met een brief waarin een aantal 'uitgangspunten van het college' zijn beschreven (februari 2010).

Na de zomer werd het 'PvA Veranderagenda' door de griffie voorzien van een Stappenplan met aanbevelingen, vastgesteld in vergadering van de raadscommissie Cultuurverandering (cie-CV) van 13 oktober jl. In die vergadering liet het (nieuwe) college middels een presentatie zien welke soort activiteiten door de gemeente op het gebied van burgerparticipatie al worden uitgevoerd. Aan het slot van deze vergadering formuleerde de burgemeester de ambitie om nog voor het einde van het jaar een *visie* te formuleren, waarop nadere afspraken en spelregels omtrent de burgerparticipatie in Groningen zouden kunnen worden gebaseerd.

Gezien het belang en de verwevenheid met de huidige organisatieontwikkeling en cultuurverandering – specifiek de verbetering van de bestuurlijke dienstverlening – is het onderwerp burgerparticipatie aangegrepen om een rol te spelen als een soort sleutelproject waarin alle aspecten van de gewenste ontwikkeling besloten liggen: rollen en verwachtingen (ten aanzien) van raad, college en ambtelijke organisatie, adequate informatievoorziening en verantwoording, organisatie van werkprocessen, de (bestuurlijke) cultuur en de rol van burgers en maatschappelijke partners etc. De aangekondigde visie op burgerparticipatie zou de vorm moeten krijgen van een *kadernota*, waarin de raad zijn ambities en uitgangspunten vastlegt.

In overleg met de voorzitter van de cie-CV is bewerkstelligd dat op 3 november 2011 – informeel – een 'kaderstellende bespreking' aan het onderwerp burgerparticipatie werd gewijd, om op die manier – helemaal aan het begin van het proces – invulling te geven aan de *kaderstellende* rol van de raad. In deze bijeenkomst waren alle partijen uit de raad vertegenwoordigd en is open gediscussieerd over het doel van burgerparticipatie, hoe de raad de relatie tussen gemeente en burgers ziet en welke rol hij daarin dient te spelen. Aangevuld met eigen opvattingen heeft het college vervolgens de uitkomsten van deze kaderstellende bespreking neergelegd in een concept-kadernota Burgerparticipatie, die nog voor de kerstdagen kon worden vastgesteld en aangeboden aan de raad. Na de behandeling van het concept in de cie-CV stelde de raad op 26 januari j.l. de kadernota Burgerparticipatie vast.

Bijlage - Voortgangsrapportage Burgerparticipatie def2

In de kadernota wordt aangekondigd dat deze nader zal worden uitgewerkt tot een implementatieplan met een bijbehorend ontwikkeltraject (inclusief de organisatorische en financiële aspecten) en dat er – vanwege het gewenste leerproces – met regelmaat zal worden gerapporteerd en gediscussieerd over ontwikkelingen en voortgang.

Ook het al eerder genoemde ‘Stappenplan uitwerking aanbevelingen cultuurverandering’ vraagt ten aanzien van een aantal aanbevelingen met betrekking tot burgerparticipatie om voortgangsrapportage. Deze worden in deze rapportage meegenomen. (zie punt 8)

In de kadernota is specifiek de aandacht gevestigd op de Benchmark Burgerparticipatie, zoals die in opdracht van het ministerie van BZK en de VNG ontwikkeld zou gaan worden. Deelname aan deze benchmark is gericht op kwaliteitsbeleid en verdere professionalisering van de eigen organisatie op het gebied van burgerparticipatie, ook door te leren van de ervaring van anderen. Bovendien laat de benchmark zien ‘waar we staan’ ten opzichte van andere gemeenten. De start van de benchmark was voorzien in april/mei van dit jaar, maar is enigszins vertraagd. De aftrap is nu gepland in juli.

2. Benchmark Burgerparticipatie

Wij zijn voornemens deel te nemen aan de Benchmark Burgerparticipatie 2011.

Het ministerie van BZK en de VNG willen de gemeenten ondersteunen bij ‘een verdere groei naar succesvolle burgerparticipatie’. Daarom hebben het bureau Partners+Pröpper, QuintResult en onafhankelijk adviseur Hein Albeda samen met BZK, VNG en diverse gemeenten en kennispartners de Benchmark Burgerparticipatie ontwikkeld. Aan de ontwikkeling van de benchmark doen o.a. de gemeenten Tilburg, Eindhoven, Zoetermeer en Hengelo mee, alsmede de Universiteit Twente en het Instituut voor Publiek en Politiek.

Over de inhoud van de benchmark wordt gemeld:

“Deze Benchmark helpt u uw ambities met burgerparticipatie te richten en te realiseren. Met de benchmark Burgerparticipatie beschikt u over een participatiemonitor waarmee u zicht krijgt op alle projecten en trajecten in uw gemeente waarbij burgers participeren. Via online enquêtes onder ambtenaren én participanten kunt u de aanpak en resultaten van burgerparticipatie stelselmatig evalueren. U kunt bovendien snel zien welke gemeenten op u lijken qua ambities en praktijk en wat hun aanpak is. U kunt gemakkelijk met hen in contact komen om uitdagingen en oplossingen uit te wisselen. De benchmark helpt u tevens de prestaties op het terrein van burgerparticipatie binnen uw gemeente te verbeteren, passend bij de eigen ambities en ontwikkeling.

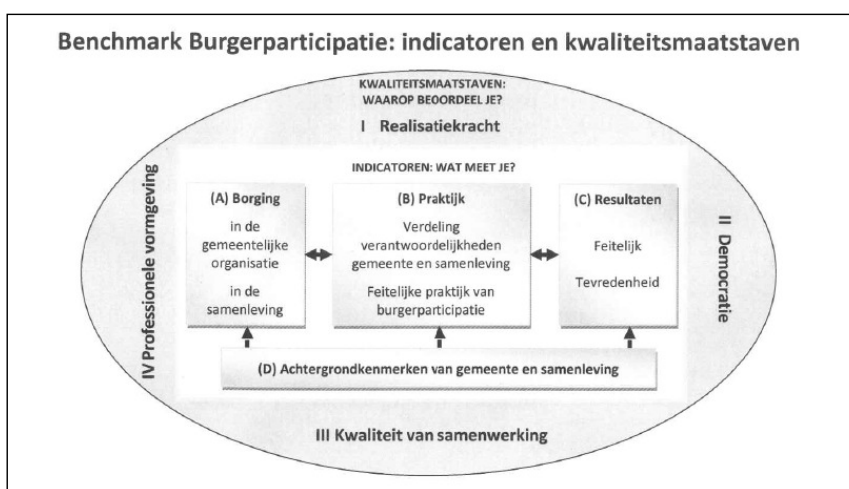
Wanneer is burgerparticipatie geslaagd? Op welke kwaliteitsmaatstaven mogen gemeenten, burgers, bedrijven en maatschappelijke organisaties elkaar aanspreken als het gaat om ‘goede’ burgerparticipatie? We onderscheiden vier kwaliteitsmaatstaven die ten grondslag liggen aan de onderzoeken die worden uitgevoerd in het benchlearnprogramma:

	Kwaliteitsmaatstaf	Toelichting
I	Realisatiekracht	Draagt burgerparticipatie bij aan het slagvaardig, snel en efficiënt realiseren van publieke opgaven? Worden krachten effectief gebundeld en heeft dit meerwaarde?
II	Democratie	Hebben burgers daadwerkelijk invloed? Hebben ze toegang tot gemeentelijke beleidsprocessen? Zijn verschillende doelgroepen vertegenwoordigd?
III	Kwaliteit van samenwerking	Is er sprake van ‘teamspel’ en wederzijds verwachtingenmanagement? Zijn alle spelers tevreden over het proces?
IV	Professionele vormgeving	Zijn participatieprocessen goed ingericht? Worden participatie-werkvormen op maat en professioneel ingezet? Is burgerparticipatie geborgd in primaire processen?

Deelnemen aan de benchmark betekent ook een kort en krachtig ontwikkelingsplan maken waar je als gemeente gedurende een jaarcyclus van de benchmark aan kunt werken.”

Bijlage - Voortgangsrapportage Burgerparticipatie def2

Tijdens de presentatie van de benchmark op 16 juni j.l. hebben wij kunnen vaststellen dat de focus met name gericht zal zijn op inbedding en borging van kaders, competenties en instrumentarium in de eigen organisatie volgens een soort model zoals we dat kennen van b.v. het INK en diverse kwaliteitssystemen. Meten, monitoren en vergelijken zijn daarbij van groot belang om doelstellingen aan resultaten te kunnen koppelen en de speurtocht in te zetten naar *good* (maar ook *bad*) *practices*, noodzakelijk om (onderling, van elkaar) te kunnen leren! Het opstellen van ranglijstjes om aan te geven wie 'de beste' is wordt van onderschikt belang geacht. Deze aanpak spreekt ons aan.



De financiële bijdrage van gemeenten is € 5.545 exclusief BTW voor deelname van 1 jaar. De 1^e benchmarkcyclus zal lopen tot en met februari 2012. Gegevensverzameling vindt plaats tot in september 2011. Dan zal het inhoudelijke programma starten. Meer informatie vindt u op www.benchmarkburgerparticipatie.nl.

We stellen ons voor de verdere uitwerking van het implementatieplan Burgerparticipatie (mede) te koppelen aan het op te stellen ontwikkelplan in het kader van de benchmark. De Benchmark zal ons de nodige aanknopingspunten bieden om de borging van 'burgerparticipatie' in de organisatie te 'meten' – ook op het niveau van houding, competenties en gedrag – en daarmee ook de voortgang van het proces van cultuurverandering beter in beeld te krijgen.

3. Participatiestrategie: Factor C

Van groot belang is dat burgerparticipatie goed wordt ingebed in de organisatie en de procedures, zodat het geïntegreerde onderdeel wordt van de gemeentelijke werkwijze en niet een traject apart. Daarom ook vinden we het belangrijk te investeren in cultuurverandering, houding en gedrag. De Factor C methodiek zorgt er voor dat op een gestructureerde wijze, vroeg in het (beleids)proces, aandacht wordt besteed aan de (gewenste) rol van betrokkenen met het oog op een adequate communicatie- en participatieaanpak. Dat is ook van belang voor het 'verwachtingenmanagement', omdat vroeg in het proces kan worden bepaald – en gecommuniceerd – welke vorm van participatie (voor welke doelgroep) zal worden gehanteerd. Over de achtergrond en methodiek van Factor C heeft de commissie in februari een toelichting ontvangen.

In Groningen wordt de methode Factor C al sinds 2009 op beperkte schaal gebruikt voor het ontwerpen van communicatie- en participatiestrategieën. Dit hangt tot heden wel vooral af van toeval en enthousiasme van individuele beleidsadviseurs. Er zijn diverse acties ondernomen om Factor C meer structureel in te bedden in onze processen:

Bijlage - Voortgangsrapportage Burgerparticipatie def2

- De communicatieadviseurs zijn geschoold in het adviseren over, en faciliteren van de methodiek Factor C; een klein aantal van hen is ook daadwerkelijk actief;
- Bij diverse diensten (SOZAWE, ROEZ) zijn beleidsadviseurs getraind in het hanteren van de methode, bij andere diensten staan trainingen op de rol (HVD, OCSW);
- Verder zijn er intern diverse workshops gehouden, onder andere voor projectmanagers (DIA), en als open inschrijvingsaanbod bij het Loopbaancentrum.

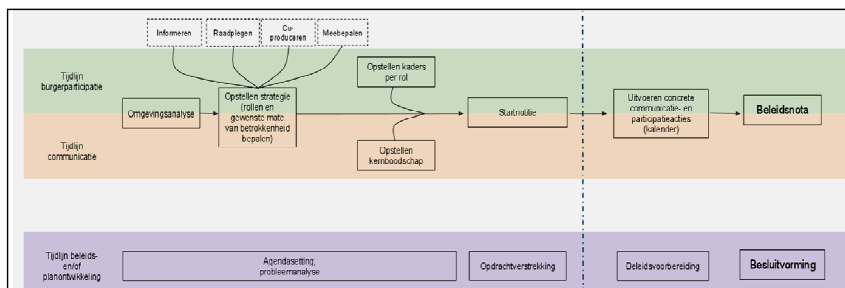
Om de methodiek verder te ontwikkelen nemen we deel aan de Proeftuin Factor C, waarin met zo'n 18 andere gemeenten kennis en ervaring wordt gedeeld, en wordt gewerkt aan de verdere verfijning van de methode. Intern is het de bedoeling op kort termijn een reconstructie te maken van het proces rondom het hondenuitlaatbeleid, om te leren van die ervaringen.

Om de Factor C methodiek te borgen in de procedures is deze opgenomen in de kennisbank projecten bij OCSW. Deze is online te raadplegen via het intranet (ook voor andere diensten). De interne instructie 'Een goed besluit' is herschreven, en hierin is een onderdeel 'Communicatie & Participatie' opgenomen. Dit element vormt onderdeel van het vernieuwde digitale sjabloon voor besluitnota's. M.b.t. de interne communicatie over Factor C kan verder nog worden vermeld dat er een wekelijkse rubriek is op de interne Yammer-site, met tips en trucs, do's en dont's onder de titel: *Vitamine C*.

De toekomst van Factor C

We zien dat Factor C langzaam aan steeds meer een plek krijgt in de beleidscyclus, en vaker wordt toegepast. Om de slag van experimenteren naar standaard hanteren van de methodiek te maken, is verdere professionalisering nodig. Dat betekent onder meer:

- D.m.v. verdere scholing/training beleidsadviseurs bewust(er) maken van de methodiek en het gebruik ervan in het beleidsproces, en trainen in het toepassen van de resultaten;
- Het instellen van een 'kennispool' waarin een aantal communicatieadviseurs zich specialiseert in het adviseren over en begeleiden van de Factor C methodiek, en daarmee expertise opbouwt;
- Het (verder) ontwikkelen van het instrumentarium, en daaraan 'best practices' toevoegen;
- Het koppelen van Factor C en burgerparticipatie aan het project bestuurlijke dienstverlening, zodat toepassing van de methodiek als processtap vroeg in het beleidstraject wordt opgenomen. College en raad kunnen daarmee sturen op het vervolgens uitvoeren van de ontwikkelde strategie.



Factor C: tijdlijn participatie/communicatie in relatie tot tijdlijn plan-/beleidsontwikkeling

Er zijn wel een aantal risico's en voorwaarden. Factor C moet bijvoorbeeld geen doel op zich worden; het is en blijft een *methodiek* om op een vroegtijdig moment in het beleidsproces de communicatie- en participatiestrategie te ontwerpen. Om de met Factor C ontwikkelde strategie te kunnen uitvoeren, moeten gemeenteraad en college bereid zijn de nodige tijd en capaciteit te investeren en – in voorkomende gevallen – een deel van de bevoegdheden op te geven. Het toepassen van de Factor C methode kost – vooral bij grotere beleidsonderwerpen – tijd 'aan de voorkant'. Beleidsadviseurs en andere ambtenaren die beschikken over kennis die in Factor C ingebracht moet worden (zij faciliteren de methode voor anderen) moeten in staat worden gesteld de benodigde tijd te investeren, ook als het gaat om beleidsterreinen die wellicht niet direct hún primaire focus hebben.

Bijlage - Voortgangsrapportage Burgerparticipatie def2

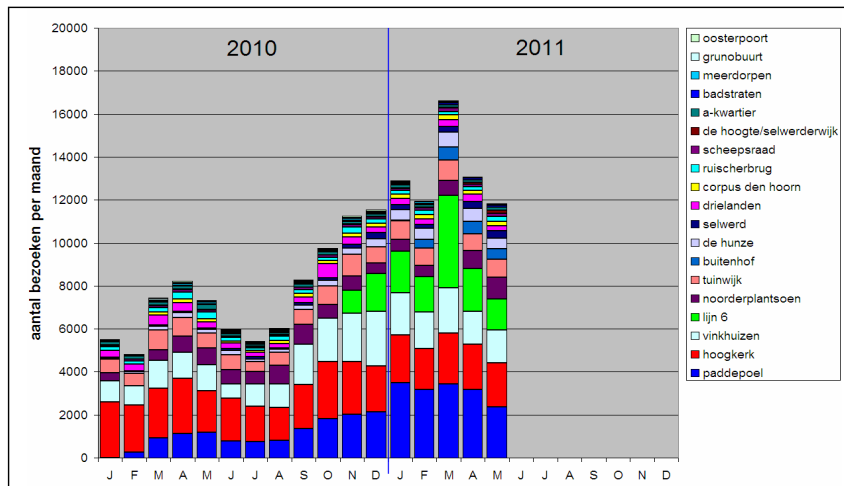
4. Digitale informatieverstrekking: MijnWijk

Belangrijk in de kadernota is de (digitale) informatieverstrekking aan burgers. Immers: zonder informatie geen betrokkenheid of participatie. College en raad willen 'de onbalans in informatiepositie opheffen'. Deze ambitie vergt dat we van plannen en projecten *online* (communicatie-)dossiers gaan aanleggen, waarbij de onderliggende (openbare) documentatie voor het publiek vindbaar en toegankelijk moet zijn. Vanuit de raadscommissie is daarbij de mogelijkheid van 'track and trace' geopperd, doelend op de vind- en navolgbaarheid van stukken en procedures.

Het project 'MijnWijk' is erop gericht de gemeentelijke (beleids- en project)informatie op overzichtelijke wijze voor de bewoners te ontsluiten. Uitgangspunt daarbij is de ervaring dat burgers vooral geïnteresseerd zijn in de ontwikkelingen in hun directe woonomgeving, buurt of wijk. Daarom wordt de informatie betreffende wijkgerelateerde plannen of projecten 'gelabeld' aan die betreffende wijk op de *gemeentelijke* website geplaatst, vindbaar op 42 *gemeentelijke* wijkpagina's. We sluiten daarbij aan op de structuur van wijkorganisaties die er op het niveau van de (42) wijken in de stad al is. We hebben bevorderd dat al deze *wijkorganisaties* nu beschikken over een eigen, onafhankelijke *wijkwebsite*. 23 van de 42 wijken zijn bij de opzet ervan geholpen door de gemeente.

Wijkwebsites van de wijken

Het gaat goed met de wijkwebsites, er zijn uitschieters met meer dan 4000 bezoekers per maand. Daarbij is natuurlijk de omvang van de wijk van belang en het aantal wijkbewoners dat potentieel worden bediend. Een kleine wijk als Drielanden heeft b.v. met gemiddeld 400 bezoeken per maand relatief de hoogste 'kijkdichtheid'. Tuinwijk, Drielanden en Hoogkerk bereiken maandelijks 30 tot 50% bezoekers/inwoner. We ontvangen overigens (nog) niet van alle wijkwebsites de bezoekcijfers. Er zijn ook minder goed lopende sites. Vaak zien we dat het nut van een site zich eerst moet bewijzen – bij een aansprekend project of een incident – waarna de bewoners de site vaker gaan bezoeken. Ook het uitgeven met een (maandelijkse) nieuwsbrief versterkt het reguliere bezoek aan de site. De goed lopende sites laten zien hoe groot het potentiële bereik van een wijkwebsite is. Wijkredacties zijn onderling solidair. De meer ervaren webmasters zijn de beginners behulpzaam bij de doorontwikkeling. Zij zijn in afwachting van de gemeente om via de wijkpagina's 'gevoed' te worden met meer 'wijkrelevante' informatie. Een aantal sites beschikt over een 'widget' waarmee gemeentelijke nieuwsberichten rechtstreeks worden doorgezet naar de wijkwebsite.



Aantal bezoeken per maand bij 19 wijkwebsites

Bijlage - Voortgangsrapportage Burgerparticipatie def2

Gemeentelijke wijkpagina's

Alle 42 wijken hebben een 'eigen' pagina op de gemeentelijke website. Deze wijkpagina's zijn bereikbaar via www.gemeente.groningen.nl/mijnwijk. Er is een standaard sjabloon ontwikkeld voor de aanleg van een *online communicatie dossier*. Bij RO/EZ zijn 15 medewerkers opgeleid als publicist om projecten en beleid te publiceren. Op deze wijze voorzien we burgers van de onderliggende basisinformatie (nota's, rapporten, verslagen, procedure, reactiemogelijkheid etc.). Het is echter vooral nog een kwestie van handmatig 'knippen en plakken'. De ontwikkeling van de digitale dossiervorming zal dit proces aanzienlijk vergemakkelijken. Dat geldt ook voor het element van 'track and trace'.

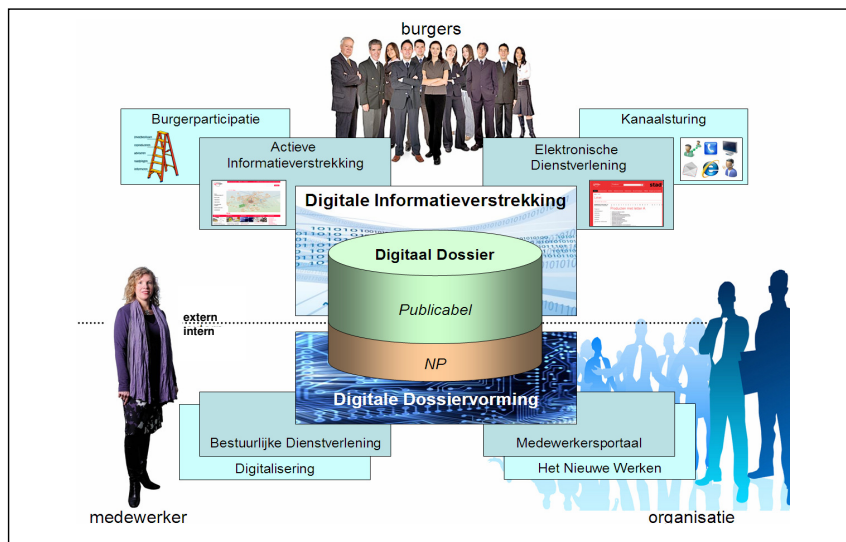
In de afgelopen periode hebben we d.m.v. een pilot in Paddepoel gekeken of het systeem werkt, of er waardering voor is en wat de implicaties zijn. Een vaststelling kan in elk geval zijn dat de wijkwebsite van Paddepoel zich in korte tijd heeft ontwikkeld tot de wijkwebsite met maandelijks de meeste bezoekers. De evaluatie van het project Wijkcommunicatie 2007-2010 – waarin opgenomen de evaluatie van de pilot in Paddepoel – vindt u als apart stuk bij deze voortgangsrapportage.

Vervolg MijnWijk

Per dienst zal een werkwijze moeten worden ontwikkeld om alle (wijkgebonden) projecten en beleid actief te publiceren. Deze werkwijze moet worden aangestuurd en gestimuleerd door het management. De nieuwe rollen en verantwoordelijkheden (informatie-eigenaar, publicist) zijn binnen de organisatie nog niet officieel belegd. Van invloed is ook de hoeveelheid projecten en plannen die gepubliceerd moeten worden. Diensten voorzien hier knelpunten qua capaciteit. We willen dit meenemen in het vervolg-projectplan Wijkcommunicatie en een gemeentebreed plan voor het contentmanagement.

Doorontwikkeling digitale informatieverstrekking

Los van (nog) vele vragen omtrent politieke en juridische implicaties constateren we dat er een forse (inspannings-)drempel wordt ervaren bij het online publiceren en ontsluiten van informatie, ook in relatie tot beheer en het handhaven van de benodigde accuratesse. De oplossing wordt verwacht van verdergaande digitalisering en stroomlijning van werkprocessen, besluitvorming en archivering. Daarmee is een verband gelegd met het project '*digitalisering Bestuurlijke dienstverlening*' dat wordt opgezet in het kader van de gemeentebrede organisatieontwikkeling.



De centrale rol van digitale dossiers bij de interne en externe informatievoorziening

Bijlage - Voortgangsrapportage Burgerparticipatie def2

Er is een grotere samenhang noodzakelijk als het gaat om de digitalisering van de gemeentelijke workflow en het documentbeheer. Dit moet aansluiten op een gemeentelijke ICT-architectuur, die overigens al grotendeels gerealiseerd is. Uiteindelijk zal er een infrastructuur moeten ontstaan waarbij gewerkt wordt met digitale dossiers, die – op basis van *autorisatie* – in verschillende mate toegankelijk zijn voor collega's, leidinggevend, andere afdelingen/diensten, college, raad en – voor dat gedeelte dat als 'publicabel' is aangevinkt – ook rechtstreeks 'online' voor het publiek. Dit vormt dan de basis onder het *communicatie-dossier* op de website en/of MijnWijk waarin – *onder redactie* – actief wordt geïnformeerd. De dossiers vormen de basis voor bestuurlijke participatieprojecten.

5. Evaluatie Convenant Wijkorganisaties

Vertegenwoordigers van wijkorganisaties en een afvaardiging van de gemeenteraad hebben in maart met elkaar gesproken over samenwerking en burgerparticipatie. Aanleiding hiervoor waren de evaluatie van het Wijkconvenant en de kadernota Burgerparticipatie. We hebben dit aangegrepen als een eerste stap m.b.t. het betrekken van de Stadlers bij de verdere uitwerking van de kadernota. De wijkorganisaties presenteerden de uitkomsten van de evaluatie aan een afvaardiging van de gemeenteraad. Hun boodschap was: kom afspraken na, informeer tijdig, wees toegankelijk als overheid, neem elkaar serieus. Kortom: werk samen.

Ook kwam hierbij het grote belang van een adequate en tijdige informatieverstrekking naar voren. In het convenant is immers vastgelegd dat bewonersorganisaties adviesrecht hebben wanneer het gaat om besluitvorming over *wijkgebonden* zaken. Het college heeft zelfs aangegeven *geén* besluiten te zullen nemen over wijkgebonden zaken wanneer daarbij een paragraaf over het (al dan niet) gegeven advies ontbreekt. De wijkorganisaties geven aan – naast de reguliere overleggen met Stadsdeelcoördinatie – de (digitale) informatieverstrekking via MijnWijk op hoge prijs te stellen. Discussie is er nog over de vraag welke 'zaken' als wijkgebonden of wijkoverstijgend moeten worden aangemerkt. De laatste categorie is uitgezonderd van de werking van het convenant, maar deze onderwerpen hebben vaak wel hun implicaties op wijkniveau (b.v. Tram, studentenhuisvesting e.d.).

Vervolgens presenteerde de gemeente de kadernota Burgerparticipatie. De conclusies van de evaluatie en de tekst en toon van de kadernota bleken goed met elkaar te sporen. De avond eindigde in een levendige discussie over bijvoorbeeld de vraag of de wijkorganisaties in voorkomende gevallen *éérder* geïnformeerd moeten worden dan de gemeenteraad. En de vraag hoe je met vertrouwelijke informatie omgaat. En of het mogelijk is ook partijen buiten de gemeente – zoals corporaties of ontwikkelaars – een informatieplicht op te leggen. Hierbij is de suggestie gedaan om te onderzoeken of iets dergelijks kan worden opgenomen in de gemeentelijke 'leveringsvoorwaarden'. In elk geval zal de gemeente haar eigen opvattingen over betrekken en informeren van belanghebbenden nadrukkelijk kenbaar moeten maken.

In de tussentijd is vastgesteld dat het convenant met de wijkorganisaties geen inhoudelijke wijzigingen behoeft en 'gewoon' van kracht blijft.

6. Nota Sociale Media

Speciale aandacht vraagt de kadernota voor de inzet van *sociale media* bij burgerparticipatie. Enerzijds om te luisteren en te horen wat er (m.b.t. gemeentelijke onderwerpen) speelt op het web, anderzijds om de burgers gericht op te zoeken, om hen vragen te stellen of inbreng en betrokkenheid te organiseren. Het college heeft aangegeven kansen te zien in het gebruik van Sociale Media om burgers beter bij het bestuur van wijk of stad te betrekken en daarin ook actief mee te denken.

#ggsm

In de afgelopen periode hebben we het onderwerp sociale media intern op de agenda gezet. We hebben dit gedaan onder de titel *#ggsm: Gemeente Groningen en sociale media*.

Bijlage - Voortgangsrapportage Burgerparticipatie def2

Voorop stond de behoefte aan overzicht, bewustwording en dialoog, discussie. Wat zijn onze kansen, wat zijn de risico's? Naar aanleiding van de interne gedachtenwisseling hebben we de nota 'Gemeente Groningen en Sociale Media' opgesteld. Deze is op interactieve wijze tot stand gebracht, met de inzet van onze eigen (soms interne) sociale media, zoals Twitter, Intranet en Yammer.

Op 12 april is een forumdiscussie georganiseerd om het pre-concept te bespreken aan de hand van een aantal dilemma's. Deze sessie werd afgesloten met een tweegesprek tussen de burgemeester en de gemeentesecretaris. De on-line reacties op het concept en de resultaten van de bijeenkomst zijn verwerkt in de eindversie van de nota. Ook hierin opgenomen zijn de resultaten van de pilot met sociale media zoals die bij RO (SDC) is uitgevoerd en de conclusies daaruit voor het vervolg. De nota #ggsn bieden we bij deze voortgangsrapportage ter bespreking aan de raad aan.

Belangrijke conclusies m.b.t. de kansen en mogelijkheden van sociale media:

Zenden:

Sociale media hebben een groot bereik, en kunnen gebruikt worden als zend-medium, om grote(re) doelgroepen te bereiken. Sociale media kunnen een belangrijke rol vervullen in crisiscommunicatie, ze werken bij uitstek 'als er iets loos is'.

Luisteren:

Is van groot belang. Door de sociale media zijn de consumenten (burgers in ons geval) aan de macht. Slechte ervaringen worden breed gedeeld, een imago zo geknakt. Maar ook vele interessante, onverwachte of bijzondere ideeën en suggesties over 'ons' waren rond. Potentieel een rijke bron. Terecht of onterecht – nuttig of niet – oordelen, opvattingen en meningen over 'de gemeente' gaan rond en via sociale media gaat het sneller en met een groter bereik. Weten wat er op internet speelt op jouw (beleids-)terrein, over jouw project, dienst of afdeling is essentieel. Het gaat om *webcare*, *webmonitoring* en *community-management*.

Interacteren:

Sociale media bieden vooral kansen daar waar het (echt) gaat om interactie. Ze voorzien in laagdrempelige communicatie met de buitenwereld, zeker ook van belang bij het organiseren van meedenken en participatie door burgers. Dankzij sociale media kunnen we directe contacten onderhouden met de doelgroepen van beleid, waaronder de doelgroepen die doorgaans moeilijker te bereiken zijn.

Sociale media faciliteren het organiseren van collectieve intelligentie en het activeren van 'the wisdom of the crowd'. Als gevolg van het benutten van creatieve ideeën uit de samenleving kan beleidsverrijking optreden. Dergelijke toepassingen zijn overigens ook *intern* bij de gemeente interessant voor het gezamenlijk ontwikkelen van beleid en op het gebied van kennisdelen.

7. Lopende projecten / NLA

In 14 NLA-wijken zijn wijkteams – waarin ook bewoners zitting hebben – werkzaam met een eigen budget. De belangrijkste opdracht van het wijkteam is om het gesprek met bewoners aan te gaan, ideeën op te halen en bewoners te betrekken bij de vormgeving en uitvoering van projecten. De gedachte moet zich vestigen dat bewoners ondersteuning krijgen als ze zelf hun handen uit de mouwen willen steken voor een betere wijk. Eigen verantwoordelijkheid ontwikkelen: Mensen maken Stad!



Er is een breed scala aan projecten ontwikkeld.

Wijkteams hebben m.b.v. de buurtbudgetten voorzieningen gerealiseerd of opgeknapt, zoals schoolpleinen, speelplekken en speeltuinen, er is geïnvesteerd in sociaal culturele accommodaties, parken zijn opgeknapt en gebruiksvriendelijk gemaakt. Telkens hebben bewoners, gebruikers, kinderen meegedacht in de aanpak en vaak zijn bewoners betrokken bij de uitvoering.

Bijlage - Voortgangsrapportage Burgerparticipatie def2

Er wordt veel gezocht naar bruikbare methodes om bewoners te betrekken: de wijkstemdag in Korrewegwijk / De Hoogte, de deliberatieve methode in De Wijert, de SRV-wagen die verschillende wijken doortrok, Meeroeien in Lewenborg en de theekar in de Oosterparkwijk, waar het wijkteam de straat op ging om vragen op te halen, inloopmarkten, enzovoort. Voor verschillende ingrepen in de openbare ruimte werden door bewoners scenario's ontwikkeld, waarover vervolgens in de wijk kan worden gestemd.

Gemeente en corporaties zijn er samen in geslaagd om ook voor de komende vier jaar middelen beschikbaar te stellen voor bewonersinitiatieven en voorzieningen in de wijk. Het gaat daarbij om een bedrag van tien miljoen euro! Op dinsdag 5 april j.l. hebben de gemeente Groningen en de vijf Groningse corporaties opnieuw hun samenwerking bekrachtigd in het 'Nieuw Lokaal Akkoord 2.0'.

Enkele resultaten participatieve aanpak NLA

In veel wijken zijn met NLA-middelen Stips gerealiseerd, informatie- en ondersteuningspunten in de wijk voor ouderen en kwetsbare groepen, met veel inzet van vrijwilligers. Ook aan activiteiten voor andere doelgroepen is veel aandacht besteed. In verschillende wijken zijn activiteiten aangeboden aan kinderen en jongeren, in Lewenborg is met betrokkenen een plan van aanpak voor jongeren gemaakt. Op verschillende plekken zijn jongeren betrokken door samen een film, een theater- of circusproductie te maken. In Beijum, De Hoogte, Selwerd, Corpus en De Wijert werden activiteiten georganiseerd met en voor allochtone bewoners. Soms ook wordt kunst als middel ingezet om bewoners te betrekken en de samenhang in de wijk te bevorderen. Voorbeelden zijn: samen mozaïek maken (bijv.: fietstunnel Tuinwijk en bankjes Paddepoel), plaatsing van een kunstwerk in Corpus, waarbij het CBK met een actieve groep bewoners het idee uitwerkte, films en theaterproductie door en voor bewoners. In Beijum wordt in winkelcentrum Oost door vrijwilligers een kunstpad open gehouden, waar ook cursussen en andere activiteiten plaatsvinden.

Concrete voorbeelden van participatieve projecten (een greep uit de 430 NLA-projecten):

- Op initiatief van bewoners uit Beijum en met hun hulp bij de uitvoering, is in het gebied Kardingse een parcours van 4 mijl uitgezet, waar getraind kan worden. Op dezelfde manier is bijgedragen aan de realisatie van een plukbos, waar op den duur buurtbewoners appels en ander fruit kunnen plukken;
- Met bijdragen van wijkteams is in de hele stad een groep geschoolde vrijwilligers beschikbaar om te bemiddelen bij geschillen tussen bureaus en buurtbewoners. Het project Buurtbemiddeling vindt plaats onder begeleiding van Stiel;
- In Kostverloren is de winkelstrip opgeknapt om een hart in de wijk te creëren. Bewoners zijn betrokken bij het ontwerp. Verschillende scenario's werden aan bewoners voorgelegd. Met stemming werd besloten welk plan zou worden uitgevoerd;
- In de Korrewegwijk en De Hoogte hebben bewoners ("hondenbezitter en hondenhaters") meegedacht over een hondenuitlaatplan. Het plan is inmiddels in uitvoering.

Naast de participatieprojecten in het kader van het NLA noemen we hier nog een aantal andere projecten – gericht op het actief betrekken van burgers bij de planvorming en de uitvoering – waar we trots op zijn. Deze hebben vooral betrekking op het beleid en het beheer ten aanzien van de directe leefomgeving en de openbare ruimte: BORG, Lentekriebels en – meer recent – Groenparticipatie. Bij het beoordelen van het onderhoudsniveau in het kader van de BORG-schouwen hebben we vele Stadlers betrokken en bij Lentekriebels (in dit 8^{ste} jaar werd een record-deelname van meer dan 4000 deelnemers begroet) gaat het niet alleen om participatie in de uitvoering: de groepen die zich aanmelden bepalen in hoge mate zelf de prioriteiten en de aanpak. De gemeente faciliteert. Dat laatste geldt m.n. ook voor het beleid inzake Groenparticipatie: burgers spelen een actieve rol ten aanzien van het bepalen van de inrichting en vervolgens bij het beheer en onderhoud. We betrekken hier ook corporaties bij (in het kader van het NLA) en – in toenemende mate – bedrijven(terreinen). Nog onlangs hebben we samen met de omwonenden van de Prinsentuin gezamenlijk een beheerplan opgesteld voor beheer en onderhoud van dit fraaie stukje binnenstad.

Bijlage - Voortgangsrapportage Burgerparticipatie def2

8. Stappenplan uitwerking aanbevelingen cultuurverandering

In het 'Stappenplan uitwerking aanbevelingen cultuurverandering' staan 8 aanbevelingen met betrekking tot burgerparticipatie (soms voor de raad, soms voor het college en soms voor beide). We nemen de stand van zaken m.b.t. deze aanbevelingen in deze voortgangsrapportage mee:

Aanbeveling 14: spelregels en borging

De aanbeveling vraagt en benoemt spelregels ten aanzien van een goed proces van burgerparticipatie.

- Wij verwachten dat het verdergaand invoeren van de Factor C methodiek zal voorzien in deze aanbeveling. Borging en controleerbaarheid zijn gerealiseerd door opname van het onderdeel 'Communicatie & Participatie' in de interne instructie 'Een goed besluit' en het vernieuwde digitale sjabloon voor de besluitnota's. Uiteindelijk zal dit moeten worden ingebed en geborgd in het vernieuwde proces 'bestuurlijke dienstverlening'.

Aanbeveling 15: startnotitie / communicatieparagraaf

De aanbeveling verzoekt om een startnotitie met participatieparagraaf bij grote projecten en bij kleinere ten minste een communicatieparagraaf.

- Het college onderschrijft deze doelstelling. De interne aanwijzingen, opname van het onderdeel 'Communicatie & Participatie' in de interne instructie 'Een goed besluit' en het vernieuwde digitale sjabloon voor de besluitnota's moeten – ook voor het college –de waarborg zijn dat dit op de gewenste wijze gebeurt.

Aanbeveling 16: als 14 en 15, meer in detail

Deze aanbeveling expliciteert een aantal regels en uitgangspunten.

- De combinatie van de uitvoering van de punten 14 en 15 zal hierin voorzien.

Aanbeveling 17: helder participatie-traject bij betrokkenheid derden

Vraagt om onderzoek naar de mogelijkheden om 'derde-partijen' te binden aan onze normen m.b.t. informatievoorziening en participatie t.a.v. belanghebbenden.

- In de kadernota is opgenomen dat we aan dit aspect aandacht willen besteden:
"We verwachten een actieve opstelling van 'derde' partijen, zoals de gesubsidieerde instellingen, corporaties of ontwikkelaars. Zij hebben evenveel belang bij betrokken burgers. Door zich actief te richten naar hun omgeving kunnen zij leren hoe zij zich – ook op dit terrein – kunnen verbeteren. Dit past in de ontwikkeling naar meer horizontale verantwoording."
We gaan de mogelijkheden onderzoeken om dit actief te prikkelen/stimuleren. Wellicht is het mogelijk hierover afspraken vast te leggen in subsidieovereenkomsten en/of de gemeentelijke leveringsvoorwaarden. In elk geval zullen we onze eigen opvattingen over het betrekken en informeren van burgers/belanghebbenden nadrukkelijk manifesteren.

Aanbeveling 18: onderzoek informatievoorziening

Vraagt om onderzoek naar meest efficiënte en objectieve methode om burgers te informeren.

- Deze vraag lag oorspronkelijk bij de raad(scommissie).
Wij gaan er vanuit dat een adequate, open, actieve en betrouwbare informatievoorziening aan burgers en/of betrokkenen – onder verantwoordelijkheid van het college – vanuit de eigen organisatie plaats kan vinden, *moet* plaatsvinden.
Wij zetten in op een complete, transparante, digitale informatieverstrekking via de gemeentelijke website, waarbij we de burgers/belanghebbenden zo gemakkelijk en dicht mogelijk benaderen op het niveau van hun directe leef- en belevingswereld: de buurt en/of de wijk. De projecten m.b.t. digitale dossiervorming en actieve informatieverstrekking (MijnWijk) moeten hierin voorzien. Ook m.b.t. het aspect van 'track and trace'.

Bijlage - Voortgangsrapportage Burgerparticipatie def2

Aanbeveling 19: digitale informatievoorziening via website

Vraag om dit voortvarend op te pakken.

- We pakken dit voortvarend op en met grote ambitie. Zie boven, zie voortgangsrapportage. Dit laat onverlet dat het een omvangrijke operatie betreft, met een behoorlijke doorlooptijd.

Aanbeveling 20: checklist

Het college wordt gevraagd een checklist 'participatieproces' op te stellen voor intern gebruik.

- Op verzoek van de cie-CV heeft de fractie van D66 hierin voorzien. De checklist is onlangs aangeboden aan het college. Het college onderschrijft de checklist volledig en zal deze binnen de relevante dienstonderdelen verspreiden. Samenhang met de aanbevelingen 14, 15 en 16 is groot.

Aanbeveling 21: inspraakverordening, mediation

Herbeoordeel de bestaande inspraakverordening en kom tot gewenste aanpassingen en actualisatie.

- Deze vraag lag oorspronkelijk ook bij de raad(scommissie).
De huidige inspraakverordening vormt in de kern geen belemmering voor de praktijk waarin we vele verschillende (tot en met de hoogste) niveaus van participatie realiseren. Hetzelfde geldt voor de mogelijkheid van mediation. Maar de huidige verordening beschrijft slechts de minst actieve vorm van burgerparticipatie, de onderste trede op de participatieladder. Het college wil van harte de verordening uitbreiden en de ruimte vastleggen voor meer actieve deelname aan besluitvormingsprocedures. Daartoe stellen wij voor om gezamenlijk met de griffie en de werkgroep burgerparticipatie een voorstel voor te bereiden.

9. Vervolg

In het AMT heeft besluitvorming plaatsgevonden over het opdrachtgever-/opdrachtnemerschap mb.t. de verdere uitwerking van de actiepunten die voortvloeien uit de kadernota Burgerparticipatie, waaronder het implementatieplan/ontwikkeltraject en een voorstel 'organisatie en financiering implementatie kadernota Burgerparticipatie' voor 2012 e.v.:
Opdrachtgever c.q. bestuurlijk verantwoordelijk is de burgemeester, de gemeentesecretaris treedt op als opdrachtnemer. Hij zal de concrete uitvoering beleggen bij de Concernmanager Communicatie.

Ook de opdrachtformulering m.b.t. de verdere uitwerking van de kadernota is vastgesteld en omvat:

- Coördinatie m.b.t. realisatie actiepunten (afgeleid) uit kadernota, implementatie bij diensten;
- Oriëntatie op deelname aan Benchmark Burgerparticipatie van BZK/VNG;
- Realisatie van een centraal expertise-punt 'participatie', waar alle gemeentelijke participatie-activiteiten zijn aangemeld, kennis, ervaring en evaluaties gebundeld worden en ter beschikking gesteld. Vanuit dit punt wordt samengewerkt met de kenniscentra bij de RUG, VNG en BZK;
- Voorbereiden en uitwerken voortgangsrapportage(s) aan AMT, college en raad, control.
- Uitwerken voorstel 'organisatie en financiering implementatie Kadernota Burgerparticipatie' voor 2012 e.v.

In relatie tot de resultaten van de benchmark Burgerparticipatie (ontwikkelingsplan/september), de strategische koersbepaling m.b.t. de digitalisering (oktober/november) en de verdere uitwerking van het traject 'bestuurlijke dienstverlening' zullen we het implementatieplan Burgerparticipatie (inclusief het 'financiële plaatje') nog voor het eind van dit jaar aan u voorleggen.

#ggsm

Gemeente Groningen en Sociale Media



Bijlage - Social Media def-extern

Inhoud:

Samenvatting

1. Aanleiding
2. Social media are here (to stay)
 - 2.1 Wat verstaan we onder sociale media
 - 2.2 Sociale media kanalen en platformen
 - 2.3 Impact van sociale media
3. Gemeentelijk gebruik van sociale media: kansen en risico's
 - 3.1 Kansen: wat kunnen we ermee?
 - 3.2 Risico's
4. Stand van zaken
 - 4.1 Hoe doen andere overheden het?
 - 4.2 Stand van zaken in Groningen
Positieve en negatieve ervaringen
5. Hoe willen we als gemeente omgaan met sociale media?
 - 5.1 Richtlijnen, stel- en spelregels
 - 5.2 Dilemma's
Standpunten
6. Hoe nu verder?



#ggsm: gemeente groningen en sociale media

Samenvatting bij de nota #ggsm

Wikipedia zegt: "Social media – of sociale media – is een verzamelbegrip voor online platformen waar de gebruikers, met geen of weinig tussenkomst van een professionele redactie, de inhoud verzorgen. Tevens is er sprake van interactie en dialoog tussen de gebruikers onderling. De Engelse term *social media* is ook in het Nederlandse taalgebied gangbaar."

Aanleiding

De ontwikkeling van de sociale media is onstuitbaar en de impact ervan is groot en nog steeds groeiende. Hoe gaan we daar mee om? Als gemeentelijke organisatie met haar politieke bestuur. Die vraag werd opgeworpen door de burgemeester in zijn Nieuwjaarstoespraak en beklemtoonde in de onlangs vastgestelde Kadernota Burgerparticipatie: hoe gaan we *als gemeente* om met die nieuwe, sociale media? Hoe gaan we om met de *nieuwe kansen* en de *nieuwe risico's*?

Bij de nieuwe media zijn de regels en omgangsvormen voor de ambtelijke interactie met de buitenwereld in de kern natuurlijk niet anders dan bij de oude. Maar de impact van een tweet, post of blog kan heel anders zijn. In tegenstelling tot een (telefoon-)gesprek of mailwisseling gaat een uitspraak via internet in principe *wereldwijd* en blijft daar *voor de eeuwigheid*. Daarbij komt dat sommige sociale media uitnodigen tot *snelle reacties* en de *drempel* daartoe soms *laag* ligt. Het is van groot belang ons daarvan steeds bewust te zijn.

Tijdens het Open Innovatie Festival Groningen – OIF050 – in december vorig jaar zijn we met onze oriëntatie op sociale media begonnen. Voorop stond de behoefte aan dialoog en discussie. En overzicht. Wat is er gaande, wie doet wat, wat zijn onze kansen, wat de risico's, wat kunnen en willen we er mee, wat *moeten* we er mee. Wat zijn de mogelijkheden en onmogelijkheden, en wie gaat er uiteindelijk over, wie heeft de regie? Moeten er kaders, spelregels en richtlijnen komen, (technische) faciliteiten, huisstijl-voorschriften, juridische kaders, inspirerende festivals, interactieve communities? In deze nota proberen we hierop antwoorden te formuleren..

Werkwijze

Geheel 2.0 hebben we deze nota op interactieve wijze tot stand gebracht, met de inzet van onze eigen (soms interne) sociale media, zoals Twitter, Intranet en Yammer. Want om een van de belangrijkste eigenschappen van sociale media kunnen we natuurlijk niet heen: sociale media zijn *ván, vóór en dóór* 'de mensen': *wisdom of the crowd*.

#ggsm

We hebben dat gedaan onder de hashtag #ggsm: Gemeente Groningen en Sociale Media. Op dinsdag 12 april waren er op het stadhuis ruim 90 collega's bij elkaar om het pre-concept van deze notitie te bespreken aan de hand van een aantal dilemma's. De sessie werd afgesloten met een tweegesprek van de burgemeester en de gemeentesecretaris. De on-line reacties op het concept en de resultaten van de bijeenkomst zijn verwerkt in de eind-versie van de nota.

Bijlage - Social Media def-extern

Inhoud op hoofdlijnen

Kansen: Wat kunnen we met sociale media?

Zenden: sociale media hebben een groot bereik, en kunnen gebruikt worden als zend-medium, om grote(re) doelgroepen te bereiken. Sociale media kunnen een belangrijke rol vervullen in crisiscommunicatie, ze werken bij uitstek 'als er iets loos is'.

Luisteren: is van groot belang. Door de sociale media zijn de consumenten (*burgers* in ons geval) aan de macht. Slechte ervaringen worden breed gedeeld, een imago is zo geknakt. Terecht of onterecht, oordelen, opvattingen en meningen over 'de gemeente' gaan rond en via sociale media gaat het sneller en met een groter bereik. Weten wat er op internet speelt op jouw (beleids-)terrein, over jouw project of jouw dienst of afdeling is essentieel. Het gaat om *webcare* en *community-management*.

Interacteren: sociale media bieden vooral kansen daar waar het (echt) gaat om *interactie*. Ze voorzien in laagdrempelige communicatie met de buitenwereld, zeker ook van belang bij het organiseren van meedenken en participatie door burgers. Dankzij sociale media kunnen we directe contacten onderhouden met de doelgroepen van beleid, waaronder de doelgroepen die doorgaans moeilijker te bereiken zijn.

Sociale media faciliteren het organiseren van collectieve intelligentie en het activeren van 'the wisdom of the crowd'. Als gevolg van het benutten van creatieve ideeën uit de samenleving kan *beleidsverrijking* optreden. Dergelijke toepassingen zijn overigens ook *intern* bij de gemeente interessant voor het ontwikkelen van beleid en op het gebied van kennisdelen.

Dankzij de sociale media kunnen we relevante ontwikkelingen in de buitenwereld vroegtijdig signaleren en vernemen hoe de samenleving over bepaalde zaken denkt. Ook kunnen we sneller en beter inspelen op actuele ontwikkelingen (responsiviteit). Het kan resulteren in meer transparantie, omdat we burgers effectiever kunnen informeren en onjuiste informatie sneller kunnen corrigeren. We kunnen efficiënter werken en kennis delen. Online communiceren kost minder tijd dan het organiseren van fysieke bijeenkomsten. Het bereik – ook inhoudelijk – is groter. Op deze manier kunnen ook kostenbesparingen gerealiseerd worden.

Bedreigingen: Wat zijn de risico's?

Een nadeel van digitale communicatie is dat organisaties en individuen nog jaren met hun 'digitale voetafdruk' geconfronteerd kunnen worden. Digitale informatie, zelfs vluchtige uitspraken, zullen (bijna) altijd 'opzoekbaar' blijven. Ambtenaren zullen bij hun contacten met de buitenwereld altijd rekening moeten houden met het feit dat hun uitspraken in het virtuele domein niet op gespannen voet mogen staan met het gemeentelijk beleid. Het primaat van de politiek maakt het lastig(er) voor ambtenaren om te participeren in Web 2.0 omgevingen. De snelheid van het internet kan op gespannen voet staan met de zorgvuldige en dus 'vertragende' procedures, richtlijnen en regels die bij overheidscommunicatie in acht worden genomen.

Voor de overheid is het belangrijk dat een brede doelgroep wordt bereikt. Maar bij sociale media is vaak niet duidelijk of de deelnemers representatief zijn voor een grotere doelgroep. Het risico is dat de stem van de mondige burgers mét digitale vaardigheden beter wordt gehoord dan die van (minder mondige) burgers zonder digitale vaardigheden.

En wat als er (per ongeluk) foute informatie door ambtenaren (of bestuurders) naar buiten wordt gebracht via sociale media? Wat is de juridische status van een 'tweet', vooral als die van een 'officiële' gemeente-account wordt verzonden? Wat als burgers naar aanleiding daarvan bepaalde actie ondernemen, of directe schade ondervinden. En wat als je communiceert over nog niet vastgesteld beleid? Bestaat er ook zoiets als 'schaduwwerking' van een gemeentelijke mededeling op Facebook of Twitter? Voer voor juristen...

Bijlage - Social Media def-extern

Dilemma's

We hebben de verkenningen omtrent het fenomeen sociale media toegespitst op een aantal dilemma's. De reacties van medewerkers via intranet en Yammer, en de bespreking van de stellingen tijdens de interne bijeenkomst over sociale media van 12 april j.l. zijn verwerkt in onderstaande standpunten.

Zijn werk en privé op sociale media nog wel te scheiden?

Als gevolg van de toegankelijkheid en transparantie van sociale media – en het feit dat de berichten 'voor de eeuwigheid' op internet staan – is het voor bestuurders en ambtenaren vrijwel onmogelijk geworden om (op de sociale media) publieke en privé opvattingen voor het publiek gescheiden te houden. Om die redenen is 'extra' voorzichtigheid geboden, boven de 'normale' regels die hiervoor gelden.

Artikel 7 van de Grondwet zegt dat iedereen recht heeft op vrije meningsuiting. Het grondrecht op vrije meningsuiting van de ambtenaar is echter niet absoluut. Ambtenaren mogen namelijk geen uitspraken doen die het eigen functioneren of dat van de overheid kunnen schaden.

Voor bestuurders geldt dat de collegialiteit van bestuur in het geding kan zijn.

In het algemeen wordt het wel van belang gevonden dat men zich – passend bij de aard van de sociale media – *als een persoon* manifesteert: een ambtenaar (of bestuurder) van vlees en bloed. Een mix van zakelijk en persoonlijk, professioneel en menselijk.

Moeten we de gemeentelijke huisstijl toepassen op gemeentelijk gebruik sociale media?

Zeker als er sprake is van gebruik/inzet van sociale media namens of vanuit de gemeentelijke organisatie moet ondubbelzinnig duidelijk zijn wie de afzender is en in welke hoedanigheid of rol men opereert. Een (lichte) huisstijl voor sociale media moet worden ontwikkeld, m.b.t. logo's, naamgeving, 'bio' en 'tone of voice'. Ook ten aanzien van het URL-gebruik (inclusief het pro-actief vastleggen van domeinnamen) is gemeentebrede afstemming gewenst.

Hoe ontwikkelen we 'digitale voelsprietten'?

Ten aanzien van webcare, webmonitoring en/of communitymanagement moet er – in deze fase van ontwikkeling van het (gemeentelijk) gebruik van sociale media – *zowel* centraal ontwikkeld en gefaciliteerd worden *als* decentraal de verantwoordelijkheid genomen voor het volgen van ontwikkelingen m.b.t. het eigen project of vakgebied. Het is vooralsnog *én én!*

Centraal moet inhoudelijk en technisch gefaciliteerd worden en scholing georganiseerd.

Daarnaast is het wenselijk een soort 'centraal meldpunt' voor relevante signaleringen op sociale media in te stellen en van daaruit eventueel gewenste gemeentelijke reacties te coördineren.

Er liggen grote mogelijkheden om snel en zonder hoge kosten actief vragen/behoeften/wensen van burgers te verkrijgen om de gemeentelijke producten en dienstverlening te verbeteren.

Concentreren we ons (qua zenden/interactie) op Twitter, Facebook en Hyves?

De ontwikkelingen binnen de sociale media zijn leidend. We moeten de kanalen 'volgen' waar onze doelgroepen op enig moment gebruik van maken. Wanneer we sociale media inzetten om actief 'te zenden en/of te interacteren' is het verstandig de 'mainstream' kanalen te gebruiken.

Stimuleren of controleren, kaderstelling?

Voorop staat dat vertrouwen moet worden gesteld in het *gezonde verstand*, de professionaliteit en het beoordelingsvermogen van onze medewerkers. 'Wees een ambtenaar' is misschien wel de meest zinnige van alle do's en dont's die we op dit terrein hebben kunnen vinden.

Bewustzijn van je rol en het onderkennen eventuele risico's wordt van groter belang geacht dan het hanteren c.q. controleren van richtlijnen. Lijstjes met do's en dont's zijn nuttig.

Van belang is te investeren in kennis van het (niet-)gebruik van sociale media, het bevorderen van transparantie en het – actief – uitwisselen van (positieve of negatieve) ervaringen.

Bijlage - Social Media def-extern

Hoe nu verder?

Ervaringen blijven delen

Het is van groot belang dat we de ervaringen met sociale media – zowel positief als negatief – met elkaar blijven delen. We moeten mét en ván elkaar leren. Daartoe zullen we met enige regelmaat bijeenkomsten organiseren waarin sociale media centraal staan, zoals op 12 april j.l. Ook tijdens het Open Innovatie Festival 2011 (OIF050) zal er weer aandacht aan worden besteed. De Yammer-groep Sociale Media blijft open voor het uitwisselen van ervaringen, informatie, nieuwtjes en berichten. Via intranet verspreiden we lijstjes met do's en dont's. Onder leiding van de Concernmanager Communicatie zal het Team #ggsm met enige regelmaat de ontwikkelingen op het gebied van sociale media bespreken, verspreiden en delen.

Verdergaan met experimenteren

We gaan verder experimenteren, bij RO/EZ loopt de pilot in elk geval nog door tot het eind van dit jaar. We zullen daarbij vooral ook op zoek moeten naar de inzet van sociale media gericht op (daadwerkelijke) interactie en co-creatie in het kader van de burgerparticipatie.

Huisstijl ontwikkelen / faciliteren

Als onderdeel van Stijlweb Stad zullen nadere voorstellen worden uitgewerkt om te komen tot een (lichte) vorm van gemeentelijke huisstijl voor sociale media, vooral toe te passen in die gevallen waarin er echt sprake is van de gemeente(ambtenaar) als afzender.

Het gaat daarbij om:

- vormgeving, presentatie, beeldmerk
- tone of voice, do's en dont's
- URL-beleid, naamgeving en -gebruik

Webcare, webmonitoring

Webcare moeten we vooral in verband brengen met de gemeentelijk dienstverlening. De KCC's zijn bij uitstek de plekken waar de webcare gesitueerd dient te worden. De juiste tools hiervoor moeten ter beschikking worden gesteld. Op een aantal plekken zal het web centraal gemonitord worden, o.a. bij de centrale nieuwsredactie en het eBureau. Community-management is met name ook interessant bij beleids- en projectontwikkeling.

Juridische aspecten

Een aantal juridische aspecten m.b.t. de sociale media verdient nadere aandacht en bestudering. Wat is bijvoorbeeld te zeggen over de status van een tweet vanaf een duidelijk gemeentelijke account en hoe moeten we omgaan met het fenomeen van fakers, mensen die zich voordoen als anderen (of als de gemeente)? Dat geldt natuurlijk niet alleen voor de gemeente Groningen, dus houden we ook de landelijke ontwikkelingen op dit terrein in de gaten. Het Bureau Juridische Zaken heeft dit onder de aandacht.

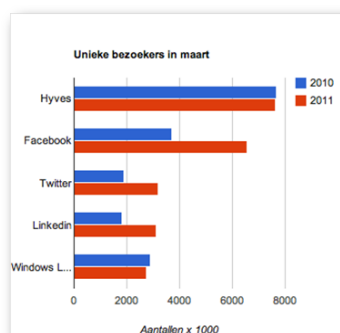
Gemeente Groningen en Sociale Media

1. Aanleiding

Grote getallen

In Nederland heeft Hyves meer dan 9 miljoen leden, zijn er bijna 3,5 miljoen Facebook-profielen en worden dagelijks 2 miljoen Tweets verstuurd door bijna een half miljoen actieve Twitteraars. De Groningen-Hyves heeft 46.000 'vrienden' en alleen Amsterdam (834.535) en Rotterdam (654.326) hebben er meer. De Hyves van de Rijksuniversiteit heeft er bijna 20.000, net als de FC.

Zo maar een paar cijfers die aantonen hoe ver sociale media al in Nederland zijn doorgedrongen en hoe groot het potentiële bereik er van is. Er zijn grote groepen mensen die zich mobiel of via internet rond bepaalde interesses of verbanden organiseren en – de een meer dan de ander – er over *communiceren*. Er gaat in toenemende mate invloed vanuit.



Zenden en luisteren

Vanwege de omvang, en de snelheid waarmee je een grote groep mensen kunt bereiken, worden deze media steeds interessanter als communicatiekanaal. Dat is ook de conclusie van het COT, het instituut voor Veiligheids- en Crisismanagement. Zij concluderen dat Twitter o.a. een zeer geschikt medium is voor *crisiscommunicatie*. Maar, het is voor overheden ook van groot belang het oor te luisteren te leggen bij wat er zoal leeft in onze online communities. Als je wilt weten wat er speelt. De Nationale Denktank 2010 heeft onlangs de publieke organisaties geadviseerd daartoe '*digitale voelsprietten*' te ontwikkelen. Vervolgens is het dan ook mogelijk om te reageren en/of de dialoog aan te gaan. Ten behoeve van de Burgerparticipatie kunnen we via de sociale media de dialoog en co-creatie 'klantvriendelijk' faciliteren.

Gevaar!

De gevaren van de nieuwe media zijn enorm, althans zo kopte de Telegraaf onlangs. En er gaat ook wel eens wat mis, ook bij het gebruik van sociale media door of namens de overheid. En dan zowel door het (onnadenkend) gebruik als juist door het *nalaten* van de inzet van deze middelen. Bijvoorbeeld bij de brand in het chemisch complex in Moerdijk in januari van dit jaar is de overheid verweten niets of veel te weinig te hebben gedaan met sociale media, die overigens zelf autonoom een grote dynamiek vertoonden in deze crisissituatie. Maar we kennen ook de voorbeelden van ambtenaren en politici die zichzelf en/of hun organisatie grote schade toebrechten door 'dom' getwitter of geblog.



Bijlage - Social Media def-extern

Omgangsvormen

In de kern zijn de regels en omgangsvormen voor de ambtelijke interactie met de buitenwereld bij de nieuwe media natuurlijk niet anders dan bij de oude. Maar de impact van een tweet, post of blog kan heel anders zijn. In tegenstelling tot een (telefoon-)gesprek of mailwisseling gaat een uitspraak via internet in principe *wereldwijd* en blijft daar *voor de eeuwigheid*. Daarbij komt dat sommige sociale media uitnodigen tot *snelle reacties* en de *drempel* daartoe soms *laag* ligt. Het is van groot belang ons daarvan steeds bewust te zijn.

Beleid, regie, richtlijnen?

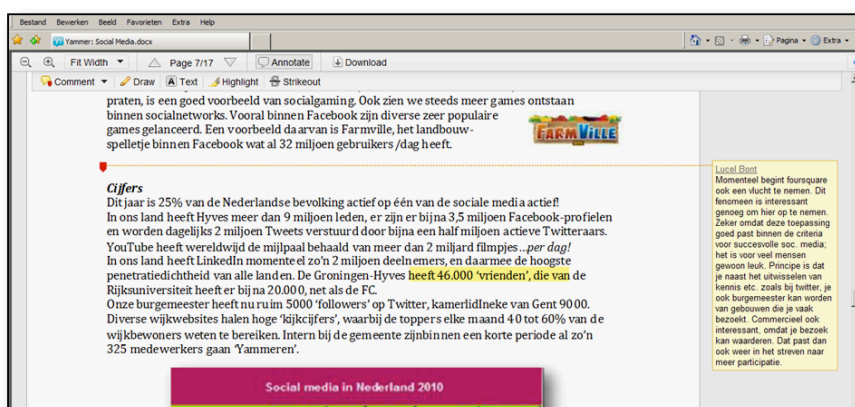
De vraag is: hoe gaan we hier mee om? Als gemeentelijke organisatie met haar politieke bestuur. Die vraag is gesteld door het DB van het gemeentelijk programma BoSS, opgeworpen door de burgemeester in zijn Nieuwjaarsspeech 2011 en ook beklemtoond in de onlangs vastgestelde Kadernota Burgerparticipatie: hoe gaan we *als gemeente* om met de sociale media? Hoe gaan we om met de nieuwe kansen en de nieuwe risico's?


Tijdens het Open Innovatie Festival Groningen – OIF050 – in december vorig jaar zijn we met de beantwoording van deze vragen begonnen. Voorop stond de behoefte aan dialoog en discussie. En overzicht. Wat is er gaande, wie doet wat, wat zijn onze kansen, wat de risico's, wat kunnen en willen we er mee, wat *moeten* we er mee. Wat zijn de mogelijkheden en onmogelijkheden, en wie gaat er uiteindelijk over, wie heeft de regie? Moeten er spelregels en richtlijnen komen, (technische) faciliteiten, huisstijl-voorschriften, juridische kaders, inspirerende festivals, interactieve communities? In deze nota proberen we hierop antwoorden te formuleren.

#ggsm

Geheel 2.0 hebben we deze notitie op interactieve wijze tot stand gebracht, met de inzet van onze eigen (soms interne) sociale media, zoals Twitter, Intranet en Yammer. Want om een van de belangrijkste eigenschappen van sociale media kunnen we natuurlijk niet heen: sociale media zijn *ván, vóór en dóór* 'de mensen': *wisdom of the crowd*.

We hebben dat gedaan onder de hashtag #ggsm: Gemeente Groningen en Sociale Media. Op dinsdag 12 april waren er op het stadhuis ruim 90 collega's bij elkaar om het pre-concept van deze notitie te bespreken aan de hand van een aantal dilemma's. De sessie werd afgesloten met een tweegesprek met burgemeester en gemeentesecretaris. De resultaten van de bijeenkomst zijn verwerkt in het definitieve concept.



Voorbeeld van een reactie op het pre-concept via Yammer. Ze zijn in het stuk met een  aangegeven.

Bijlage - Social Media def-extern

2. Social media are here (to stay)

2.1 Wat verstaan we onder sociale media

Definitiekwestie

Een eenduidige definitie voor 'social/social media' blijkt lastig te formuleren.

Social media is een noemer waar veel webtoepassingen onder worden geschaard. Het begrip 'social' heeft betrekking op het delen van informatie tussen individuen en groepen. De vraag om welk type informatie het gaat (blogcontent, nieuws, attenderingen, meningen, beoordelingen), om welk medium het gaat (video, korte tekst, afbeeldingen) of wat het 'delen' precies betekend (zenden, reageren, co-creatie) lijken niet relevant om een nieuw middel onder de noemer social media te scharen. Dat is begrijpelijk, want 'social' buzzt en is hot. En wie wil daar zich nu niet mee afficheren?



Enkele 'sociale media' uit vele, geordend naar aard en gebruik

Wikipedia zegt: "Social media – of sociale media – is een verzamelbegrip voor online platformen waar de gebruikers, met geen of weinig tussenkomst van een professionele redactie, de inhoud verzorgen. Tevens is er sprake van interactie en dialoog tussen de gebruikers onderling. De Engelse term *social media* is ook in het Nederlandse taalgebied gangbaar."

Veel medewerkers van de gemeente Groningen geven voorkeur aan de Nederlandse benaming en dus hanteren die zoveel mogelijk, hoewel in sommige teksten de Engelse versie niet misstaat.

Structurele verandering

Sociale media is geen hype maar een structurele verandering in de manier waarop mensen internet gebruiken. De gemeente doet er goed aan om hier in haar communicatiebeleid rekening mee te houden. Rond deze ontwikkeling van het sociale internet, is een enorme hype ontstaan. Mensen staan steeds meer altijd en overal met elkaar in verbinding. Daardoor kunnen we dingen efficiënter of anders doen en ontstaan nieuwe mogelijkheden. Informatie-uitwisseling en samenwerking zijn – waar dan ook en met wie dan ook – makkelijk mogelijk geworden.

Bijlage - Social Media def-extern

Iedere burger, van jong tot oud, man en vrouw, heeft met Web 2.0 een stem gekregen: men heeft meer toegang tot informatie dan ooit en meer mogelijkheden dan voorheen om zichzelf te organiseren, zelf content te produceren en die te verspreiden, producten te maken en die te distribueren en/of actie te voeren voor uiteenlopende doelen. Door opkomst van het sociale internet zijn de burgers politiek en economisch belangrijke medespelers geworden. De betere ontsluiting van informatie heeft de globalisering een enorme impuls gegeven: de aarde is 'plat' en 'democratisch' geworden: grenzen spelen in veel opzichten nauwelijks nog een rol en iedere organisatie en individu, van groot tot klein, van leek tot expert kan meepraten en in een grote mate van gelijkwaardigheid. Burgers zijn onafhankelijker van organisaties en instituties geworden en kunnen makkelijker dan ooit hun eigen boodschap overbrengen.



Interactie tussen ambtenaren en burgers is niet nieuw, dus wat we wél en niet doen in de communicatie met onze doelgroep hoeft in dit verband niet in detail beschreven te worden. Maar sociale media hebben kenmerken waarmee we niet allemaal vertrouwd zijn. En dat is reden genoeg na te denken over kaders waarmee de organisatie haar werknemers ondersteunt.



Door de komst van sociale media zijn namelijk wel een aantal dingen veranderd. In de eerste plaats is het erg eenvoudig geworden voor een ambtenaar om namens de organisatie zijn standpunt wereldkundig te maken. Zo eenvoudig zelfs, dat dit ook onbedoelde effecten kan hebben. Het uiteindelijke bereik van een Tweet of een reactie op een blog is niet goed te voorspellen. Ten tweede is de drempel voor het publiek erg laag om opinies en meningen over bijvoorbeeld de kwaliteit van dienstverlening te ventileren. Ook groeit het besef dat organisaties kennis kunnen nemen van deze uitingen. We hebben dus een grote verantwoordelijkheid om hier bewust mee om te gaan.

2.2 Sociale media kanalen en platformen

Om het terrein een beetje af te bakenen en in te delen volgt hier een opsomming van diverse sociale media kanalen met enige uitleg en voorbeelden.

Forums

Forums zijn samen met chatboxen de eerste platformen waarbij internet een sociale kant kreeg. Nooit eerder was het zo makkelijk om te kunnen discussiëren met mensen die je nog nooit had ontmoet. Tegenwoordig worden de chatboxen en de forums van toen niet meer zoveel gebruikt. Dit komt met name door de ineffectiviteit van grote algemene ontmoetingsplekken. Men kiest steeds vaker voor platformen die direct gericht zijn op een niche. Voorbeelden: Ouders online, Fok.nl, Partyflock etc.

Ouders
Online

Bijlage - Social Media def-extern



Reactie 1:

Zonder een oordeel uit te spreken over de kwaliteit er van in algemene zin, maar feitelijk zouden ook de reacties onder artikelen op internetkranten en -magazines als 'sociale content' kunnen worden beschouwd. De invloed van deze – soms lange – reeksen van meningen en opinies op de lezers moet niet worden onderschat.

Weblogs (blogs)

Weblogs (afgekort 'blogs') zijn oorspronkelijk ontstaan als online dagboeken met persoonlijke belevenissen van de schrijver. Tegenwoordig wordt het ook op het zakelijk vlak gebruikt. Kenmerk is dat er altijd uit één persoon geschreven wordt. Er kunnen wel meerdere personen op hetzelfde blogplatform actief zijn. Belangrijkste functies zijn het delen van informatie en de interactie met de bezoeker door middel van reactiemogelijkheden. Bekende platformen: Wordpress, Blogger. Site: wimdebie.nl



Microblogging

Sinds de introductie van Twitter is microblogging erg populair geworden. Net als bij weblogs zijn microblogs ook uitingen van persoonlijke ervaringen of van zakelijke bezigheden. Microblogs vertonen echter ook eigenschappen van sociale networks: het toevoegen van vrienden, het maken van een (micro)profiel en het onderling reageren zijn de functies van microblogs. Voorbeelden: Twitter, Google Buzz etc.

twitter



Video-sharing / Foto-sharing

Video-platformen zijn pas in een latere fase 'sociaal' geworden. In een eerder stadium kon je alleen video's uploaden en andere video's bekijken. Tegenwoordig heb je tal van sociale mogelijkheden, zoals reageren op video's, vrienden worden, embedden op andere websites, aanbevelingen, etc. Bekendste platformen: Youtube, Vimeo.



Op het gebied van foto-sharing zijn met name Flickr en ImageShack momenteel populair. Ook met de opkomst van microblogging (en bijbehorende links) en het makkelijk maken en sharen van foto's op de mobiele telefoon, heeft foto-sharing een grote vlucht genomen. Naast het uploaden van foto's, kan je hier ook commentaar op geven en foto's van vrienden bekijken. Bekendste platformen: Flickr, ImageShack, Fotolog.

flickr

Wikis

Deze soort sociale media is in principe ontstaan door de 'alleenheerser' op dit gebied, Wikipedia. In een Wiki werk je gezamenlijk met anderen (wereldwijd of in je eigen taal) aan artikelen over elk mogelijk te bedenken onderwerp. Het is lastig om Wikipedia van de troon te stoten, gezien de grote hoeveelheid content en het massaal aantal bijdragers. Het 'sociale' aspect van wiki's is het delen van kennis en het tot je nemen van diezelfde kennis.



Social Bookmarking / Social News Ranking

Sociale Bookmarking is het openbaar beschikbaar maken van je favoriete websites, blog, etc. In Nederland zijn deze initiatieven nog niet echt van de grond gekomen. Het inmiddels ter ziele gegane Delicious was de voorloper op dit gebied. Vergelijkbaar met Sociale Bookmarking is het ranken van nieuwsberichten. Ook deze vorm is met name buiten Nederland populair, maar wij kennen b.v. Nulij.



Custom Communities

Engszins in de vergetelheid geraakt, zijn de custom communities. Met deze online software maak je je eigen community (voor jezelf, bedrijf, vereniging, etc.) en maak je contact en links met andere communities. Sinds voor Ning betaald moet worden is deze manier van community-creatie minder populair geworden. Platformen: Ning, SocialeGo.

Ning

Bijlage - Social Media def-extern

Social Networks

Sociale netwerken worden ook wel peer-to-peer networks genoemd; belangrijkste functies zijn het aanmaken van een profiel, het delen van informatie en het toevoegen van vrienden. Ook zijn er social networks met vooral een zakelijk karakter, zoals b.v. LinkedIn. Bekendste platformen: Facebook, Hyves, Myspace, LinkedIn.



Reactie 2:

Momenteel begint foursquare ook een vlucht te nemen. Dit fenomeen is interessant genoeg om hier op te nemen. Zeker omdat deze toepassing goed past binnen de criteria voor succesvolle soc. media; het is voor veel mensen gewoon leuk. Principe is dat je naast het uitwisselen van kennis etc. zoals bij twitter, je ook burgemeester kan worden van gebouwen die je vaak bezoekt. Commercieel ook interessant, omdat je bezoek kan waarderen. Dat past dan ook weer in het streven naar meer participatie.

Nieuw is Fourquare, een web- en mobiele applicatie die geregistreerde gebruikers de mogelijkheid biedt om vrienden te updaten over hun locatie (*venue*). Wanneer de gebruikers inchecken op locaties, verdienen zij hiermee punten. Gebruikers kunnen deze zogenaamde *check-ins* delen met de rest van de wereld via Twitter, Facebook of een combinatie daarvan.



Social Gaming

De beste voorbeelden van Social Gaming zijn spellen zoals SecondLife waarbij men in een virtuele wereld met elkaar kan chatten en zelfs een virtuele wereld met elkaar kan opbouwen. Maar ook een spel als World of Warcraft, waarbij men in het heetst van de strijd met elkaar kan praten, is een goed voorbeeld van socialgaming. Ook zien we steeds meer games ontstaan binnen socialenetworks. Vooral binnen Facebook zijn diverse zeer populaire games gelanceerd. Een voorbeeld daarvan is Farmville, het simpele landbouwspelletje binnen Facebook wat momenteel al meer dan 32 miljoen gebruikers per dag heeft.



Cijfers

Dit jaar is een kwart van de Nederlandse bevolking op minstens één van de sociale media actief! Hyves heeft meer dan 9 miljoen leden, er zijn bijna 3,5 miljoen Facebook-profielen en worden dagelijks zo'n 2 miljoen 'tweets' verstuurd door bijna een half miljoen actieve Twitteraars. YouTube heeft wereldwijd de mijlpaal behaald van meer dan 2 miljard filmpjes... *per dag!* In ons land heeft LinkedIn momenteel zo'n 2 miljoen deelnemers, en daarmee de hoogste penetratiedichtheid van de hele wereld. De Groningen-Hyves heeft 46.000 'vrienden', die van de Rijksuniversiteit heeft er bijna 20.000, net als die van de FC. Onze burgemeester heeft nu ruim 5.500 'followers' op Twitter, kamerlid Ineke van Gent 9.000. Diverse wijkwebsites halen hoge 'kijkcijfers', waarbij de toppers elke maand 30 tot 50% van de wijkbewoners weten te bereiken. Intern bij de gemeente zijn binnen een korte periode al zo'n 400 medewerkers gaan 'Yammeren'.

Social media in Nederland 2010						
		Bekendheid ¹	Profiel ²	Gebruik ³	Uren ⁴	Toekomst ⁵
1	Hyves	90%	60%	48%	13.912.000	-10%
2	Youtube	87%	22%	44%	14.453.000	14%
3	Twitter	76%	11%	9%	2.982.000	26%
4	Facebook	76%	28%	19%	6.276.000	12%
5	MySpace	50%	3%	2%	285.000	-10%
6	LinkedIn	46%	23%	9%	1.222.000	33%
7	Picasa	39%	7%	4%	557.000	4%
8	Flickr	32%	3%	1%	211.000	15%
9	Netlog	14%	2%	0%	63.000	-24%
10	Google Buzz	12%	2%	0%	18.000	18%

Bijlage - Social Media def-extern

2.3 Impact van Sociale Media

Met zo'n groot bereik is ook de impact van sociale media niet te onderschatten. Daar zijn vele voorbeelden van, zowel positieve als negatieve. We noemen er een aantal.

Bij de recente omwentelingen in de Arabische wereld – zoals bijvoorbeeld die in Egypte – spelen sociale media als Twitter, YouTube en Facebook een belangrijke, zo niet doorslaggevende rol. Via deze kanalen communiceren de 'opstandelingen' onderling en met de buitenwereld. De belangrijke troef van *de macht over de media* is voor de regimes verloren gegaan.

Een heel ander voorbeeld van de grote impact van sociale media is de 'doorbraak' van onbekenden via filmpjes op YouTube. 'Onze' Esmee Denters werd meer dan 15 miljoen keer bekeken, maar de huidige kampioen is natuurlijk Justin Bieber, met meer dan 250 miljoen views. Hij bedankte via Twitter zijn 3,8 miljoen 'followers' hartelijk. Maar ook filmpjes van bewakingscamera's met beelden van overvallers worden veel bekeken (de overval op juwelier Scheich in Groningen b.v. ruim 220.000 keer) en resulteren soms in aanhoudingen. En het Dagblad van het Noorden kopte onlangs: "Burgernet vangt boeven!"



Imago(schade)

Veel bedrijven hanteren bij hun pogingen om het imago te verbeteren via sociale media het begrip ROI: Return on Investment. Maar je kunt het ook andersom benaderen, namelijk wat er gebeurt als je *niet* investeert in sociale media: men noemt dat *Return-on-Ignoring*. Het negeren van sociale media heeft namelijk ook een grote impact.



Alsof de olieramp nog niet genoeg ellende teweeg bracht eiste een hilarische fake BP-account alle aandacht voor zich op, tezamen met de massa's negatieve reacties van de hele wereld via sociale media, waar BP niet van terug had, simpelweg omdat ze niet aanwezig waren op het moment dat het nodig was. Op de shockerende KitKat-variantie door Greenpeace werd door Nestlé gereageerd door te dreigen met rechtszaken en claims in te dienen, in plaats van inhoudelijk te reageren. Dat kwam de toch al negatieve beeldvorming niet ten goede.

Computerbedrijf Dell reageerde in eerste instantie ook niet op de via Twitter rondbuzzende klachten over hun online klantenservice, geïnitieerd door slechts één tweet van een enkele gefrustreerde klant, JeffJarvis. Hij was blijkbaar niet de enige met klachten, en het kostte Dell uiteindelijk miljoenen. De actie van Youp van 't Hek met betrekking tot de tarievenstructuur en klantenservice van T-mobile behoeft geen verdere toelichting. Tjakka...

De consument heeft met sociale media enorm veel macht in handen gekregen. Voor vele grote bedrijven is een afdeling 'Webcare' onmisbaar geworden.

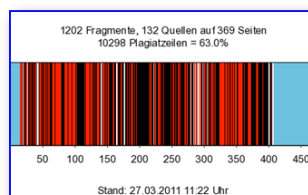
In Duitsland lag Karl-Theodor Maria Nikolaus Johann Jacob Philipp Franz Joseph Sylvester Freiherr von und zu Guttenberg (zo heet ie echt) -beter bekend als Karl-Theodor zu Guttenberg- onder vuur. Als minister van Defensie was hij de gedoodverfde, charismatische opvolger van bondskanselier Merkel.

Bijlage - Social Media def-extern

Zu Guttenberg was *summa cum laude* gepromoveerd in de rechten, maar zou onzorgvuldig zijn geweest bij het verantwoord van citaten in zijn proefschrift. Middels een online wiki (de GutenPlagWiki) werd zijn proefschrift door duizenden burgers gefileerd.

Het werd een heel directe vorm van 'wisdom of the crowd'. De GutenPlagWiki groeide uit tot 2310 pagina's en er liepen 286 discussies. Middels de grafiek hiernaast werd de voortgang getoond. Uiteindelijk werden er op 369 van de 393 bladzijden 'plagiatfragmenten' gevonden, uit 132 verschillende bronnen.

Zu Guttenberg moest vervolgens z'n ministerschap opgeven en de politiek verlaten, ondanks het feit dat hij (nog steeds) de populairste politicus van Duitsland is.



Dichterbij huis had de gemeente Groningen zelf ook een imago-probleempje toen een filmpje van dartende ambtenaren – overduidelijk in een gebouw van de gemeente – op YouTube verscheen, wat natuurlijk gretig werd doorgelinkt door de website GeenStijl.

Dat het filmpje licht suggestief was (hoewel het begin overdag gefilmd is, blijkt het darten in de avond plaats te vinden - er loopt zelfs een schoonmaker door het beeld) deed aan de negatieve beeldvorming niet veel af: de commentaren waren vernietigend cynisch. Terecht of onterecht, het beeld gaat de wereld rond.

Underschatting

Op nationale schaal kennen we het voorbeeld van de inentingscampagne tegen baarmoederhalskanker bij jonge meisjes. Via internet ontstond een grote 'buzz' over nut en noodzaak van deze inenting, het zou zelfs schadelijk zijn. Vele meisjes twijfelden. Het RIVM reageerde in eerste instantie geheel niet op deze 'sociale commotie', en pas in een latere fase via spotjes op Radio 1. De beoogde doelgroep luistert echter doorgaans niet naar 'de Nieuwsradio', en de boodschap kwam dus niet aan.

De crash van het vliegtuig van Turkish Airways bij Schiphol liet als eerste zien dat sociale media in de nieuwsvoorziening een belangrijke rol vervullen, en vanwege de 'presence of the crowds' vaak als eerste aanwezig zijn en – meestal ongeïnterpreteerd – actuele informatie doorgeven. Bij de brand in Moerdijk is dit gegeven genegeerd, en heeft alle (crisis-)communicatie zich op de oude vertrouwde werkwijzen en kanalen gericht. Dat werkt niet meer afdoende.

Een dichtbij-voorbeeld is de discussie over (de wens naar) grote (TV-)schermen op de Grote Markt bij de WK-finale in 2010. De discussie ontvlamde na de halve finale en de voorstanders van een groot (kijk-)feest op de Grote Markt hadden binnen een halve dag een website, een twitter-account en een e-petitie 'in de lucht'. De respons was enorm, de communicatie supersnel en de e-petitie de meest succesvolle tot nu toe (> 4000 stemmen in 1 dag). Gemeente, politie en hulpverlening concludeerden echter dat het – om veiligheidsredenen – helaas niet kon. En terwijl de gemeentevoorlichter de voor de volgende ochtend geplande persconferentie aan het voorbereiden was, werd hij gebeld door een journalist. Of hij even wilde bevestigen dat het feest niet door ging, want dat hadden de initiatiefnemers immers al lang gemeld.... Op Twitter!



Bijlage - Social Media def-extern

Conclusie

Sociale media hebben een niet te onderschatten of te negeren werking. Revoluties en regime-omwentelingen vinden – mede – dankzij sociale media plaats. Transparantie en wereldwijde zichtbaarheid, ‘media of the crowds’, ondermijnt de politieke macht over de oude media en propaganda. Met de inzet van sociale media zijn de burgers – ook als consumenten, klanten, kiezers en onderdanen – aan de macht. De (dreiging van) mogelijk grootschalige imagoschade is daarbij een sterk wapen, de snelheid van verspreiding ongekend. Voor ‘oude media’, bedrijven en overheden is negeren is een onhoudbare strategie. Sociale media zijn hype-gevoelig en ‘buzzen’ soms onwaarheden rond, maar bieden soms ook een ondubbelzinnige weergave van de werkelijkheid – of op z’n minst de beleving daarvan.

Sociale media zijn een vast gegeven in de (communicatie-)wereld geworden, zijn daaruit niet meer weg te denken en zullen grote invloed hebben: *social media are here to stay!*

3. Gemeentelijk gebruik sociale media: kansen en risico’s

3.1 Kansen: wat kunnen we ermee?

Zenden: sociale media hebben een groot bereik, en kunnen gebruikt worden als zend-medium, om grote(re) doelgroepen te bereiken. Sociale media kunnen een belangrijke rol vervullen in crisiscommunicatie, ze werken bij uitstek ‘als er iets loos is’. Maar dan moet dat ook wel écht zo zijn, want zonder echte nieuws- of attentiewaarde blijkt de informatieconsumptie ‘vluchtig’ of zelfs geheel afwezig. We kunnen ook ‘service-tweets’ uitbrengen over gemeentelijke diensten en producten of over gemeentelijk nieuws. De politie zet filmpjes van interviews met medewerkers op YouTube, om ‘de mens’ achter de politiemantel en het politiewerk zichtbaar te maken. Maar louter ‘zenden’ – sociale media als hét nieuwe zendkanaal – staat een beetje haaks op de essentie van deze (interactieve, responsieve) media.

Luisteren: is van groot belang. Door de sociale media zijn de consumenten (*burgers* in ons geval) aan de macht. Slechte ervaringen worden breed gedeeld, een imago is zo geknakt. Terecht of onterecht, oordelen, opvattingen en meningen over ‘de gemeente’ gaan rond en via sociale media gaat het sneller en met een groter bereik. Of het nu de dienstverlening betreft of de ontwikkeling van beleid of plannen, of het om ‘de politiek’ gaat of de betrokkenheid van individuele ambtenaren, er zijn altijd wel ‘andere geluiden’. Het is van belang dat we weten hoe er over ‘ons’ gesproken en gedacht wordt, zodat we ons daar op kunnen instellen en reageren. We moeten ‘digitale voelsprietten’ gaan ontwikkelen.

We moeten dit serieus nemen, en kunnen deze ontwikkelingen niet negeren. De nieuwe media zijn er, en volop in gebruik. Weten wat er op internet speelt op jouw (beleids-)terrein, over jouw project of jouw dienst of afdeling is essentieel. Het gaat om *webcare* en *community-management*.

Interacteren: sociale media bieden vooral kansen daar waar het (echt) gaat om *interactie*. Ze voorzien in laagdrempelige communicatie met de buitenwereld, zeker ook van belang bij het organiseren van meedenken en participatie door burgers. Dankzij sociale media kunnen we directe contacten onderhouden met de doelgroepen van beleid, waaronder de doelgroepen die doorgaans moeilijker te bereiken zijn. Als gevolg hiervan kan de afstand tussen de overheid en de samenleving worden verkleind. Sociale media stimuleren participatie en zelforganisatie. Dit vergroot de betrokkenheid en zelfredzaamheid van burgers met betrekking tot beleid. Het resultaat kan zijn dat het draagvlak voor en legitimiteit van het beleid toenemen.



Bijlage - Social Media def-extern

Sociale media faciliteren het organiseren van collectieve intelligentie en het activeren van 'the wisdom of the crowd'. Als gevolg van het benutten van creatieve ideeën uit de samenleving kan beleidsverrijking optreden. Dergelijke toepassingen zijn overigens ook *intern* bij de gemeente interessant voor het ontwikkelen van beleid en op het gebied van kennisdelen.

Initiatieven op dit terrein vallen uiteen in drie categorieën:

- crowdsourcing, waarbij burgers ideeën aanleveren;
- co-creatie, waarbij burgers en overheden samenwerken aan de realisatie van maatschappelijke taken;
- zelforganisatie, waarbij burgers zichzelf organiseren zonder hulp van de overheid, maar waarbij de overheid soms wel faciliterend optreedt.

Dankzij de sociale media kunnen we relevante ontwikkelingen in de buitenwereld vroegtijdig signaleren en vernemen hoe de samenleving over bepaalde zaken denkt. Ook kunnen we sneller en beter inspelen op actuele ontwikkelingen (responsiviteit). Het kan resulteren in meer transparantie, omdat we burgers effectiever kunnen informeren en onjuiste informatie sneller kunnen corrigeren. We kunnen efficiënter werken en kennis delen. Online communiceren kost minder tijd dan het organiseren van fysieke bijeenkomsten. Het bereik – ook inhoudelijk – is groter. Op deze manier kunnen ook kostenbesparingen gerealiseerd worden.

Met behulp van sociale media kunnen we positieve publiciteit genereren over de eigen organisatie, bijvoorbeeld in de vorm van aansprekende filmpjes. Dit is positief voor het imago. Sociale media kunnen de effectiviteit en legitimiteit van de overheid vergroten en faciliteren de samenwerking van ambtenaren en afdelingen over de organisatiegrenzen heen (ontkokering), bijvoorbeeld in de vorm van virtuele netwerken ('communities').



Reactie 3:

Overige mogelijkheden met de inzet van sociale media:

- *Peilen van meningen (tevredenheidsonderzoek)*
- *Verkrijgen van achtergrondinformatie*
- *Vorming van wij-gevoel (intern en extern)*
- *Verkrijgen van begrip*

3.2 Risico's

Een nadeel van digitale communicatie is dat organisaties en individuen nog jaren met hun 'digitale voetafdruk' geconfronteerd kunnen worden. Digitale informatie, zelfs vluchtige uitspraken, zullen (bijna) altijd 'opzoekbaar' blijven.

Bij sociale media is de overheid niet de enige partij die informatie zendt, maar reageren burgers ook op deze informatie en zullen ambtenaren dwingen of verleiden om op hun vragen of standpunten te reageren. Ambtenaren zullen bij hun contacten met de buitenwereld altijd rekening moeten houden met het feit dat hun uitspraken in het virtuele domein niet op gespannen voet mogen staan met het gemeentelijk beleid. Het primaat van de politiek maakt het lastig(er) voor ambtenaren om te participeren in Web 2.0 omgevingen.



Sociale media zijn snelle communicatiemediën. De snelheid van het internet kan op gespannen voet staan met de zorgvuldige en dus 'vertragende' procedures, richtlijnen en regels die bij overheidscommunicatie in acht worden genomen.

De betrouwbaarheid en kwaliteit informatie die bij virtuele discussies wordt uitgewisseld kan niet worden gegarandeerd. In de praktijk is het niveau van online discussies erg wisselend en vrijblijvend.

Bijlage - Social Media def-extern

De afkomst en betrouwbaarheid van berichten is vaak lastig te wegen, zeker wanneer mensen anoniem berichten plaatsen. In plaats van een inhoudelijke verrijking (dankzij het activeren van de 'wisdom of the crowd'), kan dus ook sprake zijn van 'the hegemony of the amateurs'. In lijn daarmee is er het risico dat bijvoorbeeld machtige organisaties of belangengroepen de feiten op het internet naar hun hand proberen te zetten, door hen onwelgevallige inzichten of beredeneerde (tegen)argumenten van anderen te overschreeuwen met 'feiten' die slechts hun belangen dienen.



Voor de overheid is het belangrijk dat een brede doelgroep wordt bereikt. Maar bij sociale media is vaak niet duidelijk of de deelnemers representatief zijn voor een grotere doelgroep. Het risico is dat de stem van de mondige burgers mét digitale vaardigheden beter wordt gehoord dan die van (minder mondige) burgers zonder digitale vaardigheden.

De privacy van mensen die gebruik maken van sociale media kan niet altijd worden gegarandeerd en kan zelfs worden misbruikt. Veel informatie van overheden heeft een vertrouwelijk karakter en kan om die reden niet zo maar met derden worden gedeeld. De bescherming van gegevens is daarom een zeer relevant aandachtspunt voor de overheid.

Het horizontale karakter van de sociale media en Web 2.0 toepassingen kan op gespannen voet staan met de hiërarchisch georganiseerde ambtelijke organisatie. Negatieve publiciteit over de eigen organisatie kan zich razendsnel verspreiden, met ondermijning van het overheidsgezag als gevolg. En ambtenaren zijn nog geen reguliere en geaccepteerde gebruikersgroep op internet. Er zijn voorbeelden bekend van ambtenaren die zijn genegeerd of geweigerd tijdens discussies via sociale media. Het meepraten van ambtenaren kan een 'big-brother' gevoel oproepen bij andere internetgebruikers.

Juridische risico's

Wat als er (per ongeluk) foute informatie door ambtenaren (of bestuurders) naar buiten wordt gebracht via sociale media? Zo'n bericht staat dan 'voor de eeuwigheid' en 'zwart-op-wit' op internet en kan niet worden teruggehaald, hooguit herroepen of gecorrigeerd.

Wat is de juridische status van een 'tweet', vooral als die van een 'officiële' gemeente-account wordt verzonden? Wat als burgers naar aanleiding daarvan bepaalde actie ondernemen, of directe schade ondervinden. En wat als je communiceert over nog niet vastgesteld beleid? Bestaat er ook zoiets als 'schaduwwerking' van een gemeentelijke mededeling op Facebook of Twitter? Voer voor juristen...



Reactie 4:

Houd ook rekening met de vraag of (bepaalde content van) sociale media onder de archiefwet valt. Op dit moment hebben wij van DIV+ landelijk nog geen uitspraken hierover kunnen vinden. De gemeente Heerhugowaard heeft een nota over sociale media waarin wordt gewaarschuwd voor de juridische component.

Bestudering van de (juridische) kaders m.b.t. sociale media bij een aantal grotere gemeenten laat zien dat slechts een aantal daarbij oog hebben voor specifieke aspecten van archivering. Bijvoorbeeld den Bosch geeft specifieke richtlijnen om bij de dossieropbouw ook de relevante (al dan niet zelf geplaatste) content van de sociale media op te slaan. Een aantal gemeenten verwijst bij (juridische) twijfel naar de afdeling juridische zaken.

Bijlage - Social Media def-extern

De meeste gemeenten volstaan met de inmiddels gangbare richtlijnen ('wees een ambtenaar..', zie hoofdstuk 4.1) of zijn nog bezig met het ontwikkelen van beleid. Deze richtlijnen gaan vrijwel allemaal over (ambtenaren)gedrag op sociale media ('je bent ambassadeur van de gemeente'), hoe om te gaan met 'gevoelige' informatie, soms over het gebruik van huisstijl(elementen) en vaak over het voorkomen van imagoschade. Een aantal doet de - zeer nuttige - suggestie om complimenten of kritiek naar een centraal punt door te sturen, meestal de afdeling voorlichting.

We vonden nog weinig beschouwingen over daadwerkelijke - nieuwe - juridische risico's die samenhangen met het specifieke karakter van de sociale media: laagdrempelig maar (zonder al te veel context) voor eeuwig 'zwart-op-wit'. Bert Westerink - oud wethouder van Groningen en jurist - waarschuwde in een column voor het risico dat "instant reacties de ruimte scheppen voor ondoordachte opmerkingen die als toezegging kunnen worden opgevat".

Niet elke tweet is te voorzien van een disclaimer... Aan het punt van de (media-specifieke) juridische risico's zal zeker nog de nodige aandacht moeten worden besteed.

Samengevat: voor- en nadelen van sociale media voor ambtenaren
Voordelen
Afstand met samenleving verkleinen dankzij interactie
Versterken van draagvlak en legitimiteit dankzij participatie
Beleidsverrijking dankzij wisdom of the crowds
Relevante ontwikkelingen vroegtijdig signaleren (webmonitoring)
Sneller inspelen op relevante ontwikkelingen (responsiviteit)
Meer transparantie
Efficiënter werken (kosten besparen)
Positieve publiciteit genereren (imago)
Effectiviteit en legitimiteit verhogen
Verbeterde samenwerking (intern en extern)
Peilen van meningen (tevredenheidsonderzoek)
Verkrijgen van achtergrondinformatie
Vorming van wij-gevoel (intern en extern)
Verkrijgen van begrip
Nadelen
Digitale informatie is (voor) altijd vindbaar
Ambtenaren moeten rekening houden met het primaat van de politiek
Betrouwbaarheid informatie is onzekere factor
Privacy kan in het geding zijn
Vertragend effect van ambtelijke procedures en richtlijnen
Risico van information-overload
Hiërarchie binnen overheid staat op gespannen voet met horizontaal karakter van sociale media
Negatieve publiciteit kan het gezag van ambtelijke organisaties ondermijnen
Representativiteit is onzekere factor
Ambtenaren zijn nog geen geaccepteerde gebruikersgroep op internet
Juridische risico's
Archivering volgens de Archiefwet
Nog onvoldoende inzicht in juridische status van informatie specifiek via sociale media

Bijlage - Social Media def-extern

4. Stand van zaken

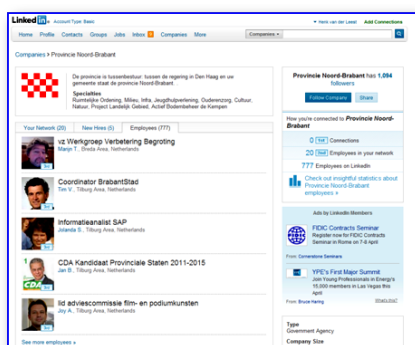
4.1 Hoe doen andere overheden het?

De overheid is een slow starter bij het gebruik van sociale media. Overheidsorganisaties realiseren zich wel dat er kansen liggen en maken zich er meer en meer druk over. Vooral Twitter wordt al aardig gemeengoed en er komen richtlijnen voor medewerkers hoe de sociale media te gebruiken.

Provincies

De collega's bij de provincie Groningen zijn nog 'zoekende', zoals ze het zelf zeggen. De provincie is bezig met een inventarisatie van wat er nu al gebeurt en gaat bekijken hoe sociale media als communicatiemiddelen kunnen worden ingezet. En wat er gebeurt, is niet zo veel. Er is een algemeen twitteraccount (400 followers, <100 tweets), maar die wordt alleen gebruikt voor het tweeten van de nieuwsberichten die op de website van de provincie komen.

In samenwerking met de Regiopolitie Groningen twittert de provincie over de werkzaamheden op de N366 tussen Veendam en Ter Apel (110f, 50tw), maar dat is wel zo ongeveer. Er was een idee om Facebook en Hyves in te schakelen bij een campagne om meer kiezers te trekken bij de Provinciale Statenverkiezingen. Maar dat gaat niet door. "We zagen de toegevoegde waarde niet zo goed." Een protocol voor sociale media is in de maak. Dat is een zaak van P&O en Juridische Zaken, Communicatie is daar niet bij betrokken. Drie van de Gedeputeerden twitteren. Marc Jager was de actiefste met zo'n 640 tweets (270 f).



Er zijn provincies die actiever zijn dan Groningen. Zoals Brabant. Brabant twittert nieuws, zit op LinkedIn en plaatst filmpjes op YouTube ('Werken aan biodiversiteit', 'promotiefilm De Kracht van Brabant'). Flevoland maakte bekend sociale media in te zetten om meer kiezers bij de Provinciale Verkiezingen te trekken. Maar het komt erop neer dat op een speciale website alle twitteraars over de verkiezingen zijn te vinden.

De provincie Friesland, heeft filmpjes staan op YouTube ('Bevolkingsontwikkeling in Fryslân'), twittert nieuws en plaatst foto's op Flickr ('Vervanging brug Oosterwolde'). Ze

maakte onlangs bekend sociale media te willen inzetten om meer jongeren bus en trein in te krijgen. Hoe? Dat zijn ze aan het bekijken. Overijssel heeft voor haar ambtenaren een protocol met 'zakelijke richtlijnen' ontwikkeld ('Blijf zakelijk in je opstelling en wees ook inhoudelijk ter zake, het gaat om je werk').

Rijksoverheid

Ook de Rijksoverheid verkent voorzichtig de nieuwe wereld van de sociale media. Op de ministeries wordt er flink over gediscussieerd, ambtenaren zijn bezig beleid te maken, maar het blijft nog redelijk stil. "Ondanks enthousiaste initiatieven zijn veel mensen bij de overheid gewoon nog niet klaar voor sociale media", zegt een 'online adviseur' van het ministerie van VWS over de Rijksoverheid. "Vaak wil men aan de top wel dat ambtenaren iets opschrijven over sociale media en daar over nadenken, maar zodra dat advies dan uitmondt in het daadwerkelijk gaan participeren op internet, wordt men huiverig en blijft het bij een nota."

Bijlage - Social Media def-extern

Niet dat Den Haag niets doet. Tijdens de Q-kooitsepidemie waarbij tienduizenden geiten werden geruimd, hadden de ministeries van Landbouw en VWS veel volgers van hun tweets met het laatste nieuws over de ziekte. Verder heeft VWS verder in samenwerking met Hyves geregeld dat Hyvers op hun account kunnen vermelden dat ze orgaandonor zijn. Dat heeft 25.000 nieuwe donoren opgeleverd. En VWS organiseerde tijdens de vaccinaties tegen de Mexicaanse Griep een live stream videoverbinding waarbij kinderen virologen en artsen vragen konden stellen, onder het motto: Postbus 51 kan nog zoveel zeggen, alleen van de dokter neem je het echt aan.

Richtlijnen voor rijksambtenaren zijn onder meer in de 'Uitgangspunten online communiceren bij rijksambtenaren' van de VoorlichtingRaad geformuleerd. Die vindt dat er geen speciale regels voor rijksambtenaren rond sociale media nodig zijn. Kort samengevat: Wees een goede ambtenaar. Dus: wees zorgvuldig, betrouwbaar, positief en respectvol. Buiten werktijd mag je in alle vrijheid het web op. Maar communiceer je als ambtenaar, realiseer je dan dat je onder de ministeriële verantwoordelijkheid valt.

Politie

Een voorbeeld van een overheidsorganisatie die flink aan de digitale weg timmert en met sociale media direct contact met burgers legt, is de politie. Met filmpjes op YouTube probeert de politie verdachten op te sporen. De filmpjes trekken veel bekijks. Een filmpje van ruim een minuut van verdachten van een overval op een juwelier in de stad bijvoorbeeld al zo'n 180.000 maal. De politie schakelt YouTube verder in bij preventie, werving en voorlichting.

Zo plaatst ze bijvoorbeeld filmpjes op YouTube waarin politieagenten in alle openheid en met emotie over hun werk vertellen ('Ik was laatste die hem sprak'). Zo kunnen de sociale media dus ook een middel zijn om aan imago te schaven.



De Regiopolitie Groningen is de politiekampioen als het om twitteren gaat. Naast het dienstpistool de Blackberry... Veel wijkagenten twitteren al, ze zijn er erg enthousiast over. Sommige agenten hebben honderden volgers. Onlangs werd bekend dat alle 150 Groninger buurt- en jeugdagenten een Blackberry krijgen waarmee ze onder meer kunnen twitteren en in contact met de burgers kunnen komen. Het idee is dat transparantie, herkenbaarheid en laagdrempeligheid van positieve invloed is op het veiligheidsgevoel op straat en het vertrouwen in de politie. Driekwart van de tweets gaat over het politiewerk ('Melder van overlast bezocht. Overlast van o.a. de geur van wiet, dankzij blowende burenen'), zo is het streven van de twitterende agenten. Voor de herkenbaarheid gaat de rest gaat over privé zaken ('Nu eerst aan de koffie'). Hoe de burgers de twitterende politie ervaart, onderzoekt men nu: 'Is de twitterende buurtagent van invloed op uw veiligheidsbeleving, beeldvorming en zelfredzaamheid?'



Dat de twitterende agent incidenten kan opleveren, leert de geschiedenis met de Hooogeveensepolitie-chef Gerda Dijkman (twitter-naam 'grotedame'). Na een geruchtmakende tweet over 'facistische PVV' twitterde ze bij het nieuws over twee overleden mensen in een huis in Meppel dat 'het wel weer om huiselijk geweld zou gaan'. In werkelijkheid waren de twee het slachtoffer van vergiftiging door koolmonoxide. Toch komen er geen twitter-richtlijnen voor agenten. Niet nodig, vindt minister Opstelten. De Regiopolitie Groningen zegt: "We vertrouwen op de professionaliteit van de agenten."

Bijlage - Social Media def-extern

Wat doen andere gemeenten?

Gemeenten zien sociale media als middelen om in contact met burgers te komen en zijn aan het experimenteren geslagen. Zonder veel succes, vindt in ieder geval onderzoeker politieke communicatie Chris Aalberts, bekend van het boek *U draait en bent niet eerlijk over spindoctoring politiek Den Haag*. "Sociale media bij gemeente zijn een ramp", stelt hij. Het twitteren van pers- en nieuwsberichten is nog wel de meest innovatieve toepassing. En sommige gemeente hebben een YouTube-kanaal waar slecht bekeken filmpjes te zien zijn.



Dat is wel een erg negatieve samenvatting van de goed bedoelde initiatieven van gemeenten. Maar feit is wel dat veel gemeenten niet verder komen dan het twitteren van hun nieuwtjes als een soort RSS-feed. Twitteren heeft dan geen echte meerwaarde. Volgens Gemeente.nu hebben slechts ruim 150 van de meer dan 400 gemeenten een twitteraccount, waarvan maar een tiental echt actief is. Sociale media en dan vooral twitter zijn vaak niet meer dan een extra zendkanaal, terwijl de kern van sociale media juist interactie en het delen van informatie is.

Er zijn uitzonderingen. Zoals Spijkenisse, die interessante tweets van burgers of andere organisaties onder de aandacht brengt. Met het twitteraccount (700f, 1000 tweets) praat de gemeente, stelt ze vragen en geeft ze antwoorden ("We hopen het probleem met de detectielus snel op te lossen. Dank voor melden van 'onnodig' rood licht"). Of Zoetermeer (1000f, 900 tw) dat ook actief vraagt (b.v. goede besparingsideeën) en reageert ("Kunt u uw idee wat toelichten en mag ik het plaatsen op zuinigzoetermeer.nl onder vermelding van uw twitternaam?").

In sommige gemeente zijn ambtenaren al op twittercursus geweest, zoals in Amsterdam. Veel medewerkers van hulpdiensten waren daarbij. "Sociale media spelen een belangrijke rol bij crisiscommunicatie", zegt een woordvoerder. "Via de sociale media kan je informatie geven: het klopt, er zijn afzettingen, er zijn gewonden. Als mensen op internet dingen roepen, dan kan je die bevestigen of corrigeren." Amsterdam heeft richtlijnen gemaakt voor ambtenaren die actief zijn met sociale media. Het moet duidelijk zijn of je iets zegt vanuit je functie of als privépersoon. "Het werkt wel goed als je af en toe iets van jezelf laat zien. Anders zou je bij wijze van spreken net zo goed een robot kunnen laten twitteren." En: Verschuil je niet achter een grappige naam en hou je aan de huisstijl van de gemeente.

Digitaal debatteren over binnenstedelijk bouwen is voor de gemeente Utrecht dé manier om zoveel mogelijk stadsbewoners te betrekken bij inbreidingsplannen. De tijd van de 'klassieke, doordeeweekse discussieavond in een stoffig zaaltje' lijkt voorbij. Via onder meer twitter en www.stadsdebatutrecht.nl wordt Utrechters sinds kort gevraagd mee te denken over de enorme bouwopgave waar de stad voor staat. De gemeente heeft vooralsnog dertien nog te ontwikkelen inbreidingslocaties daarvoor aangewezen. Ambtenaren en wethouders reageren door mee te twitteren.



Bijlage - Social Media def-extern

Maar sociale media is meer dan alleen twitteren.

Heemstede, dat ook al richtlijnen voor het gebruik van sociale media heeft ('Vermijd ironie, doe geen loze beloften, reageer snel, kom voor je fouten uit'), heeft naast een Twitteraccount een YouTube-kanaal, heeft foto's op Flickr en zit op LinkedIn. Op LinkedIn kunnen burgers discussiëren over gemeentelijke thema's en informatie krijgen over vergunningen, bestemmingsplannen en vacatures. Heemstedenaren hebben daar ook de mogelijkheid met andere plaatsgenoten te 'connecten'.

Minstens tien gemeenten gaan de hulp inroepen van voormalige politieagenten en rechercheurs om bijstandsfraudeurs op te sporen via sociale media. "Gemeenten besteden het werk rondom de vorderingen meestal uit aan incassobureaus, terwijl zij zelf veel kunnen doen. Het in de gaten houden van sociale media is belangrijk, maar ook het koppelen van verschillende persoonsgegevens aan elkaar. Via de gemeentelijke basisadministratie kom je ook zaken te weten."

Een voorbeeld hoe sociale media rond projecten zijn in te zetten, komt uit Alphen aan den Rijn. Daar heeft de gemeente alle mogelijke sociale media als Twitter, Facebook, Hyves, LinkedIn en live videostreams ingezet om één week lang alle aandacht op de Alphenese structuurvisie te richten. Met bijeenkomsten die live op de website te volgen waren, elke dag een afsluitende talkshow, op allerlei manieren was er interactie tussen stadhuis en bevolking over hoe Alphen eruit zien. Het leverde 160 reacties op LinkedIn, ruim 3.000 bezoekers op de speciale structuurvisiewebsite en 11.000 tweets op. Twee maal was de gemeentelijke structuurvisie 'trending topic' op Twitter, dus het meest besproken onderwerp op Twitter.

Meer dan bij de Rijksoverheid en de provincies twitteren steeds meer gemeenteambtenaren onder hun eigen naam. Vooral onder medewerkers die actief in de wijken zijn, zitten veel twitteraars. Soms eerst zuiver privé begonnen, vervolgens steeds meer werkgerelateerd. "Door op een slimme manier gebruik te maken van de # en me te richten op lokale items heb ik een aardig bereik onder wijkbewoners (o.a. doordat bewonerswebsites me volgen)", zegt een wijkmanager uit Zoetermeer. "Verder volg ik ook meer en meer bewoners of discussies, gewoon als extra informatiekanaal. Ik tweet pas iets, als het ook op de wijkwebsite zou mogen (nooit geheime of zeer gevoelige info dus). Het is 'gewoon weer een communicatiemiddel' waarmee ik een andere doelgroep bereik en waaruit ik een berg aan informatie haal."



Reactie 5:

Ook het waterbedrijf experimenteert met Twitter: <http://twitter.com/waterbedrijf>

Waterbedrijf

Het waterbedrijf Groningen twittert ook, m.n. met nieuws en informatie over incidenten of activiteiten van het bedrijf (b.v. de open dag). Soms geeft men nuttige tips. (376 f, 618 tw.) Daarnaast heeft het Waterbedrijf een eigen kanaal op YouTube waar interessante filmpjes over water(beleid) zijn te vinden: <http://www.youtube.com/user/waterbedrijf1>

Summary of the Twitter profile header for @Waterbedrijf:

618	346	376	19
Tweets	Following	Followers	Listed

Summary of a tweet from Waterbedrijf:

- Text: Analyse van eigen vijver-, aquarium- of bronwater kan tijdens de open dag op 21 mei: <http://bit.ly/kWPTM1> #DagVanDeChemie
- Time: 8:51 PM May 20th via Hootsuite
- Retweeted by Waterbedrijf and 2 others

Bijlage - Social Media def-extern

4.2 Stand van zaken in Groningen



De burgemeester, enkele wethouders en vele raadsleden zijn actief op Twitter. Een aantal raadsleden heeft een weblog.

Bij de Bestuursdienst twittert de nieuwsredactie het stadsnieuws via @stadsnieuws de wereld in, en is de Beeldbank op Flickr in beheer. De DIA heeft @Stadjerspas, de DSW een Hyves-vrienden-groep binnen iederz. Er komt nog officieel Hyves-account. Iederzammert binnen iederz.nl.

De HVDtwittert via: @HVDGroningen, @GGDGroningen en @BRWGroningen. Alle accounts worden beheerd door de stafsectie Voorlichting & Communicatie. Via de accounts worden automatisch de nieuwsberichten getwitterd die op de site worden geplaatst.

De Brandweer twittert ook handmatig over incidenten. Dat doen de piketvoorlichters. Er zijn afspraken gemaakt over vragen als: 'bij welke incidenten twitteren we en wat twitteren we, wat is de tone of voice'.

De HVD heeft op Facebook pagina's aangemaakt voor HVD, GGD en Brandweer, maar meer om te voorkomen dat iemand anders die kan registreren.

De Milieudienst twittert via @Milieudienst050 en heeft een Facebook-pagina: Milieudienst050 met daarop hun persberichten. Die worden automatisch doorgelinkt naar Twitter. Ook Lentekriebels goes social met @LK050 op twitter en ook op Facebook: lentekriebels050 Er staan instructies voor aanmelden op onze gemeentesite.

De werkmaatschappijen van OCSW zijn ook actief: @Muziekschool050, @Stadsschouwburg, @Oosterpoort, @Papiermolen, @Kardinge. De Muziekschool deelt foto's via Picasa en films via YouTube, heeft een eigen pagina op Hyves en Facebook.

Stadsschouwburg en De Oosterpoort doen van alles op nieuwe media: Naast beide twitter-accounts zijn ze ook actief op Facebook, Hyves, YouTube en er is iPhoneapp met de agenda van de Oosterpoort en Stadsschouwburg.

Bij RO/EZ wordt er experimenteel getwitterd door SDC via @sdcGroningen, @sdcliesbeth, @sdcAnneKrijn en @SDC050Ton. Verder is er @Stadsbeheer050 en @Damsterdiep. Er loopt een proef in Oosterparkwijk om mensen te bereiken buiten infobijeenkomsten en wijkverenigingen om, die daarin vertegenwoordigd zijn. Ze zitten ook op Hyves. In de pijplijn bij RO zijn webtrainingen 2.0 voor projectassistenten en de projectgroep Het Nieuwe Werken.

Andere 'gemeentelijke' twitteraccounts zijn b.v. @CityofTalent en @StadskuddeGrunn. Verschillende diensten melden collega's die twitteren, ook over het werk. Maar niet uit naam van de gemeente, als staat soms ook in de bio dat ze gemeenteambtenaar zijn of hier werken.

Bijlage - Social Media def-extern

Positieve en negatieve ervaringen in Groningen

Bevindingen Peter Rehwinkel: (interview Intranet)

“Aan de ene kant bevalt het twitteren heel goed. Nergens krijg ik zoveel reacties. Ook nu in de discussie over of ik moet stoppen met twitteren of niet. Dan heb ik het gevoel dat mijn doel – toegankelijk zijn, publiek verantwoording afleggen – is geslaagd.

Maar aan de andere kant bevalt het vrij matig.

Volgen bevalt me beter dan zenden. Dat zit toch dicht op je huis. Het komt wel altijd binnen. Als burgemeester wil ik heel eerlijk rekenschap geven van waar ik mee bezig ben. Maar je goede bedoelingen worden soms op de korrel genomen. Je komt in een raar schisma: het wordt heel erg gewaardeerd dat je twittert, aan de andere kant worden je goede bedoelingen niet altijd opgepakt. Dat is ook eigen aan het medium Twitter: iedereen kan overal wat van vinden en dat snel de wereld in sturen.

Ik probeer bij elke tweet zo zorgvuldig mogelijk te zijn. Ik merk dat ik daarin steeds voorzichtiger wordt. Steeds behoedzamer. Ik voel niet meer die oorspronkelijke vrijheid, ik voel me er steeds beperkter in. Bedenk wel: het twitteren levert me heel veel extra werk op.

Ik wil graag dat medewerkers van de gemeente zich nog meer van sociale media gaan bedienen. Om het gemeentelijk oor te luisteren te leggen bij wat er zoal speelt in de bestaande online communities. Om burgers gericht op te zoeken en vragen te stellen. Om inbreng en betrokkenheid te organiseren. We moeten ‘digitale voelsprietten’ ontwikkelen. Ik wil dat mensen zoals Liesbeth van de Wetering (Stadsdeelcoördinatie) zich gesteund voelen door het college. Mensen die hun best doen om nieuwe vormen van communicatie te ontdekken en te benutten. Daar moeten we niet met angst en beven naar kijken. Maar dat moeten we steunen en waarderen. En dan mag het best een keer fout gaan.



Moet de gemeente richtlijnen ontwikkelen voor de sociale media? Die discussie is wat mij betreft open. Wat ik belangrijk vindt: geef het vertrouwen aan de medewerkers. Ik weet als geen ander dat twitteren best gevaarlijk kan zijn. Als een bestuurder of ambtenaar twittert gebeurt dat met goede bedoelingen. Maar die bedoelingen worden niet altijd gezien. Als er iets fout gaat zijn ze er als de kippen bij.

Vorig jaar heb ik in het Presidium gevraagd of men het een goed idee zou vinden als ik zou gaan twitteren. Op 1 juni doe ik het een jaar. Dat is het moment om te evalueren en te bepalen of ik er mee doorga.”

Liesbeth van de Wetering: (interview Intranet)

“Twitter is een leuk platform om ervaringen uit te wisselen. Maar het begint niet om negen uur en houdt ook niet om vijf uur op. De politiek moet proberen een cultuur te creëren waarin het draait om professionaliteit. Ik moet voor een zaal in de wijk ook een goede afweging maken over wat ik zeg. Dat moet ik ook bij het twitteren doen. Ik besef dat er bij Twitter een vergrootglas op ligt. Ik kan een wethouder laten vallen met een domme tweet. Ik leg de grens bij een professioneel oordeel. En ook daar moet ik soms voorzichtig mee zijn. Als ik weet dat een onderwerp gevoelig is, zoals de Moesstraat, beperk ik mij tot procedurele informatie.



We proberen ook beter te volgen wat er gebeurt op internet. De aandacht ging onder meer naar de nieuwssites. Soms is er b.v. een nieuwsbericht over een ongeluk op bijvoorbeeld RTVNoord.nl. Plus twintig reacties van mensen die zich beklagden over het kruispunt. Als gemeente reageren we daar eigenlijk nooit op. We wilden kijken of we dat wel zouden moeten doen. Door de feiten te geven.

Bijlage - Social Media def-extern

Een enkele keer is dat aan de orde geweest. Na een niet-correct artikel op de site van OOG hebben we feitelijke informatie ingebracht. OOG heeft het stuk toen direct gecorrigeerd. Maar zoiets komt eigenlijk zelden voor. Ik retweet wel vaak nieuwsberichten die over 'mijn' wijken gaan. We doen een pilot met sociale media die onder meer is bedoeld om mensen te bereiken die niet naar informatiebijeenkomsten komen of in de wijkverenigingen zitten. Hyves bleek daar bij nader inzien geen geschikt platform voor. Te privé. We kijken nog of Facebook of bijvoorbeeld Jouwstraat.nl betere mogelijkheden biedt, we trekken ook samen op met corporatie Nijestee en Stiel.

Je bereikt andere mensen. Je kunt bewoners van een wijk volgen, en zij volgen mij. Er zijn ook steeds meer buurtorganisaties die twitteren, zoals @kostverloren, @hortusbuurt en @plantsoenbuurt. Verder volg ik via de zoekfunctie alles wat over de wijken en bepaalde trefwoorden getwitterd wordt, een interessante bron van informatie.



Via Twitter blijf ik makkelijk op de hoogte van vakgenoten in andere gemeenten en informatie van kennisinstituten op mijn vakgebied. Ook veel samenwerkingspartners zitten op Twitter zoals de buurtagent, het buurtcentrum, andere organisaties in de wijken zoals woningcorporaties, en projectleiders. Van allerlei mensen weet ik nu van dag tot dag wat ze doen. Dat geeft dynamiek in het overleg en je weet elkaar snel te vinden.

Je moet daarbij niet alleen zakelijke tweets plaatsen. Mensen willen ook wel graag weten met wie ze van doen hebben. Dus twitter ik een enkele keer dat we met het gezin in het bos wandelen, of dat mijn zoons hun zwemdiploma hebben gehaald. Je bent tenslotte een mens dat twittert, niet een werkmachine. Daaraan moet je een gezicht geven. Maar ik ben er wel terughoudend in. Meer interactie. Een gezicht krijgen, een relatie opbouwen, informatie geven, vragen stellen, betrokkenheid tonen met bewoners en ook met samenwerkingspartners. Graag zie ik ook meer projectleiders twitteren om informatie te geven. Neem nu CiBoGa. Daar gebeurt elke week wat: stuk weg afgesloten, fietspad verlegd. Dat kun je twitteren. Mensen hebben behoefte aan informatie over concrete zaken die in hun buurt spelen.

Ik denk dat het goed is dat we onze loketten en meldpunten, denk aan Stadsbeheer en Milieudienst, ook via Twitter ontsluiten. Mensen hebben de behoefte om ons ook via Twitter te benaderen en vragen te stellen, ook buiten kantooruren. Dan krijg je op een mooie zaterdag een tweet: 'Gemeente, kom maar op met die afvalbakken in het Noorderplantsoen'. Dan is het aardig als je kunt reageren: 'Is geregeld, ze komen er aan'. Kijk, je hoeft niet alle vragen buiten kantooruren te beantwoorden. Mensen snappen best dat sommige vragen tot maandag kunnen wachten. Maar we moeten er wel over nadenken." Je moet je er wel voortdurend van bewust zijn dat anderen jouw tweets anders kunnen interpreteren dan dat je ze bedoeld hebt. Dat gebeurt wel eens. De regels voor communicatie via Twitter zouden feitelijk dezelfde moeten zijn als voor andere contacten: het gaat om professionaliteit. Draai het om: zeg je tijdens openbare overleggen of in contacten met burgers dingen die je niet zou kunnen twitteren?

Twitter is een aanvulling, maar het vervangt de 'oude' communicatievormen niet. Om wijkbewoners te betrekken bij het nieuwe wijkperspectief voor de Oosterparkwijk reed er een Toekomstbus door de wijk, die op drukke tijden bij de supermarkten stond. Er is huis-aan-huis geflyerd. Er verscheen een artikel in de wijkkrant, er kwamen items in de andere media. Het project werd ontsloten via mijnwijk.groningen.nl en ik twitterde er ook over. Met als resultaat: op de extra bijeenkomst over het wijkperspectief kwamen veel meer mensen. Het is én, én, én. In de mix van oude en nieuwe communicatievormen schuilt de kracht.

Proef inzet nieuwe media bij ontwikkeling Wijkvisie Oosterpark (Pilot ROEZ)

RO/EZ heeft een proefgedaan waarin 2 medewerkers van Stadsdeelcoördinatie (SDC) experimenteren met de inzet van 'social media' bij de ontwikkeling van de Wijkvisie Oosterpark. Door een proef te doen van beperkte omvang wilde de dienst ervaren welke (on-) mogelijkheden de inzet van social media biedt en welke inspanning de organisatie (techniek, beheer en begeleiding) en haar medewerkers (kennis en vaardigheden) moeten verrichten om tot een gewenst resultaat te komen. Ook ervaren we zo of wijkbewoners deze manier van communiceren waarderen en zelf toepassen. communicatiebeleid op het gebied van social media opstellen.

Bijlage - Social Media def-extern

Conclusies:

Het bereiken van de bewoners van de 'oude wijken' met inzet van Twitter en Hyves bleek slechts gedeeltelijk succesvol. Profielsite Hyves blijkt voornamelijk gericht te zijn op vrienden en familie. De Oosterparkgroepen op Hyves hebben meer te maken met gemeenschappelijke interesses dan met geografische oriëntatie.

De inzet van microblog Twitter blijkt meer wijkbewoners te bereiken. Met name de professionals in de wijk (Stiel, Nijestee, buurtagenten etc) en de wijkorganisaties vinden twitter een snel en handig medium om te communiceren met SDC, de gemeente en elkaar. Zij zijn Liesbeth van de Wetering (sdc050Liesbeth) massaal gaan 'volgen'. Onder de 280 volgers van Liesbeth bevinden zich een behoorlijk - en gestaag groeiend - aantal burgers/wijkbewoners.



Goede technische faciliteiten voor de medewerkers blijken cruciaal voor het tijd- en plaats-onafhankelijk communiceren en werken. SDC-medewerkers werken regelmatig op locatie en buiten kantoorruimten. Medewerkers zouden standaard over een smartphone en laptop/tablet met draadloos internet moeten beschikken.

Aanbevelingen:

- Het succesvol inzetten van social media door medewerkers vereist investeringen in:
 1. mensen (opleiding in nieuwe technieken, begeleiding/coaching, inzet op professionaliteit)
 2. organisatie (goede kaderstelling, richtlijnen, ondersteuning door directie en leiding, goede afstemming en sturing van de verschillende kanalen, mogelijkheden voor plaats- en tijdonafhankelijk werken en inbedding in communicatiemiddelenmix)
 3. ICT (mobiele hardware, functionele software, draadloos internet, helpdesk/support)
- Sluit als gemeente aan bij social media initiatieven van anderen: stichting Stiel, woningcorporatie Nijestee, fora op wijkwebsites etc en laat medewerkers daar actief zijn;
- Monitor de verschillende vormen van social media met behulp van online tools (gratis en/of betaald) door webcareteam of klantcontactcentrum;
- Faciliteer - in eerste instantie - de afdeling SDC om het gebruik van social media afdelingsbreed en structureel in te zetten;
- Stimuleer en initieer proefprojecten op andere afdelingen waarbij geëxperimenteerd wordt met andere vormen van social media bv. EZ (doel: branding, positionering), PRO (doel: informatie en interactie), Beleid (doel: kennisdeling en kennisvergaring).

Ontwikkelingen als de digitalisering van werkprocessen binnen de gemeente en het plaats- en tijdonafhankelijk werken in het kader van Het Nieuwe Werken zullen in belangrijke mate bijdragen aan een succesvolle implementatie van social media door medewerkers.

Op basis van de opgedane ervaring en bovenstaande aanbevelingen heeft de dienst besloten de pilotperiode te verlengen tot 31 december .

Reactie 6:

Ik heb gemerkt dat het zeer handig is Twitter te 'luisteren', om zo alle artikelen/meningen in de media snel te kunnen vinden. Zéér bruikbaar. In deze fase is het goed daar bovenop te zitten. Op deze manier heb ik goed, snel en compleet het levende sentiment over mijn project onder de bevolking kunnen monitoren. Ik ben aan de andere kant huiverig voor het actief zenden van informatie over Twitter, gelet op de politieke gevoeligheid. Tevens heb ik te maken met mensen die alles wat gezegd wordt tegen ons gebruiken. Ik denk dat het zeer afhankelijk is van de gevoeligheid van een project, de fase waarin het project zich bevindt (initiatief, ontwerp, uitvoering) en de complexiteit van het project, of actief zenden van informatie op Social Media wel/niet verstandig is en in welke vorm dat moet gebeuren. Voor meningen heeft de wethouder overigens zélf een Twitter-account. Ik zie bijvoorbeeld bij project Damsterdiep (uitvoeringsfase nu) dat IGG goede Twitter-berichten zendt: technische informatie, feitelijk, objectief. Géén meningen!!! Daarin zie ik op zich wel een meerwaarde.

Bijlage - Social Media def-extern

5. Hoe willen we als gemeente omgaan met Sociale Media?

5.1 Richtlijnen, stel- of spelregels?

Sommige gemeenten en ook de rijksoverheid hebben algemene richtlijnen, stel- en spelregels voor het gebruik van sociale media geïntroduceerd. Binnen de gemeente Groningen heeft de HVD dergelijke richtlijnen vastgesteld.

Natuurlijk gelden de 'normale' rechten en plichten voor ambtenaren ook bij het gebruik van sociale media, maar vanwege het specifieke karakter (snel, maar voor 'eeuwig' vastgelegd) zijn er *extra* aspecten om op te letten.

In artikel 125 van de Ambtenarenwet zijn zowel rechten als plichten beschreven. Enerzijds hebben ambtenaren de plicht om zich als een goed ambtenaar te gedragen, integer te handelen, een eed of belofte af te leggen, geen nevenactiviteiten te ontplooiën die een goede vervulling van hun functie in de weg staan en om geen gedachten en gevoelens te uiten die hun functioneren of het functioneren van hun organisatie schaden (geheimhoudingsplicht). Anderzijds hebben ambtenaren wel het recht om lid te worden van een politieke groepering of vakbeweging en misstanden te melden zonder nadelige gevolgen voor hun rechtspositie. Ambtenaren hebben ook het (grond)recht op vrijheid van meningsuiting, voor zover dat niet schadelijk is voor hun functioneren of het functioneren van de ambtelijke dienst waar zij werkzaam zijn.

De rijksoverheid heeft haar uitgangspunten gebundeld in vier stelregels. In deze stelregels komen de wettelijke rechten en plichten aan de orde die er toe doen bij online participatie:

Eerste stelregel: ambtenaar als ambassadeur

Ambtenaren zijn ambassadeurs van de organisatie waarin zij werkzaam zijn. Zowel in het fysieke domein als op het internet is het belangrijk dat ambtenaren zich goed en integer gedragen. De kernwaarden uit de modelgedragscode van het ministerie van BZK bieden daarvoor houvast. Deze kernwaarden zijn: onpartijdigheid, betrouwbaarheid, zorgvuldigheid, dienstbaarheid en respectvolle bejegening, professionaliteit en morele verantwoordelijkheid.

Tweede stelregel: de bestaande regels gelden ook online

De rechten en plichten van ambtenaren zijn vastgelegd in regels en wetten. De kern ervan is artikel 7 van de Grondwet, die zegt dat iedereen recht heeft op vrije meningsuiting. Dat geldt ook voor een ambtenaar en het betekent ook dat ambtenaren kritisch mogen zijn. Het grondrecht op vrije meningsuiting van de ambtenaar is echter niet absoluut. Ambtenaren mogen namelijk geen uitspraken doen die het eigen functioneren of dat van de overheid kunnen schaden. Hoe dichter ambtenaren staan bij het beleidsterrein waarover ze uitspraken doen, des te groter de maatschappelijke gevolgen ervan kunnen zijn.

Derde stelregel: onderscheid tussen privépersoon en ambtenaar in functie

Bij online activiteiten ligt het risico van vermenging tussen de ambtelijke en de persoonlijke identiteit soms op de loer. De scheiding tussen persoonlijke opvattingen en die van de ambtelijke organisatie of het college is daardoor niet altijd even duidelijk.

Vierde stelregel: zorgvuldig meedoen

Voor ambtenaren kunnen uiteenlopende redenen bestaan om zich online te begeven. Deze redenen zijn onder meer het onderhouden van directe contacten met de doelgroepen van beleid, het beter en sneller inspelen op actuele ontwikkelingen, het aanboren van creativiteit in de samenleving ('wisdom of the crowds'), het informeren van de buitenwereld, het realiseren van een sterker draagvlak voor beleid en het verrijken van beleid. Bij online discussies is het belangrijk dat ambtenaren als ambtenaar herkenbaar zijn en dus naam en functie vermelden.

Bijlage - Social Media def-extern

Er wordt gewerkt aan een Handreiking Ambtenaar 2.0. Deze handreiking is bedoeld om ambtenaren te ondersteunen bij het slim en maatschappelijk verantwoord omgaan met online instrumenten. De handreiking bevat vijf principes voor online gedrag:

1. Wees geloofwaardig
2. Wees consistent en constructief
3. Wees open en ontvankelijk
4. Integreer online en offline communicatie
5. Wees een ambtenaar

Deze principes zijn een vertaling van de Britse 'Principles for Participation Online'



We willen deze handreiking aannemen en de geformuleerde stelregels en principes tot de onze maken. Ze zullen daartoe actief worden verspreid via de interne kanalen en opgenomen in de lijstje met do's en dont's.

Ombudsman

De Groninger ombudsman maakt in het jaarverslag 2010 – met als titel 'Het geheugen van de gemeente' – ook melding van de gestage groei van het fenomeen sociale media. Zij waarschuwt daarbij met name voor de toegenomen stroom aan informatie en het feit dat niet altijd alle informatie wordt vastgelegd, zeker niet bij het gebruik van sociale media. De ombudsman schrijft hierover:

"Het jaar 2010 kenmerkte zich ook door een versnelde opmars van de sociale media, zoals Twitter, Hyves en Facebook. Uiteraard kan de gemeente niet om de nieuwe media heen. Sterker nog, ze heeft al aangegeven hier meer op te willen inzetten.

Van belang is echter je te realiseren dat in het digitale tijdperk dagelijks een stroom aan informatie passeert. Uit onderzoek is gebleken dat we van veel zaken kennis nemen maar het niet opslaan. Oftewel, we onthouden er weinig van. Dat geldt uiteraard niet alleen voor de burgers, maar ook voor bestuurders en medewerkers. Het geheugen van de gemeente zou zich niet langs die weg moeten ontwikkelen. Er komt altijd een moment dat verantwoording dient te worden afgelegd. Heb daar aandacht voor.

'Ik heb beleid gemaakt via Twitter' en 'binnen het netwerk ambtenaar 2.0 heb ik veel materiaal kunnen verzamelen'. Zomaar wat uitlatingen van enthousiaste medewerkers. Daarbij dient wel te worden bedacht dat de gemeente een bijzondere positie inneemt. Zij is hoeder van het algemeen belang en dient de rechtsongelijkheid te bewaken en te zorgen dat niemand tussen wal en schip raakt. Om die reden lijkt het gewenst dat er spelregels worden ontwikkeld op welke wijze de gemeente haar positie binnen de elektronische mierenhoop gestalte gaat geven. Want de inhoud van een 'tweet' kan zo maar aanleiding zijn voor een klacht over een bestuurder of een medewerker. Ook voor de Ombudsman een nieuwe dimensie in het kader van het klachtrecht."



Bij de opmerking van de ombudsman over het opslaan van bepaalde content uit sociale media (ook in relatie tot de archiefwet) verwijzen we naar reactie 4 op blz. 17.

Bijlage - Social Media def-extern

5.2 Dilemma's

De vraag is of we aanvullend hierop gemeentebrede afspraken en richtlijnen nodig hebben *specifiek* voor het gebruik van sociale media en waarop die richtlijnen of kaders zich dan zouden moeten richten. Hieronder gaan we in op een aantal *dilemma's* rond het gebruik van sociale media door medewerkers van de gemeente. De binnengekomen reacties van medewerkers en de bespreking per stelling tijdens de bijeenkomst van 12 april zijn verwerkt in *standpunten*.

Presentatie / uitingsvorm

Dilemma 1: zijn werk en privé op sociale media nog wel te scheiden?

Voorheen was de grens tussen werk en privé eenvoudiger te trekken dan tegenwoordig. Bij sociale media is sprake van een vervaging tussen werk en privé. Sommigen proberen dat onderscheid nog wel te maken, terwijl anderen constateren dat dit onderscheid niet meer te maken is, zeker niet door de buitenwereld. Dat geldt zeker voor bestuurders, het 'hogere kader' en ambtenaren die inhoudelijk/werkmatig betrokken zijn bij een onderhavig onderwerp. Dit dilemma betreft ook de rol van ambtenaren ten opzichte van de politiek. In de formele setting bepaalt de politiek de kaders en houden ambtenaren zich daar buiten. Maar ambtenaren hebben ook vrijheid van meningsuiting. Sociale media kunnen ambtenaren verleiden tot het doen van politiek gevoelige uitspraken.

Stelling 1:

"Op sociale media is de vrijheid van meningsuiting voor ambtenaren - ook privé - beperkt"



Reactie 7:

Jazeker. Mij is altijd geleerd dat je als ambtenaar te maken hebt met politieke legitimiteit, dat wil zeggen dat je ten dienste staat van de wethouder. Je kunt natuurlijk wel je eigen mening inbrengen binnen een bepaalde context, maar dat kan niet strijdig zijn met politieke keuzes van de betreffende wethouder of het college. Een ambtenaar moet dit altijd in het achterhoofd houden. Daarnaast is het zo dat er sprake is van vastgesteld beleid (structuurvisies, groenplannen, verkeersplannen, etc.). Vraagstukken moeten dus integraal bekeken worden. Als je een uitspraak doet op bijv. Twitter ligt het vast en kan iedereen het zien. Voorkomen moet worden dat door voorbarige uitspraken van de ene afdeling, andere mensen binnen de gemeente in de problemen komen. Het grijpt allemaal in elkaar, we zijn één gemeente. Dat vind ik een grote valkuil. De vrijheid is dus zeker beperkt.

Reactie 8:

Dit geldt niet alleen voor ambtenaren. Iedereen die werkt moet rekening houden met wat hij of zij doet op internet. Al je uitingen laten een digitale voetprint achter. Discussies waar je aan meedoet, standpunten die je uitdraagt; alles kan worden opgezocht door iemand die twijfelt aan je vermogen om een onbevooroordeeld stuk te schrijven. Afhankelijk van je functie zal datgene wat je zegt etc. ook afstralen op de gemeente. Daar heb je dus rekening mee te houden. Of je het nou leuk vindt of niet, je baan beperkt je in je doen en laten op de social media. Als je dat niet trekt, moet je ander werk gaan zoeken.

Reactie 9:

Mee eens. Als gemeenteambtenaar kun je dan intranet en Yammer gebruiken om intern je mening te geven of een discussie te starten. Mag dan niemand meer via internet z'n mening geven? Ik zou zeggen: hou het beperkt. Een foutje is snel gemaakt en verspreidt zich als een olievlek (denkende aan die tweet van die stembureau-mevrouw..)

Standpunt 1:

Als gevolg van de toegankelijkheid en transparantie van sociale media – en het feit dat de berichten 'voor de eeuwigheid' op internet staan – is het voor bestuurders en ambtenaren vrijwel onmogelijk geworden om (op de sociale media) publieke en privé opvattingen voor het publiek gescheiden te houden. Om die redenen is 'extra' voorzichtigheid geboden, boven de 'normale' regels die hiervoor gelden.

Bijlage - Social Media def-extern

Artikel 7 van de Grondwet zegt dat iedereen recht heeft op vrije meningsuiting. Het grondrecht op vrije meningsuiting van de ambtenaar is echter niet absoluut. Ambtenaren mogen namelijk geen uitspraken doen die het eigen functioneren of dat van de overheid kunnen schaden. Voor bestuurders geldt dat de collegialiteit van bestuur in het geding kan zijn.

In het algemeen wordt het van belang gevonden dat men zich – passend bij de aard van de sociale media – als een persoon manifesteert: een ambtenaar (of bestuurder) van vlees en bloed. Een mix van zakelijk en persoonlijk, professioneel en menselijk.

Dilemma 2: gemeentelijke huisstijl toepassen op gemeentelijk gebruik sociale media?

Er is nu geen enkele structurering van de manier waarop 'de gemeente' zich vanuit verschillende disciplines op de sociale media presenteert. Kort door de bocht: *iedereen doet maar wat*.

Als we ons *namens* de gemeentelijke organisatie op sociale media presenteren moeten we dan iets afspreken over de manier waarop onze organisatie zich wil profileren? Het gaat daarbij dus onder meer over de uitingsvorm. Hoe presenteren we onszelf? Welke naamgeving en huisstijlelementen gebruiken we als we een identiteit aanmaken op een online medium? Welke 'tone of voice' gebruiken we? Met welke frequentie plaatsen we berichten en reageren we? Wie volg je wél en wie (juist) niet? En welke 'openingstijden' hanteren we?

Stelling 2:

"De gemeentelijke huisstijl moet ook van toepassing worden gemaakt voor gemeentelijk gebruik van sociale media"



Reactie 10:

Ik zou wel kiezen voor een gemeentelijke huisstijl (dus wel herkenbaar), maar wel nuanceverschillen per dienst of afdeling. Misschien iets met logo's of achtergronden. De gemeente bestaat uit verschillende diensten, een veelvoud aan afdelingen en nog meer medewerkers. Alleen bij RO/EZ werken al 600 mensen... Er moet bij de ontvanger/lezer geen twijfel ontstaan over wie de afzender is. Duidelijkheid/ helderheid is een groot goed.

Reactie 11:

Hoe meer regels je opstelt, hoe groter de kans dat iemand ze overtreedt. Iedereen kan zijn eigen verantwoordelijkheid dragen. Wijs je collega's op de consequenties van het actief zijn op soc.media en dat ze altijd geassocieerd worden met de gemeente Groningen. Verder is het niet anders dan wat nu van ons wordt verwacht aan de telefoon, mail, balie, straat, infoavond etc. Soc.media is een gemakkelijke vorm van contact. Laten we het ons niet moeilijker maken dan het is.

Reactie 12:

Met de Sociale Media zijn we eigenlijk uitgekomen bij burgerparticipatie 3.0. Van oudsher communiceerden overheden eendimensionaal (1.0) met door hen bestuurde burgers. Er werden, bij wijze van spreken, slechts zaken medegedeeld. Zo rond de jaren zestig van de vorige eeuw begon die burger ineens terug te praten. Er ontstond een dialoog (2.0), overheden besteedden veel zorg aan de communicatie met burgers en begonnen zowaar rekening te houden met hun wensen en zorgen. Met het gebruik van Sociale Media door (in dit geval lokale) overheden komen we uit bij participatie 3.0. Wat houdt dat in. Er is nu sprake van een dialoog. De overheid gaat met individuen én groepen burgers het gesprek aan in de openbare (weliswaar virtuele) ruimte. Het mooie is: iedereen kan – en gaat straks ook meepraten. Veel ambtenaren vinden dat een beangstigende gedachte. Waar die participatie 3.0 toe kan leiden wil ik graag met individuen en groepen ambtenaren (en burgers!) elders ontdekken. Waar we vooral voor moeten oppassen is dat we na deze trage start - overheden en vooral lokale overheden lopen hopeloos achter als het gaat om gebruik van Sociale Media; waar we vooral voor moeten oppassen is dat we de zaak niet gelijk dichttimmeren met do's en dont's. Laten we met open vizier die dialoog aangaan. Voor een goede ambtenaar valt er feitelijk weinig tot niets te verliezen en een virtuele wereld te winnen.

Reactie 13:

Ik vind je voor social media wel een 'huisstijl' moet afspreken. Het webcare-team (stelling 3) kun je dan een controlerende taak geven omdat dat team het beste overzicht heeft van wat er op het web 'buzzt' en advies kan geven. (@Luce!) Overigens vind ik social media wel anders dan telefoon, mail, balie, etc. Met 1 bericht kun je veel meer mensen bereiken dan met bijvoorbeeld 1 telefoontje. Daarnaast blijven social-media-berichten vindbaar in zoekmachines en zijn ze dus minder vluchtig dan telefoon, balie, straat, etc.

Bijlage - Social Media def-extern

Standpunt 2:

Zeker als er sprake is van gebruik/inzet van sociale media namens of vanuit de gemeentelijke organisatie moet ondubbelzinnig helder zijn wie de afzender is en in welke hoedanigheid of rol men opereert. Een (lichte) huisstijl voor sociale media moet worden ontwikkeld, m.b.t. logo's, naamgeving, 'bio' en 'tone of voice'. Ook ten aanzien van het URL-gebruik (inclusief het pro-actief vastleggen van URL's en andere domein-namen) is gemeentebrede afstemming gewenst.

Middelen

Dilemma 3: hoe ontwikkelen we 'digitale voelsprietten'?

Het is goed om onderscheid te maken tussen het actief participeren in de sociale media en het 'luisteren' naar wat anderen zeggen over de organisatie, om relevante signalen uit de omgeving op te pikken, bijvoorbeeld het volgen van discussies over onderwerpen die zij in hun portefeuille hebben. Deze strategie wordt ook wel webmonitoring genoemd, het vakgebied *webcare*. Voor het ontwikkelen van 'digitale voelsprietten' is – ook gratis – specifieke software beschikbaar, waarmee het internet en/of sociale media worden afgespeurd naar bepaalde trefwoorden en of er iets 'buzzt'.

Een vraag is of we als gemeente een specifiek webcare-team moeten (willen) hebben of dat dit een taak is voor een grote groep ambtenaren die allemaal hun eigen terrein in de gaten houden. In het laatste geval moet die groep wel gefaciliteerd (met software) en geschoold worden. Specialisatie in webcare of webmonitoring als onderdeel van je vak?

Stelling 3:

"Webcare/webmonitoring is een vak apart"



Reactie 14:

Ik sta hierover in dubio. Enerzijds ben ik van mening dat bij m.n. de politiek gevoelige projecten snel ingespeeld moet kunnen worden op de actualiteit. Daar moeten dus zo min mogelijk schakels tussen zitten. Voor het 'luisteren' houd ik het daarom graag zelf in de gaten. Anderzijds moeten deze zaken niet mijn overige taken als assistent-projectleider gaan overschaduwen. Ik heb als assistent-projectleider een veelheid aan overige taken uit te voeren (verslagen maken, afspraken plannen, brieven schrijven, bijeenkomsten organiseren, acties uitvoeren, etc.). Op zich is het misschien een taak voor de afdeling Communicatie, alleen die zijn ook niet allemaal even handig met de nieuwe Social Media... Beste optie is hierin voor mij denk ik om samen met de afdeling Communicatie op te trekken en afspraken te maken daarover.

Reactie 15:

Webcare is een andere vorm van klantcontact. Naast het fysieke aan de balie en het auditieve via KCC / Frontoffice krijgt nu ook het virtuele contact dynamiek. En dan moet je mensen met inhoudelijke kennis hebben die kunnen reageren op wat er gezegd wordt op het net. Bevestigen als het feitelijk klopt en ontrachten van feitelijk onjuiste geruchten met onderbouwde informatie. Dat hoort in je KCC's /Frontoffices thuis icm de afdelingen Communicatie.

Standpunt 3:

Ten aanzien van webcare, webmonitoring en communitymanagement moet er in deze fase van ontwikkeling van het (gemeentelijk) gebruik van sociale media *zowel* centraal ontwikkeld en gefaciliteerd worden als decentraal de verantwoordelijkheid genomen voor het volgen van ontwikkelingen m.b.t. het eigen project of vakgebied. Het is vooralsnog *én, én!* Centraal moet inhoudelijk en technisch gefaciliteerd worden en scholing aangeboden. Daarnaast is het wenselijk een soort 'centraal meldpunt' voor relevante signaleringen op sociale media in te stellen en daarop eventueel gewenste gemeentelijke reacties te coördineren. Er liggen grote mogelijkheden om snel en zonder hoge kosten actief vragen/behoeften/wensen van burgers te verkrijgen om de gemeentelijke producten en dienstverlening te verbeteren.

Bijlage - Social Media def-extern

Dilemma 4: concentreren we ons (qua zenden/interactie) op Twitter, Facebook en Hyves?



Reactie 16:

<http://youtu.be/2UkiM3OaHxw> mooi voorbeeld hoe snel het gaat

Twitter bestaat nog maar een paar jaar en is eigenlijk pas sinds een jaar in Nederland aan het doorbreken. Hetzelfde geldt voor b.v. Facebook.

Voor het 'luisteren'(monitoren) maken we geen onderscheid tussen middelen, maar benaderen het (sociale) web als geheel. Ook voor het versturen van boodschappen en het in gesprek gaan met individuen of groepen burgers, is het niet handig om kaders voor specifieke media te maken, hoewel de 'mores' tussen de media wel verschilt. We kunnen hooguit een selectie maken in middelen waarop de gemeente zijn actieve aanwezigheid concentreert. Er komen dagelijks nieuwe webtoepassingen bij in het web2.0 landschap, maar slechts weinig applicaties worden blijvend door het publiek omarmd. Uiteindelijk bepaalt marktwerking welk medium leidend wordt in een segment van de sociale media.

Om de investering die we plegen zo goed mogelijk tot zijn recht te laten komen, richten we ons alleen op media die zichzelf hebben bewezen, binnen het segment dat voor ons interessant is.

Stelling 4:

"Voor interactie via sociale media concentreren we ons op Twitter, Facebook en Hyves"



Reactie 17:

Voor mijn projecten houd ik op gebied van Social Media nu met name Twitter in de gaten. Hyves en Facebook zijn voor mij niet relevant op projectniveau. Voor andere afdelingen kan dat wel zo zijn (bij. SDC?). Het gaat erom dat je de media in de gaten houdt waar voor jou relevante informatie te vinden is. Het is daarom zaak je niet vast te pinnen op deze drie, maar de laatste ontwikkelingen in de gaten te houden. Misschien is er over een maand wel een hele nieuwe vorm van Social Media, waar we nu nog niet van gehoord hebben, die hip en happening wordt en handig/bruikbaar voor ons als ambtenaar om in de gaten te houden.

Reactie 18:

ik vind Facebook en Hyves niet zakelijk genoeg en prefereer Yammer en LinkedIn.

Reactie 19:

Ook hier geldt weer: Waarom zou je je in hemelsnaam nu alweer gaan beperken voordat je zelfs ook nog maar bent begonnen? En jongens: Hyves is toch echt wel passé (hoewel ik zelf nog wel een account heb!)

Reactie 20:

Ik zou Hyves niet meteen afschrijven. Bij elk medium heb je te maken met een andere leeftijdscategorie of scholingsniveau. Bij Hyves heb je contact met jongeren tot zo rond de 24 jaar. Deze groep is nu nog aan de studie (hoop je), maar maakt straks wel deel uit van de beroepsbevolking. Je kunt deze groep nu al betrekken in wat er in gemeenteland speelt. Andere kant is wel dat de jongeren niet echt op inmenging van de gemeente zitten te wachten. Twitter is een mooi medium om te verwijzen naar pagina's op de gemeentelijke site of naar een (bestaande) fanpage op Facebook.

Reactie 21:

elke social medium heeft zijn eigen groep gebruikers. Er is door NEXTWEB2010 een mooi tabelletje gemaakt, maar die krijg ik hier niet ingehangen. Daarnaast is de inzet van social media afhankelijk van de keuze in de communicatie strategie. Het kwadrant van Betteke van Ruler is hiervoor zeer geschikt. Zie bijlage bij mijn alg. reactie op stel 4.

Standpunt 4:

De ontwikkelingen binnen de sociale media zijn leidend. We moeten de kanalen 'volgen' waar onze doelgroep(en) op enig moment gebruik van maakt. Wanneer de gemeente sociale media inzet om actief 'te zenden of te interacteren' doen we er verstandig aan de 'mainstream' kanalen te gebruiken.

Bijlage - Social Media def-extern

Ontwikkeling en control

Dilemma 5: Stimuleren of controleren, kaderstelling?

De uiterste scenario's – niets regelen of volledige controle proberen te krijgen – zijn beide niet wenselijk en niet realistisch. Als we geen stelling nemen in het gebruik van sociale media, zal het effect een gefragmenteerde online presentatie van de gemeente zijn. De kans op een inconsistente boodschap en onduidelijkheid over de afzender is dan groot.

Streven naar volledige controle over vorm en inhoud, druist tegen het karakter van het medium in. Het kost veel energie, heeft nauwelijks kans van slagen en laat kansen onbenut.

Het uitgangspunt van kaderstelling zal zijn dat we het experimenteren met nieuwe middelen stimuleren en proberen ze gezamenlijk in goede banen te leiden. Dit doen we door richtinggevend afspraken te maken over de vorm van onze aanwezigheid, de media die we kiezen, de manier waarop we luisteren en het aanbieden van vuistregels voor de inhoud van de boodschap. Do's en dont's met betrekking tot onderwerpen, meningen of verwachtingen die we wekken.

Stelling 5:

“Kaderstelling m.b.t. gemeentelijk gebruik van sociale media is de dood in de pot voor nieuwe kansen en ontwikkelingen”



Reactie 22:

Ligt eraan wat je onder kaderstelling verstaat. De basisregels zoals in paragraaf 4.1 lijken me geen probleem en het lijkt me heel goed dat iedereen deze hanteert. Hier bovenop kun je geen vergaande regels stellen die gelden voor het hele concern lijkt me. We hebben binnen de gemeente te maken met verschillende diensten, een veelvoud daarvan aan afdelingen en nog meer functies. Daarnaast heb je ook nog binnen een afdeling (bijv. Projectmanagement) items met verschillende politieke gevoeligheid en complexiteit... Enige kaderstelling is wat mij betreft dus wel geplaatst. Voor mij geldt dat ik als ik op Social Media info zou zenden, alleen feitelijke, objectieve informatie zou plaatsen. Dus: start inspraak, verwijzen naar vastgestelde stukken, besluitvorming in raad, start sloop, etc. Niet: meningen!!! Past niet binnen mijn functie, gelet op gevoeligheid. De vraag is overigens of dat elders wel past...

Reactie 23:

Echt harde regels proberen te stellen is denk ik niet alleen de dood in de pot, maar praktisch ook eigenlijk niet te doen. De inkt is nog niet droog, of de situatie is alweer anders (nieuwe social media kanalen, net weer andere toepassingen etc.). Je bewust zijn, als ambtenaar of overheid, waar je mee bezig bent, en wat eventueel consequenties zijn is veel belangrijker dan proberen controle uit te oefenen op wat er gebeurt. Kortom: proberen 'ongelukken' te voorkomen, maar wel ruimte voor experimenten!

Reactie 24:

Beperk je kaders tot de LET OP's als je met soc. media aan de gang gaat. Ondersteun je collega's, train ze en maak ze bewust van het gebruik, wat het betekent voor jezelf en i.r.t. je werkgever. HNW past naadloos. privé en werk lopen meer dan voorheen door elkaar. Dat scheelt voor velen een hoop geregeld.

Reactie 25:

Maar wel graag de belangrijkste regels centraal afspreken en monitoren. We hebben toch ook een bewijzer en een schrijfwijzer? Dan ook graag een webwijzer! Dat sluit nieuwe ontwikkelingen niet uit, integendeel. Goed contentbeheer is ook: meegaan met nieuwe ontwikkelingen. Er zijn zat goede sites die de nieuwe trends helder op een rij zetten.

Standpunt 5:

Voorop staat dat vertrouwen moet worden gesteld in het *gezonde verstand*, de professionaliteit en het beoordelingsvermogen van onze medewerkers. 'Wees een ambtenaar' is misschien wel de meest zinnige van alle do's en dont's die we op dit terrein kunnen vinden.

Bewustzijn van je rol en het onderkennen eventuele risico's wordt van groter belang geacht dan het hanteren c.q. controleren van richtlijnen. Lijstjes met do's en dont's – 'LET OP's' – zijn nuttig. Van belang is te investeren in kennis van het (niet-)gebruik van sociale media, het bevorderen van transparantie en het – actief – uitwisselen van (positieve of negatieve) ervaringen.

Bijlage - Social Media def-extern

6. Hoe nu verder?

Ervaringen blijven delen

Het is van groot belang dat we de ervaringen met sociale media – zowel positief als negatief – met elkaar blijven delen. We moeten mét en ván elkaar leren. Daartoe zullen we met enige regelmaat bijeenkomsten organiseren waarin sociale media centraal staan, zoals op 12 april j.l. Ook tijdens het Open Innovatie Festival 2011 (OIF050) zal er weer ruime aandacht aan worden besteed. De Yammer-groep Sociale Media blijft open voor het uitwisselen van ervaringen, informatie, nieuwtjes en berichten. Via intranet verspreiden we lijstjes met do's en dont's. De omgang – als ambtenaar – met sociale media hoort ook onderdeel uit te maken van de concernintrodactie voor nieuwe medewerkers. Onder leiding van de Concernmanager Communicatie zal het Team #ggsm met enige regelmaat de ontwikkelingen op het gebied van sociale media bespreken, verspreiden en delen.

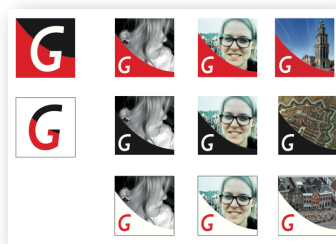
Verdergaan met experimenteren

We gaan verder experimenteren, bij RO/EZ loopt de pilot in elk geval nog door tot het eind van dit jaar. We zullen daarbij vooral ook op zoek moeten naar de inzet van sociale media gericht op (daadwerkelijke) interactie en co-creatie in het kader van de burgerparticipatie.

Huisstijl ontwikkelen / faciliteren

Als onderdeel van Stijlweb Stad zullen nadere voorstellen worden uitgewerkt om te komen tot een (lichte) vorm van gemeentelijke huisstijl voor sociale media, vooral toe te passen in die gevallen waarin er echt sprake is van de gemeente(ambtenaar) als afzender. Het gaat daarbij om:

- vormgeving, presentatie, beeldmerk
- tone of voice, do's en dont's
- URL-beleid, naamgeving en -gebruik



Vingeroefeningen m.b.t. huisstijl sociale media

Webcare, webmonitoring

Webcare moeten we vooral in verband brengen met de gemeentelijk dienstverlening. De KCC's zijn bij uitstek de plekken waar de webcare gesitueerd dient te worden. De juiste tools hiervoor moeten ter beschikking worden gesteld. Op een aantal plekken zal het web centraal gemonitord worden, o.a. bij de centrale nieuwsredactie en het eBureau. Community-management is met name ook interessant bij beleids- en projectontwikkeling.

Juridische aspecten

Een aantal juridische aspecten m.b.t. de sociale media verdient nadere aandacht en bestudering. Wat is bijvoorbeeld te zeggen over de status van een tweet vanaf een duidelijk gemeentelijke account en hoe moeten we omgaan met het fenomeen van fakers, mensen die zich voordoen als anderen (of als de gemeente)? Dat geldt natuurlijk niet alleen voor de gemeente Groningen, dus houden we ook de landelijke ontwikkelingen op dit terrein in de gaten. Het Bureau Juridische Zaken heeft dit onder de aandacht.

Bijlage - Evaluatie wijkcommunicatie

Evaluatie wijkcommunicatie Gemeente Groningen

2007 – 2010

inclusief Pilot Paddepoel



aftrap pilot Paddepoel 19 mei 2010

Bijlage - Evaluatie wijkcommunicatie

Inhoudsopgave

	Pagina
Inleiding en samenvatting	3
1. Project wijkcommunicatie	5
1.1 Doelstelling	
1.2 Opzet en uitgangspunten	
2. Wat we hebben gerealiseerd?	7
2.1 Ondersteunen wijkwebsites	
2.2 E-nieuwsbrieven	
2.3 RSS-feeds/widgets	
2.4 Nieuwe instroom betrokken Stadgers	
2.5 Netwerk wijkredacties	
2.6 Promotie wijkwebsites	
2.7 Bezoekersaantallen wijkwebsites	
3. Hoe de gemeente aansluit bij de wijkmedia	13
3.1 Mijnwijk.groningen.nl	
3.2 Communicatiedossier online	
3.3 E-nieuwsbrief Stadsnieuws	
4. Pilot Paddepoel	17
4.1 Bevindingen bewoners	
4.2 Bevindingen wijkraad/webbeheer Paddepoel	
4.3 Bevindingen projectleiders	
4.4 Bevindingen publicisten	
4.5 Resultaten wijkwebsite Paddepoel	
5. Conclusies en aanbevelingen	23
5.1. Digitale infrastructuur	
5.2. Contentbeheer	
Tot besluit	25

Bijlage - Evaluatie wijkcommunicatie

Evaluatie wijkcommunicatie

inclusief Pilot Paddepoel

Inleiding

We willen dat de Stadgers zich serieus genomen en betrokken voelen bij het bestuur van hun stad, wijk of buurt. *Burgerbetrokkenheid* noemen we dit. Daarvoor hoeven we de burgers niet altijd aan te sporen tot allerlei vormen van *actieve* participatie. Als burgers zeker weten dat ze tijdig en adequaat op de hoogte gehouden worden van gemeentelijke plannen en activiteiten, levert dat een grote bijdrage aan het gevoel van betrokkenheid en serieus genomen worden. We gaan zorgen voor actieve, transparante informatieverstrekking als basis voor de betrokkenheid in de stad: de eerste trede van de participatieladder.



Samenvatting

Er is een digitale infrastructuur, gemeente.groningen.nl/mijnwijk, ontwikkeld die een goede basis biedt om wijkbewoners te betrekken bij plannen en projecten in hun wijk of buurt. Daarbij is gebruik gemaakt van de al bestaande sociale wijkmedia in de gemeente Groningen. Ruim 42 wijkwebsites waren al gebouwd door de bewoners zelf. Dit netwerk van redacteuren en webmasters van wijkwebsites is betrokken bij het ontwikkelen van deze nieuwe infrastructuur gemeente.groningen.nl/mijnwijk.

Er is in de eerste plaats tegemoetgekomen aan twee belangrijkste wensen van de wijkwebredacties:

1. hulp bij het ontwikkelen van een gebruikersvriendelijke wijkwebsite;
2. publiceren van wijkrelevante informatie op maat op de gemeentelijke website.

Het eerste knelpunt is opgelost door 26 van de 42 wijken te helpen en te faciliteren met de overstap naar een gebruikersvriendelijke wijkwebsite.

Het tweede knelpunt was het verstrekken van wijkgerelateerde informatie door de gemeente. Hier is de infrastructuur gemeente.groningen.nl/mijnwijk uit voortgekomen. Deze is klaar en kan nu gevuld worden met communicatiedossiers van projecten en plannen. In de wijk Paddepoel is hiermee proefgedraaid. De bevindingen zijn over het algemeen positief. Dat vinden zowel de wijkbewoners als de projectleiders en publicisten. Projectleiders en publicisten zien veel voordelen van deze manier van communiceren over hun project. Bewoners komen beter geïnformeerd op bijeenkomsten en het vertrouwen en de betrokkenheid zijn groter. Er is nog wel een aantal noodzakelijke verbeter- en ontwikkelpunten op het gebied van cultuur, techniek en organisatie om ook de andere 41 wijken en buurten te voorzien van de basis informatie via gemeente.groningen.nl/mijnwijk. Deze evaluatie beschrijft hoe de gemeente Groningen de wijkcommunicatie de afgelopen jaren in projectmatige vorm heeft gestimuleerd. Met behulp van geld uit het programma Stad & Stadhuis en de projectleiding vanuit Concerncommunicatie staat er nu een mooie digitale

Bijlage - Evaluatie wijkcommunicatie

wijkstructuur. Belangrijk voor de burgerbetrokkenheid is deze verder te gebruiken, daar worden in deze evaluatie worden daar aanbevelingen voor gedaan.

Bijlage - Evaluatie wijkcommunicatie

1. Project Wijkcommunicatie

1.1. Doelstelling

Het doel van het project Wijkcommunicatie is wijkbewoners te betrekken bij beleid en plannen in een zo vroeg mogelijk stadium. Betrokken Stad al was een speerpunt in het collegeprogramma 2006 – 2010. Maar ook in het collegeprogramma 2010 - 2014 wordt dit als een belangrijk thema ingezet voor meer zeggenschap en merkbare invloed door burgers.

Op 19 februari 2008¹ is vastgelegd in het convenant tussen wijkorganisaties en gemeentebestuur dat wijkorganisaties adviesrecht hebben op beleidszaken op wijkniveau. Bij besluitvorming wordt een participatieparagraaf toegevoegd met het advies van de bewonersorganisatie. In dit convenant is ook opgenomen dat wijkorganisaties bij voorkeur digitale middelen inzetten, zoals een wijkwebsite, om te communiceren met hun achterban. De gemeente heeft zich hiermee verplicht om in een zo vroeg mogelijk stadium de burger te informeren over wijkgebonden plannen en beleid. Zonder informatie kan de burger zich geen mening vormen, vindt er geen controle plaats en blijft de invloed van de burger beperkt.

1.2. Opzet en uitgangspunten

Uit onderzoek is gebleken dat 90% van de ²geënquêteerde wijkbewoners zich al betrokken voelt als zij in de eerste plaats goed wordt geïnformeerd. Is uitgangspunt is ervoor gekozen om aan te sluiten bij de reeds aanwezige wijk- en buurt communicatiekanalen (redacties) van de bewoners zelf. Die kanalen bestaan inmiddels uit meer dan 40 wijkwebsites én 37 wijkkranten die vaak door de wijkorganisaties worden onderhouden en uitgebracht. Gemiddeld bestaan wijkredacties uit 3 personen. Dat houdt in dat ruim 200 betrokken vrijwillige wijkbewoners zich met wijkcommunicatie bezighouden in de gemeente Groningen. Daarom zien wij deze doelgroep (redacties van wijkkranten en wijkwebsites) als een belangrijke partner en klankbord om een goede digitaal wijkinformatiekanaal te ontwikkelen. Wijkredacties zijn veelal gelieerd of maken deel uit van bewonersorganisaties.

Onderzoek wijkredacties

In 2007 is er ³onderzoek gedaan onder de behoefte van redacties van wijkwebsites en wijkkranten. De belangrijkste conclusies waren:

- men wil graag digitale wijkgebonden informatie;
- men wil met name informatie over nieuwbouw, wijkvernieuwingsplannen, groenbeheer, infrastructuur en bouwvergunningaanvragen in de wijk;
- verder willen ze graag worden geholpen en gefaciliteerd in de techniek, opleiding en de promotie voor hun wijkwebsite.

¹ Het wijkconvenant kunt u vinden op www.gemeente.groningen.nl/mijnwijk

² Adviesrapport burgerparticipatie/communicatie juli 2009 te vinden op www.gemeente.groningen.nl/mijnwijk, klik op onderzoeken.

³ De onderzoeken kunt u vinden op www.gemeente.groningen.nl/mijnwijk

Bijlage - Evaluatie wijkcommunicatie

Bijeenkomst wijkredacties

In november 2007 heeft de gemeente een bijeenkomst georganiseerd waar redactieleden van wijkkranten en wijkwebsites hun wensen en knelpunten kenbaar maakten. Deze bijeenkomst werd door een afvaardiging van maar liefst 24 wijken bezocht. Ook is er die avond een klankbordgroep samengesteld uit een afvaardiging van 13 wijken waarmee gedurende het wijkcommunicatie project 2007 – 2010 een vruchtbare samenwerking is ontstaan.



Bijeenkomst wijkredacties november 2007. Er was een vertegenwoordiging van 24 wijken van wijkredacties van wijkkranten en wijkwebsites. Toenmalig burgemeester Jacq. Wallage was onder de indruk van zoveel communicatiekracht in de wijken: 'Wij moeten al die wijken, wijkwebsites en wijkkranten, behoorlijk bedienen.'

Bijlage - Evaluatie wijkcommunicatie

2. Wat hebben we gerealiseerd?

Uit de bijeenkomst van november 2007 van wijkredacties en de onderzoeken onder wijkredacties (hoofdstuk 1.2) zijn de volgende wensen en knelpunten geïnventariseerd en gezamenlijk opgelost.

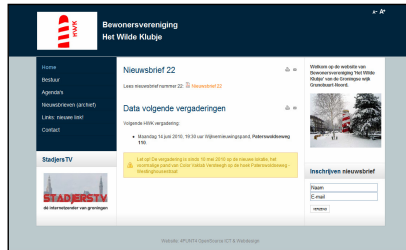
2.1. Faciliteren wijkwebsites

Veel wijkredacties vinden het bouwen en onderhouden van een wijkwebsite te ingewikkeld. Zij wensen een gebruikersvriendelijk systeem waar meer redactieleden tegelijk aan kunnen werken. Zij vonden onafhankelijk beheer en redactie en een eigen 'look & feel' belangrijke randvoorwaarden.

In de klankbordgroep wijkredacties is ervoor gekozen om een aantal open source-systemen te testen. Als beste kwam het Content Management Systeem (CMS) Joomla! uit de bus. In totaal zijn door de gemeente 26 van 42 wijken geholpen bij de start of overstap naar een gebruikersvriendelijke wijkwebsite. Als voorbeeld heeft de wijkwebsite van Hoogkerk gediend. Van 2005 tot 2007 heeft de bewonersorganisatie Vereniging Wijkopbouw Hoogkerk (VWH) hiermee tijdens een pilot⁴ veel ervaring opgedaan. De succesvolle functionaliteiten zoals een E-nieuwsbrief en WijkTV zijn bij de bouw van de wijkwebsites als vaste onderdelen opgenomen. Samen met de reeds bestaande Joomla!-wijkwebsites, is 65% van de 42 wijkwebsites gebouwd in Joomla!-open source. Dit betekent dat informatie uitwisselen eenvoudig mogelijk is omdat de wijkwebsites goed aansluiten op andere open source systemen zoals die van de gemeente Groningen. Groningen heeft nu 100% dekking van wijkwebsites die worden beheerd door wijkbewoners!



De nieuwe wijkwebsite van Tuinwijk.



*De nieuwe wijkwebsite van Grunobuurt.
Beiden gebouwd in Joomla!*

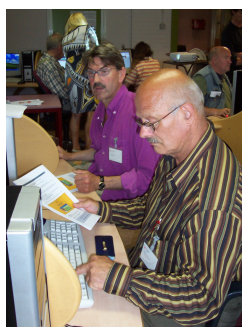
⁴ De evaluatie van de pilot wijkwebsite Hoogkerk is te vinden op www.gemeente.groningen.nl/mijnwijk

Bijlage - Evaluatie wijkcommunicatie

Opleiding en ondersteuning

Om met de nieuwe wijkwebsite te leren werken, zijn er workshops gegeven in een aantal internetcafe's in de wijken om redactieleden op weg te helpen om zelfstandig hun wijkwebsite te kunnen beheren. Zij zijn voorzien van een op maat gesneden online handleiding en een Joomla! handboek.

Daarnaast hebben zij een 'strippenkaart' ontvangen voor één uur ondersteuning door een Joomla!-specialist om problemen en knelpunten op te lossen.



Workshop webbeheer in Floreshuis Korrewegwijk op een warme zomervond, juni 2008. Wethouder Frank de Vries preeft de wijkredacties voor hun inzet.

2.2 E-nieuwsbrieven

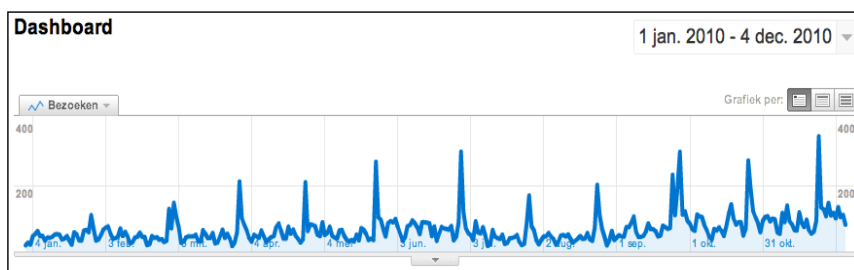


Het maken van E-nieuwsbrieven was een verplicht onderdeel van de workshops. De bezoekersaantallen van wijkwebsites die regelmatig een E-nieuwsbrief uitbrengen is aanzienlijk hoger dan wijkwebsites zonder. Google Analytics laat zien dat er na iedere E-nieuwsbrief, hogere bezoekersaantallen structureel blijven stijgen. Zie de statistiek van Vinkhuizen op pagina 8.

Uit de pilot Hoogkerk is gebleken dat een abonnement op de elektronische nieuwsbrief de beste promotie is om bezoekers naar de wijkwebsite te trekken. Hierdoor is het bezoekersaantal stabiel met maar liefst 2000 bezoekers

per maand. Er waren uitschieters naar meer dan 5000 bezoekers. Toen plaatsten zij een fotoreportage van de Sint Nicolaas intocht in Hoogkerk.

Bijlage - Evaluatie wijkcommunicatie



Effect van het uitbrengen van de E-nieuwsbrief van op het bezoek aan de site van Vinkhuizen.

2.3 RSS-feeds / widgets

Een RSS-feed is een nieuwsbron op de wijkwebsite die rechtstreeks gevoed wordt vanuit een andere bronwebsite (gemeente.groningen.nl/mijnwijk) waarop de gemeentelijke nieuwsberichten worden geplaatst. Een widget is een button van een andere website die rechtstreeks doorlinkt naar een voor de doelgroep relevante pagina. De widget van de gemeente Groningen op de wijkwebsite linkt door naar de wijkpagina van de gemeente. Een combinatie van widget en RSS-feed wordt getest op de wijkwebsite van Paddepoel. In januari 2011 biedt de gemeente een combinatie van een widget en RSS-feed gratis aan om deze in te bouwen op wijkwebsites die door de gemeente zijn gefaciliteerd.

2.4 Nieuwe instroom betrokken Stadgers

Naast de gevestigde wijkredacties, die veelal vanuit de bewonersorganisaties zijn voortgekomen, is er een nieuwe stroom betrokken Stadgers ontstaan om als vrijwilliger aan de wijkwebsites te werken. Via de online vacaturebank vrijwilligersgroningen.nl is een vacature geplaatst als 'webdesigner/redacteur in je eigen wijk'. Er hebben zich vijftien vrijwilligers aangeboden waarvan er een aantal lid van de wijkredactie zijn geworden. De kandidaten waren tussen de 18 en 45 jaar oud en hadden verschillende drijfveren om aan een wijkwebsite mee te werken. Bijvoorbeeld wijkbewoners die:

- als professional kennis en affiniteit met ICT hebben;
- hun opleiding niet hebben afgemaakt;
- door omstandigheden op afstand staan van de arbeidsmarkt;
- werkervaring op willen doen;
- met jonge kinderen thuis aan de website willen werken.

Er zijn drie buurtconciërges van Sociaal Buurtbeheer van WerkPro opgeleid om wijkorganisaties op weg te helpen en te ondersteunen bij het beheer van hun wijkwebsite.

Bijlage - Evaluatie wijkcommunicatie



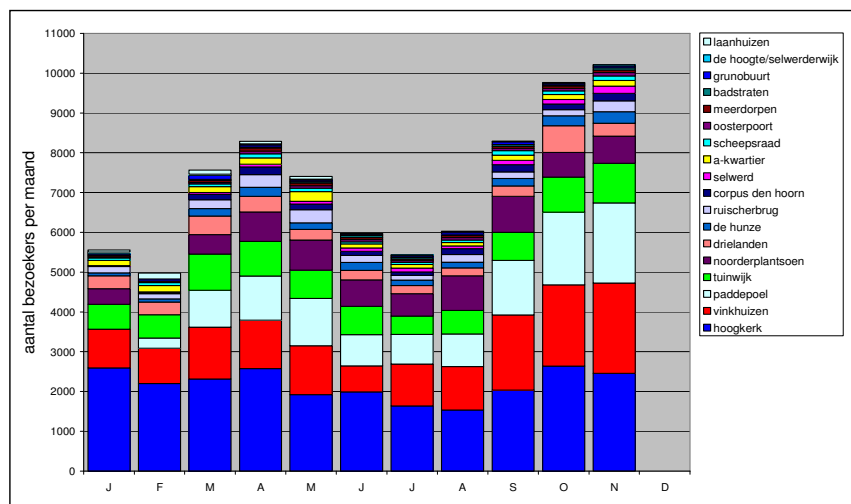
Bijlage - Evaluatie wijkcommunicatie



De wijken vinden een spandoek een goed promotiemiddel voor de wijkwebsite tijdens evenementen.

2.7 Bezoekersaantallen wijkwebsites

De wijkwebsites worden goed bezocht. Google Analytics laat zien dat het aantal bezoekers op de sites waarvan we de gegevens hebben dit jaar is verdubbeld! Hoogkerk, Vinkhuizen, Paddepoel, Tuinwijk en Noorderplantsoen worden het meest bezocht. Relatief – bezoekers afgezet tegen het aantal inwoners van de wijk – scoort Tuinwijk het hoogst. Wijkwebsites kunnen worden gezien als een verlengstuk van de gemeentelijke website: burgers geven hier betekenis en duiding aan gemeentelijke plannen. Zij plaatsen polls of fora om wijkbewoners te raadplegen over ontwikkelingen of issues in de wijk. Dit uiteraard naast de andere wijkactiviteiten die zij interessant vinden. De feitelijke informatie halen zij van de gemeentelijke website gemeente.groningen.nl/mijnwijk of linken daarnaar door.



Bijlage - Evaluatie wijkcommunicatie

3. Hoe de gemeente aansluit op de wijkmedia

3.1 Gemeente.groningen.nl/mijnwijk

Om tegemoet te komen aan de wens van wijkbewoners om wijkgebonden gemeentelijke informatie te ontvangen, zijn de wijkpagina's van gemeente.groningen.nl/mijnwijk ontwikkeld. Deze wijkpagina's maken deel uit van de gemeentelijke website. De infrastructuur van 42 wijkpagina's sluit naadloos aan op de reeds bestaande 42 wijkwebsites.

Hierop kan de gemeente haar wijkgebonden projecten en beleidsonderwerpen publiceren. Daarbij wordt voldaan aan de basisvoorwaarden:

- in een vroegtijdig stadium;
- voorzien van (besluitvormings)proces;
- samenvatting in begrijpelijke taal en context;
- voorzien van relevante stukken;
- mogelijkheid om te kunnen reageren naar projectleider of beleidsmaker.

Om daaraan te voldoen is een sjabloon ontwikkeld om op eenvoudige wijze een communicatiedossier van een project te vullen en te publiceren.

3.2 Communicatiedossier online

Relevante informatie over projecten en plannen is moeilijk te vinden op de gemeentelijke website. De manier waarop de gemeente Groningen haar beleidsdocumenten openbaar maakt, kan beter. In plaats van losse documenten te ontsluiten of zeer summere samenvattingen of nieuwsberichten te publiceren, is het publiceren in de vorm van een communicatiedossier online per project wenselijk. Immers, losse documenten ontberen de context, iets wat een online communicatiedossier wel kan bieden.

Aan een online communicatiedossier kan door de projectleider (redactionele) content worden toegevoegd zoals een planning, beeldmateriaal zoals artist impressions, foto's of video's, stand van zaken, aankondigingen en reactieformulier. Een online communicatiedossier is meer dan een verzameling losse documenten.

Het sjabloon

In samenwerking met projectleiders van RO/EZ is er een standaard sjabloon ontwikkeld om informatie over projecten, plannen en beleid als een 'communicatiedossier online' te ontsluiten. Hier kunnen projectleiders en beleidsambtenaren hun beleidsproces in alle fases communiceren volgens een vast en eenduidig format. Door de klankbordgroep van wijkredacties is het sjabloon bekeken en akkoord bevonden. Reactie van de redactieleden: *'Als jullie dit voor elkaar krijgen voor alle wijkprojecten, dan zijn we heel blij!'*

Een gunstig neveneffect: het communicatiedossier online is ook een goed intern communicatiemiddel. Immers, in een wijk zijn al gauw twintig ambtenaren actief met vaak dienstoverstijgende plannen, beleid en projecten. Het is van belang dat zij ook in een vroeg stadium kennis kunnen nemen van elkaars projecten en met elkaar kunnen afstemmen indien nodig.

Bijlage - Evaluatie wijkcommunicatie

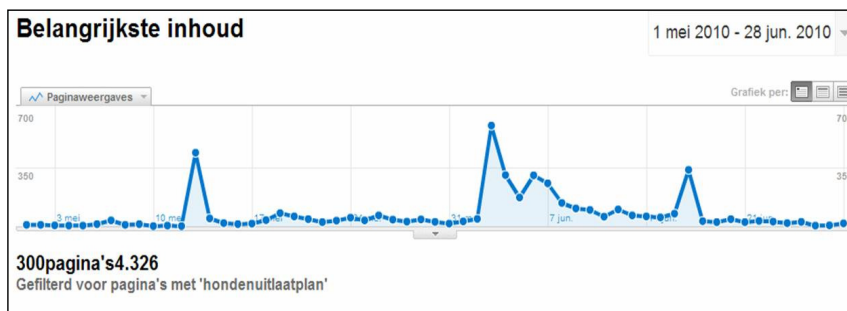
Het communicatiedossier bevat een samenvatting, alle relevante publicabele stukken, alle verslagen van bijeenkomsten en een reactieformulier om rechtstreeks te mailen met de verantwoordelijk ambtenaar. Hiermee kan iedereen snel en adequaat in de juiste context onderwerp eigen maken. Ook voor de pers is dit een goed communicatiemiddel.

Met het communicatiedossier online is op succesvolle en interactieve wijze proefgedraaid met twee projecten. Namelijk het Hondenbeleid (op stedelijk niveau) en Speelplekken in Paddepoel.

Hondenbeleid

De gemeente heeft 7.063 hondenbezitters per brief uitgenodigd om de informatiemarkten te bezoeken en om gemeente.groningen.nl/mijnwijk te raadplegen voor het uitlaat- en uitrengebied in hun wijk. In totaal hebben 3.000 hondenbezitters het communicatiedossier Hondenbeleid online bezocht. Er zijn 5 stadsdeelversies gepubliceerd op gemeente.groningen.nl/mijnwijk via alle wijkpagina's. Ongeveer 400 bezoekers lieten een opmerking of mening achter via het reactieformulier over de voorgestelde hondenuitlaatgebieden en -uitrengebieden voor de projectleider. Tijdens de informatie-inloopmarkten zijn er 600 reacties verzameld. Alle opmerkingen en wensen over uitren- en uitlaatgebieden zijn stuk voor stuk beoordeeld. Alle inzenders ontvangen in januari 2011 bericht met onderbouwing of hun inbreng wel of niet is gehonoreerd. De uitkomsten worden verwerkt in voorstellen voor alle wijken. Deze worden in een tweede ronde aan de wijkbewoners voorgelegd. Vervolgens neemt het college middels een aanwijfsbesluit de definitieve beslissing.

Fout! Objecten kunnen niet worden gemaakt door veldcodes te bewerken.
Het communicatiedossier online om burgers te informeren en te betrekken bij Hondenbeleid.



Google Analytics: op de piekmomenten is een brief bij de hondenbezitters bezorgd.

Speelplekken Paddepoel

Een soortgelijk communicatiedossier is in Paddepoel Zuid/West aan wijkbewoners voorgelegd over de keuze van locaties voor twee speelplekken. Bewoners waren het tijdens de

Bijlage - Evaluatie wijkcommunicatie

3.3 E-nieuwsbrief StadsNieuws en wijktags

De 'oude' Bewonersbrief, oorspronkelijk bedoeld voor bewonersorganisaties is omgebouwd tot de huidige de E-nieuwsbrief Stadsnieuws. Hiermee informeren we alle Stadgers over besluiten en gemeentelijk nieuws. Er bestaat hiervan ook een papieren versie. Per 1 oktober 2010 zijn er ruim 800 abonnees en het aantal loopt gestaag op.



Met name wijkorganisaties, redacties van wijkkranten en wijkwebsites en professionals in de wijk hebben een abonnement. Nieuwsberichten die op de gemeentelijke website wordt geplaatst, komen automatisch in Stadsnieuws. Aan de nieuwsberichten kunnen ook wijktags worden gekoppeld. Daardoor komen ze automatisch op betreffende wijkpagina's van gemeente.groningen.nl/mijnwijk als actueel nieuws. De wijkwebredactie kan dit actuele kanaal met wijknieuws als RSS-feed plaatsen op hun wijkwebsite. Zo wordt de wijkwebsite automatisch gevoed met actueel gemeentelijk nieuws. De nieuwsberichten op de gemeentelijke website worden ook via Twitter bekendgemaakt.

Veel Stadgers en wijkprofessionals nemen een abonnement op het gemeentelijke StadsNieuws.



Stadsnieuws op Twitter met bijna 600 volgers.

Bijlage - Evaluatie wijkcommunicatie

4. Pilot Paddepoel

Op 19 mei 2010 gaf burgemeester Rehwinkel de aftrap voor de pilot Paddepoel. In deze wijk is proefgedraaid van 19 mei tot november 2010 met bijna alle lopende gemeentelijke projecten. Die zijn gepubliceerd volgens het sjabloon van het communicatiedossier online op



de wijkpagina Paddepoel van de portal gemeente.groningen.nl/mijnwijk. Er is in de wijk ervaring op gedaan met betrokken bewoners, de wijkraad Paddepoel, de redactie van de wijkwebsite. Binnen de gemeente waren dat projectleiders en hun ondersteuners met een project in Paddepoel.

Er is kwalitatief onderzoek gedaan. Dit is zowel schriftelijk (enquêtes) als in vraaggesprekken uitgevoerd. Ook zijn bevindingen meegenomen die naar voren kwamen tijdens in- en externe bijeenkomsten, de werkgroep pilot Paddepoel en vergaderingen. Als het in Paddepoel goed werkt dan kunnen ook de andere 41 wijken op deze manier worden voorzien van informatie om burgers betrekken bij beleid en plannen in hun wijk. De uitkomsten zijn verwerkt in de aanbevelingen en conclusies van deze evaluatie van de wijkcommunicatie.

4.1 Bevindingen bewoners Paddepoel

Er zijn ongeveer 100 enquêtes via de mail verzonden naar betrokken Paddepoelers. De 20 respondenten hadden uitvoerig en met aandacht de uitvoerige vragenlijst ingevuld. We kunnen uitgaan van een kwalitatief en representatieve uitkomst. De bewoners geven de wijkpagina Paddepoel een ruime voldoende. Ze vinden de projecten informatief en vinden het een prima initiatief dat de wijkpagina een overzicht biedt van alle wijkplannen van de gemeente. Er werden verbeterpunten genoemd voor de *toegankelijkheid* van de informatie op gemeente.groningen.nl/mijnwijk en de wijkpagina Paddepoel. En *inhoudelijk* werden er verbeteringsuggesties gedaan voor informatie over projecten en plannen.

Toegankelijkheid

De volgende verbeterpunten werden genoemd voor de toegankelijkheid:

- lettertype moet groter;
- verbeter de rubricering van de onderwerpen;
- teksten kunnen bondiger;
- vermijd ambtelijk jargon.

Inhoudelijk

De bewoners willen breed worden geïnformeerd over onderwerpen in Paddepoel. Ook de behoefte aan informatie per gekozen onderwerp is breed. Interessant vinden zij ook projecten in andere wijken met consequenties voor Paddepoel zoals ontwikkelingen op het Zernikecomplex en Studentenhuisvesting.

De volgende opmerkingen/verbeterpunten kwamen naar voren:

- communiceer eenduidig over de projecten;
- voeg een planning/procesgang toe;
- voeg een mogelijkheid toe om te reageren;
- voeg geen grote bestanden (meer dan 10mb) toe;
- hou het actueel.

Bijlage - Evaluatie wijkcommunicatie

Opgemerkt kan worden dat het sjabloon voor een communicatiedossier online hierin voorziet, maar nog niet consequent wordt gebruikt.

4.2 Bevindingen wijkraad/webbeheer Paddepoel

Er is gesproken met de voorzitter van de wijkraad Roel Mulder, de webmaster van de wijkwebsite Paddepoel Elbert van Remmerden en de webredacteur Feiko van der Veen.

Informatievoorziening

De wijk informatie is prima via gemeente.groningen.nl/mijnwijk/Paddepoel te vinden. Echter als een reactieformulier ontbreekt, is het onduidelijk waar of bij wie je meer informatie op kunt vragen. Met name over de onderwerpen Studentenhuisvesting, NLA (Nieuw Lokaal Akkoord) en de Regiotram is het lastig om erachter te komen wie de regie heeft. Deze informatie wordt niet gepubliceerd op gemeente.groningen.nl/mijnwijk terwijl deze projecten belangrijke consequenties hebben voor de wijk. Als projecten vertragen, moet worden vermeld waarom. En hoe lang het ongeveer gaat duren. De planning in het communicatiedossier moet daarop worden aangepast. De Wijkraad merkt dat bewoners beter voorbereid op informatiebijeenkomsten komen als zij eerst de stukken in het communicatiedossier op gemeente.groningen.nl/mijnwijk hebben gelezen of bestudeerd.

Ondersteuning wijkwebsite

Zij vonden de ondersteuning vanuit de gemeente goed. Het bemiddelen van vrijwilligers via de vrijwilligersvacaturebank vonden ze ook een goed punt. Zij willen graag een vervolg op de Joomla!-workshops voor redactieleden om zich belangrijke functionaliteiten eigen te maken. Met name gaat het dan om aanvullende workshops voor onder meer: uploaden van documenten, binnenhalen van links en reactiemogelijkheid op nieuwsberichten. Er zou een ondersteuningssite moeten komen voor wijkredacties om op terug te vallen bij problemen. De wijkredactie staat ook open om de technieken te verbeteren op de site zoals mobiel gebruik en koppelingen met social media zoals Hyves, Twitter, Facebook, feeds.

Wensen

- ook informatie op gemeente.groningen.nl/mijnwijk publiceren over wijkoverstijgende onderwerpen die consequenties hebben voor de wijk;
- in communicatiedossier in de planning/het proces duidelijk opnemen dat projecten vertragen en uitleggen waarom. Reactiemogelijkheid mag niet ontbreken;
- doorontwikkelen techniek van wijkwebsite voor implementatie nieuwe ontwikkelingen bijvoorbeeld social media zoals Hyves, Twitter, Facebook, feeds;
- workshops voor beginnende redactieleden;
- ondersteuningssite voor wijkredacties inclusief portal met overzicht alle wijkwebsites;
- integratie van de wijkpagina Paddepoel van gemeente.groningen.nl/mijnwijk op de wijkwebsite www.paddepoel.info door bijvoorbeeld het plaatsen van een button.

4.3 Bevindingen projectleiders

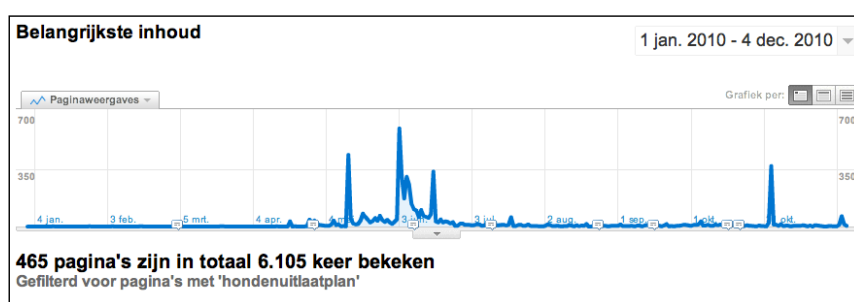
Alle projectleiders van Paddepoel zijn ervan overtuigd dat ze hun project op internet moeten publiceren volgens het standaard sjabloon. Echter, het zit nog niet in het werkproces van de projectleiders om regelmatig te checken of het communicatiedossier nog actueel is bij nieuwe

Bijlage - Evaluatie wijkcommunicatie

ontwikkelingen. De projectleiders hebben er gedurende de pilot weinig tijd aan besteed. Zij delegeren het publiceren en updaten veelal aan een assistent.

De betrokkenheid van de projectleider is het grootst als hij het digitale communicatiekanaal in zijn werkproces heeft opgenomen en actief bekend maakt onder de doelgroep. Het project Hondenbeleid is hiervan een goed voorbeeld.

Niet altijd is het project in een stadium dat er veel nieuws is te melden. Het is deels een statisch informatiedossier dat veel wordt bezocht als bewoners ernaar worden verwezen.



Pieken in het bekijken van het dossier 'hondenbeleid' zijn terug te voeren op de correspondentie omtrent het plan.

De mutaties op internet worden 'erbij' gedaan door webmaster, communicatieadviseur en projectassistent. Het is voor projectleiders niet altijd duidelijk bij wie zij zich moeten melden als zij een communicatiedossier online willen plaatsen of laten actualiseren. Dat geldt met name bij OCSW.

Voordelen

De projectleiders benoemden de volgende voordelen:

- beter geïnformeerde burgers, daardoor meer begrip en minder wantrouwen;
- bespaart tijd als burgers vooraf zijn geïnformeerd tijdens informatie- en inspraakbijeenkomsten;
- je bereikt veel burgers en je ontvangt veel reacties als je erom vraagt;
- je kunt veelgestelde vragen die je via het reactieformulier of telefonisch ontvangt voorkomen door het antwoord op te nemen in communicatiedossier;
- betrokken burgers in Paddepoel weten inmiddels dat ze wijk informatie op gemeente.groningen.nl/mijnwijk kunnen vinden;
- een vast sjabloon werkt praktisch en overzichtelijk. Je hebt de basisinformatie op orde,
- je voorkomt miscommunicatie, ook bij de pers;
- je laat op de wijkpagina zien wat de gemeente doet in de wijk, dat is goed voor het imago van de gemeente.

Knelpunten

- te weinig ondersteuning bij online plaatsen;
- verantwoordelijkheid voor de communicatie is niet belegd bij 1^e fase van een project als er nog geen startnotitie is (voorbeeld vergunningaanvraag Moskee);
- soms is er lange tijd even niets te melden. Burgers denken dat er dan niets gebeurt;
- te weinig aansturing van het management om projecten te communiceren via internet;

Bijlage - Evaluatie wijkcommunicatie

- rolverdeling afdeling Communicatie versus afdeling Projectmanagement: wie doet wat?

Wensen ter verbetering

- vaste contactpersoon om een communicatiedossier online aan te laten maken inclusief eventueel redigeren van teksten;
- meer ondersteuners of helpdesk om het communicatiedossier te laten updaten;
- rappelsysteem om je eraan te herinneren dat jouw communicatiedossiers online staan;
- kwaliteit en effectmeting moet worden teruggekoppeld;
- doorontwikkeling van het sjabloon met name op procesplanning;
- management moet sturen op prioriteren aan publiceren op internet.

4.4 Bevindingen publicisten

Bij de afdeling projectmanagement van de dienst RO/EZ zijn de meeste projectassistenten opgeleid om de communicatiedossiers actueel te houden. De organisatie lijnen zijn helder. Zij worden door hun projectleider gevraagd om teksten aan te passen, vragen te beantwoorden en relevante stukken toe te voegen. Zij zien het als een vanzelfsprekende taak die zij zich eigen willen maken op een professionele manier.

Bij OCSW is de organisatie van de communicatie minder concreet. Beleidnota's worden geschreven op stedelijk niveau en worden door derden in de wijken uitgevoerd door organisaties als Stiel en MJD. Daarbij hoort ook dat zij de communicatie in de wijken verzorgen. Vaak worden subsidies aan maatschappelijke organisaties verstrekt of wordt er er Nieuw Lokaal Akkoord (NLA)-geld besteed aan bijvoorbeeld een speeltuin in de buurt. De gemeente heeft dan geen formele lijn in de organisatie die de digitale communicatie daarover oppakt. Veel ambtenaren in de wijk voelen zich verantwoordelijk voor de communicatie maar gaan er formeel niet over.

Gemiddeld hebben publicisten vijftien uur besteed aan publiceren op de wijkpagina van mei tot eind november 2010. In totaal hebben zij vijf uur instructie ontvangen om te leren werken met Plone om te kunnen publiceren op de website. Opgemerkt moet worden dat publicisten de meeste tijd kwijt zijn aan het eenmalig online zetten van een communicatiedossier. Bijwerken is een kwestie van uploaden. Daarbij ondervinden zij problemen door de traagheid van het systeem.

Voordelen

- mogelijkheid om inspraakreacties via de website te versturen vinden burgers klantvriendelijk;
- veelgestelde vragen kun je opnemen in het dossier, dat voorkomt telefoontjes.
- uniformiteit in de communicatie;
- het communicatiedossier online is prima te koppelen (linken) aan *sociale media* (Hyves, Twitter etc.)

Knelpunten

- verantwoordelijkheid voor communicatie is niet helder;
- door projectleiders/beleidsambtenaren worden niet actief stukken aangeboden of initiatief genomen om via gemeente.groningen.nl/mijnwijk te communiceren;
- opleiding Plone is te algemeen;

Bijlage - Evaluatie wijkcommunicatie

- in welk stadium stukken wel niet plaatsen op internet;
- papieren besluitnota's moeten gescand worden en zijn dan niet doorzoekbaar (PDF's wel);
- informatie op gemeente.groningen.nl/mijnwijk is niet eenduidig;
- nog te weinig ervaring met Plone, dat werkt vertragend;
- systeem om te publiceren werkt erg traag;
- door onduidelijke regie van de gemeente op gesubsidieerde- of samenwerkingsprojecten wordt de communicatie diffuus.

Wensen ter verbetering

- maatwerk in opleiding Plone voor sjabloon. Voortdurend werken aan gebruikersvriendelijkheid van het systeem om te publiceren;
- rolverdeling en bijbehorende verantwoordelijkheden vastleggen. Maak het concreet: wie doet wat?;
- werkprocessen digitaliseren zodat nota's uiteindelijk in PDF gepubliceerd kunnen worden;
- strakke regels voor publiceren op gemeente.groningen.nl/mijnwijk;
- meer communicatiedossiers publiceren om meer vaardigheid te krijgen;
- uploaden van stukken/foto's moet sneller en simpeler;
- RSS-feed van actueel wijknieuws op alle wijkwebsites plaatsen.

Bijlage - Evaluatie wijkcommunicatie

4.5 Resultaten wijkwebsite Paddepoel

De wijkwebsite www.paddepoel.info van de Wijkraad ontwikkelt zich tot het platform waar bewoners van Paddepoel hun mening kunnen geven over gemeentelijk beleid. Zij bepalen hier



de agenda over hun wijk. Een wijkwebsite is als het ware een venster op de wijk waar de gemeente een blik in kan werpen om te zien wat er leeft in de wijk. Zij communiceren over alles wat Paddepoelers bezighoudt zowel op het sociale vlak, via wijkTV maar ook over de gemeentelijke plannen in hun wijk. Momenteel ontvangen zij per maand 2.000 unieke bezoekers op 8.445 inwoners.

E-nieuwsbrief

De Paddepoel site heeft een eigen E-nieuwsbrief waar men via de wijkwebsite www.paddepoel.info een abonnement op kan nemen. Van alle sites waar we een analyse van bijhouden, is Paddepoel één van de sites die het best wordt bezocht. Deze sites hebben allen een E-nieuwsbrief met doorleesfunctie naar de wijkwebsites voor meer informatie. De E-nieuwsbrief van Paddepoel heeft 125 leden.



Groei van het bezoek aan de website van de wijkraad Paddepoel sinds de start in februari.

Bijlage - Evaluatie wijkcommunicatie

Gemeentelijk nieuws op de Paddepoelsite

RSS-feed

De gemeente Groningen heeft een plek op de Paddepoelsite om gemeentelijk nieuws te publiceren over Paddepoel. Dit is gerealiseerd met een RSS-feed. Dit is een koppeling om gelijktijdig gemeentelijke nieuwsberichten te tonen op een andere website. Zie ook hoofdstuk 2.3. Als er een nieuw bericht wordt geplaatst op de gemeentelijke website met een wijktag dan wordt deze ook meteen zichtbaar op de homepage van de wijkwebsite. Er wordt echter nog te weinig actueel nieuws gepubliceerd. De wijkredactie wil middels nieuwsberichten op de hoogte worden gehouden over de voortgang van projecten. Liefst met een doorlink naar het communicatiedossier.

Widget

Momenteel wordt een Widget in combinatie met een RSS-feed getest op de wijkwebsite Paddepoel. Deze wordt als standaard ontwikkeld voor alle door de gemeente gefaciliteerde wijkwebsites en zal naar verwachting begin januari 2011 worden geplaatst. Een widget is een grafisch object in de vorm van het logo van de gemeente Groningen. Deze brengt de bezoeker met een simpele klik op het logo naar de wijk informatie van de gemeente.

The screenshot shows the homepage of the Wijkwebsite Paddepoel Groningen. The page has a green header with the title 'Wijkwebsite Paddepoel Groningen' and the tagline 'Voor en door bewoners'. Below the header is a navigation menu with items: Thuis, Nieuws, Informatie, Wijkguides, Activiteiten, Links, Leuk ja!, MOI, Forum, Gastenboek, Webcam, Foto's. The main content area is divided into several sections. On the left, there is a sidebar with a blue circle highlighting a widget that displays the Gemeente Groningen logo and a list of news items under the heading 'Paddepoel actueel'. The main content area features a 'FOTO'S PADDEPOEL' section with a photo of a woman and child, and a 'STADJERSTV' section with a video player. The right sidebar contains a search bar, a 'Inschrijven nieuwsbrief' form, and a 'Poll - enquête' section.

De gemeente-widget op de site van Paddepoel.

Bijlage - Evaluatie wijkcommunicatie

5. Conclusies en Aanbevelingen

De conclusies en aanbevelingen vallen in twee deelgebieden uiteen die ondersteuning en doorontwikkeling behoeven, namelijk de *digitale infrastructuur* en het *contentbeheer*. De *digitale infrastructuur* is het netwerk van 42 *wijkwebsites* van de bewoners(organisaties) en de 42 *wijkpagina's* op de gemeentelijke website.

Het *contentbeheer* gaat enerzijds over de bevindingen van bewoners en wijkorganisaties (wijkraad en wijkwebredacties). En anderzijds de bevindingen van projectleiders en publicisten die zorgen dat content (projecten en plannen) op de wijkpagina's wordt gepubliceerd.

5.1 Digitale infrastructuur

Wijkwebsites

Conclusies

Het is gelukt om de infrastructuur *wijkwebsites* op niveau te krijgen. Alle 42 wijken/buurtten met een bewonersorganisatie en wijkkrant hebben hun eigen wijkwebsite. Een aantal hiervan had al een eigen wijkwebsite. Er zijn 26 door de gemeente geholpen. Zij zijn daarover tevreden. Het niveau van wijkwebsites is verschillend. Waar de een vooroploopt met veel bezoekers, kan de ander wel wat meer hulp gebruiken. Hierin zouden ze elkaar kunnen ondersteunen. In de praktijk gebeurt dit al mondjesmaat. Er is daarom vraag naar een helpdesk/centraal punt waar ze hun vragen kunnen stellen en ervaringen kunnen uitwisselen. Volgens de wijkredactie Paddepoel zou de community wijkredacties.groningen.nl hierin kunnen voorzien. Met als voorwaarde dat deze wordt doorontwikkeld tot een volwaardige helpdesk voor en door wijkredacties. Hier kan ook aan de wens tegemoet worden gekomen om de 42 wijkwebsites in één portal te presenteren met doorlinks. De gemeente kan de discussies en ontwikkelingen via deze community ontdekken waar de knelpunten en behoeftes ontstaan en eventueel besluiten tot ondersteuning.

Er is behoefte aan een constante actuele informatiestroom van de gemeente. De RSS feed voorziet daar niet voldoende in. Er wordt te weinig wijknieuws geplaatst. De wens om een directe link naar informatie van de gemeentelijke wijkpagina op de wijkwebsite te plaatsen kan met een widget worden gerealiseerd.

Aanbevelingen

- zorg dat community wijkredacties.nl wordt doorontwikkeld ten behoeve van de wijkredacties;
- zorg dat de wijkwebsites een widget/RSS-feedvoorziening krijgen met voldoende wijknieuws. De widget linkt door naar de gemeentelijke wijkpagina.

Bijlage - Evaluatie wijkcommunicatie

Mijnwijk.groningen.nl

Conclusies

Er is een gemeentelijke infrastructuur ontwikkeld die aansluit op de 42 wijken met een eigen wijkwebsite(s). Op deze *wijkpagina's* worden projecten gepubliceerd volgens een vast sjabloon dat alle basis informatie bevat over een project of plan.

De wijkpagina's voldoen in een behoefte. De proef in Paddepoel wees uit dat bewoners de wijkpagina waarderen met een ruime voldoende voor deze manier van communiceren en gaven een aantal verbeterpunten aan. Bewoners vinden een eenduidige manier van communiceren over projecten prettig. Het voldoet aan hun norm dat er planning en reactiemogelijkheid zijn toegevoegd. Hier wordt echter niet consequent aan voldaan.

Projectleiders en publicisten vinden het werken met een vast sjabloon prettig. Volgens hen mogen de procedures en rolverdeling duidelijker. Het systeem om te publiceren op de website werkt vaak traag en mag gebruikersvriendelijker. Verder moet het systeem worden voorzien van een rappelsysteem dat de verantwoordelijk ambtenaar herinnert aan het feit dat zijn project online staat. Het maakt namelijk nog geen vanzelfsprekend onderdeel uit van het werkproces. Hier willen ze samen aan werken.

Aanbevelingen

- ontwikkel het sjabloon voor communicatiedossier door tot een handige module met daaraan gekoppeld een rappelleersysteem;
- stel werken met sjabloon verplicht voor communiceren over projecten en plannen.

5.2 Contentbeheer

Mijnwijk.groningen.nl

Conclusies

Projectleiders en projectassistenten van de pilot Paddepoel vinden het belangrijk om hun project online te plaatsen volgens het sjabloon. Het levert goed geïnformeerde burgers op tijdens bijeenkomsten. En als het communicatiedossier goed is gevuld, bellen er minder mensen voor informatie. Op termijn kan dit tijdswinst opleveren.

Zij vinden dat het hele concern in deze werkwijze mee moet gaan om succesvol burgers te betrekken bij projecten. Zij zien hierin een belangrijke rol voor het management en leidinggevendenden om dit digitaal te faciliteren, organisatorisch mogelijk te maken en kaders te stellen. Veel van de door hen genoemde onderdelen zoals cultuur, opleiding en politieke kaders zijn vastgelegd in de nota 'Van Wijken Weten' van RO/EZ. Deze nota zou doorontwikkeld moeten worden om concernbrede eenduidige uitgangspunten voor de wijkcommunicatie vast te leggen.

Bewoners hebben ook behoefte aan wijkoverstijgende projecten met consequenties voor hun wijk. Verder willen zij dat de informatie actueel is en geen jargon bevat.

Aanbevelingen

- lever maatwerk in opleiding voor publicisten voor werken met een vast sjabloon in Plone;
- ontwikkel een vaste manier van werken voor wijkcommunicatie. Maak deze bekend in de organisatie met ook daarin de verdeling van taken en verantwoordelijkheden belegd;

Bijlage - Evaluatie wijkcommunicatie

- laat het management prioriteit geven en sturen op publiceren van communicatiedossiers op internet;
- publiceer op alle wijkpagina's de communicatiedossiers van wijkprojecten;
- publiceer ook wijkoverstijgende onderwerpen met consequenties in de wijk op de gemeente.groningen.nl/mijnwijk-pagina's.

Tot besluit

De gemeente is met de digitale infrastructuur klaar om wijkbewoners adequaat te betrekken bij plannen en projecten in wijken.

Er zijn nog twee onderdelen die aandacht behoeven of moeten worden doorontwikkeld:

1. we houden de basiskennis van het netwerk wijkwebredacties van wijkwebsites op niveau door een community beschikbaar te stellen. Voorts bieden we wijkwebsites een vaste stroom wijkinformatie aan op hun wijkwebsite door middel van een RSS-feed gecombineerd met een link naar de gemeentelijke wijkpagina. Deze wordt uitgevoerd in een widget.
2. de wijkpagina's van gemeente.groningen.nl/mijnwijk moeten gevuld worden met content (inhoud) over projecten en plannen. Hier voor kan het vaste sjabloon voor een communicatiedossier online worden gebruikt. Dit sjabloon moet worden doorontwikkeld op functionaliteit en gebruikersvriendelijkheid.

CHECKLIST BURGERPARTICIPATIE



- Een checklist met aandachtspunten te gebruiken bij projecten waar burgerparticipatie een rol speelt, met het doel om deze burgerparticipatie zo optimaal mogelijk te laten te verlopen -

Aangeboden aan het College van Burgemeester en Wethouders van de stad Groningen, door de fractie van D66 in de Groninger Gemeenteraad op 11 mei 2011

Bijlage - checklist burgerparticipatie d66



Checklist

D66 Groningen Stad hecht grote waarde aan een optimale burgerparticipatie in Groningen. Bij overleg tussen Gemeente en burgers is het belangrijk dat de Gemeente aandacht heeft voor de positie van haar inwoners. Om deze positie te garanderen en te beschermen let D66 in de toekomst bij projecten waar burgerparticipatie een rol speelt op onderstaande aandachtspunten¹. De punten zijn opgedeeld in drie categorieën, te weten aandachtspunten die voorafgaand, tijdens en na afloop van het project van belang zijn.

D66 hoopt met de checklist een impuls te geven aan de wijze waarop de Gemeente omgaat met burgerparticipatieprocessen, maar hoop tevens dat de Gemeente andere partijen (zoals gesubsidieerde instellingen, woningcorporaties, partijen die ontheffing van een bestemmingsplan vragen) zal aansporen tot het hanteren van deze gedragscode inzake burgerparticipatie.

Voorafgaand aan het burgerparticipatieproces

- 1: Plaats betrokken burgers, zoals omwonenden, niet voor voldongen feiten
- 2: Volg de aanbeveling uit de veranderkunde: 'leg mensen eerst de problemen voor en niet meteen de oplossing'
- 3: En: zoek de communicatie zoveel mogelijk in vooroverleg in plaats van in uitleg achteraf
- 4: Kijk naar projecten in onderlinge samenhang: hoe zijn minder wenselijke of juist zeer gewenste voorzieningen verdeeld over de wijken in de stad; welke ontwikkelingen zijn er binnen een wijk?
- 5: Maak het speelveld duidelijk: waarover is inspraak en participatie mogelijk, waarover niet (meer); wijs in de verband zonodig op de participatieparagraaf in relevante stukken
- 6: Wees duidelijk over procedures en planningsdata
- 7: Vorm zonodig een begeleidingscommissie of klankbordgroep en maak tevoren duidelijk wat daarvan de opdracht, de kaders, de mogelijkheden en beperkingen zijn
- 8: Zorg voor goede contacten vanuit de ambtelijke organisatie. Bedenk hierbij dat het hier gaat om getrainde ambtenaren die deskundigheid hebben met betrekking tot participatieprocessen, en dat niet altijd de meest inhoudelijk betrokken medewerker de beste 'participatie-ambtenaar' is
- 9: Zorg voor het geld en de faciliteiten die voor het inspraakproces nodig zijn
- 10: Focus op samenwerking tussen gemeente, betrokken instelling(en) en betrokkenen / omwonenden
- 11: Geef de Gemeenteraad een bescheiden, maar wel duidelijke rol in de voorfase

¹ Bij deze checklist is onder meer gebaseerd op:

- de Nota 'Operatie Achtertuin', Gemeente Groningen, 2002;
- 'Het Venijn zit in de Start', D66 fractie Groningen, 2006;
- Kadernota Burgerparticipatie, Gemeente Groningen, 2011;
- Inspraakverordening Gemeente Groningen;
- Geene Management&Communicatie: Mastercursus Inspraak&Participatie voor RO/EZ, 2010
-

Bijlage - checklist burgerparticipatie d66



Tijdens het burgerparticipatieproces

- 12: Blijf tussentijds steeds informeren en terugkoppelen. Zorg voor digitale informatievoorziening: via een website of de nieuwe media
- 13: Maak bij die informatie en terugkoppeling onderscheid tussen direct betrokken en de bredere groep (de buurt; de wijk; de ondernemers). Informeer beide elk op specifieke wijze
- 14: Laat voldoende ruimte voor emoties en laat merken dat die emoties worden waargenomen
- 15: Wees zorgvuldig in processen en procedures, vooral wanneer er emoties in het spel zijn
- 16: Kom beloftes na of maak tenminste duidelijk dat en waarom ze niet kunnen worden nagekomen
- 17: Beperk je niet tot het geven van informatie, maar maak gebruik van de ideeën van betrokkenen en laat weten wat je er mee gedaan hebt
- 18: Als ambtenaren tussentijds vertrekken of van een dossier worden gehaald: informeer de bij dat dossier betrokkenen
- 19: Als de processen moeizaam verlopen: overweeg een mediation-traject
- 20: Het lijkt een open deur, maar is het niet: neem betrokken burgers serieus!

Na afloop van het burgerparticipatieproces

- 21: Als de procedure eenmaal is afgelopen: doe aan nazorg
- 22: Zorg voor duidelijke afronding, met verslag van de procedure
- 23: Evalueer - intern en desgewenst ook met de gemeenteraad - het proces
- 24: Evalueer het proces met de betrokkenen.

Initiatiefvoorstel - 190.000 deskundigen!

190.000 DESKUNDIGEN!

Het initiatief ook aan de burger.



Mei 2011

Initiatiefvoorstel - 190.000 deskundigen!

Inleiding.

Een flink aantal Nederlandse gemeenten kennen een verordening op het burgerinitiatief. Het burgerinitiatief wordt gezien als een middel om de burger directer te betrekken bij de politieke besluitvorming en daarmee de beruchte kloof tussen burger en politiek te verkleinen.

De praktijk is echter een stuk weerbarstiger gebleken waarover later meer.

Ook in Groningen is een poging ondernomen het burgerinitiatief vorm te geven. In oktober 2001 heeft de raad een initiatiefvoorstel van GroenLinks overgenomen om tot een verordening op het burgerinitiatief te komen dat echter, na uitwerking, alsnog sneuvelde in de raad van september 2003.

De belangrijkste bezwaren destijds kunnen als volgt worden samengevat:

- Het instrument is overbodig omdat burgers in de huidige situatie via de fracties ook de politiek goed kunnen bereiken.
- Het instrument kan zelfs contraproductief werken omdat, als burgers hun zin niet krijgen, er een beeld kan ontstaan dat de politiek toch niet luistert naar de burger.

Op basis van onderzoek verricht naar ervaringen in gemeenten die dit instrument kennen kan men tot de conclusie komen dat het instrument burgerinitiatief in de huidige toegepaste vorm inderdaad zijn doel in veel gevallen voorbij schiet. (zie paragraaf hieronder)

De Stadspartij ziet echter goede mogelijkheden om op een andere, minder formele, wijze gestalte te geven aan de wens de burger de kans te bieden ideeën en initiatieven te ontwikkelen en deze ook daadwerkelijk mede te realiseren.

Uitgangspunt hierbij is dat de bezwaren die kleven aan het 'klassieke burgerinitiatief' worden vermeden. De burger die met een idee of initiatief komt moet niet geconfronteerd worden met een log of zelfs onwillig apparaat maar moet gezien worden als een waardevolle aanvulling binnen het bestaande systeem. Hij of zij moet daarbij kunnen rekenen op advies en ondersteuning.

Alvorens dit uitgangspunt nader uit te werken is het wenselijk om eerst eens goed naar de ervaringen met het 'klassieke burgerinitiatief' te kijken.

Ervaringen met burgerinitiatief

Uit onderzoek van het Instituut voor Publiek en Politiek blijkt dat ongeveer de helft van de gemeenten het instrument burgerinitiatief gebruikt. Het aantal ingediende burgerinitiatieven per jaar per gemeente is gemiddeld nog geen twee. Burgerinitiatieven gaan vooral over de (beleids)terreinen ruimtelijke ordening, leefbaarheid en jeugdbeleid. Burgerinitiatieven die

Initiatiefvoorstel - 190.000 deskundigen!

door de raad worden gehonoreerd zijn meestal gericht op het realiseren of behouden van voorzieningen.

De meeste gemeenten zien als voornaamste knelpunt een gebrek aan kennis en informatie: burgers zijn niet op de hoogte van het bestaan van (de regeling) burgerinitiatieven of kunnen niet met de bestaande regeling uit de voeten. Ook raadsleden weten vaak niet wat het burgerinitiatief precies inhoudt of hoe ze moeten handelen als een burgerinitiatief wordt ingediend.

Andere faalfactoren zijn het gemeentelijke apparaat, dat niet serieus met ingediende burgerinitiatieven omgaat en een onzorgvuldige voorbereiding van initiatieven door burgers zelf.

Het aantal gemeenten dat het burgerinitiatief een nuttig instrument vindt, neemt de laatste jaren sterk af: van 87% in 2004 naar 64% in 2009.

De grootste gesignaleerde knelpunten van het formele burgerinitiatief:

1. Het burgerinitiatief wordt weinig gebruikt.
2. Initiatieven komen veelal van 'bekenden' van het gemeentehuis.
3. Gebrek aan een 'positieve cultuur' in omgaan met voorstellen van burgers.
4. de bevoegdheidsvraag.
5. teleurstelling bij de initiatiefnemers

(Bron: onderzoek 'Wipkippen, wisselgeld & wisselend succes', Over de succes- en faalfactoren van burgerinitiatieven bij gemeenten, IPP zomer 2009)

Het kan anders

Uit bovenstaande zou men de conclusie kunnen trekken dat de weg die veel gemeenten zijn ingeslagen met het burgerinitiatief een doodlopende is en dat de bezwaren die doorslaggevend waren bij het afwijzen van het burgerinitiatief destijds in Groningen terecht waren.

Het burgerinitiatief lijkt overbodig want er wordt inderdaad weinig gebruik van gemaakt en de 'bekenden van het gemeentehuis' weten anders de weg naar de fracties ook wel te vinden.

Over 'positieve cultuur in omgang met burgers' wordt in deze stad nog steeds veelvuldig gesproken. Het is een moeizaam proces met veel vallen en opstaan. Dat er burgers zijn met goede ideeën staat buiten kijf. Groningen telt ruim 190.000 deskundigen en een flink aantal daarvan is graag bereid constructief mee te denken maar heeft geen behoefte aan allerlei ingewikkelde of formele procedures.

Het 'klassieke burgerinitiatief' werkt 'bottom up'.

Dat wil zeggen dat de initiatiefnemer(s) moeten voldoen aan allerlei formele eisen zoals aantallen handtekeningen, financiële onderbouwing en een lange rij van uitsluitingen waarover geen voorstel mag worden ingediend. (bevoegdheden)

Pas na goedkeuring van bijvoorbeeld het presidium of een speciale commissie wordt het voorstel aan de raad voorgelegd. De raad heeft

Initiatiefvoorstel - 190.000 deskundigen!

natuurlijk altijd het laatste woord als hoogste bestuursorgaan binnen de gemeente. Zonder steun vanuit de raad is ieder initiatief kansloos. Deze formele route kent veel faalmomenten zoals we al eerder betoogd hebben en zoals dat ook uit onderzoek naar voren is gekomen.

Met die gedachte in het achterhoofd hebben wij een procedure bedacht die 'top down' werkt. Eerst steun vanuit de raad verwerven en dan pas het initiatief uitwerken en indienen.

Hoe gaat dat in de praktijk?

Mevrouw Jansen heeft een idee. Ze denkt dat met de aanleg van een verhoogde zebra tussen het bejaardentehuis en het winkelcentrum de oversteek voor de veelal slecht ter been zijnde bewoners een stuk eenvoudiger wordt.

Natuurlijk kan ze rechtstreeks een partij benaderen. Ze zoekt op de gemeentelijke website naar het mailadres van de partij van haar keuze maar dan valt haar oog op een apart menu:

'Klik **HIER** als u een voorstel wilt indienen', staat er te lezen. Ze klikt en dan verschijnt de volgende tekst:

De gemeente Groningen kent de mogelijkheid voor burgers om zelf ideeën of initiatieven onder de aandacht van alle raadsfracties te brengen. U kunt hieronder uw idee of initiatief kort omschrijven en uw mailadres of telefoonnummer opgeven.

Alle raadsfracties zullen dan uw voorstel/idee voorgelegd krijgen en wellicht contact met u opnemen. U, als initiatiefnemer, bepaald zelf of uw initiatief in overleg met één of meerdere fracties wordt uitgewerkt. Ook bepaald u zelf in overleg met de fractie(s) in hoeverre u betrokken wilt zijn bij die uitwerking. Als het tot uitwerking komt bestaat ook de mogelijkheid dat u uw idee/initiatief mag toelichten in de raadscommissie. Dat laatste is echter niet verplicht!

De voordelen op een rij:

- De initiatiefnemer richt zich rechtstreeks tot degene die beslissingsbevoegd is. Van de raadsfracties mag je aannemen dat ze zelf heel goed weten waarover ze wel of geen beslissingen mogen nemen. Daarnaast is ieder initiatief dat niet op steun van één of meerdere fracties kan rekenen bij voorbaat kansloos.
- Initiatiefnemers hoeven niet van tevoren veel werk te verrichten met het risico achteraf te vernemen dat het voorstel om formele redenen niet zal worden behandeld of op geen enkele steun in de raad kan rekenen.
- Initiatiefnemers bepalen zelf in hoeverre ze betrokken willen zijn bij de uitwerking van hun initiatief/idee.
- Initiatiefnemers bepalen zelf met welke partij(en) ze in zee gaan.

Initiatiefvoorstel - 190.000 deskundigen!

- Initiatiefnemers kunnen, als ze willen, gebruik maken van het reeds gangbare spreekrecht. Er hoeven derhalve geen reglementen te worden aangepast of ingewikkelde verordeningen te worden aangenomen.
- Raadsfractie krijgen directe input en bepalen zelf hoe ze daar mee om willen gaan. In de praktijk betekent dat ook dat als men niets ziet in een voorstel of idee, het wel zo fatsoenlijk is de indiener daarvan op de hoogte te stellen.
- Het contact met de raad wordt 'geformaliseerd' en daarmee minder vrijblijvend voor zowel initiatiefnemer als raadsfractie.

Een vraag die bij ons en wellicht ook bij u naar boven komt is de volgende:

Wat is nu de toegevoegde waarde van dit voorstel boven de gangbare praktijk dat burgers zelf contact zoeken met partijen?

Het formaliseren van het contactmoment werkt statusverhogend voor zowel initiatiefnemer als raadsfracties. De initiatiefnemer weet zeker dat alle fracties het voorstel/idee onder ogen krijgen en de verschillende fracties weten dat ook van elkaar. Deze 'formele opwaardering' geeft dus de initiatiefnemer meer zekerheid dat hij/zij gehoord zal worden en staat tevens borg voor een zorgvuldige afhandeling. Waarmee zeker niet gezegd wordt dat fracties zich er in de huidige situatie met een Jantje van Leiden afmaken maar we hebben allemaal wel eens een dag waarop de blik soms wat minder helder is.

De kans dat we, na het praktisch uitwerken van dit initiatiefvoorstel, een prima idee van één van onze 190.000 deskundigen over het hoofd zullen zien zal op zijn minst iets kleiner geworden zijn! Daarnaast zal de kans dat één van onze 190.000 deskundigen ook daadwerkelijk dat prima voorstel/idee aanlevert op zijn minst iets zijn toegenomen omdat de formele rompslomp tot een minimum wordt beperkt!

De kosten.

Al met al gaat het om een niet al te ingrijpende infrastructurele aanpassing in het menu van de gemeentelijke website. We kunnen ons voorstellen dat de hierboven geïntroduceerde 'knop' te vinden is op verschillende locaties op de site. Natuurlijk bij het raads gedeelte maar ook bij 'Goed Idee' en 'Goed Idee Plus'. Daarnaast is het ook een goede zaak als de gemeente, via andere media, ruchtbaarheid geeft aan de mogelijkheid om laagdrempelig voorstellen/ideeën in te dienen. Wij denken dat met een relatief kleine bijdrage uit bijvoorbeeld Stad en Stadhuis dit project valt te realiseren en goed onder de aandacht is te brengen.

Initiatiefvoorstel - 190.000 deskundigen!

Besluit:

1. De gemeentelijke website uit te breiden met een mogelijkheid direct een initiatief/idee aan te leveren bij alle fracties en deze mogelijkheid kort maar helder toe te lichten.
2. Deze mogelijkheid ruim onder de aandacht van de stadgers te brengen.
3. De kosten te dekken uit Stad en Stadhuis.

Anna Riemersma
Stadspartij

CV lijst ingekomen stukken 13 juli

Lijst ingekomen stukken

Raadscommissie Cultuurverandering 13 juli 2011

Collegebrieven

1. 30 juni 2011 Online dossiervorming
2. 30 juni 2011 Voortgangsrapportage OSOSS

Advies: eventueel betrekken bij bespreking burgerparticipatie, anders doorverwijzen naar F&V

Overige stukken

1. 16 juni 2011 : Update migratie RIS en antwoorden vragen cie. CV januari (griffie)

Advies: v.k.a.

verslag CV 06042011

VERSLAG RAADSCOMMISSIEVERGADERING CULTUURVERANDERING

Datum: 6 april 2011
Plaats: nieuwe raadzaal
Tijd: 13.00 – 15.20 uur

Aanwezig: de heer J. Spakman (voorzitter, PvdA), de dames I.M. Jongman-Mollema (ChristenUnie), R.J.A.M. Krüders (Student en Stad), de heren W. Moes (PvdA) tot 14.30 uur, A. de Rooij (PvdA), M.T. Gijsbertsen (GroenLinks), R.P. Prummel (Stadspartij), E. Eikenaar (SP), H.J.M. Akkermans (D66), J. Seton (CDA), G.J. Kelder (Partij voor de Dieren)

Namens de griffie: de heren L.A.M. Aarden (interim-griffier) en W.T. Meijer (commissiegriffier)

Afwezig m.k.: mevrouw C.T. Dekker (GroenLinks), de heren J.P. Rehwinkel (burgemeester) en T. Schroor (D66)

Inspreker: de heer Gremmen

Verder aanwezig: mevrouw W. Kol (gemeentelijke Ombudsman)

Afwezig m.k.: de heer J.M. van Keulen (VVD)

Verslag: de heer J. Bosma (Notuleerservice Nederland)

A. ALGEMEEN DEEL

A.1. Opening en mededelingen

De voorzitter:

- Opent de vergadering om 13.05 uur en heet de aanwezigen hartelijk welkom.
- Feliciteert wethouder Schroor met zijn verjaardag.
- Wijst op twee extra commissievergaderingen Financiën en Veiligheid d.d. 20 april 2011, om 13.00 uur over DaFinci en om 16.30 uur over Personeel en Organisatie.

A.2. Vaststelling agenda

De agenda wordt ongewijzigd vastgesteld.

B. INHOUDELIJK DEEL

B.1. De gemeenteraad en correspondentie / contact met burgers (notitie gemeentelijke Ombudsman februari 2010)

Dhr. Gremmen (inspreker):

- Stuurde drie jaar geleden een brief met belangrijke zakelijke inhoud aan de gemeenteraad. De gemeenteraad nam deze brief slechts ter kennisgeving aan zonder motivering.
- Wendde zich na vergeefse pogingen tot de Ombudsman, die in juli 2010 oordeelde dat de raad niet correct gehandeld had.
- Heeft sinds augustus 2010 nog geen duidelijk antwoord op de volgende vragen over het inhoudelijk afhandelen van brieven aan de raad: wat wordt de procedure; welke bestuursorganen worden ingeschakeld; wat wordt het toetsingskader; en wie is eindverantwoordelijk?
- Verbaast zich erover dat de notitie een jaar is blijven liggen.
- Hoopt dat de gemeenteraad snel knopen doorhakt om deze vorm van burgerparticipatie te verbeteren.

Dhr. Prummel (Stadspartij):

- Erkent dat de raad het niet goed heeft gedaan in dit geval.
- Meent dat de raad brieven lastig inhoudelijk kan beantwoorden door zijn interne verdeeldheid.

Dhr. De Rooij (PvdA):

- Sluit zich aan bij de bijdrage van de Stadspartij.
- Vindt dat brieven aan 'de gemeente' zo goed mogelijk moeten worden afgehandeld.
- Noemt de aanzet door de Ombudsman goed, al zullen problemen zich blijven voordoen.

verslag CV 06042011

Dhr. Gijsbertsen (GroenLinks):

- Sluit zich aan bij vorige sprekers.
- Accepteert dat niet alle brieven inhoudelijk kunnen worden afgehandeld, procedureel moet de afhandeling wel in orde zijn. Doorverwijzing is ook een optie.
- Stemt in met de suggesties van de Ombudsman.

Mw. Jongman (ChristenUnie):

- Begrijpt dat het onprettig is als briefschrijvers tussen wal en schip vallen.
- Wijst op de grote hoeveelheid brieven die binnenkomen. Fracties hebben ook een eigen verantwoordelijkheid.
- Steunt het voorstel van de Ombudsman afhandeling van brieven beter te structureren.

Dhr. Seton (CDA):

- Stelt dat burgers die de moed hebben de gemeente te schrijven recht hebben op een antwoord.
- Betreurt dat het nog voorkomt dat brieven 'ter kennisgeving aangenomen' worden.
- Vindt het de dure plicht van de raad bij negatieve signalen de handelwijze kritisch door te lichten en te verbeteren.

Dhr. Eikenaar (SP):

- Sluit zich aan bij eerdere sprekers.

Dhr. Akkermans (D66):

- Dankt de inspreker voor zijn volharding.
- Kan zich vinden in de voorstellen van de Ombudsman.
- Roept fracties op beantwoording van brieven zelf ook stevig op te pakken.

Dhr. Kelder (Partij voor de Dieren):

- Kan zich grotendeels vinden in de notitie van de Ombudsman.
- Pleit ervoor briefschrijvers te verzoeken niet anoniem te blijven, bij een discussie is het goed elkaar te kennen.
- Voelt zich verantwoordelijk voor dit ernstige probleem, drukte is geen afdoende excuus.

Mw. Kol (gemeentelijke Ombudsman):

- Complimenteert de inspreker met zijn aanhoudende inzet.
- Biedt de raad handvatten om beantwoording van brieven structureel op te pakken, het ontwikkelen van voorschriften is aan de raad zelf. De notitie betreft een toetsingskader voor de Ombudsman.
- Adviseert bij specifieke problemen in brieven fatsoenlijk inhoudelijk te reageren en vervolgstappen te noemen, eventueel met behulp van ambtelijke ondersteuning.

Burgemeester Rehwinkel:

- Dankt de Ombudsman voor de notitie, zorgvuldig beantwoorden van brieven is belangrijk.
- Stelt dat de inhoud van de brief van de heer Gremmen een collegebevoegdheid betrof. Dit is hem mondeling toegelicht door de griffier.
- Wijst op de doorzendplicht in de Algemene wet bestuursrecht en op de Wet dwangsom en beroep bij niet tijdig beslissen. De gemeente kan in gebreke gesteld worden door burgers.
- Wil de adviezen van de Ombudsman implementeren.
- Zal goed nakijken of ontvangstbevestigingen en antwoorden binnen de geldende termijnen verstuurd worden, ook bij e-mails. Koppelt de conclusies terug naar de raad.

De raadscommissie besluit de adviezen van de gemeentelijke Ombudsman over te nemen.

B.2. Rapportage van bevindingen interim-griffier (eerste bespreekconcept, definitief raadsvoorstel wordt nagezonden)

Dhr. Akkermans (D66):

- Dankt de griffier voor zijn inzet de discussie verder te brengen. De commissie sluit zich hier unaniem bij aan.
- Onderstreept dat niet alleen structuur, maar vooral houding en gedrag op strategisch niveau van belang zijn.
- Voelt voor vaker aansluiten bij andere sprekers of zelfs gezamenlijke woordvoeringen om spreektijden effectief te benutten en herhaling te voorkomen.

verslag CV 06042011

- Ziet het collegeprogramma en de strategische agenda tot 2035 als hoofdplicht voor de raad, al sluit dit alledaagse onderwerpen niet geheel uit.
- Pleit ervoor het audit comité ook te laten nadenken over governance en kwaliteitsmanagement.
- Mist soms een inhoudelijke relatie tussen discussies in commissie en raad.
- Experimenteert graag meer met burgerparticipatie, bijvoorbeeld in gemengde werkgroepen van politici en gespecialiseerde meedenkende burgers.

Dhr. Eikenaar (SP):

- Onderschrijft dat de raad meer aan de voorkant moet opereren en termijnen aan afspraken moet koppelen. De notitie Gijsbertsen is een goede aanvulling.
- Vindt ook dat de houding cruciaal is, raadsleden zijn geen verkapte ambtenaren. Blijvend corrigerend optreden van voorzitters bij technische vragen werkt beter dan een notitie.
- Legt de verantwoordelijkheid over wat details zijn bij fracties, al is het een glijdende schaal.
- Is niet enthousiast over een werkconferentie en hamert op strenger voorzitterschap.

Dhr. De Rooij (PvdA):

- Vindt ook dat prioritering en invulling van het raadslidmaatschap aan fracties zelf zijn.
- Ziet wel het nut van een werkconferentie om niet verder af te glijden.
- Pleit ervoor te streven naar de rol van raadsleden zoals bepaald door de wetgever, maar niet te verkramp door onvermijdelijke incidenten op te blazen.
- Is enthousiast over het griffiehoofdstuk dat duidelijke onderlinge verwachtingen bepleit van de raad in de rol van werkgever.

Dhr. Kelder (Partij voor de Dieren):

- Sluit zich aan bij de woordvoering van de PvdA.
- Ziet verbeterpunten bij burgerparticipatie.
- Wijst erop dat een technische vraag ook een breder statement kan zijn.
- Staat het college open voor een gedetailleerd uitgewerkt initiatiefvoorstel?

Dhr. Gijsbertsen (GroenLinks):

- Ziet de door de wetgever beoogde rol niet als hoogste doel, maar wel het streven naar een krachtiger en meer invloedrijke rol van de raad om wensen van burgers om te zetten in beleid.
- Noemt de onafhankelijke positie juist de kracht van de raad. Helaas bemoeit de raad zich soms met praktische uitvoering door het college, in plaats van te sturen op grote lijnen.
- Is niet tegen een werkconferentie, maar wil na vele nota's vooral daadkrachtige uitvoering van de voornemens meer op hoofdlijnen te controleren en minder technisch te vragen en te sturen.
- Vindt dat de raad zelf procedureel zijn politieke agenda moet bepalen in plaats van het niet-politieke audit comité hierin een rol te geven.

Mw. Jongman (ChristenUnie):

- Wijst op de balans tussen het alledaagse en het strategische. Is één lantaarnpaal stuk dan is dit geen politiek onderwerp. Voelen klagers zich structureel miskend of gaat het om een breder probleem, dan kan de raad wel ingrijpen.
- Ziet veel verbetermogelijkheden in het beschrijven van activiteiten en afspraken over doelen.
- Pleit ervoor de positieve lijn in programmabegrotingen door te zetten naar beleidsnota's.
- Legt een relatie met organisatieontwikkeling als het gaat om betere samenwerking en afstemming tussen redelijk autonome diensten.
- Steunt een werkconferentie, al wordt het ook tijd gewoon te gaan doen.

Dhr. Prummel (Stadspartij):

- Meent dat nieuwe raadsleden snel genoeg leren wat onnodige technische vragen zijn.
- Stelt voor controle op grote projecten vaker in kleiner en meer specialistisch verband te organiseren, zoals het audit comité dat doet met financiën.
- Wijst erop dat het gesignaleerde wantrouwen jegens het college en de instrumenten van piepsystemen en tussenrapportages door ontijdige en onjuiste informatie in het verleden zijn veroorzaakt. De extra controle-instrumenten hoeven niet altijd te blijven.
- Haalt een rapport aan van Grote Stedenbeleid, waarin Groningen wordt gekenschetst als een wethouderstad met bepalende ambtenaren en een zwakke raad.

verslag CV 06042011

- Ziet het bedienen van kiezers door hun grieven aan te kaarten als een belangrijke taak, zij houden uiteindelijk toezicht op de raad.
- Vindt een werkconferentie wel nuttig.

Dhr. Seton (CDA):

- Sluit zich aan bij opmerkingen dat de grotere rolvastheid van college en raad na vele nota's nu daadwerkelijk in de praktijk moet worden gebracht.
- Stelt dat de kwaliteit van aangeleverde collegestukken ook zonder tussenkomst van de griffie goed genoeg moet zijn om de controlerende rol van de raad mogelijk te maken.
- Pleit ervoor in samenspraak met de griffie verbeterpunten te prioriteren en te faseren om de kans op succes te vergroten.

Mw. Kruiders (Student en Stad):

- Vindt dat de raad zijn rol meer in eigen hand moet nemen en de balans moet vinden in zijn controlerende taak – op politiek niveau en niet te diepgaand in de uitvoering.
- Stelt voor met het Gronings A4'tje te gaan werken, waarbij achtergrondinformatie digitaal beschikbaar is.
- Vindt dat het stuk goede handvatten biedt om duaal proces en politiek debat te verstevigen.
- Is tegen besprekingen van politieke punten in kleinere afvaardigingen dan de raadscommissie.

Dhr. Aarden (interim-griffier):

- Dankt de raad voor de positieve reacties en het plezierige proces.
- Noemt de strategische rol van de raad en de tactische van het college de kern van het dualisme. Die rollen vertalen zich in houding en gedrag.
- Gaat door met uitvoering van het plan van aanpak. Het is een hardnekkig en tijdrovend proces bij alle gemeenten om dualisme echt in de praktijk te brengen.
- Ziet de werkconferentie als een instrument om beelden uit te wisselen, bijvoorbeeld over wat politiek is en wat een technisch detail is. Ook de consequenties voor het plan van aanpak en benodigde competenties voor een raadslid kunnen aan de orde komen.
- Vindt ook dat de politiek zelf beoordeelt wanneer een aangekaart probleem politiek is.
- Bepleit het instellen van controlemomenten in planning, uitvoering en na resultaat, waarbij het college een actieve informatieplicht heeft.
- Wijst erop dat het audit comité de raad technisch adviseert en geen politiek orgaan is.
- Vindt dat niet vooraf, maar pas bij tegenvallende resultaten de raad zich met de uitvoering (de hoe-vraag) zou moeten bemoeien.

Burgemeester Rehwinkel:

- Dankt de griffier namens de raad en het college voor zijn inzet.
- Stelt dat college en raad elkaar kunnen versterken. Een krachtiger rol van de één hoeft juist niet ten koste te gaan van de ander.
- Pleit ervoor dat de raad hoofdlijnen uitzet, erop vertrouwend dat het college in die richting werkt en dit controleert.
- Wijst de Stadspartij erop dat de wethouders een meerderheid van de raad reflecteren.
- Ziet het initiatiefvoorstel als een krachtig en constructief instrument de oppositie mondig te maken en invloed te geven, wanneer het college volgens de oppositie zaken laat liggen.

Het nog op te stellen raadsvoorstel wordt als discussiestuk geagendeerd voor de gemeenteraad van 28 april 2011.

B.3. Stand van zaken organisatieontwikkeling en cultuurverandering (raadsvoorstel 24 maart 2011)

De voorzitter:

- Stelt voor de brief van de voorzitter d.d. 18 augustus 2010, de reactie van de griffier op het raadsvoorstel, de brief van de Professorenbuurt als casus en de presentatie van de gemeentesecretaris te betrekken bij de bespreking.

Burgemeester Rehwinkel:

- Het college heeft niet alle punten uit de bovengenoemde brief van de voorzitter meegenomen, omdat sommige zich minder lenen voor periodieke rapportage. Is bereid dit alsnog te doen in de toekomst.

verslag CV 06042011

De voorzitter:

- Verzoekt het college namens de commissie om inderdaad de aandachtspunten uit zijn brief in het vervolg wel mee te nemen in de periodieke rapportages.

Mw. Krüders (Student en Stad):

- Vindt het opvallend dat in de eerste fase stukken aan de raad uitvoerig aan de orde kwamen en hier vrij summier. Hoopt dat het Gronings A4'tje en terugkoppeling van de strategische agenda wel doorsijpelen in de organisatie. Voor- en achterkant moeten gekoppeld worden.
- Onderschrijft het punt van de griffier dat concrete doelen niet duidelijk worden.
- Pleit ervoor een fundamentele discussie over digitalisering te voeren voorafgaand aan invoering.
- Is tevreden over passages over burgerparticipatie.

Dhr. Kelder (Partij voor de Dieren):

- Sluit zich aan bij de vorige spreekster.
- Pleit voor een zo snel mogelijke start met digitalisering. Het kan geld besparen raadsleden met iPads te laten werken in een papierloze duurzame organisatie.

Dhr. De Rooij (PvdA):

- Vindt dat de organisatie aardig op weg is cultuurverandering tussen de oren te krijgen. Dit is vooral een verdienste van mw. Van Zierikzee van het bureau Boer en Croon.
- Betreurt het dat de raad niet op de hoogte is gesteld van beëindiging van de prettige samenwerking met Boer en Croon. Pas toen de raad het bureau uitnodigde, bleek het uit beeld te zijn.
- Is tevreden over burgerparticipatie, missers worden steeds incidenteler.

Dhr. Eikenaar (SP):

- Vindt het juist goed dat het college intern verdergaat met cultuurverandering.
- Mist resultaten en een stand van zaken in de nota.

Dhr. Seton (CDA):

- Ziet optimale dienstverlening als doel, niet als het vertrekpunt uit de ondertitel. De houding moet veranderen om optimale dienstverlening te bereiken, niet andersom.
- Mist ook de geboekte voortgang ten opzichte van de beginsituatie.
- Sluit aan bij de opmerking over Boer en Croon van de PvdA.
- Spreekt zijn vertrouwen uit in de rol van de gemeentesecretaris.
- Vindt bijna 900.000 euro wel veel geld, zeker wanneer de operatie niet geheel zou slagen.

Mw. Jongman (ChristenUnie):

- Constateert dat burgers al merken dat beter met hen gecommuniceerd wordt.
- Ziet liever daden dan woorden.
- Mist nadere onderbouwing van de financiën, bijvoorbeeld wat betreft de nog niet uitgekristalliseerde digitalisering en de interne implementatiemanager.

Dhr. Akkermans (D66):

- Noemt dienstverlening een deelaspect, het gaat ook om samenwerking met burgers.
- Viert graag de successen, bijvoorbeeld de gezamenlijke wijkaanpak van de diensten OCSW en RO/EZ. Incidenten, zoals bezwaarmakers die empathie missen, bepalen wel het beeld.
- Heeft een checklist burgerparticipatie ontwikkeld naar aanleiding van de kwestie Moesstraat.
- Vraagt zich af of het niet beter is één persoon verantwoordelijk te maken voor de kluwen van onderwerpen of de dossiers helder te verdelen.

Dhr. Prummel (Stadspartij):

- Ziet de brief van de Oosterhamrikkade als een voorbeeld waar het niet gelukt is.
- Stelt voor participerende burgers de gemeente meetbare cijfers te laten geven.
- Pleit voor een duidelijk onafhankelijke rol van de gemeente, opkomend voor de burgers.

Dhr. Gijsbertsen (GroenLinks):

- Vindt de stand van zaken lastig te beoordelen.
- Looft de positieve energie en inzet van Boer en Croon. Out-of-the-box denken is vereist.
- Vraagt of alles uitgediscussieerd is, aangezien het stuk lijkt te schakelen van de enthousiasmerende oriëntatiefase naar uitvoering.

Burgemeester Rehwinkel:

verslag CV 06042011

- Kan zich voorstellen dat resultaten lastig te meten en te volgen zijn.
- Besteedt met het college buitengewoon veel tijd aan dit belangrijke onderwerp. Het hele college is betrokken, de burgemeester is het eerste aanspreekpunt.
- Wijst op de duidelijk afgebakende verantwoordelijkheden: de burgemeester coördineert cultuurverandering met speciale aandacht voor de relatie tussen raad en college en burgerparticipatie; wethouder Schroor heeft organisatieontwikkeling in zijn portefeuille.
- Stelt dat de infrastructuur van mijnwijk.nl nu staat en uitgerold wordt over de wijken.
- Blijft burgerparticipatie ontwikkelen. Heeft het tweede convenant met wijkorganisaties getekend.
- Is positief over het resultaat van Boer en Croon. Het voornemen intern verder te gaan, is in het presidium meegedeeld.
- Wijst op de vele resultaten in alle lagen van de organisatie. De gemeentesecretaris is speciaal geworven op zijn ervaring met veranderprocessen.
- Noemt de bijeenkomst over het instrument social media op 13 april. De gemeente wil gebruik van social media stimuleren, denkt na over voorschriften en streeft naar een track&trace-systeem.

Wethouder Schroor:

- Complimenteert Boer en Croon, zij hebben veel losgemaakt bij de gemeente.
- Ziet aanstelling van de nieuwe gemeentesecretaris als een overgang van denken naar doen en van extern naar intern met deze nota als eerste aanzet. Het denkproces stopt daar niet mee.
- Noemt de timing en communicatie over het vertrek van Boer en Croon ongelukkig. Het college zal zijn leven procedureel beteren.
- Verklaart de 300.000 euro voorbereidingskosten voor digitalisering met de complexiteit. Digitale stukken moeten goed beveiligd, correct ondertekend en rechtsgeldig zijn. Het krediet betreft een opstartbudget om basisvoorwaarden te scheppen. Neemt de discussie over welke informatie de raad hoe wil krijgen mee, onder andere het Gronings A4'tje.
- Ziet culturomslag als een noodzakelijke voorwaarde voor organisatieontwikkeling.
- Kan trajecten van organisatieontwikkeling laten zien, bij cultuurverandering is het resultaat lastiger meetbaar. Staat open voor suggesties en wensen van de raad, bijvoorbeeld een benchmark of succes- en faalmomenten. Zegt een korte discussienota toe ter bespreking.

Het raadsvoorstel wordt als discussiestuk geagendeerd voor de gemeenteraad van 28 april 2011.

B.4. Zagen aan stoelpoten. Een discussienotitie over de actieve informatieplicht van college naar raad (discussienotitie CDA-fractie 6 april 2011)

Mw. Krüders (Student en Stad):

- Voegt als discussiepunt toe het tijdig informeren van de raad over kredietoverschrijdingen. Nu kan de raad vaak niet anders dan het krediet toekennen. Komt met een schriftelijke toelichting.

Burgemeester Rehwinkel:

- Stelt voor met een conceptreactie op de discussienotitie te komen.

Gezien de tijd komt de discussienotitie bovenaan de agenda van een extra commissievergadering in mei 2011.

HUISHOUDELIJK DEEL

C.1. Ingekomen stukken en stukken ter kennisname

Niet van toepassing.

C.2. Vaststelling verslag d.d. 12 januari 2011

Dhr. Seton (CDA):

- Stelt voor de tweede zin van zijn bijdrage op pagina 5 te schrappen.

Het verslag wordt gewijzigd vastgesteld.

De voorzitter sluit de vergadering om 15.20 uur onder dankzegging.

verslag CV 18052011

VERSLAG EXTRA RAADSCOMMISSIEVERGADERING CULTUURVERANDERING

Datum: 18 mei 2011
Plaats: nieuwe raadzaal
Tijd: 13.05 – 14.35 uur

Aanwezig: de heer J. Spakman (voorzitter, PvdA), de dames I.M. Jongman-Mollema (ChristenUnie), R.J.A.M. Krüders (Student en Stad), de heren A. de Rooij (PvdA), J.M. van Keulen (VVD), M.T. Gijsbertsen (GroenLinks), R.P. Prummel (Stadspartij), E. Eikenaar (SP), J.H. Luhoff (D66), J. Seton (CDA), G.J. Kelder (Partij voor de Dieren)

Namens de griffie: mevrouw H. Stoel (adviseur), de heren W.T. Meijer (commissiegriffier), L.A.M. Aarden (griffier)

Namens het college: mevrouw C.T. Dekker (GroenLinks), de heren J.P. Rehwinkel (burgemeester), T. Schroor (D66)

Afwezig m.k.: de heren G.J.D. Offerman (Stadspartij), H.J.M. Akkermans (D66)

Verslag: de heer J. Bosma (Notuleerservice Nederland)

A. ALGEMEEN DEEL

A.1. Opening en mededelingen

De voorzitter:

- Opent de extra vergadering om 13.05 uur.
- Wijst op de discussiebijeenkomst met de interim-griffier in Newscafé op dinsdag 24 mei 2011 om 20.00 uur.
- Brengt de uitnodiging van de Faculteit Wijsbegeerte onder de aandacht om op zaterdag 18 juni 2011 deel te nemen aan referentieonderzoek.
- Wijst op de brief van de griffie d.d. 19 april 2011 betreffende de migratie van het RIS.

Dhr. Luhoff (D66):

- Komt in de volgende commissievergadering naar aanleiding van DaFinci met een voorstel om grote projecten in relatie tot cultuurverandering te bespreken.

A.2. Vaststelling agenda

De agenda wordt ongewijzigd vastgesteld.

B. INHOUDELIJK DEEL

B.1. Zagen aan stoelpoten. Een discussienotitie over de actieve informatieplicht van college naar raad (discussienotitie CDA-fractie 6 april 2011)

De voorzitter:

- Stelt voor de rondgelegde collegereactie bij de discussie te betrekken.

Dhr. Seton (CDA):

- Heeft een dubbel gevoel over de collegereactie. Het college onderschrijft de voorgestelde lijn, ook om rechtstreeks de raad te informeren alvorens naar buiten te treden. Vervolgens stelt het college dat de huidige informatievoorziening overeenkomstig deze lijn verloopt. Gaat dat samen?
- Is van mening dat een algemene ledenvergadering niet de juiste plek is om politiek belangrijke mededelingen te doen. Dat hoort in de raad te gebeuren.
- Acht wethouders in staat zelf te beoordelen wanneer zij beter geen mededelingen over politiek gevoelige onderwerpen kunnen doen op openbare gelegenheden met persaandacht.

Dhr. De Rooij (PvdA):

- Dankt het CDA voor de discussienotitie. De commissie sluit zich hierbij aan.

verslag CV 18052011

- Onderschrijft dat procedures van informatievoorziening aangepast moeten worden wanneer nodig. Deze commissie is om die reden ingesteld na de Europaparkaffaire.
- Vindt veel begrippen voor meerdere uitleg vatbaar. Wanneer is informatie relevant of tijdig?
- Ziet bij de Damsterdiegarage een spanning tussen het tijdig melden van de overschrijding en van de hoogte, die pas later bekend werd.
- Vindt de titel wat sinister. De vier genoemde onderwerpen vallen mee ten opzichte van het totaal en zijn niet allen even omvangrijk.
- Vindt het voorbeeld van de wethouder, die een bedrag noemde op de algemene ledenvergadering, het minst relevant. De vergadering was openbaar, dat zouden andere partijen ook moeten doen.
- Lijkt het een schamele vertoning het politieke debat louter tot de raad te beperken. Overall – ook in de krant – zijn bedragen genoemd over de stakingskosten van het Forum.

Dhr. Prummel (Stadspartij):

- Onderschrijft dat het college tegenvallers meteen moet melden, ook voordat de omvang bekend is. Het college kan ook een orde van grootte aangeven.
- Pleit ervoor dat de wethouder op een algemene ledenvergadering uitsluitend als partijlid en niet als wethouder optreedt.

Mw. Jongman (ChristenUnie):

- Wijst op het rapport Aarden. Dat verkiest schriftelijke boven mondelinge informatie en pleit ervoor informatie zo snel mogelijk te geven.
- Vraagt wanneer en hoe het college bepaalt dat het meer tijd nodig heeft om een zaak te beoordelen. Rotte vis gaat vaak nog meer stinken.
- Geeft de voorkeur aan een tweetrapsraket met eerst melding van een overschrijding en later een nadere analyse over aard en omvang. Is het nodig tijdslimieten af te spreken?
- Noemt onderling vertrouwen de basis van de relatie tussen college en raad. Wil niet de munitie krijgen om aan stoelpoten te zagen.

Dhr. Eikenaar (SP):

- Kan alleen maar instemmen met de notitie, die multi-interpretabel is.
- Wijst erop dat wanneer het college een overschrijding meldt, de raad meteen komt met vragen over de hoogte. Vaak is dat nog niet bekend. Zo ontstaat altijd discussie over de tijdigheid, volledigheid en juistheid van informatie.
- Voorziet consensus over de uitgangspunten en discussie per casus.

Dhr. Gijsbertsen (GroenLinks):

- Vindt dat het college een probleem voor de oplossing al moet melden.
- Ziet niet graag een werksfeer waarin de raad de wethouder per definitie keihard afrekenet bij melding van een probleem. De raad heeft baat bij transparantie en wederzijds vertrouwen.
- Wil niet alle informatie waar het college als dagelijks bestuur over beschikt, maar alle zekere informatie waar de raad echt wat aan heeft om op te sturen.
- Vindt Europapark een ander geval, daar gaf het college veel geld uit zonder weet of toestemming van de raad.
- Wijst erop dat bij de Damsterdiegarage eerst is gemeld dat er een tegenvaller was, de omvang volgde later.
- Is van mening dat wethouders informatie eerst met de raad en niet met algemene ledenvergaderingen moeten delen. Anderzijds staat het een wethouder vrij over beelden die hij heeft te spreken. Er is een grijs gebied.

Mw. Krüders (Student en Stad):

- Vindt principieel dat de wethouder bepaalde mededelingen niet moet doen op bijeenkomsten waar een vertegenwoordiging van de gemeenteraad ontbreekt.

verslag CV 18052011

- Ziet graag een meldsysteem, waarbij het college een probleem meldt en een termijn waarbinnen het college met meer informatie zal komen.
- Vertrouwt erop dat het college en ambtenaren in kunnen schatten wanneer zij melding moeten maken van een probleem.

Dhr. Kelder (Partij voor de Dieren):

- Pleit ervoor zo snel mogelijk te melden dat er een probleem is om daarna met cijfers te komen.
- Vindt de stellingen in de notitie weinig SMART geformuleerd. Het is zoeken naar een balans.

Dhr. Van Keulen (VVD):

- Ziet geen verband tussen de juistheid van informatie en het tijdstip van een mededeling. Snelheid is van groot belang voor de actieve informatieplicht.
- Schat in dat het debat over DaFinci niet uit de hand was gelopen wanneer de wethouder de raad begin februari al had geïnformeerd over het probleem en de raad had meegenomen in de analyse.
- Noemt het de taak van de raad om het college ter verantwoording te roepen en ziet liever geen noodzaak voor discussie over juistheid van informatie.
- Vindt het een bizarre suggestie dat een wethouder maar even geen wethouder zou moeten zijn op een ledenvergadering.
- Ziet liever dat het college toegeeft fouten te maken; dat kan ook begrijpelijk zijn. Dat is beter dan te stellen dat de huidige informatievoorziening in lijn is met deze notitie.

Dhr. Luhoff (D66):

- Stelt dat de raad bij zijn kaderstellende rol vooral baat heeft bij vroegtijdige informatie en bij zijn controlerende rol vooral bij juiste en precieze.
- Wijst erop dat het college bij de Damsterdiepparage meldde dat er een overschrijding was. De raad vroeg niet naar een bandbreedte, die pas later volgde.
- Maakt het niet uit wanneer de wethouder elders mededelingen doet, zolang hij ze ook aan de raad meldt binnen afzienbare termijn. Het is goed dat de raad vijf minuten voor de persconferentie informatie krijgt.

Burgemeester Rehwinkel:

- Vindt het een interessant debat in de gemeenschappelijke zoektocht naar zo goed mogelijk onderling verkeer tussen college en raad.
- Ziet het als een opdracht dagelijks de geschetste lijn te hanteren in informatievoorziening. Meestal gaat het goed, maar het kan inderdaad een keer fout gaan. Het college betreurt dit en wil daar in alle gevallen van leren.
- Antwoordt dat wethouder De Vries het Forum niet in zijn portefeuille had toen hij op de algemene ledenvergadering sprak.
- Spreekt zichzelf en het college erop aan bij elk geval te overwegen of de raad niet op informatieachterstand komt.
- Stelt dat collegeleden voortdurend verschillende verantwoordelijkheden hebben als bestuurder, partijlid en privé-persoon.
- Mengt zich als burgemeester minder in partijpolitieke aangelegenheden.
- Pleit ervoor informatie zo relevant, goed en snel mogelijk te laten zijn. De raad mag het college houden aan in de brief genoemde termijnen. Wanneer vervolgonderzoek langer duurt dan vier weken, moet het college dit melden. Alles melden wat eventueel speelt lijkt onwenselijk.
- Ziet het liefst het uitgangspunt van onderling vertrouwen, tot het tegendeel bewezen is.

Wethouder Schroor:

- Wijst erop dat een mededeling dat 'iets' speelt enorme maatschappelijke, politieke en persoonlijke gevolgen kan hebben. Een paar dagen eerder melden dat 'iets' speelt bij het Groninger Museum zonder duidelijkheid, had de zaak doen ontploffen. Het is steeds een afweging wanneer welke informatie aan de raad te melden.

verslag CV 18052011

Wethouder Dekker:

- Heeft de indruk dat meer informatie vaak tot meer gedoe kan leiden. Transparantie vraagt ook een bepaalde discipline van de raad en soms besprekingen in vertrouwelijkheid.
- Verwacht van het stadsbestuur ook dat het problemen oplost en niet met alle dagstanden naar de raad gaat voor overleg. Het is een spanningsveld.
- Heeft bij de Damsterdiegarage gemeld dat er een overschrijding is.

Tweede termijn

Dhr. Seton (CDA):

- Wil met de notitie zich juist in het spanningsveld begeven om een stap verder te komen.
- Is blij dat het college toegeeft dat niet alles goed gaat en heeft er begrip voor.
- Verduidelijkt de titel. Wanneer informatievoorziening tekortschiet, zaagt de raad ook aan zijn eigen stoelpoten.
- Zegt toe bij snelle informatie later niet te zeuren over kleine afwijkingen van cijfers en de nuance.
- Begrijpt dat het college met politiek instinct bepaalt wanneer het wat meldt. Een overschrijding van 10.000 euro bij een zeer groot project hoeft natuurlijk niet gemeld te worden.
- Wil bij belangrijke projecten toch zo vroeg mogelijk informatie over problemen.
- Hoopt de balans richting tijdigheid te verschuiven.
- Stelt voor deze discussie te betrekken bij toekomstige debatten over cultuurverandering en gemaakte afspraken te controleren.

Dhr. Eikenaar (SP):

- Vraagt zich af hoe vroeg het college moet informeren. Soms blijkt het later toch geen probleem te zijn. Nattevingerwerk heeft toch geen zin?

Dhr. Gijsbertsen (GroenLinks):

- Koopt weinig voor een getal dat een maand later totaal anders is.

Dhr. Luhoff (D66):

- Wijst erop dat het college ook afhankelijk is van het ambtelijk apparaat voor hoe snel informatie beschikbaar komt. Dit kan soms lang duren.
- Ziet binnenkort graag een evaluatie van 'De raad aan het stuur' tegemoet.

Burgemeester Rehwinkel:

- Onderschrijft de gegeven uitleg van de titel.

De voorzitter:

- Concludeert dat het verslag van de vergadering betrokken zal worden bij toekomstige discussies.
- Sluit de vergadering onder dankzegging om 14.35 uur.