



Communiceren in de netwerksamenleving

VAN CENTRAAL PUNT NAAR DEEL VAN EEN GELIJKWAARDIG NETWERK

Auteur:
Studentnummer:
Opleiding en richting:
Hogeschool:
Begeleidend docent:

M.I. van Kasteel
2183339
HBO Communicatie Management
Fontys Hogeschool Eindhoven
M. Verkuijlen

Opdrachtgever:
Organisatie:
Plaats:
Datum:

M. Swinkels
Gemeente Laarbeek
Beek en Donk
09-06-2015

Samenvatting

Gemeente Laarbeek had in eerste instantie een instrumentele vraag, namelijk welke communicatiemiddelen de inwoners daadwerkelijk gebruiken zodat ze hun middelenmix effectiever en efficiënter konden maken. Echter, in de huidige netwerksamenleving werkt het klassieke doelgroep-middelendenken niet meer. De netwerksamenleving vraagt om meer, namelijk: transparantie, dialoog en samenwerking. Daarom is er naast het originele vraagstuk nog een strategisch vraagstuk bijgekomen. Het onderzoek en advies krijgen hierdoor meer body en er kan tevens een sterker advies worden gegeven over het effectief communiceren met de inwoners uit de netwerksamenleving. Het originele vraagstuk betekent veel voor gemeente Laarbeek en zal daarom in ditzelfde onderzoek en advies ook behandeld worden, maar er wordt ook een stap verder gezet. Uiteindelijk is de strategische hoofdvraag geworden: “Hoe kan ambtenaar 2.0 een bijdrage leveren aan het verbeteren van de communicatie tussen gemeente Laarbeek en haar inwoners in de (nieuwe) netwerksamenleving?”

De netwerksamenleving is volgens Castells (2010) een samenleving die werkt met knooppunten. Er is dus geen centrum en er wordt gebruik gemaakt van een horizontale hiërarchie. Kok geeft in het interview (bijlage 10) aan dat dit ook precies het punt is wat het moeilijk maakt voor gemeenten om goed te communiceren met deze samenleving. De gemeente had vroeger een beslissende rol en werkte vanuit een verticale hiërarchie. *“De overgang voor gemeenten is groot en verloopt vaak moeizaam”*, zegt Kok. Vele gemeenten werken nog volgens die verticale manier en hierdoor ontstaan strubbelingen tussen hen en de inwoners. Gemeenten moeten richting de inwoners laten zien dat ze een horizontale hiërarchie hanteren en de inwoner dus gelijk is aan de gemeente. *“Daarnaast dient de gemeente een stap terug te zetten van de beslissende rol naar een ondersteunende rol”*, zegt Schel van gemeente Boxtel.

De veranderingen in de netwerksamenleving kwamen mede door de opkomst van web 2.0. Het in contact staan met een netwerk en met verschillende informatiebronnen werd steeds makkelijker. Men kon zijn eigen informatie opzoeken en kon zelf content creëren voor zijn eigen netwerk. Beide ontwikkelingen (netwerksamenleving en web 2.0) hebben ervoor gezorgd dat er een verandering moest plaatsvinden in de overheidscommunicatie. Dit resulteerde in “ambtenaar 2.0”. (Van Berlo, 2009)

Ambtenaar 2.0 kent twee definities. Enerzijds is het een initiatief van het Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit waar iedereen aan kan deelnemen en anderzijds is het een naam voor de ambtenaren van nu. Ambtenaar 2.0 is dus een programma dat overheidsorganisaties begeleidt in de netwerksamenleving (Kok, 2009)(Van Toorn, 2014). Elke ambtenaar die deze ontwikkeling in de netwerksamenleving doormaakt, wordt eveneens een ambtenaar 2.0 genoemd. Een ambtenaar 2.0 als persoon is een creatieve, alerte en op de samenleving gerichte ambtenaar die samenwerkt met anderen aan maatschappelijke problemen. Dit doet de ambtenaar-van-morgen niet alleen vanachter zijn laptop, maar hij is online actief en sociaal vaardig. (Intermediair.nl, 2013)

Schreurs (2011) geeft in haar theoretisch onderzoek aan dat er een verschuiving plaatsvindt in het gebruik van communicatiemiddelen. Offline wordt steeds meer naar de achtergrond gedrukt, maar is voor de meeste bedrijven nog effectief om de doelgroep te bereiken. Het fysieke aspect van offline communicatie zorgt voor een sterkere verbondenheid onderling (Dilento Media Solutions, z.j.). Er zijn verschillende redenen waarom organisaties offline blijven inzetten. Zo kan een organisatie niet zeker weten of hun doelgroep online actief is of willen ze ook mensen buiten hun doelgroep bereiken die niet online actief zijn. Een van de meest voorkomende redenen is dat het de online communicatiemiddelen versterkt. Dit heet een crossmediale aanpak. (van Van Os, Delisse, Derksen en Jurriëns, 2013)

Een crossmediale aanpak wil zeggen dat er een combinatie wordt gemaakt van offline en online communicatie. Elk medium wordt versterkt door een ander en heeft een specifieke boodschap die deel uitmaakt van een groter geheel. De netwerksamenleving wordt de hele dag geconfronteerd met verschillende media (Van der Steen et al., 2011). Hierdoor is de crossmediale aanpak een sterke manier van marketing geworden. (Reynaert en Dijkerman, 2012)

De doelgroepen zijn vaak op verschillende plaatsen te vinden en zijn zelf opzoek naar bewijs en informatie. Een doelgroep kan zich tegenwoordig ook gedeeltelijk online en gedeeltelijk offline bevinden. Door verschillende soorten media in te zetten, wordt ervoor gezorgd dat de boodschap de juiste doelgroep bereikt, meer van de doelgroep bereikt en is er een kans dat er een groep buiten de doelgroep bereikt kan worden. (Reynaert en Dijkerman, 2012)

Er kunnen met ruim 90% betrouwbaarheid uitspraken worden gedaan uit het enquêteonderzoek (n=313). Uit het onderzoek komt voornamelijk naar voren dat de inwoners van gemeente Laarbeek nog niet toe zijn aan de verandering naar ambtenaar 2.0. De belangrijke reden is dat veel respondenten aangeven dat de gemeente eerst andere zaken op orde moet krijgen voor ze de stap naar ambtenaar 2.0 kan maken. Ze moet verantwoordelijkheid laten zien met betrekking tot het verleden en zal moeten bewijzen dat het inmiddels intern goed geregeld is. Daarnaast zal de gemeente de inwoners ook moeten laten zien dat ze een betrouwbare en open samenwerkingspartner is. Pas dan kunnen de eerste stappen naar ambtenaar 2.0 succesvol worden. Een andere reden hiervoor is dat nog niet iedereen behoort tot de online actieve netwerksamenleving, dat blijkt uit het feit dat de meeste respondenten nog de voorkeur geven aan offline communicatie via eenrichtingsverkeer en vindt tweerichtingsverkeer via online communicatie overbodig.

Daarnaast zijn de respondenten verschillend van mening over de huidige positie van gemeente Laarbeek ten opzichte van ambtenaar 2.0. Het overgrote deel is hier neutraal over, maar daarnaast zijn de respondenten voornamelijk ontevreden. De kenmerken van ambtenaar 2.0 zijn aan de respondenten gevraagd in goede en slechte tijden. In goede tijden zijn de respondenten tevreden, maar in slechte tijden zijn ze ontevreden. Ze vinden dat de gemeente in moeilijke tijden onvoldoende transparantie toont en de inwoner er onvoldoende bij betreft.

Echter, intern is duidelijk te zien dat de hele gemeente bezig is met stappen zetten richting ambtenaar 2.0. Het tonen van openheid en transparantie en het aangaan van dialoog zijn nog kenmerken waar op dit moment aan gewerkt moet worden, maar het kenmerk samenwerken met de inwoners wordt op grote schaal uitgevoerd. De gemeente biedt op vele afdelingen over verschillende onderwerpen werkgroepen, dorpsraden en gemeenteraden aan waar de inwoners zich voor aan kunnen melden en op die manier mee kunnen denken en werken met de gemeente. Uit een gesprek met Sprengers, beleidsadviseur Milieu, komt naar voren dat hier echter wel altijd dezelfde gezichten verschijnen. Dit sluit aan op de enquêteresultaten. Slechts een klein deel van de inwoners heeft behoefte aan het samenwerken met de gemeente; het overgrote deel heeft hier geen behoefte aan. Dit is wat Sprengers terugziet in de pogingen van de gemeente tot samenwerking.

Sprengers geeft aan dat de gemeente stappen wil zetten richting ambtenaar 2.0 en de inwoners op vele gebieden een samenwerking aanbiedt. Toch zorgen de behoefteverschillen ervoor dat het niet effectief is. Kort gezegd, gemeente Laarbeek wil te snel groeien richting ambtenaar 2.0, terwijl de inwoners daar nog niet klaar voor zijn. De gemeente kan echter in de toekomst wel verwachten dat deze behoefte bij de inwoners zal ontstaan en dat de inwoners wel gaan groeien in netwerksamenleving. De gemeente zal dus regelmatig moeten monitoren wanneer dat moment is gekomen en in gesprek moeten gaan met de inwoners hoe ze deze stappen sneller en beter kan zetten. Zodat ze op het juiste moment mee kan gaan in de ontwikkeling.

Echter, zelfs wanneer de behoefte bij de inwoners zal ontstaan dan zal de gemeente toch eerst nog andere stappen moeten zetten voordat zij succesvol ambtenaar 2.0 kan inzetten. Dit zijn de stappen die de respondenten hebben aangedragen in hun opmerkingen. De gemeente zal moeten beginnen met het tonen van verantwoording tegenover het verleden en de verbeteringen die zij sindsdien hebben doorgevoerd kenbaar moeten maken. Daarna zal de gemeente de inwoners moeten bewijzen dat zij nu een betrouwbare en open potentiële samenwerkingspartner is. Vervolgens zal de gemeente een stap terug moeten zetten van beslissende rol naar ondersteunende rol en van verticale hiërarchie naar horizontale hiërarchie. De inwoners moeten ook daadwerkelijk het idee krijgen dat ze een gelijke rol en uitvoerende rol krijgen in het proces. Pas dan kan gemeente Laarbeek effectief stappen zetten naar een succesvol ambtenaar 2.0.

Voorwoord

In het kader van het afstuderen aan de opleiding Communicatie heb ik een wetenschappelijk onderzoek uitgevoerd in opdracht van gemeente Laarbeek te Beek en Donk. In eerste instantie benaderde gemeente Laarbeek mij met een instrumenteel vraagstuk. Echter, dit vraagstuk omvatte te weinig diepgang. Na een periode van observeren en analyseren kwam ik tot de conclusie dat er verschillende ontwikkelingen in de samenleving gezorgd hebben voor veranderingen in de overheidscommunicatie. Daarom heb ik naast het originele instrumentele vraagstuk er nog een strategisch vraagstuk omheen behandeld. Daarom is in dit onderzoek ook onderzocht hoe ambtenaar 2.0 een bijdrage kan leveren in het verbeteren van de communicatie tussen gemeente Laarbeek en haar inwoners uit de netwerksamenleving.

Het onderzoek vond plaats in de periode februari 2015 tot juni 2015 op de afdeling Communicatie van gemeente Laarbeek. Het was een interessant en voornamelijk leerzaam onderzoek. Ik had nog vrij weinig met politieke organisaties te maken gehad en hierdoor was het lastig om grip te krijgen op de organisatie, haar werkzaamheden en de onderzoeksliteratuur. Ik vind dat ik uiteindelijk goed heb geschakeld tussen de wensen van de gemeente en de voorwaarden vanuit school en sterk in mijn schoenen ben blijven staan.

Het onderzoek is uitgevoerd door middel van triangulatie. Dit wil zeggen dat er zowel kwantitatief als kwalitatief onderzoek is verricht om zo te komen tot een zo volledig mogelijk onderzoek. Door middel van enquêtes is onderzoek gedaan naar hoe de inwoners tegenover ambtenaar 2.0 staan en natuurlijk is het oorspronkelijke instrumentele vraagstuk hierin verwerkt. Daarnaast is door middel van interviews gekeken naar hoe andere gemeenten bezig zijn met de ontwikkeling naar ambtenaar 2.0 (benchmarking) en is er een interview gehouden met een specialist op het gebied van ambtenaar 2.0.

Allereerst wil ik mijn begeleiders, Maaïke Verkuijlen vanuit Fontys Hogeschool Communicatie te Eindhoven en Margriet Swinkels vanuit gemeente Laarbeek, bedanken voor de begeleiding tijdens het afstudeertraject. Daarnaast wil ik mijn medestudenten bedanken voor het beantwoorden van de vragen en het werpen van een frisse blik op mijn opdracht en onderzoek.

Uiteraard wil ik ook alle deelnemers van het enquêteonderzoek bedanken voor hun bijdrage, gemeente Boxtel en gemeente Rotterdam voor het delen van hun groei en ontwikkeling omtrent ambtenaar 2.0 en David Kok voor het beantwoorden van mijn vragen.

Gemert, juni 2015

Maxime van Kasteel

Inhoudsopgave

1 Inleiding	7
1.1 Aanleiding	7
1.2 Belang	8
1.3 Probleemstelling	8
1.4 Doelstelling	8
1.4.1 Praktijkdoelstelling	8
1.4.2 Onderzoeksdoelstelling	8
2 Onderzoeksopzet	9
2.1 Hoofdvraag	9
2.2.1 Operationalisering	9
2.2 Deelvragen	9
2.3 Onderzoeksmethoden	10
2.3.1 Verantwoording	10
3 Theoretisch kader	11
3.1 Netwerksamenleving	11
3.2 Evolutie ambtenaar 1.0 – ambtenaar 2.0 – ambtenaar 3.0	11
4 Opbouw onderzoek	13
4.1 Leeswijzer	13
5 De netwerksamenleving	14
5.1 Wat is de (nieuwe) netwerksamenleving en hoe is die ontstaan?	14
5.2 Wat betekent de nieuwe netwerksamenleving voor de overheidscommunicatie?	15
6 Ambtenaar 2.0	16
6.1 Wat is ambtenaar 2.0?	16
6.2 Hoe is de evolutie van ambtenaar 2.0 ontstaan?	16
6.3 Wat is de connectie tussen ambtenaar 2.0 en de netwerksamenleving?	17
6.4 Wat voor effect hebben deze thema's op de overheidscommunicatie?	17
6.5 Welke trends hebben invloed op dit thema?	17
7 Communicatie met de netwerksamenleving	20
7.1 Wat betekent de netwerksamenleving voor de online en offline communicatiemiddelen?	20
7.2 Welke platformen worden op dit moment gebruikt om communicatie tussen ambtenaar 2.0 en de netwerksamenleving mogelijk te maken?	22
8 De Inwoners	23
8.1 Enquêteonderzoek	23
8.2 Maken de inwoners van gemeente Laarbeek gebruik van deze platformen?	23
8.3 Hebben de inwoners er behoefte aan om te participeren en samen te werken met de gemeente?	26
8.4 Hoe willen de inwoners van gemeente Laarbeek communiceren met de gemeente?	27
9 De gemeente	31
9.1 Interne analyse	31
9.1.1 Organisatie	31
9.1.2 Doelstellingen	31
9.1.3 Communicatiemiddelen	32
9.2 Hoe ver is gemeente Laarbeek in de stap naar ambtenaar 2.0?	34
9.2.1 Gapanalyse	34
9.2.2 Inwoners aan het woord over het imago van gemeente Laarbeek	36
9.3 Welke projecten of afdelingen lenen zich voor de samenwerking met de netwerksamenleving?	41
9.4 Wat doen andere gemeenten al aan interactieve communicatie (ambtenaar 2.0)?	43

10 Conclusies	46
10.1 De gemeente	46
10.2 De netwerksamenleving	48
10.3 Ambtenaar 2.0	48
10.4 Communiceren met de netwerksamenleving	49
10.5 De inwoners	49
10.6 Antwoord op de centrale vraag	50
11 Advies	51
11.1 Advies I Ambtenaar 2.0 ter verbetering communicatie netwerksamenleving	51
11.1.2 Monitoring	52
11.1.3 Strategie	52
11.1.3.1 Korte termijn	53
11.1.3.2 Lange termijn	53
11.1.4 Communicatiemiddelen en content	54
11.1.5 Budget en tijdsplanning	55
11.2 Advies II Middelmix voor de huidige situatie van gemeente Laarbeek	55
Bronnenlijst	56
Bijlagen	58
Bijlage 1: Advies II Middelmix voor de huidige situatie van gemeente Laarbeek	59
Bijlage 2: Basisstappen voor een succesvolle overgang naar ambtenaar 2.0 (basis advies I)	62
Bijlage 3: Consequenties netwerksamenleving voor de overheidscommunicatie	64
Bijlage 4: Organigram gemeente Laarbeek	65
Bijlage 5: Steekproefberekeningen	65
Bijlage 6: Begeleidende brief enquête inwoners	66
Bijlage 7: Enquête “communiceren met de gemeente”	67
Bijlage 8: Enquêteresultaten inwoners (n = 313)	71
Bijlage 9: Interviewvragen David Kok	76
Bijlage 10: Uitwerking interview David Kok	76
Bijlage 11: Uitwerking gesprek Jan Sprengers, beleidsadviseur Milieu	77
Bijlage 12: Interviewvragen andere gemeenten	78
Bijlage 13: Uitwerking interview andere gemeenten	78
Bijlage 14: Viciieuze cirkel	83
Bijlage 15: Theoretische verkenning	84

1 | Inleiding

1.1 | Aanleiding

De gemeente Laarbeek is een plattelandsgemeente in het zuidoosten van Noord-Brabant en heeft ruim 22.000 inwoners. De gemeente bestaat sinds 1997 uit vier dorpen (Aarle-Rixtel, Beek en Donk, Lieshout, Mariahout). In de organisatie werken ongeveer 135 personen, in het cluster Communicatie werken drie parttime communicatieadviseurs.

Gemeente Laarbeek had oorspronkelijk een instrumentele middelenvraag. Er liepen enkele contracten af met de gemeentekranten en voor er besloten zou worden deze contracten te verlengen, wilde de gemeente een onderzoek laten doen naar de voorkeur van de inwoners en hoe effectief de middelen zijn. Er is in het verleden nog niet eerder onderzoek naar gedaan. Er werd aanvankelijk gevraagd naar een advies voor een (nieuwe) middelenmix die aansluit op de voorkeuren van de inwoners, zodat er zo effectief mogelijk gecommuniceerd kan worden. Onder effectiviteit werd verstaan dat de boodschap de doelgroep bereikt door het inzetten van de juiste middelen.

De oorspronkelijke vraag omvatte het klassieke doelgroep-middelendenken. In de huidige (netwerk)samenleving werkt dit niet meer. De huidige samenleving vraagt veel meer dan alleen het zenden/ontvangen van informatie via het juiste middel. Deze netwerksamenleving vraagt om dialoog en samenwerkingen (ambtenaar 2.0). Met alleen een klassiek middelenonderzoek wordt de kern niet bereikt en zal het advies niet leiden tot het gewenste resultaat. Daarom is er een andere vraag die beantwoord moet worden om in de huidige netwerksamenleving effectief te kunnen communiceren: (Hoe) kan de gemeente een dialoog aangaan en de samenwerking opzoeken (ambtenaar 2.0) met de inwoners uit de netwerksamenleving? Deze vraag wordt verder in het onderzoek aangescherpt.



Het oorspronkelijke vraagstuk betekent veel voor gemeente Laarbeek. Daarom wordt er voor de gemeente ook het oorspronkelijke middelenonderzoek uitgevoerd, maar wordt er ook een stapje extra gezet, omdat 'effectief communiceren' niet meer werkt in termen van het klassieke doelgroep-middelendenken. Er wordt in dit onderzoek dus ook getoond waar de huidige netwerksamenleving behoefte aan heeft en wat dit voor de gemeente betekent. In figuur 1 is weergegeven wat hiermee bedoeld wordt.

Figuur 1 | Uitleg verdeling onderzoek en advies.

Het doel van dit onderzoek is een bijdrage leveren aan de toekomst van de gemeente. Om aan de toekomst te werken, dient de gemeente te kijken naar de trends en ontwikkelingen in de samenleving en deze door te voeren in de organisatie. Een van de belangrijkste ontwikkelingen op dit moment is het fenomeen "de netwerksamenleving". Deze ontwikkeling leidt tot een verandering in de manier van communiceren (Castells, 2010). Deze verandering is met name voor overheidsinstanties moeilijk (Kok, 2013). In dit onderzoek wordt gekeken hoe gemeente Laarbeek effectief en efficiënt kan communiceren met deze netwerksamenleving. Om hier een goed advies over te kunnen geven, wordt er ook aandacht besteed aan de overgang van ambtenaar 1.0 naar ambtenaar 2.0 en hoe dit effect heeft op de manier van communiceren met de netwerksamenleving.

1.2 | Belang

Aan de hand van dit onderzoek wordt een advies gegeven aan gemeente Laarbeek over hoe zij effectief en efficiënt kunnen communiceren in de nieuwe netwerksamenleving. Het fenomeen ambtenaar 2.0 sluit hier nauw op aan en is dus een groot onderdeel van het onderzoek. Uit het onderzoek zal blijken welke soorten (online of offline) communicatiemiddelen hier geschikt voor zijn en hoe gemeente Laarbeek deze kan inzetten.

1.3 | Probleemstelling

Gemeente Laarbeek heeft niet eerder onderzoek gedaan naar hun huidige middelen. Ze weten niet of hun middeleninzet geschikt is voor de inwoners. Inmiddels is de samenleving in de loop der jaren enorm veranderd en spelen er vele factoren een rol bij de overheidscommunicatie. De gemeente wil op basis van dit onderzoek meer te weten komen over deze verandering en hoe ze daarmee om moeten gaan.

1.4 | Doelstelling

De communicatievraagstuk van dit onderzoek is:

“Hoe kan ambtenaar 2.0 een bijdrage leveren aan het verbeteren van de communicatie tussen gemeente Laarbeek en haar inwoners in de netwerksamenleving?”

Dit vraagstuk kan vertaald worden naar een praktijkdoelstelling en een onderzoeksdoelstelling. Deze doelstellingen richten zich op het oplossen van het vraagstuk.

1.4.1 | Praktijkdoelstelling

Gemeente Laarbeek gaat na dit onderzoek een mediabeleid maken en het advies zal hiervoor als basis dienen. De gemeente kan vervolgens met het advies en het mediabeleid een goede start maken met het communiceren met de netwerksamenleving door middel van het toepassen van ambtenaar 2.0. Op deze manier zal de communicatie tussen de gemeente en haar inwoners aanzienlijk verbeteren.

1.4.2 | Onderzoeksdoelstelling

Het onderzoek zal inzichten bieden in wat de netwerksamenleving is, of de gemeente hiermee te maken heeft en hoe de gemeente de communicatie met deze samenleving kan verbeteren. Om dit doel te bereiken zijn er ook inzichten nodig omtrent de evolutie naar ambtenaar 2.0: waar staat de gemeente nu en wat is er voor nodig om verder te ontwikkelen? De verwachting is dat deze onderdelen nauwsluitend met elkaar verbonden zijn. In het advies zal dan ook gekeken worden naar hoe deze onderdelen elkaar kunnen ondersteunen in het bereiken van het doel: het verbeteren van de communicatie met de netwerksamenleving.

2 | Onderzoekopzet

2.1 | Hoofdvraag

“Hoe kan ambtenaar 2.0 een bijdrage leveren aan het verbeteren van de communicatie tussen gemeente Laarbeek en haar inwoners in de netwerksamenleving?”

2.2.1 | Operationalisering

netwerksamenleving

Een samenleving wiens sociale structuur bestaat uit netwerken die aangedreven worden door informatie op basis van micro-elektronica en communicatietechnologie (Castells, 2004). Simpelweg betekent dit dat individuen door de opkomst van het internet 24 uur per dag in contact staan met hun netwerk waar ze informatie uit verzamelen.

ambtenaar 2.0

Ambtenaar 2.0 staat voor de geëvolueerde ambtenaar: ambtenaren die meegroeien met de (online) ontwikkelingen om zo de doelgroepen het beste bij hun organisatie te betrekken en effectief te blijven communiceren. Deze ambtenaar van de toekomst denkt en kijkt buiten zijn kantoor, opzoek naar samenwerkingsverbanden en creatieve oplossingen via kanalen van deze huidige tijd. (Intermediair, 2013)

2.2 | Deelvragen

- 1 Wat betekent de nieuwe netwerksamenleving voor gemeente Laarbeek?
- 2 Hoe is de evolutie van ambtenaar 2.0 ontstaan?
- 3 Wat is de connectie tussen ambtenaar 2.0 en de netwerksamenleving?
- 4 Wat betekent de netwerksamenleving voor de online en offline communicatiemiddelen?
- 5 Welke platformen worden op dit moment gebruikt om communicatie tussen ambtenaar 2.0 en de netwerksamenleving mogelijk te maken?
- 6 Maken de inwoners van gemeente Laarbeek gebruik van deze platformen? Zo ja, welke en hoeveel?
- 7 Hebben de inwoners er behoefte aan om te participeren en samen te werken met de gemeente? Zo ja, op welke gebieden willen zij dit dan?
- 8 Hoe willen de inwoners van gemeente Laarbeek communiceren met de gemeente?
- 9 Hoe ver is gemeente Laarbeek in de stap naar ambtenaar 2.0?
 - Hoe open en transparant is gemeente Laarbeek?
 - Hoeveel ruimte geeft gemeente Laarbeek haar inwoners voor interactie en dialoog?
 - In hoeverre kunnen de inwoners participeren en samenwerken met de gemeente?
 - In hoeverre voelen de inwoners zich betrokken bij de gemeente?
 - Hoeveel ruimte geeft gemeente Laarbeek haar inwoners voor User Generated Content?
 - In hoeverre is gemeente Laarbeek online actief en waar liggen er nog kansen?
- 10 Welke projecten of afdelingen lenen zich voor de samenwerking met de netwerksamenleving?
- 11 Wat doen andere gemeenten al aan interactieve communicatie (ambtenaar 2.0)?

2.3 | Onderzoeksmethoden

Voor dit onderzoek is gekozen voor de volgende onderzoeksmethoden:

- Deskresearch / literatuuronderzoek
- Gapanalyse
- Triangulatie (kwalitatief en kwantitatief fieldresearch)
- Benchmarking

2.3.1 | Verantwoording

Deskresearch

Dit onderzoek vraagt om een deel deskresearch. Hierin worden eerder gedane onderzoeken, boeken, websites en specialisten geraadpleegd om te komen tot een sterk beeld van het thema van het onderzoek; voor dit onderzoek is dat het thema “de nieuwe netwerksamenleving” en “(de verschuiving naar) ambtenaar 2.0”.

Gapanalyse

De netwerksamenleving vraagt om een nieuwe manier van communiceren. Door middel van een gapanalyse wordt in het hoofdstuk “de gemeente” gekeken in hoeverre de gemeente al effectief communiceert met deze samenleving. Hieruit komen inzichten op welke gebieden de gemeente nog kansen laat liggen. Deze kansen kunnen meegenomen worden in het advies, zodat er een sterkere oplossing ontstaat. Voor de gapanalyse wordt het model gebruikt uit het boek “mind the gap”, bladzijde 39 (Van der Grinten en Weijnand-Schut, 2014).

Triangulatie

Er is gekozen voor triangulatie, omdat dit een combinatie van kwalitatief en kwantitatief onderzoek is. Deze combinatie zorgt voor meer verschillende inzichten, zowel de breedte als de diepte in. Hierdoor wordt het onderzoek betrouwbaarder en kunnen er meer inzichten gevonden worden.

Benchmarking

Tegenwoordig wordt er steeds meer naar andere, soortgelijke bedrijven gekeken. Het is belangrijk om te vergelijken en vast te stellen wat andere gemeenten doen, hoe ze het doen en waarom ze het doen. Voor de gemeente kan het kijken naar andere gemeenten voor nieuwe inzichten zorgen. Deze inzichten kunnen bijdragen aan een betere communicatie in de netwerksamenleving. Daarom worden deze inzichten meegenomen als input voor het advies voor de gemeente.

3 | Theoretisch kader

3.1 | Netwerksamenleving

De wereld ondergaat een transformatie. Manuel Castells (z.j.) is een Spaanse professor in sociologie. Hij publiceerde meer dan 20 boeken over de verschillende transformaties die de wereld ondergaat op het gebied van communicatie, interactie en sociale ontwikkelingen. De trilogie die hij schreef over “The Information Age: Economy, Society and Culture” is een belangrijke informatiebron voor dit onderzoeksthema. Het eerste boek gaat over “The rise of the network society” en de daaropvolgende boeken gaan over de gevolgen hiervan.

De wereld heeft zich ontwikkeld naar een netwerksamenleving die 24uur per dag met elkaar en informatiebronnen verbonden is. Men neemt niet klakkeloos meer over wat er hen verteld wordt. Ze gaan steeds vaker zelf opzoek naar informatie en bewijs dat wat ze horen waar is. Dit zorgt voor een grote verandering in de communicatiewereld. Organisaties kunnen dus niet alleen nog maar zenden om hun reputatie te bewaken. Ze zullen meer in dialoog moeten gaan en moeten werken aan een relatie met de doelgroep. (Castells, 2010)

David Kok (z.j.) is gespecialiseerd op het gebied van overheidscommunicatie. Aansluitend op het verhaal van Castells laat Kok weten dat het voor de overheid lastig blijkt mee te gaan in deze transformatie. Kok deed verschillende onderzoeken om overheidsinstanties te ondersteunen bij het meegaan met deze transformatie. Kok is onderzoeker op het gebied van social mediagebruik door de (lokale) overheid. Sinds 2011 doet hij hier verschillende onderzoeken naar via de Socialmediameetlat, zijn eigen website (Kok, z.j.).

Om goed om te kunnen gaan met de veranderingen in de netwerksamenleving is het belangrijk eerst te weten waar het vandaan komt, wat het is en wat voor gevolgen het heeft voor de gemeente en de overheidscommunicatie. Castells (z.j.) wordt gebruikt om in dit onderzoek de netwerksamenleving beter te kunnen begrijpen. David Kok (z.j.) en Van Berlo (2009) zijn specialisten die alles weten over de veranderingen in de overheidscommunicatie door de komst van de netwerksamenleving

3.2 | Evolutie ambtenaar 1.0 – ambtenaar 2.0 (– ambtenaar 3.0)

Het verschil tussen communiceren met de gemeente en ontvangen van de gemeente is een dialoog aangaan of alleen zenden/ontvangen. Dialoog aangaan sluit aan bij het fenomeen ambtenaar 2.0 en zenden/ontvangen bij het fenomeen ambtenaar 1.0. Kok (2013) zegt dat de online burger het liefste beide heeft. Echter, zijn onderzoek was in 2013 en sindsdien is er vermoedelijk veel veranderd. De nieuwe netwerksamenleving heeft steeds meer alleen de behoefte aan dialoog en samenwerking (ambtenaar 2.0).

Ambtenaar 2.0 is geen begrip wat uit de lucht komt vallen, maar is een initiatief van het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit waar iedereen aan kan deelnemen. Ambtenaar 2.0 is een programma dat overheidsorganisaties begeleidt in de netwerksamenleving. Hoe communiceert een overheidsinstantie met hen? Hoe bereiken overheidsinstanties iets in deze samenleving? En ook belangrijk: welke rol krijgt de overheid in deze samenleving?

Er zijn zelfs al enkele teksten op het internet te vinden over ambtenaar 3.0: de ambtenaar van de toekomst. Hier is echter nog maar weinig over bekend. Wel heeft Paul 't Hart in opdracht van verschillende instanties een essay geschreven over ambtenaar 3.0 met de titel: “Ambtelijk vakmanschap 3.0: zoektocht naar het handwerk van de overheidsmanager”. (Kok, 2009)(van den Toorn, 2014)

Ambtenaar 3.0 zou in de netwerksamenleving scherp op resultaat moeten zijn en aantoonbaar vooruitgang moeten willen boeken. Belangrijk is dat de ambtenaar van de toekomst inhoudelijk geloofwaardig moet zijn: waar gaat het werkelijk over? Tevens moet de ambtenaar van de toekomst emotioneel intelligent en betrouwbaar zijn. Daarnaast is het in de deze netwerksamenleving belangrijk dat ambtenaar 3.0 zich verdiept in wat andere partijen beweegt en wat ze nodig hebben. Eveneens verwacht de burger dat de ambtenaar van de toekomst weet wanneer welke slagen wel of niet te maken zijn: ofwel de politieke bekwaamheid. De eigenschappen van deze ambtenaar 3.0 zijn: transparantie, toegankelijkheid en verbondenheid. De ambtenaar van de toekomst moet de burger laten zien wat hij/zij én de ambtelijke organisatie doen, ze moet benaderbaar zijn in relevante netwerken en hierin een verbindende factor spelen. (van den Toorn, 2014)

Ambtenaar 3.0 is een nieuw fenomeen en wordt pas sinds kort door een enkeling onderzocht. Daarom is op dit moment ambtenaar 2.0 het uitgangspunt voor de evolutie. Wanneer ambtenaar 3.0 volledig onderzocht wordt, groeit de evolutie en zal er dus nog een grotere verandering optreden voor de gemeenten.

Kok (z.j.), Van Berlo (2009) en 't Hart (2014) zijn specialisten op het gebied van ambtenaar 2.0 en het nieuwe ambtenaar 3.0. Hun literatuur wordt gebruikt om houvast te krijgen over ambtenaar 2.0 en het eerste, nieuwe deel van ambtenaar 3.0. Daarnaast wordt Kok ook geïnterviewd om nog meer inzichten te krijgen en een sterker advies te kunnen geven.

4 | Opbouw onderzoek

4.1 | Leeswijzer

H5: De netwerksamenleving

- Wat betekent de nieuwe netwerksamenleving voor de overheidscommunicatie?

H6: Ambtenaar 2.0

- Hoe is de evolutie van ambtenaar 2.0 ontstaan?

- Wat is de connectie tussen ambtenaar 2.0 en de netwerksamenleving?

H7: Communicatie met de netwerksamenleving

- Wat betekent de netwerksamenleving voor de online en offline communicatiemiddelen?

- Welke platformen worden op dit moment gebruikt om communicatie tussen ambtenaar 2.0 en de netwerksamenleving mogelijk te maken?

H8: De inwoners

- Maken de inwoners van gemeente Laarbeek gebruik van deze platformen? Zo ja, welke en hoeveel?

- Hebben de inwoners er behoefte aan om te participeren en samen te werken met de gemeente? Zo ja, op welke gebieden willen zij dit dan?

- Hoe willen de inwoners van gemeente Laarbeek communiceren met de gemeente?

H9: De gemeente

- Hoe ver is gemeente Laarbeek in de stap naar ambtenaar 2.0?
 - Hoe open en transparant is gemeente Laarbeek?
 - Hoeveel ruimte geeft gemeente Laarbeek haar inwoners voor interactie en dialoog?
 - In hoeverre kunnen de inwoners participeren en samenwerken met de gemeente?
 - In hoeverre voelen de inwoners zich betrokken bij de gemeente?
 - Hoeveel ruimte geeft gemeente Laarbeek haar inwoners voor User Generated Content?
 - In hoeverre is gemeente Laarbeek online actief en waar liggen er nog kansen?

- Welke projecten of afdelingen lenen zich voor de samenwerking met de netwerksamenleving?

- Wat doen andere gemeenten al aan interactieve communicatie (ambtenaar 2.0)?

5 | De netwerksamenleving

5.1 | Wat is de (nieuwe) netwerksamenleving en hoe is die ontstaan?

Manuel Castells geeft in zijn boek "The network society: a cross-cultural perspective" (2004) de volgende definitie van de netwerksamenleving: *"een netwerksamenleving is een samenleving wiens sociale structuur bestaat uit netwerken die aangedreven worden door informatie op basis van micro-elektronica en communicatietechnologie"*.

Een *sociale structuur* is volgens Castells (2004) de organisatorische afspraken van de mens in relatie met productie, consumptie, reproductie, beleving en kracht uitgedragen in belangrijke communicatie-uitingen op basis van culturele factoren. Eenvoudiger gezegd: een sociale structuur is de manier waarop mensen met elkaar communiceren op basis van culturele factoren.

Castells (2004) geeft aan dat een *netwerk* bestaat uit *knooppunten* die onderling verbonden zijn. Uit de onderzoeken die voor bovenstaand boek zijn gedaan, blijkt dat een netwerk geen centrum heeft. Wel varieert de belangrijkheid van de knooppunten. Dit betekent dat het ene knooppunt voor een netwerk meer kan betekenen dan een ander knooppunt, bijvoorbeeld omdat deze meer relevante kennis over een bepaald onderwerp heeft. De belangrijkheid van knooppunten wordt niet op specifieke kenmerken getest, maar op hoe en hoeveel deze knooppunten bij kunnen dragen binnen het netwerk. Alle knooppunten zijn nodig om het netwerk goed te laten functioneren. Een netwerk herpositioneert zichzelf wanneer er knooppunten nauwelijks of niets meer bijdragen en er nieuwe knooppunten meer kunnen betekenen.

David Kirkpatrick (2011) heeft onderzoek gedaan naar het *Facebook-effect*. De naam doet vermoeden dat hij alleen onderzoek heeft gedaan naar Facebook, maar dit is niet waar. Hij is tijdens zijn onderzoek belangrijke inzichten tegengekomen over de verandering van de samenleving. Het woord "Facebook-effect" heeft Kirkpatrick gedefinieerd als: *"gewone individuen die zelf het initiatief nemen tot het verspreiden van informatie binnen hun eigen netwerk, wat vervolgens weer verspreid wordt in het netwerk van die schakels en zo zich verder verspreid"*. Met andere woorden: het Facebook-effect betekent dat gewone mensen het initiatief nemen tot informatie delen, wat zich vervolgens als een virus verder verspreid in de samenleving. Het Facebook-effect leidt tot veranderingen in de interpersoonlijke en maatschappelijke verhoudingen.

De netwerksamenleving heeft volgens Van der Steen, Van Twist, Schultz en Peeters (2011) dezelfde kenmerken als een rizoom (wortelstelsel):

- *"Verbinding": ieder punt in het netwerk is op de een of andere manier verbonden met de andere punten.*
- *Heterogeniteit: het netwerk bestaat uit verschillende soorten punten. Er zijn geen genetische beperkingen en het groeit waar er mogelijkheden toe zijn.*
- *Veelheid: het netwerk kent geen posities en rangordes. Het bestaat enkel uit lijnen die ieder hun eigen bijdrage leveren aan het geheel.*
- *Niet-betekenisdragende breuk: het netwerk kan op ieder punt verbroken worden zonder dat de rest van het netwerk verstoord wordt. Het netwerk kan elders verder woekeren op zoek naar nieuwe verbindingen die de oude verbinding kunnen vervangen.*
- *Cartografie: de netwerksamenleving is eerder een kaart dan een route. Er zit geen vaste betekenis aan en kan op verschillende manieren gebruikt en gelezen worden.*
- *Kopieertechniek: het netwerk (re-)produceert zichzelf. Het netwerk groeit vanuit zijn eigen dynamiek en laat zich niet sturen door een centraal punt."*

In de netwerksamenleving is gemeente Laarbeek dus slechts een knooppunt in het netwerk van de inwoners. Dit betekent dat de gemeente geen centrumpositie heeft in het leven van de inwoners, maar een versterkende, ondersteunende positie waarmee men initiatieven kan bereiken. De gemeente heeft in de huidige samenleving dus geen beslissende rol meer, maar een ondersteunende rol die ervoor zorgt dat het netwerk kan blijven functioneren. Het Facebook-effect zorgt ervoor dat de gemeente niet de enige is die (politiek) nieuws verspreid. De inwoners creëren in de huidige samenleving ook content.

5.2 | Wat betekent de nieuwe netwerksamenleving voor de overheidscommunicatie?

Niet alleen Castells (2004) maar ook Van Twist en Van der Steen (2012) concluderen dat de netwerksamenleving niet werkt vanuit een centrum. Van Twist en Van der Steen (2012) ondervonden dat de huidige netwerksamenleving werkt zonder leiding, overzicht, afbakening en eenduidigheid. *“De netwerksamenleving is een niet-hiërarchisch systeem dat uitsluitend wordt bepaald door een circulatie van toestanden”*, zeggen zij. In de praktijk neemt deze samenleving publieke taken en verantwoordelijkheden op zich zonder tussenkomst van de overheid. Dit doen zij deels uitgelokt door beleidsmakers, maar voornamelijk deels ongestuurd en ongevraagd; dit gebeurt dus op eigen initiatief en door eigen ambities. (Van Twist en Van der Steen, 2012)

Van Twist en Van der Steen (2012) vergelijken de netwerksamenleving met een rizoom (wortelstelsel) en de overheid als de boom. De overheid werkt vanuit een verticale hiërarchie met een strikte taakverdeling, verantwoordelijkheidsbegrenzing en geslotenheid. De sleutelbegrippen zijn hierin: kenbaarheid, planning en functionele differentiatie. In de context van de rizoom is dit niet altijd een passende werkwijze. Daarom zal de overheid responsief moeten zijn richting de netwerksamenleving.

Van der Steen, Van Twist, Schultz en Peeters (2011) schrijven in hun essay over overheidssturing in dit rizoom (netwerk). In hun essay relativeren zij wel dat de netwerksamenleving niet overal onder de stempel van het rizoom valt. Een rizoom heeft net als een netwerk geen centrum, maar wanneer we kijken naar bijvoorbeeld Facebook is er weldegelijk een centrum. Facebook wordt bestuurd door één organisatie en men moet toestemming hebben om deel te mogen nemen aan het netwerk. Er moet dus altijd kritisch worden gekeken naar de situatie, om te bepalen of de netwerksamenleving in die situatie beschikt over een centrum.

Typering van het maatschappelijk rizoom	Complicerende consequenties voor overheidssturing
Verbinding: alles is met alles verbonden	Ongreepbaarheid door verschuiven en verplaatsen van beleidsproblemen na overheidsinterventies
Heterogeniteit: er is geen ‘essentie’	Onbestemdheid door gebrek aan eenduidige uitkomsten van maatschappelijke ontwikkeling
Veelheid: er is geen leider of onbetwist aanspreekpunt	Onbepaaldheid door het ontbreken van vertegenwoordigers, die gezaghebbend namens een achterban spreken
Niet-betekenisdragende breuk: ontwikkelingen woekeren voort en vinden nieuwe wegen en uitingsvormen	Onbeheersbaarheid door reacties van beleidsobjecten op eventuele sturingsimpulsen
Cartografie: meervoudige betekenisgeving	Onbegrensdsheid van betekenissen en interpretaties van de werkelijkheid
Kopieertechniek: geen reproductie van origineel model	Onvoorspelbaarheid door onverwachte verknoping en nieuwe verbindingen; emergentie in plaats van planning

In de vorige paragraaf werden de kenmerken van de netwerksamenleving door Van der Steen et al. (2011) beschreven. Later vertellen zij in hun essay wat deze kenmerken voor consequenties hebben voor de overheidscommunicatie door middel van een overzichtelijke tabel (zie figuur 2). De volledige tabel staat in bijlage 3. In deze tabel noemen zij ook voorbeelden die het Ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie heeft ervaren op die punten. Het Ministerie van EL&I was de opdrachtgever voor het essay. Deze veranderingen zorgen ervoor dat de overheid aanpassingen moet doen in hun communicatie om deze problemen zoveel mogelijk te beperken. (Van der Steen et al., 2011)

Figuur 2 | Deze tabel is gemaakt in het essay van Van der Steen et al. (2011) om een schematisch overzicht te geven van de kenmerken van de netwerksamenleving en de consequenties die daarmee samenhangen. Daarnaast gaf hun opdrachtgever (Het Ministerie van EL&I) daar voorbeelden bij.

Deze literatuur geeft aan dat gemeente Laarbeek geen centrumpositie meer heeft en haar verticale hiërarchie niet meer werkt in de netwerksamenleving. Deze samenleving werkt vanuit een horizontale hiërarchie, wat betekent dat iedereen gelijk is in het netwerk en gebruik kan maken van de knooppunten om te komen tot een hoger doel. De gemeente dient dus als knooppunt te fungeren en haar kennis en ervaring te gebruiken ter ondersteuning van het grotere netwerk.

6 | Ambtenaar 2.0

6.1 | Wat is ambtenaar 2.0?

Intermediair.nl (2013) geeft de beste definitie van een ambtenaar 2.0: *“De ambtenaar 2.0 is een creatieve, alerte, op de samenleving gerichte medewerker die samen met anderen maatschappelijke problemen oplost. De ambtenaar-van-morgen doet zijn ding niet in zijn eentje vanachter zijn laptop, hij of zij is online en sociaal vaardig.”* Kort gezegd, betekent dit dat de ambtenaar 2.0 meegroeit met de (online) ontwikkelingen. Deze ambtenaar van de toekomst denkt en kijkt buiten zijn kantoor, opzoek naar samenwerkingsverbanden en creatieve oplossingen via kanalen van deze huidige tijd. (Intermediair, 2013)

begrip	ambtenaar 1.0	ambtenaar 2.0	ambtenaar 3.0
tijdslijn	vroeger	nu	toekomst
definitie	bloetijd NL model ambtenaar 1.0 is een ambtenaar die minder digitaal werkt en voornamelijk makkelijke taken digitaal uitvoert, zoals mailen, tekstverwerken en misschien een klein beetje zoeken naar informatie.	reparatieperiode ambtenaar 2.0 is de ambtenaar die te maken kreeg met de evolutie van web 2.0. Er ontstond een kloof tussen de leefwereld van de burgers en de systeemwereld van de overheid. Om deze kloof te dichten waren er veranderingen nodig.	turbulente samenleving ambtenaar 3.0 staat voor de ambtenaar van de toekomst die meegroeit en handelt in de turbulentie van de samenleving. Trends en ontwikkelingen worden gevolgd en meegenomen in het handelen.
kenmerken	loyaal/effectief dienen bestuurlijke achterkamer faciliteren expertise en realisatievermogen bundelen voorspelbaar, integer en betrouwbaar	open/transparant sociaal/netwerken samenwerking gebruiker centraal	politiek bekwaam transparant toegankelijk verbindende factor scherp op resultaat slim op de zaak slim op de relatie slim op de context

Figuur 3 | In bovenstaand figuur is kort beschreven wat het verschil is tussen de ambtenaarstypes en waar zij zitten in de tijdlijn. Deze tabel is tot stand gekomen door het lezen van de boeken Ambtenaar 2.0, Ambtenaar 2.0 Bèta (geschreven door Davied van Berlo), Sociale Gemeenten (geschreven door David Kok) en Ambtelijk vakmanschap 3.0 (geschreven door Paul 't Hart).

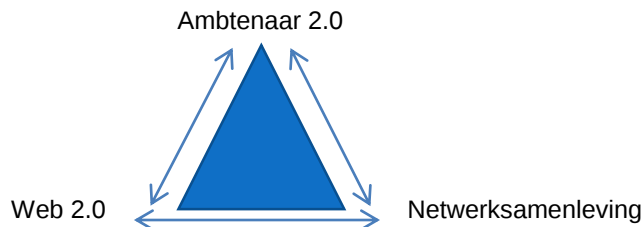
6.2 | Hoe is de evolutie van ambtenaar 2.0 ontstaan?

Uit het interview met David Kok komt naar voren dat hij vindt dat evoluties stapsgewijs ontstaan. Ambtenaar 2.0 is gestart in Den Haag door professional Davied van Berlo. Kok geeft aan dat hij denkt dat veel ambtenaren willen vernieuwen, maar dat de overheid op dit gebied vaak achterloopt. Daarom was de komst van ambtenaar 2.0 een fenomeen waar veel ambtenaren op zaten te wachten. Kok denkt wel dat de meeste overheidsorganisaties in veel opzichten nog erg ambtenaar 1.0 zijn, dus dat de evolutie nog niet is afgelopen.

Van Berlo (2009) geeft op zijn beurt aan dat ambtenaar 2.0 ook is ontstaan door de ontwikkeling van web 2.0. Web 1.0 is uit de tijd dat men slechts informatie opzocht via het internet, maar door alle technische ontwikkelingen ging met ook dialoog zoeken en een mening vormen via het internet. Hierdoor ontstond web 2.0. Mensen werden steeds mondiger, zelfstandiger en sceptischer over wat hen verteld werd. Ze namen niet klakkeloos meer alles over, maar gingen eerst zelf opzoek via het internet naar bewijzen. Niet alleen de overheid, maar alle organisaties kregen hierdoor te maken met drastische veranderingen. Hierdoor is hij het samenwerkingsverband ambtenaar 2.0 gestart; ambtenaar 2.0 is namelijk niet alleen de omschrijving van de nieuwe ambtenaar, maar ook de naam van een samenwerkingsverband waarin ambtenaren samen zoeken naar een weg in deze netwerksamenleving. Het samenwerkingsverband is begonnen met oplossingen zoeken om mee te groeien met web 2.0 en deze oplossing door te vertellen aan hun collega's. Hierdoor werd ambtenaar 2.0 ook de naam voor alle ambtenaren die mee gingen groeien met de ontwikkelingen. (Van Berlo, 2009)

6.3 | Wat is de connectie tussen ambtenaar 2.0 en de netwerksamenleving?

Ambtenaar 1.0 staat voor de ambtenaar zoals deze vanaf het begin werkt: besluitmatig, eenrichtingsverkeer, informatie verzender. Zoals eerder gezegd is ambtenaar 2.0 ontstaan door de razendsnelle opkomst van web 2.0 (het interactieve internet). Echter, niet alleen ambtenaar 2.0 is ontstaan door deze opkomst, maar ook de netwerksamenleving. (Van Berlo, 2009) Deze drie ontwikkelingen zijn dus wel degelijk verbonden met elkaar. Kok geeft in het interview aan dat ambtenaar 2.0 is gestart om ambtenaren te leren omgaan met de netwerksamenleving. Dit is schematisch weergegeven in figuur 4.



Figuur 4 | Schematische weergave van het verband tussen de drie ontwikkelingen.

In figuur 4 is te zien dat niet alleen web 2.0, maar ook de netwerksamenleving voor het ontstaan van ambtenaar 2.0 heeft gezorgd. Dit komt omdat de netwerksamenleving ervoor gezorgd heeft dat de doelgroep van gemeenten en overheid zich op een andere plaats bevindt, namelijk voor een groot deel online. Alle veranderingen die de netwerksamenleving met zich meebrengt zijn van invloed op de overheidscommunicatie, omdat zij de overheidsdoelgroep zijn. Om als gemeente ambtenaar 2.0 succesvol in te zetten, moeten de trends en ontwikkelingen op het gebied van web 2.0 en de netwerksamenleving voortdurend gemonitord worden. (Van Berlo, 2009)

6.4 | Wat voor effect hebben deze thema's op de overheidscommunicatie?

Door de opkomst van web 2.0 verandert er veel in de overheidscommunicatie. Volgens Van Berlo (2009) is het tegenwoordig steeds meer online te doen en dat vraagt om een andere manier van denken. Het zijn niet alleen de organisaties meer die content maken, maar ook de individuen gaan online hun eigen content creëren. Dit heet User Generated Content. Ook zorgt het internet ervoor dat iedereen potentieel bereikbaar is, dus de doelgroepen kunnen makkelijker en groter bereikt worden. Ook zorgt web 2.0 ervoor dat mensen niet meer alleen lezen, maar zodra het gelezen is ook zelf gaan schrijven. Dit betekent dat het vroegere internet, bedoeld om te zenden, tegenwoordig een interactief platform is geworden. (Van Berlo, 2009)

Er wordt in stilte van de overheidsorganisaties verwacht dat zij meegaan in deze ontwikkelingen, want anders zal een groot deel van de doelgroep de boodschappen niet meer (willen) ontvangen. De overheid moet de communicatiemiddelen inzetten die de netwerksamenleving ook gebruikt en hun wensen omtrent communicatievorm tegemoetkomen, anders haakt de doelgroep af. ('t Hart, 2014)

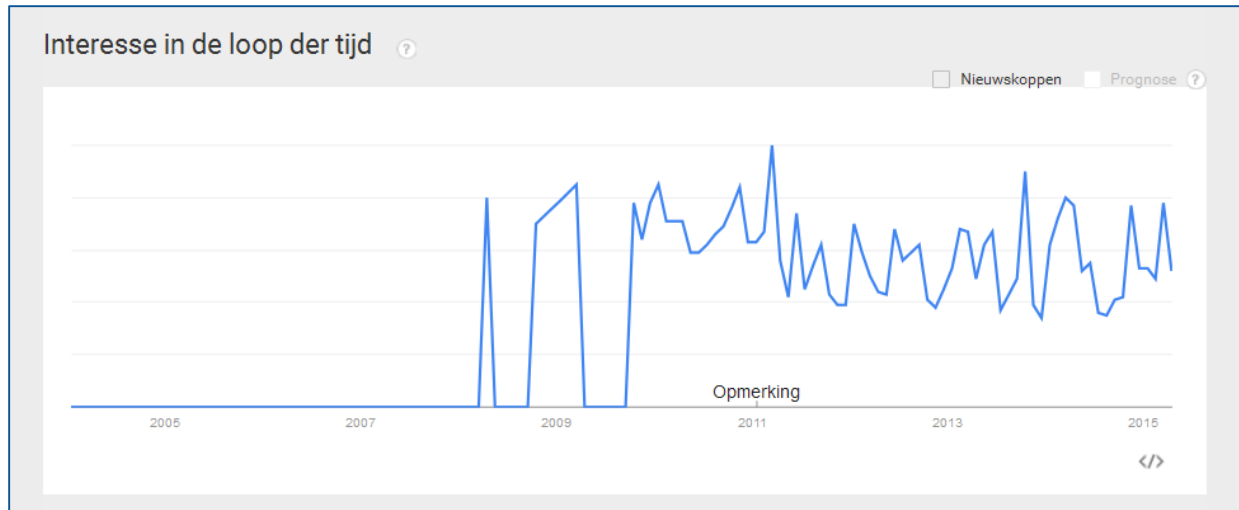
Deze punten gelden ook voor gemeente Laarbeek. Om als gemeente aan te sluiten op de behoeften van de inwoners en een gepaste dienstverlening te kunnen bieden, dient zij mee te gaan in de ontwikkelingen van web 2.0, de netwerksamenleving en ambtenaar 2.0. Hoewel het tempo van deze ontwikkelingen per overheidsinstantie en gemeente anders is, zal het op den duur bij elke overheidsinstantie en gemeente erin sluipen. De ontwikkelingen dienen dus gemonitord te worden op lokaal gebied, zodat de gemeente weet wanneer het haar beurt is om mee te gaan in hierin. Zoals Kok zegt: *"De gemeente moet zijn waar de inwoners zich bevinden"*.

6.5 | Welke trends hebben invloed op dit thema?

Logeion heeft op 31 maart 2015 een onderzoek gepubliceerd met daarin de trends op het gebied van communicatie: het glazen huis, horizontalisering, emotiemaatschappij en datamining. Ditzelfde onderzoek is ook in 2014 gedaan en gepubliceerd. In 2014 waren dezelfde vier trends geconstateerd met daarbij nog digitalisering, met name sociale media. Voor dit onderzoek zijn de trends genomen uit de onderzoeken van Logeion die betrekking hebben op de netwerksamenleving en ambtenaar 2.0. (Van der Linden, 2015)

6.5.1 | Burgerparticipatie

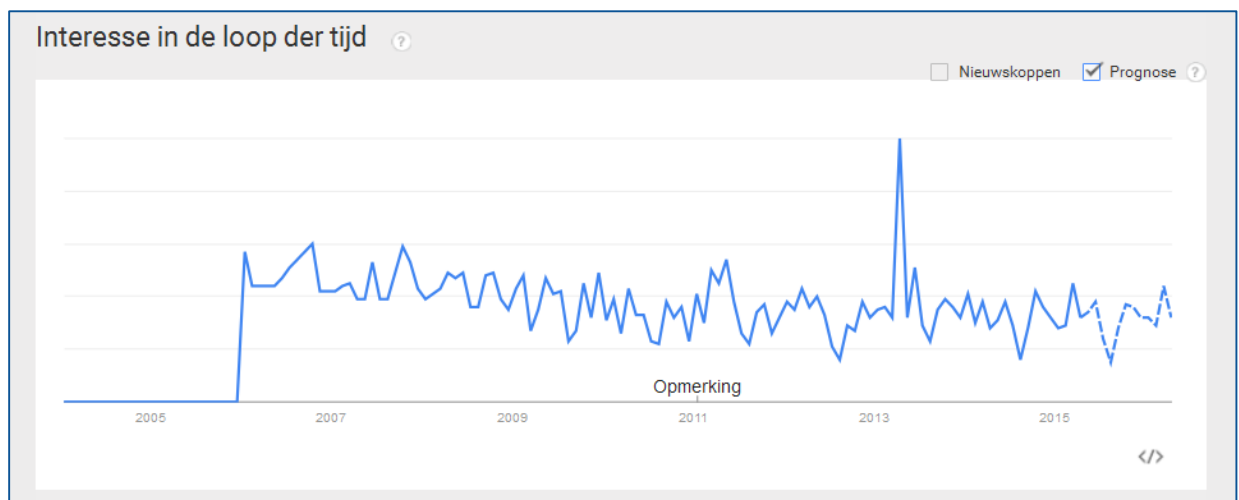
Zoals Google Trends (z.j.) in figuur 5 laat zien is burgerparticipatie al een aantal jaren een bekende trend. De populariteit verandert met pieken en dalen. Burgerparticipatie betekent voor gemeenten dat de burgers meer betrokken worden bij het vormen van een beleid. Voor gemeenten zorgt burgerparticipatie voor meer betrokkenheid en begrip bij de inwoners, maar ook voor een opener en transparantere houding voor de gemeenten. Burgerparticipatie draagt bij aan het enigszins gelijkstellen van de rollen van de inwoners en de gemeente. (ProDemos, 2012)



Figuur 5 | Google Trends (z.j.) laat zien dat de trend burgerparticipatie rond 2008 is opgekomen en sindsdien blijft schommelen. De piek is te zien in 2010, waarna het niet meer daalt naar het 0 punt, wat het tussen 2008 en 2010 wel een aantal keer doet.

6.5.2 | Transparantie

Het glazen huis waar Van der Linden (2015) over schrijft verwijst naar transparantie, openheid en eerlijkheid. Deze eigenschappen zijn nodig om als organisatie in de netwerksamenleving te kunnen presteren. Met name door de komst van sociale media is alles wat organisaties doen zichtbaar voor iedereen. Transparantie is ook één van de belangrijke eigenschappen van ambtenaar 2.0 (Van Berlo, 2009). Voor de netwerksamenleving wordt het steeds belangrijker dat het zichtbaar is wat organisaties daadwerkelijk doen en een gesloten organisatie wordt vaak gelinkt aan een onbetrouwbare organisatie, want het laat de mensen niet binnenkijken (Van Berlo, 2009). In figuur 6 laat Google Trends (z.j.) zien hoe de opkomst van de trend transparantie zich ontwikkelt heeft in de afgelopen jaren en een prognose voor de toekomst.



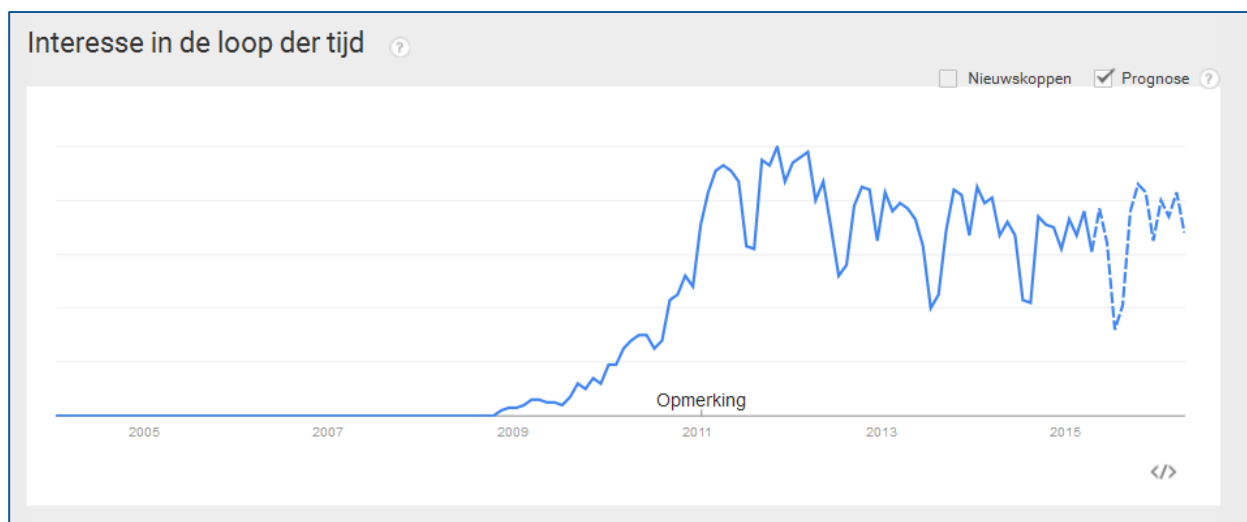
Figuur 6 | Google Trends (z.j.) laat zien dat de trend transparantie in 2006 is opgekomen en sindsdien blijft schommelen. De piek is duidelijk te zien in 2013 en voor de rest blijft het redelijk stabiel.

6.5.3 | Horizontalisering

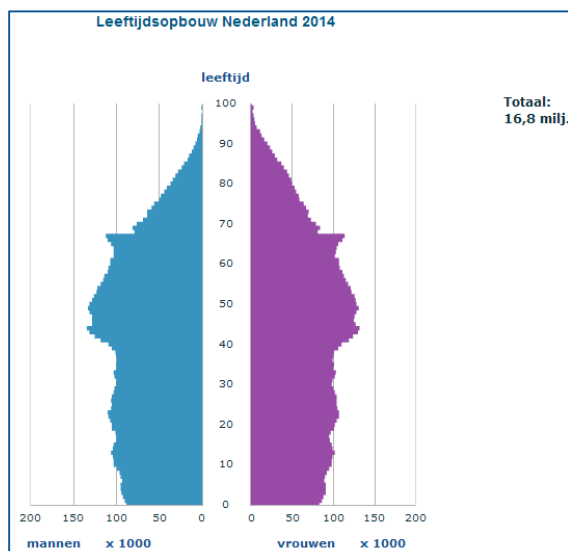
Horizontalisering is een trend die meteen na het glazen huis is ontstaan. De samenleving wordt steeds gelijkwaardiger en platter (Van der Linden, 2015). Van Berlo (2009) geeft dit ook aan in zijn boeken. Horizontalisering is voor gemeenten erg moeilijk, omdat gemeenten werken volgens een verticale rolverdeling. De Kamer bepaalt namelijk grotendeels hoe de wetten en regels zijn en vervolgens gaan de provincies en gemeenten ermee aan de slag, waarbinnen ook weer een verticale rolverdeling heerst. Dit terwijl de netwerksamenleving steeds meer opzoek is naar een horizontale gemeente. Ze zoeken steeds meer de samenwerking op en hopen steeds meer te kunnen meedenken en beslissen. Horizontalisering is waarschijnlijk de moeilijkste trend voor gemeenten om in mee te gaan. (Van Berlo, 2009)

6.5.4 | Digitalisering

Overtoom (2014) geeft aan dat niet alleen digitalisering een trend op zichzelf is. De gehele samenleving is aan het digitaliseren en voornamelijk sinds de opkomst van internet en sociale media gaat het hard. Rond 2009 begon de opkomst van sociale media. De eerste paar jaar bleek dit nog niet zo interessant. Pas in 2011 begon sociale media echt aan te slaan. Tegenwoordig zorgt de digitalisering voor het vergemakkelijken en versnellen van de communicatie. Steeds meer bedrijven en organisaties gaan ook online communiceren met de doelgroep. Ook de overheid probeert mee te komen. Inmiddels komen er steeds meer verschillende digitale mogelijkheden om te communiceren. Deze nieuwe mogelijkheden vormen weer trends op zichzelf. In figuur 7 is de opkomst van de trend sociale media te zien. (Overtoom, 2014)



Figuur 7 | Google Trends (z.j.) laat zien dat de trend sociale media in 2009 is opgekomen, maar sinds 2011 pas echt zijn plaats in de maatschappij heeft gevonden. De piek is duidelijk te zien in 2012 en voor de rest blijft het redelijk gelijk schommelen.



6.5.5 | Vergrijzing

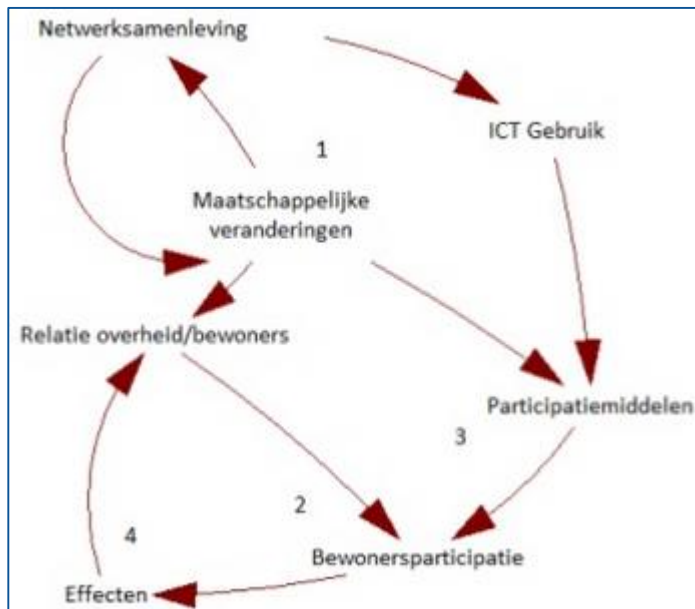
Uit onderzoek van het CBS (z.j.) blijkt dat de vergrijzing blijft groeien. In hun bevolkingspiramide is over de afgelopen jaren duidelijk een groei te zien in de categorie ouderen. In deze zelfde bevolkingspiramide doet het CBS een prognose voor de komende jaren en zij geeft aan de vergrijzing nog niet voorbij is. In figuur 8 is de laatste onderzochte piramide te zien, daarna volgen de prognosepiramides.

Figuur 8 | De bevolkingspiramide uit 2014 laat zien dat de vergrijzing nog niet is afgenomen. (CBS, z.j.)

7 | Communicatie met de netwerksamenleving

7.1 | Wat betekent de netwerksamenleving voor de online en offline communicatiemiddelen?

De netwerksamenleving staat nauw in contact met verschillende factoren. Deze factoren hebben onderling ook weer invloed op elkaar. Hierdoor ontstaan er verschuivingen in het gebruik van communicatiemiddelen. Schreurs (2011) heeft vanuit haar theoretisch onderzoek het model uit figuur 9 gemaakt. Dit figuur geeft weer hoe de onderlinge relaties zijn tussen de factoren. (Schreurs, 2011)



Figuur 9 | Schreurs (2011) heeft voor haar thesis een theoretisch onderzoek gedaan. Hiervoor heeft zij onder andere de boeken van Castells gebruikt. Dit model is een schematische weergave van haar onderzoeksresultaten. Zij heeft hiervoor enkel theoretische onderzoeken en boeken gebruikt.

Offline communicatiemiddelen

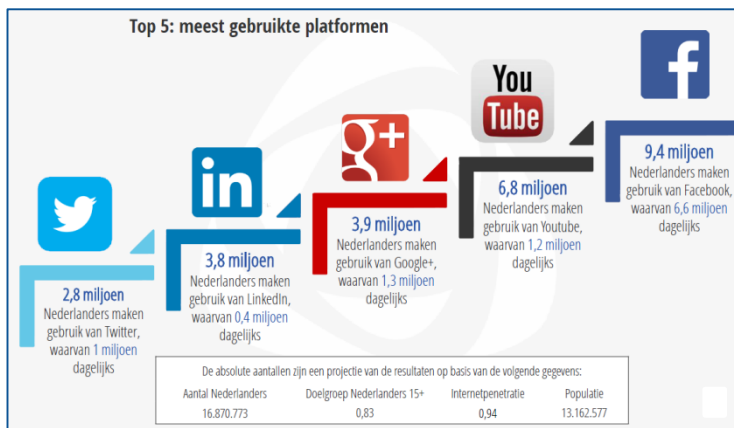
Dilento Media Solutions (z.j.) geeft aan dat in de huidige samenleving de offline communicatiemiddelen naar de achtergrond worden gedrukt. Echter, zij geven aan dat offline media ook in deze samenleving voor de meeste bedrijven nog effectief zijn om hun doelgroep te bereiken. Ook zorgt het fysieke aspect van offline media voor een sterkere verbondenheid onderling. Bij online communicatiemiddelen is dit aanzienlijk minder.

Uit het essay van Van Os, Delisse, Derksen en Jurriëns (2013) komt naar voren dat de meeste organisaties naast hun online communicatiemiddelen ook de offline middelen blijven inzetten. Dit wordt voornamelijk gedaan door organisaties die niet zeker weten of hun doelgroep online actief is, zeker weten dat hun doelgroep niet online actief is, omdat ze ook mensen buiten hun doelgroep willen bereiken en niet weten of zij online actief zijn of om hun online communicatiemiddelen te versterken (crossmediale aanpak).

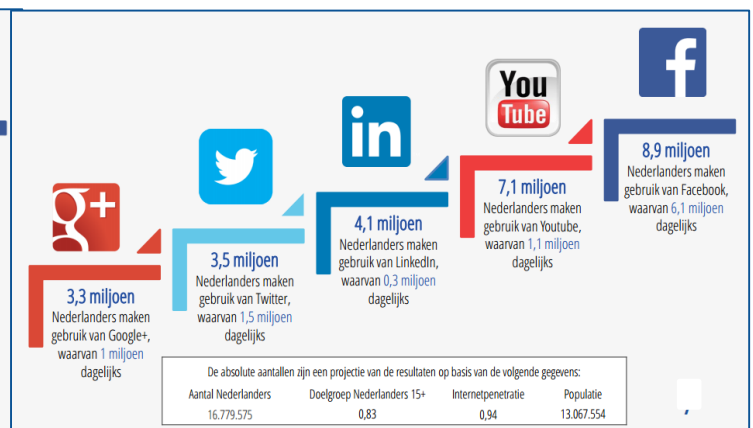
Online communicatiemiddelen

Het "online" is nog steeds bezig met groeien in de netwerksamenleving. Volgens het CBS (2014) had in 2013 97% van de Nederlandse bevolking toegang tot het internet. Newcom Research & Consultancy B.V. (2015) doet ieder jaar onderzoek naar het sociale media gebruik van de Nederlandse bevolking en uit het onderzoek van 2015 is gekomen dat nog 94% van de Nederlandse bevolking toegang heeft tot het internet. Online communicatiemiddelen worden steeds populairder en effectiever, mede omdat de populariteit en het gebruik van het internet in Nederland zo hoog is. (CBS, 2014)

Uit het sociale media onderzoek van Newcom Research & Consultancy B.V. (2015) komt naar voren dat in de periode 2014-2015 het gebruik van sociale mediaplatformen verschoven is. Deze verschuiving is te zien in figuur 10 en figuur 11. Opvallend is dat Google+ in deze periode inmiddels is gestegen naar de derde plaats en dat Twitter aanzienlijk in populariteit en gebruik daalt en blijft dalen.



Figuur 10 | De top 5 meest gebruikte platformen in 2015. (Newcom Research & Consultancy B.V., 2015)



Figuur 11 | De top 5 meest gebruikte platformen in 2014. (Newcom Research & Consultancy B.V., 2014)

Crossmediale aanpak

In het Basisboek Crossmedia Concepting wordt de volgende definitie gehanteerd:

“Er is sprake van crossmedia als er ten behoeve van een communicatiedoelstellingen kruisbestuiving bestaat van verschillende media zoals theater, film, televisie, radio, de bladen, het internet, games, mobiele apparaten en live-evenementen. De verschillende media communiceren hierbij medium specifieke betekenissen die deel uitmaken van een synergetisch geheel: via een verhaal wordt er een bepaalde boodschap over de media uitgedragen, waarbij rekening wordt gehouden met de kwaliteiten en eigenaardigheden van de ingeschakelde media, de participerende houding en het mediagebruik van de consument” (Reynaert en Dijkerman, 2012)

Kortom, er worden verschillende soorten media ingezet om te zorgen dat de boodschap de juiste doelgroep bereikt. De crossmediale aanpak kan op verschillende manieren worden ingezet. Voor commerciële organisaties zorgt het vaak voor een merkbeleving rondom een product of dienst, maar het gaat er bij alle organisaties vooral om dat de gebruikte media elkaar versterken en aanvullen. (Reynaert en Dijkerman, 2012)

De netwerksamenleving wordt de hele dag geconfronteerd met verschillende media (Van der Steen et al., 2011). Hierdoor is een crossmediale aanpak een sterke manier van marketing geworden. De doelgroepen zijn vaak op verschillende plaatsen te vinden en gaan steeds vaker op zoek naar bewijs of extra informatie op andere media. Ook kan er onderscheid zitten in de doelgroep van een organisatie, bijvoorbeeld: een deel van de doelgroep is niet online actief, een ander deel wel. In een situatie als deze zou een crossmediale aanpak ervoor zorgen dat de boodschap hoe dan ook bij de gehele doelgroep aankomt, doordat er gebruik wordt gemaakt van zowel online als offline communicatiemiddelen. (Reynaert en Dijkerman, 2012)

Voor gemeente Laarbeek betekent dit dus dat er een verandering in de communicatiemiddelen plaatsvindt, omdat de inwoners andere behoeften krijgen naarmate zij groeien in de netwerksamenleving. De moderne online middelen voegen zich steeds meer bij de klassieke offline middelen. De snelheid van deze samenvoeging verschilt per gemeente. Uit het enquêteonderzoek zal in hoofdstuk 8 blijken of deze samenvoeging ook al geldt voor gemeente Laarbeek. Ongeacht wanneer, gemeente Laarbeek zal mee moeten ontwikkelen op online gebied. Het beste is om in deze tijd een crossmediale aanpak te hanteren, wat de gemeente op dit moment al doet. Op deze manier bereikt de gemeente de meeste inwoners. Wel is het belangrijk te monitoren welke online middelen gebruikt worden. Op dit moment is Facebook nog populair en wordt Twitter nog wel gebruikt, maar over een paar jaar kan Twitter bijvoorbeeld vervangen zijn door Google+. De gemeente moet dus monitoren op welk (online) platform de inwoners zich bevinden, zodat de gemeente ze ook daar kan bereiken.

7.2 | Welke platformen worden op dit moment gebruikt om communicatie tussen ambtenaar 2.0 en de netwerksamenleving mogelijk te maken?

Volgens het VROM (2009) gebeurt bewonersparticipatie steeds vaker op flexibele plaatsen, waarbij iedereen zelf kan bepalen op welk werkgebied hij of zij wil meewerken. Door de komst van online communicatiemiddelen wordt dit steeds makkelijker. Mensen kunnen elkaar steeds sneller en makkelijker vinden, ideeën uitwisselen en groepen vormen. Ook kunnen mensen nu snel informatie opzoeken die betrekking hebben op het onderwerp. (Schreurs, 2011)

Castells (2010) geeft aan dat de overheid in de netwerksamenleving geen sturende en hiërarchische rol meer heeft. Schreurs (2011) vult dit aan met de uitspraak dat de overheid niet meer centraal staat binnen het netwerk, maar de rol van partner inneemt in ambtenaar 2.0. Online communicatiemiddelen zorgen ervoor dat alles ook veel sneller gedaan kan worden, dus dat er meerdere activiteiten in dezelfde tijd gedaan kan worden. (Schreurs, 2011)

Schreurs (2011) geeft in haar theoretisch onderzoek aan dat online middelen veel mogelijkheden bieden aan de netwerksamenleving, maar dat alleen online middelen geen sterke middelenmix omvatten. Er zijn altijd mensen uit de doelgroep die niet online te bereiken zijn. Bovendien is promotie van de online middelen erg belangrijk, anders zal niemand naar de platformen komen tenzij zij zelf op zoek gaan naar de organisatie online. Daarom is de crossmediale aanpak volgens Schreurs (2011) de beste manier van communiceren op dit moment, want online in de huidige samenleving heeft offline nog niet volledig vervangen.

In de theorie worden geen specifieke platformen genoemd, alleen de beste manieren van inzetten. Uit de interviews met David Kok, gemeente Boxtel en gemeente Rotterdam komt echter naar voren dat op dit moment Facebook en Twitter de meest gebruikte platformen zijn om ambtenaar 2.0 mogelijk te maken. Dit omdat de platformen laagdrempelig, makkelijk, snel en altijd te gebruiken zijn. Echter, het onderzoek van Newcom Research & Consultancy B.V. (2015) laat duidelijk zien dat Twitter in populariteit sterk aan het dalen is. Dus voor hoelang Twitter nog een sterk platform voor ambtenaar 2.0 is, is nog maar de vraag. Volgens het onderzoek van Newcom Research & Consultancy B.V. (2015) kan het goed zijn dat over een paar jaar Youtube en Google+ Twitter gaan vervangen.

Gemeente Laarbeek hanteert op dit moment een crossmediale aanpak, precies zoals Schreurs (2011) in haar theoretisch onderzoek aangeeft. Als online platformen gebruikt de gemeente de platformen die Kok in het interview genoemd heeft, namelijk Facebook en Twitter. Deze platformen zorgen voor een laagdrempelige en makkelijke verbinding tussen de gemeente en haar inwoners. Echter, op dit moment wordt daar door de inwoners nog onvoldoende gebruik van gemaakt (zie hoofdstuk 8). Twitter is in populariteit aan het dalen en daarom is het belangrijk dat gemeente Laarbeek in de gaten houdt waar haar inwoners dan naartoe gaan. Ze dient haar inwoners dan ook te volgen naar het volgende (nieuwe) platform. Op deze manier laat de gemeente ook zien dat ze op hoogte is van de ontwikkelingen en dat ze mee gaat met de moderne mogelijkheden van het internet.

8 | De Inwoners

8.1 | Enquêteonderzoek

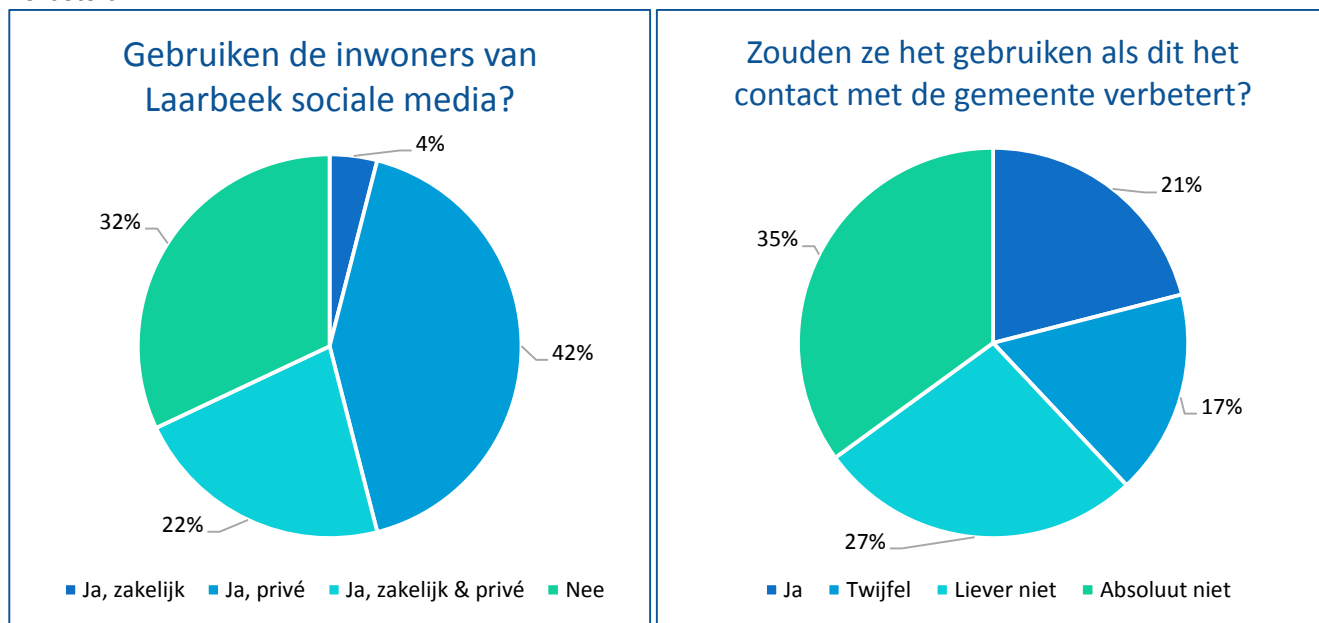
Om een sterk en passend advies te kunnen geven, dienen de in de literatuur gevonden inzichten getest te worden voor de situatie van gemeente Laarbeek. Kok heeft in het interview aangegeven dat niet alle gemeenten even snel kunnen groeien in de stap naar ambtenaar 2.0. Door een enquêteonderzoek (kwantitatief onderzoek) wordt onderzocht hoe ver de gemeente al is in de stap naar ambtenaar 2.0 en in hoeverre de inwoners daar behoefte aan hebben.

De eigenschappen van ambtenaar 2.0 zijn verwerkt in verschillende vragen en stellingen. De respondenten konden aangeven in hoeverre ze vinden dat gemeente Laarbeek deze eigenschappen bezit en in hoeverre ze daar tevreden over zijn. Daarnaast zijn ook de eigenschappen van de netwerksamenleving getest in de enquête. De netwerksamenleving is namelijk in bijzondere gevallen niet online actief en in dat geval dient er een ander advies gegeven te worden.

Om een 90% betrouwbaar, valide enquêteonderzoek te behalen waren 268 respondenten nodig. Uiteindelijk zijn er 313 enquêtes teruggekomen (n=313). Dit betekent dat er met ruim 90% betrouwbaarheid uitspraken gedaan kunnen worden. In onderstaande paragrafen worden de deelvragen beantwoord over de situatie van gemeente Laarbeek. In bijlage 5 staat de berekening voor deze getallen. In de bijlagen staan eveneens de begeleidende brief (bijlage 6) de enquête (bijlage 7) en alle enquêteresultaten (bijlage 8). De enquêteresultaten in de bijlagen zijn procentueel uitgedrukt.

8.2 | Maken de inwoners van gemeente Laarbeek gebruik van deze platformen? Zo ja, welke en hoeveel?

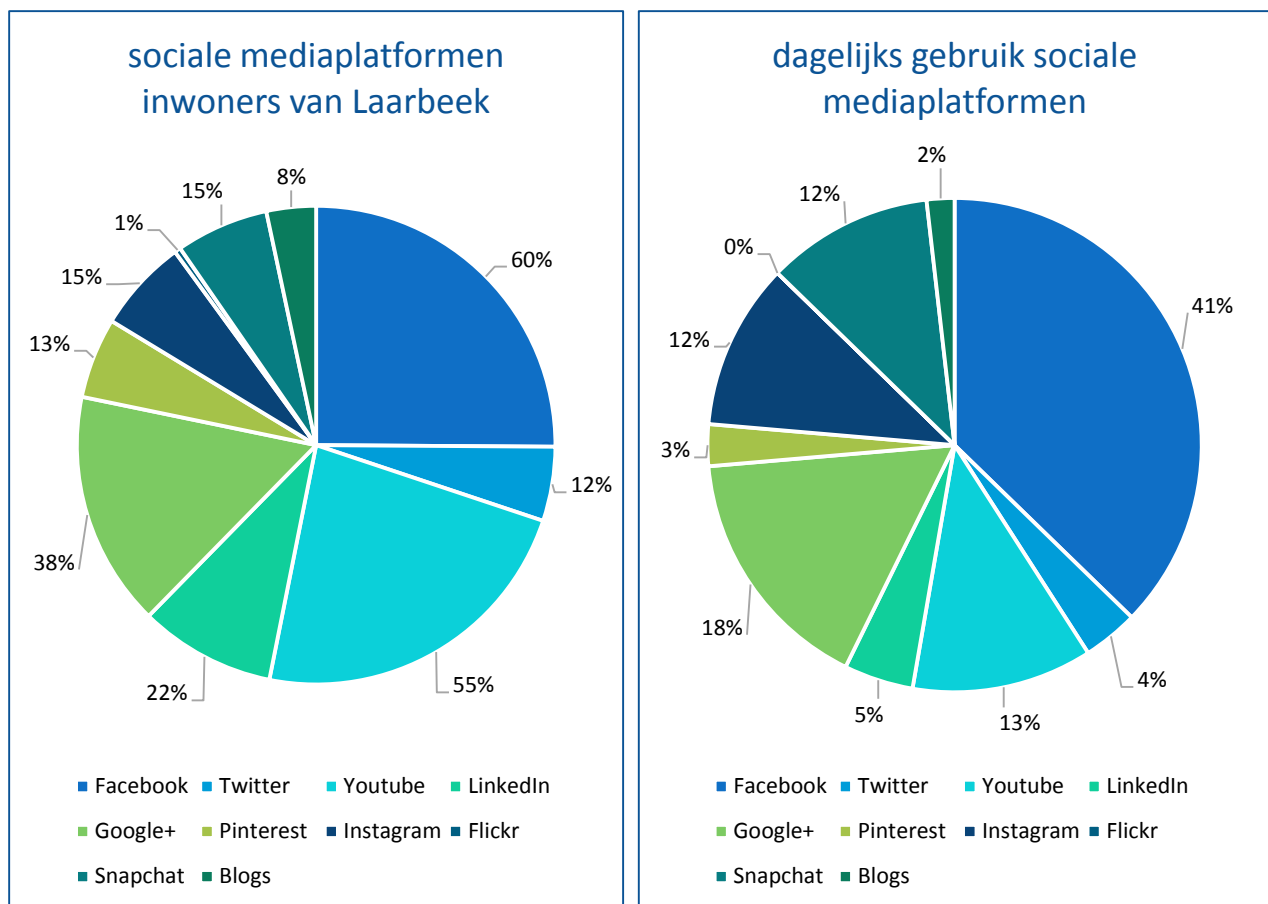
Uit het interview met David Kok en de theorie blijkt dat Facebook en Twitter de meest gebruikte platformen zijn om de communicatie tussen ambtenaar 2.0 en de netwerksamenleving mogelijk te maken. In figuur 12 staat een schematische weergave van het sociale mediagebruik van de inwoners van Laarbeek en of de groep niet-gebruikers het zou gaan gebruiken als dit het contact met de gemeente verbetert.



Figuur 12 | In de linkse cirkelgrafiek is het sociale mediagebruik van de inwoners van Laarbeek te zien en in de rechtse cirkelgrafiek staat of de groep niet-gebruikers het zou gaan gebruiken als dit het contact met de gemeente verbetert.

Hieruit blijkt dat 32% van de inwoners van Laarbeek geen sociale media gebruikt en dat van die groep inwoners 35% het ook absoluut niet zal gaan gebruiken, 27% het liever niet gaat gebruiken, alleen als er geen andere mogelijkheden meer zijn en 17% sterke twijfels heeft over het gaan gebruiken van sociale media om beter contact te hebben met de gemeente. De belangrijkste reden voor deze groep om sociale media (liever) niet te gebruiken is dat de meeste uit deze groep geen internet of computer tot hun beschikking hebben. De overige veelgenoemde redenen zijn: zonde van de tijd, privacy, geen behoefte aan en te moeilijk voor de ouderen. Slechts 21% van deze groep geeft aan sociale media wel te willen gebruiken om beter contact te krijgen met de gemeente.

Van de 68% die wel sociale media gebruikt, gebruikt 42% het alleen privé, 22% het zowel privé als zakelijk en 4% het slechts zakelijk. Ongeveer 60% van deze groep gebruikt Facebook en slechts 12% gebruikt Twitter. Dit betekent dus dat de inwoners van Laarbeek niet voldoende gebruik maken van Twitter om samenwerking en dialoog daar mogelijk te maken, van Facebook daarentegen wel. In figuur 13 is het overige gebruik van de sociale mediaplatformen te zien en het dagelijks gebruik daarvan.

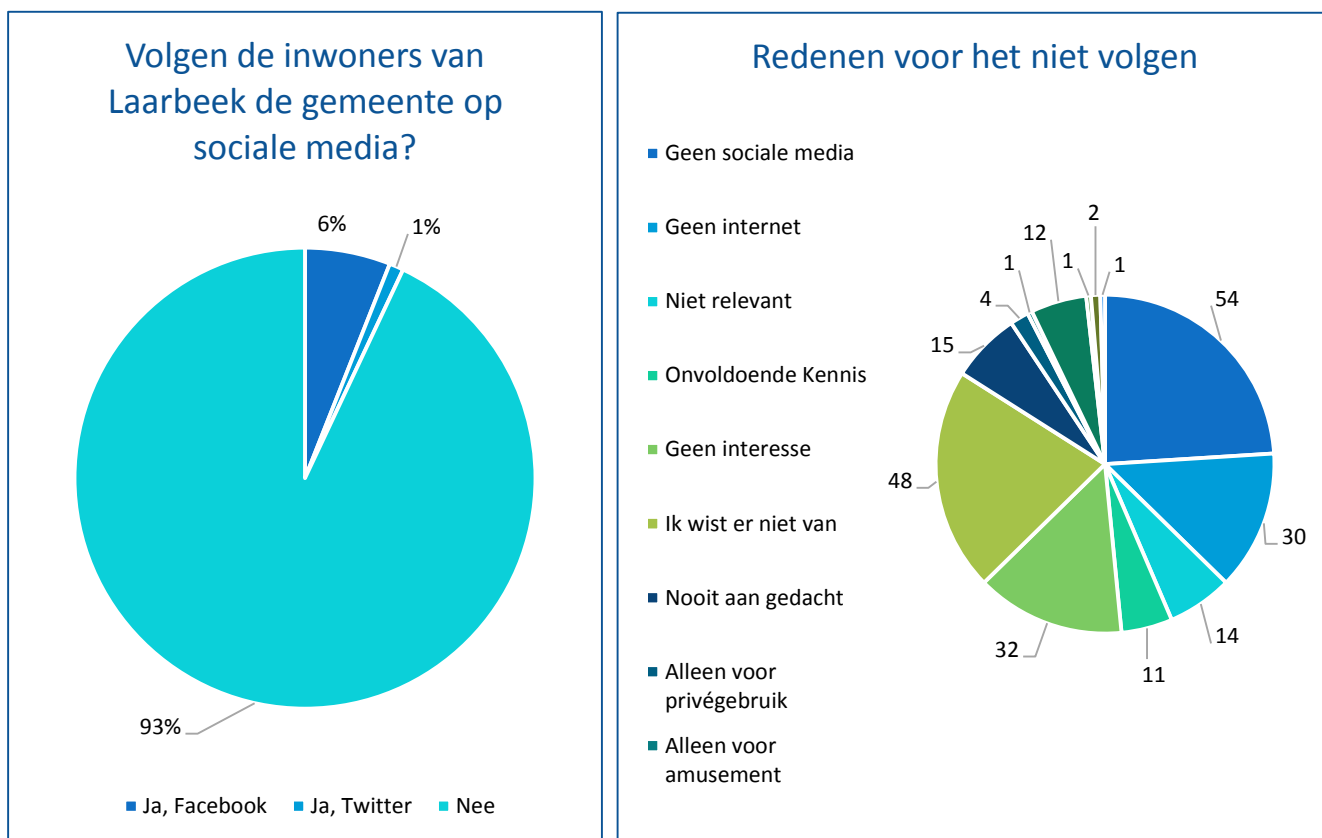


Figuur 13 | In de linkse cirkelgrafiek staat welke sociale mediakanalen de inwoners van Laarbeek gebruiken en in de rechtse cirkelgrafiek staat het dagelijks gebruik van deze zelfde kanalen.

Naast Facebook zijn Youtube, Google+, Instagram en Snapchat de meest (dagelijks) gebruikte platformen. Google+ is een platform waarbij er kritisch gekeken dient te worden naar de resultaten. De resultaten zijn namelijk vrij hoog, maar dit kan ook komen doordat de respondenten dachten aan Google en niet het sociale platform Google+. Echter, wanneer deze resultaten vergeleken worden met de resultaten uit het onderzoek van Newcom Research & Consultancy B.V. (2015) dan is te zien dat het wel degelijk mogelijk is dat de inwoners van Laarbeek met dit percentage gebruikmaken van Google+. Dit platform is in de periode 2014-2015 aanzienlijk in populariteit gestegen.

De platformen Youtube, Google+, Instagram en Snapchat worden op dit moment nog niet of nauwelijks gebruikt voor het mogelijk maken van ambtenaar 2.0 (van Berlo, 2009). Echter, dit betekent niet dat het in de toekomst niet gedaan zal worden. De gemeente kan dus de trends en ontwikkelingen volgen op dit gebied en later besluiten deze platformen te gaan inzetten. Uit het enquêteonderzoek is namelijk gebleken dat de inwoners al wel zo ver zijn in het gebruik van deze platformen.

Het gebruik van sociale mediakanalen is hoog, maar de behoefte om via deze kanalen contact te leggen met gemeente Laarbeek is laag. In figuur 14 is te zien dat een grote meerderheid de gemeente niet volgt en dat ze daar verschillende redenen voor hebben.



Figuur 14 | In de linkse cirkelgrafiek is te zien of de inwoners van Laarbeek de gemeente volgen op sociale media en zo ja, op welke dan en in de rechtse cirkelgrafiek zijn de redenen waarom ze de gemeente niet volgen te zien.

De respondenten konden in de enquête zelf aangeven wat de redenen waren van hun antwoord. Hiervoor kregen zij een open vraagstelling. Ze werden dus niet geholpen met keuzemogelijkheden.

De redenen waarom de inwoners van Laarbeek de gemeente niet volgen zijn interessant. Het grootste deel geeft aan dat ze de gemeente niet volgen, omdat ze niet beschikken over een sociale media, internet of een computer. Opvallend is de op een na grootste reden: men wist er niet van of heeft er nooit aan gedacht. Dit betekent dat gemeente Laarbeek onvoldoende communiceert en promoot dat zij gebruik maakt van sociale mediakanalen. Eén respondent geeft aan dat dit ook niet te vinden tussen de zoekresultaten. In de enquête kon men aangeven hoe ze vanaf nu graag op de hoogte blijven van de gang van zaken in de gemeente. Door dit enquêteonderzoek kwam men erachter dat de gemeente over sociale mediakanalen beschikt en geeft 15% aan via Facebook vanaf nu op de hoogte te willen blijven en 3% via Twitter. De derde belangrijkste reden dat de respondenten de gemeente niet volgen is dat zij simpelweg geen interesse hebben of sociale media zien voor privé wat niet gemixt moet worden met zakelijk.

8.3 | Hebben de inwoners er behoefte aan om te participeren en samen te werken met de gemeente? Zo ja, op welke gebieden willen zij dit dan?

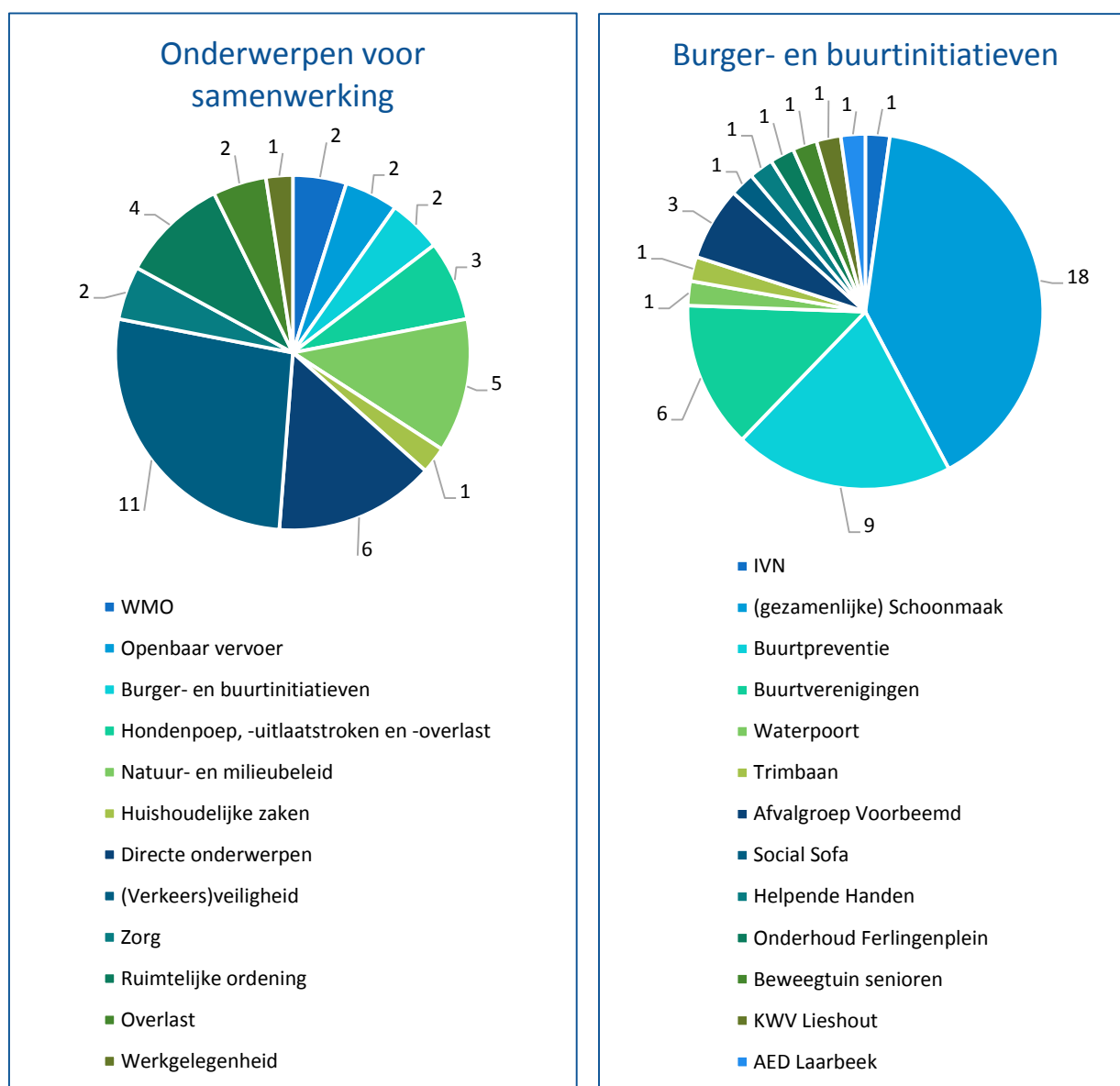
Uit het enquêteonderzoek komt duidelijk naar voren dat de inwoners van gemeente Laarbeek nog niet toe zijn aan ambtenaar 2.0. Op dit moment spelen er onder de inwoners andere onderwerpen die zij belangrijker vinden voor de gemeente om aan te gaan werken. Zo vinden zij dat de gemeente meer verantwoordelijkheid moet tonen voor het verleden¹, moet de gemeente tonen wat er sindsdien intern veranderd is en moet de gemeente bewijzen een open en betrouwbare samenwerkingspartner te zijn. Deze punten zijn voor de respondenten belangrijk, omdat zij niet eerder bereid zijn een samenwerking en dialoog te overwegen. Voordat de inwoners samen willen werken met de gemeente en ambtenaar 2.0 succesvol kan worden, zal de gemeente eerst deze onderwerpen moet aanpakken. In bijlage 8, de enquêteresultaten, staan deze onderwerpen en de hieronder benoemde cijfers.

De cijfers geven duidelijk aan dat 78% van de inwoners slechts informatie wil ontvangen en er verder niet over wil (terug)praten. Hier komt dus het ambtenaar 1.0 en het eenrichtingsverkeercommunicatie naar voren. Er kan dus met 90% betrouwbaarheid gezegd worden dat 78% van de inwoners van Laarbeek op dit moment het liefste nog informatie ontvangt door middel van eenrichtingsverkeer (ambtenaar 1.0). De meest gegeven reden hiervoor is dat de respondenten het gevoel hebben dat interactie geen zin heeft, omdat de gemeente uiteindelijk toch zelf de beslissing neemt. Het terugkoppelen van resultaten die komen uit de samenwerking kan hier al voor enige verbetering zorgen.

Verder geeft 82% aan niet samen te willen werken en meedenken met de gemeente. Er wordt bij die enquêtevraag niet altijd een directe reden gegeven, maar wanneer de enquêteantwoorden samengenomen worden, komt naar voren dat de respondenten er vooral mee zitten dat er toch niet naar hen geluisterd wordt en de gemeente voornamelijk doet wat ze zelf wil. De respondenten geven voornamelijk dit antwoord wanneer ze eerder een negatieve ervaring gehad hebben met het contact leggen met de gemeente. Er zijn respondenten die aangeven dat er nooit op hun telefoontjes en klachten gereageerd wordt. Deze zelfde frustratie is ook terug te zien als het gaat om buurt- en burgerinitiatieven, want 85% van de inwoners geeft aan geen buurtinitiatieven te kennen en er ook niet aan mee te willen werken. Ook hier wordt niet altijd een directe reden bij de enquêtevraag genoteerd, maar wederom blijkt uit de “opmerkingen”-antwoorden dat de gemeente er weinig over communiceert en dat deze werkzaamheden horen bij de taken van de gemeente.

Slechts 17% geeft aan wel samen te willen werken en mee te willen denken met de gemeente. Hiervan wil 12% meepraten over en samen werken aan kwesties en onderwerpen die zichzelf en de omgeving aangaan en 5% wil meepraten over en samen werken aan kwesties en onderwerpen die slechts over zichzelf gaan. In figuur 15 staan de onderwerpen waarover ze willen meepraten en samenwerken en welke buurt- en burgerinitiatieven ze kennen en aan meewerken.

¹ In het verleden heeft zich een situatie voorgedaan met de toenmalige burgemeester. Dit is een gevoelig onderwerp en de gemeente heeft aangegeven dat zij dit niet willen betrekken bij het onderzoek. Daarom wordt deze situatie niet verder besproken en uitgelicht in dit onderzoek, maar worden alleen de gevolgen hiervan meegenomen.



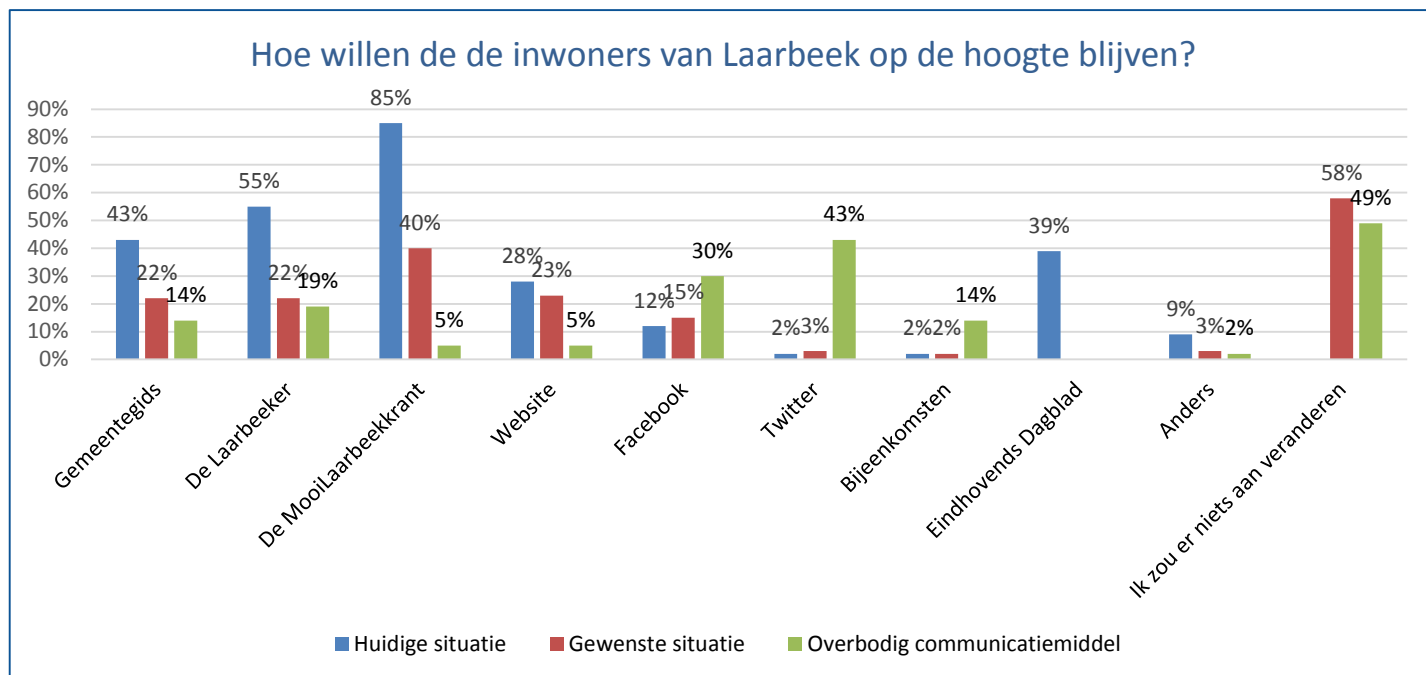
Figuur 15 | In de linkse cirkelgrafiek staan de onderwerpen waar de respondenten over mee willen praten en willen samenwerken. In de rechtse cirkelgrafiek staan de burger- en buurtinitiatieven die de respondenten kennen en aan meedoen.

De interesse van de respondenten gaat omtrent samenwerking toch het meeste richting (verkeers)veiligheid. Dit is ook terug te zien in de burger- en buurtinitiatieven, want buurtpreventie staat op de tweede plaats. Daarnaast vinden de respondenten de onderwerpen natuur- en milieu belangrijk en ook dat is terug te zien in de burger- en buurtinitiatieven, want daar staat de (gezamenlijke) schoonmaak op de eerste plaats.

8.4 | Hoe willen de inwoners van gemeente Laarbeek communiceren met de gemeente?

Hoe willen de inwoners de informatie ontvangen?

De respondenten hebben in de enquête eerst aan kunnen geven hoe ze op dit moment op de hoogte blijven van de gang van zaken in de gemeente, vervolgens hoe ze dit in de toekomst willen doen en als laatste welke communicatiemiddelen ze overbodig vinden. In figuur 16 staat een schematische weergave van de uitkomsten.



Figuur 16 | In deze staafgrafiek is schematisch weergegeven hoe de inwoners van Laarbeek op de hoogte willen blijven van de gang van zaken in de gemeente. De blauwe staven geven aan hoe ze dat op dit moment doen, de rode staven hoe ze dit in de toekomst willen doen en de groene staven welke communicatiemiddelen zij overbodig vinden.

De respondenten hebben bij eerdere vragen aangegeven slechts informatie te willen ontvangen op dit moment. De reden hiervoor was dat zij nog geen nut zien in het meepraten met de gemeente, omdat er volgens hen te weinig met hun input gedaan wordt. De respondenten is vervolgens gevraagd welke informatie zij dan willen ontvangen en via welke communicatiemiddelen. In figuur 16 zijn de communicatiemiddelen opgenomen die de voorkeur hebben en in figuur 17 is de informatie weergegeven die zij willen ontvangen.

Er is te zien dat er veel diversiteit zit in de antwoorden. Toch springt de MooiLaarbeekkrant er hoog bovenuit met 85% van de respondenten die het gebruikt. Daarnaast is het gebruik van de sociale media en het deelnemen aan bijeenkomsten behoorlijk laag en dit percentage blijft laag ook voor het toekomstige gebruik. Bovendien vinden veruit de meeste respondenten deze communicatiemiddelen ook overbodig. Met name Twitter scoort laag in het gebruik, maar hoog in de lijst van overbodig.

Toch zegt meer dan de helft in de toekomst op dezelfde manier op de hoogte te willen blijven als dat zij dit nu doen. Dit betekent dat er voor 58% van de respondenten in de toekomst (nog) niets verandert in het gebruik. Ook geeft 49% van de respondenten aan dat zij geen communicatiemiddelen overbodig vinden en dus ook hier het zouden laten zoals het nu is.

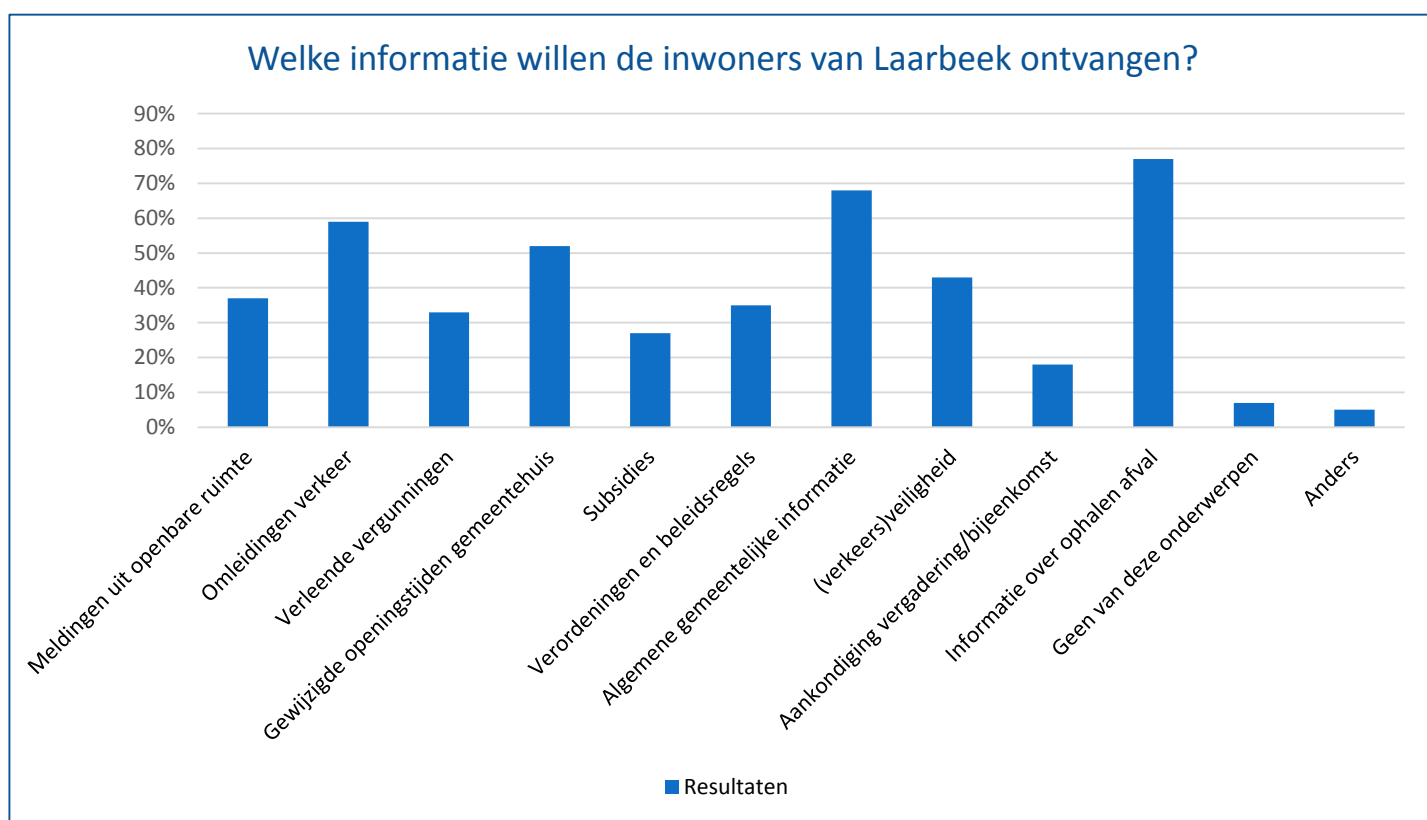
Opvallend is dat de gemeente verwachtte de gemeentegids en de Laarbeekerkrant uiteindelijk weg te kunnen laten, maar de cijfers tonen aan dat dit geen verstandige keuze zou zijn. Slechts 14% vindt de gemeentegids overbodig en slechts 19% vindt de Laarbeekerkrant overbodig. Bovendien gebruikt 43% op dit moment de gemeentegids en wil 22% dit in de toekomst nog gaan doen. Ook bij de Laarbeekerkrant geldt dat 55% het op dit moment gebruikt en 22% dit in de toekomst nog gaat doen. Het weglaten van deze communicatiemiddelen zou dus geen goed idee zijn.

Online communicatiemiddelen scoren aanzienlijk lager in gebruik en hoger in overbodigheid dan de offline communicatiemiddelen. Uit de enquêteresultaten blijkt dat deze uitkomst niet noodzakelijk leeftijdsgebonden is. Jongeren geven veelal namelijk ook de voorkeur aan de papieren communicatiemiddelen, maar ouderen hebben in de enquête ook aangegeven online te gebruiken. Dus het gebruik van online en offline communicatiemiddelen is per persoon verschillend, maar is in dit geval niet afhankelijk van de leeftijd.

Als extra konden de respondenten als toekomstig communicatiemiddel ook kiezen voor een digitale nieuwsbrief. Van alle respondenten vond 17% dit een goed idee, wanneer daar de informatie van de kranten in verwerkt zou worden. Echter, bij de overbodige communicatiemiddelen werd deze nieuwsbrief bij de optie “anders” ook ingevuld, met name omdat een aanzienlijk percentage van de respondenten niet beschikt over internet of een computer.

Welke informatie willen zij ontvangen?

De respondenten konden in de enquête ook aangeven welke informatie zij dan wilden ontvangen via deze kanalen. In figuur 17 is een schematische weergave te zien met daarin de keuzes.



Figuur 17 | In deze staafgrafiek staat schematisch weergegeven welke informatie de inwoners van Laarbeek willen ontvangen via de eerder aangegeven kanalen. Het meest gekozen informatietype is de afvalkalender en de informatie over het ophalen van het afval.

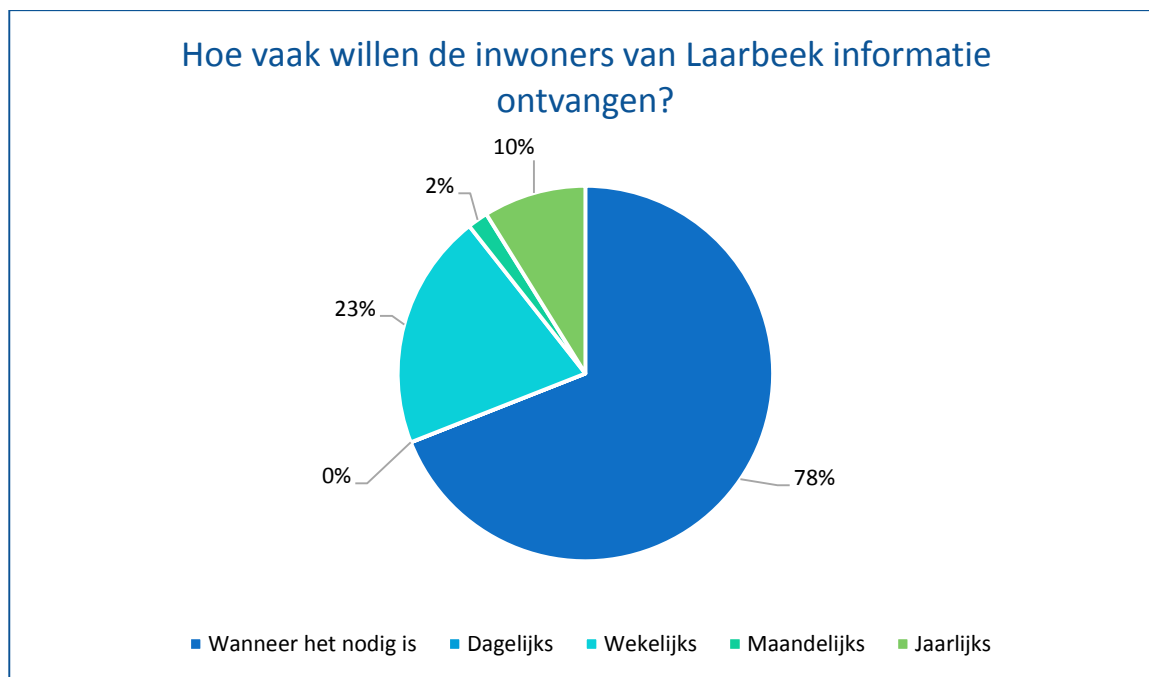
Opvallend is dat er weinig uitschieters zijn. De meest gekozen onderwerpen zijn de afvalkalender en informatie over het ophalen van het afval, algemene gemeentelijke informatie, omléidingen omtrent verkeer en wijzigingen in de openingstijden van het gemeentehuis.

In de categorie “anders” hebben de respondenten de volgende onderwerpen aangedragen: aanvragen vergunningen, grondverkoop/woningaanbod, vacatures, hondenpoep- en milieubeleid, inbraakpreventie, activiteiten en evenementen, beslissingen binnen de raad en WMO. Daarnaast geven mensen in de categorie “anders” ook aan dat ze de informatie die ze dit op dit moment ontvangen wel prima vinden.

Hoe (vaak) willen zij informatie van de gemeente ontvangen?

In deze paragraaf wordt gesproken over het ontvangen van gemeentelijke informatie. Deze uitspraak is gedaan, omdat eerder in het onderzoek genoemd is dat een ruime hoeveelheid van de respondenten slechts informatie wil ontvangen (ambtenaar 1.0) en niet mee wil praten of wil samenwerken (ambtenaar 2.0).

In de enquête is de respondenten eveneens gevraagd hoe vaak zij deze informatie dan willen ontvangen via de gewenste kanalen. In staafgrafiek in figuur 18 zijn de resultaten schematisch weergegeven.



Figuur 18 | In deze cirkelgrafiek staat schematisch weergegeven met welke frequentie de respondenten de informatie willen ontvangen. Het overgrote deel kiest voor de optie "wanneer het nodig is".

Met een ruime meerderheid van 78%, geven de respondenten aan dat zij slechts informatie willen ontvangen wanneer dit nodig is. Dit betekent dat de meerderheid van de respondenten het niet nodig vindt om informatie met een vaste frequentie te ontvangen (bijvoorbeeld dagelijks, wekelijks, etc.).

9 | De gemeente

9.1 | Interne analyse

9.1.1 | Organisatie

Gemeente Laarbeek heeft haar mission statement en kernkwaliteiten in een paper beschikbaar gesteld voor haar werknemers. Gemeente Laarbeek werkt vanuit de gedachte dat de gemeente van iedereen is en dat door samen te werken het beste voor Laarbeek wordt gerealiseerd. De kernkwaliteiten van gemeente Laarbeek zijn: (Gemeente Laarbeek, 2012)

- Klantgerichtheid
- Veranderingsvermogen
- Samenwerken
- Daadkracht

Daarnaast heeft Gemeente Laarbeek (2013) een boekje uitgebracht over haar toekomstvisie 2020. De toekomstvisie die hierin beschreven staat, luidt:

“Laarbeek is in 2020 een krachtige, zelfbewuste gemeente die haar landelijke positie op korte afstand van Helmond en Eindhoven benut door de aansluiting op snelle verbindingen met het stedelijk gebied, in combinatie met een aantrekkelijk buitengebied en woon-, werk- en leefklimaat. Aantrekkelijk voor zowel de inwoner als de (stedelijke) recreant en de in Laarbeek wonende forens en kenniswerker die rust en ruimte ambieert. Om dit te bereiken focust Laarbeek zich op behoud en versterking van een gevarieerd, goed ontsloten en rustiek buitengebied voor de extensieve, routegebonden recreatie. Ook behoud en versterking van de cultuurhistorie en contrastrijkdom binnen de vier kernen, zijn van wezenlijk belang.”

Gemeente Laarbeek is aanzienlijk bezig met haar toekomstvisie tot uiting te brengen. Uit de gesprekken met de medewerkers is gebleken dat ook de kernkwaliteiten intern voorop staan. Echter, wanneer er gekeken wordt naar de enquêteresultaten blijkt dat de inwoners het nog niet eens zijn met de kernkwaliteiten van de gemeente. Volgens de inwoners kan hier nog wel het een en het ander verbeteren. Voornamelijk de klantgerichtheid, het veranderingsvermogen en het samenwerken komen niet best uit de enquête. De gemeente zal dus extra stappen moeten nemen om haar kernkwaliteiten aan de inwoners te bewijzen.

9.1.2 | Doelstellingen

In het collegeprogramma 2014-2018 (Gemeente Laarbeek, 2014) zijn enkele doelstellingen geformuleerd:

“Veiligheid

Een veilige woonomgeving bereiken we samen met onze inwoners. (...)

Woon- en leefklimaat

In Laarbeek werken we samen aan een duurzame ruimte. Voor elke inwoner is betaalbare huisvesting mogelijk en er is voldoende groen en ruimte om in te vertoeven. (...)

Gezondheid en zorg

Iedereen is primair zelf verantwoordelijk voor zijn eigen gezondheid en leefstijl. Onze inwoners zijn actief in de samenleving en ontvangen waar nodig de zorg en ondersteuning om actief te kunnen blijven. (...)

Welzijn en onderwijs

Het onderwijs is voor iedereen toegankelijk en jongeren verlaten de school met een startkwalificatie. Het welbevinden draagt bij aan een sterke en weerbare samenleving. (...)

Economie en werkgelegenheid

Door meer diversiteit wordt de lokale werkgelegenheid minder kwetsbaar. Recreatie en (water)toerisme is een opkomende markt die veel kansen biedt, met oog voor de unieke positie van het buitengebied. (...)

Directe dienstverlening

Met een goede dienstverlening geven we als gemeente ons visitekaartje af. We hebben oog voor de verscheidenheid van de vraag van onze klanten en passen onze diensten en producten daarop aan. (...)

Relatie tussen burgers en bestuur

In de huidige netwerksamenleving is het niet meer één partij die bepaalt. Meer en meer hebben verschillende partijen elkaar nodig om opgaven aan te pakken en resultaten te kunnen boeken. (...)

Financiën en bedrijfsvoering

Laarbeek heeft haar financiën op orde en haar inwoners kunnen rekenen op een evenwichtige lastendruk. (...)

In de doelstellingen van gemeente Laarbeek is duidelijk te zien dat ze weten van de netwerksamenleving en welke aanpak daarvoor nodig is. Samenwerking is een terugkomend begrip in de doelstellingen. Dit is voornamelijk te zien in de doelstelling “*relatie tussen burgers en bestuur*”. De gemeente is dus op de hoogte van deze ontwikkeling en wil hier daadwerkelijk ook wat mee doen. De wil binnen de gemeente is er. Dit onderzoek kan hen helpen met het goed door- en uitvoeren van deze doelstelling. Ook de doelstelling “*veiligheid*” en “*woon- en leefklimaat*” laten duidelijk zien dat de wil van de gemeente er is om mee te groeien met de netwerksamenleving. Dit zijn tevens de onderwerpen die de respondenten ook aangaven om over mee te willen denken. De doelstellingen “*directe dienstverlening*” en “*financiën en bedrijfsvoering*” zijn volgens de respondenten nog onvoldoende zichtbaar voor hen. Hier kan de gemeente nog veel meters maken.

Op dit moment zijn er nog geen communicatiedoelstellingen geformuleerd. Er wordt inmiddels door de afdeling communicatie gewerkt aan een communicatieplan waar deze geformuleerd zullen worden.

9.1.3 | Communicatiemiddelen

Het doel is de communicatie tussen gemeente Laarbeek en haar inwoners in de netwerksamenleving te verbeteren. Uit dit onderzoek komt naar voren welke communicatiemiddelen hier het meest geschikt voor zijn en hoe die ingezet moeten worden. Om te kijken in hoeverre de gemeente deze communicatiemiddelen al inzet, is er een analyse gemaakt van de bestaande communicatiemiddelen. Er is per communicatiemiddel gekeken naar de content en waar deze komt in het communicatiekruispunt van Van Ruler. In de enquête is gevraagd naar hoe de respondenten op dit moment op de hoogte blijven van het gemeentelijk nieuws. Deze antwoorden zijn in deze paragraaf meegenomen om de gebruiksfrequentie in beeld te kunnen brengen per communicatiemiddel.

Gemeentegids

De gemeentegids publiceert jaarlijks de gemeentelijke informatie in een handzaam boekje met onder andere informatie over het bestuur, de organisatie, Laarbeek, bezienswaardigheden, de afvalkalender en contactgegevens. De gemeentegids heeft een uitgave van 10.870 stuks. Bij dit communicatiemiddel is er sprake van eenrichtingsverkeer met als doel bekendmaken. Dit betekent dat dit communicatiemiddel in het communicatiekruispunt valt onder het kwadrant ‘informerer’. Uit de enquête blijkt dat 43% van de respondenten de gemeentegids gebruikt om informatie te vergaren. Echter, de respondenten geven verderop in de enquête aan dat ze het voornamelijk als naslagwerk gebruiken. De gemeentegids als naslagwerk is belangrijk, omdat de inwoners van Laarbeek nog geen behoefte hebben aan online communicatie. De gemeentegids kan dus niet door de website worden vervangen als naslagwerk. De inwoners geven op dit moment namelijk de voorkeur aan de offline communicatie via eenrichtingsverkeer en zien online via tweerichtingsverkeer voornamelijk als overbodig. Dit is een belangrijk inzicht, omdat dit betekent dat de inwoners nog niet volledig behoren tot de netwerksamenleving.

Gemeentelijke publicaties in De Laarbeeker

De Laarbeeker publiceert wekelijks de gemeentelijke bekendmakingen op een gemeentepagina. De Laarbeeker heeft een uitgave van 10.500 stuks. Bij dit communicatiemiddel is er sprake van eenrichtingsverkeer met als doel bekendmaken. Dit betekent dat dit communicatiemiddel in het communicatiekruispunt valt onder het kwadrant ‘informerer’. Uit de enquête blijkt dat de Laarbeeker op dit moment door 55% van de respondenten gelezen wordt. Verderop in de enquête geven de respondenten echter aan dat de Laarbeeker van hen ook samengevoegd mag worden met de MooiLaarbeekkrant. Ze vinden namelijk drie kranten erg veel.

Opvallend is wel dat de meeste respondenten de offline communicatie liever hebben dan online en dat ze online veelal als overbodig ervaren. Dit betekent dat de inwoners van Laarbeek nog niet helemaal meegegroeid zijn met de netwerksamenleving. De gemeente gaat met haar stappen richting ambtenaar 2.0 dus eigenlijk te snel. Echter, uit de literatuur komt naar voren dat de hoeveelheid mensen dat online actief wordt in korte tijd sterk toeneemt. Kok bevestigt dit in het interview. Verwacht wordt dat het voor gemeente Laarbeek in de (nabije) toekomst dus ook zal veranderen.

Gemeentelijke publicaties in De MooiLaarbeekKrant

De MooiLaarbeekKrant publiceert wekelijks de gemeentelijke bekendmakingen op een gemeentepagina. De MooiLaarbeekKrant heeft een uitgave van 11.500 stuks. Bij dit communicatiemiddel is er sprake van eenrichtingsverkeer met als doel bekendmaken. Dit betekent dat dit communicatiemiddel in het communicatiekruispunt valt onder het kwadrant 'informer'. Uit de enquête blijkt dat de MooiLaarbeekKrant met 85% het populairste communicatiemiddel is van de inwoners van Laarbeek. Dit is opvallend, omdat het hier gaat om een klassiek offline communicatiemiddel dat volgens het principe "eenrichtingsverkeer" werkt en dat behoort niet tot het beeld van de netwerksamenleving. In de netwerksamenleving draait het juist om tweerichtingsverkeer. Uit vele enquêtevragen komt naar voren dat inderdaad de inwoners van Laarbeek de voorkeur geven aan offline communicatie dat werkt als eenrichtingsverkeer en dit betekent dat zij nog niet helemaal geëvolueerd zijn naar de netwerksamenleving.

Persberichten

Naast de verplichte gemeentepagina's in de lokale kranten, verstuurt gemeente Laarbeek regelmatig persberichten. Deze persberichten worden niet alleen naar de lokale kranten gestuurd, maar ook naar het Eindhovens Dagblad. Hier is ook bekendmaken het doel en is er sprake van eenrichtingsverkeer, dus dit communicatiemiddel valt wederom in het kwadrant 'informer'. Uit de enquête blijkt dat 39% de informatie haalt uit het Eindhovens Dagblad. Dit percentage ligt aanzienlijk hoger dan het percentage dat gebruik maakt van de online communicatiemiddelen. Dit betekent dat offline communicatie volgens het principe van "eenrichtingsverkeer" de voorkeur heeft voor de inwoners van gemeente Laarbeek. Ze behoren dus nog niet volledig tot de netwerksamenleving, waar tweerichtingsverkeer de overhand heeft.

Facebook

Gemeente Laarbeek heeft op Facebook 264 vind-ik-leuks en een berichtbereik van gemiddeld 1.263. Volgens de paginastatistiek blijft de betrokkenheid van de bezoekers laag. Dat wil zeggen dat er weinig geliked, gedeeld en gereageerd wordt. De gemeente wil het inzetten voor tweerichtingsverkeer, maar dit is nog aanzienlijk laag. Bezoekers zien het voornamelijk als een naslagwerk voor bekendmakingen. Hierdoor komt dit communicatiemiddel in het communicatiekruispunt in het kwadrant 'informer' en een heel klein stukje in het 'dialogiseren'. Slechts 12% maakt daadwerkelijk gebruik van Facebook, maar nog niet eens in alle gevallen om in contact te komen met de gemeente. Dit komt omdat de respondenten op dit moment de voorkeur geven aan offline communicatie via eenrichtingsverkeer en online communicatie als tweerichtingsverkeer voornamelijk nog als overbodig wordt gezien. De inwoners zijn dus nog niet toe aan het gebruik van sociale media. Dit betekent overigens dat de respondenten nog niet volledig tot de netwerksamenleving behoren, omdat daar tweerichtingsverkeer het belangrijkste is. Dit is een belangrijk inzicht voor de gemeente, want dit betekent dat de gemeente te snel gaat in haar ontwikkelingen.

Twitter

Op Twitter heeft gemeente Laarbeek 1.343 volgers. Het bereik is niet te achterhalen, omdat Twitter geen informatiepanel heeft net als Facebook. Wel is via Hootsuite, een monitoringplatform, te zien dat gemeente Laarbeek nauwelijks retweets en reacties krijgt op haar Twitterberichten. Met regelmaat retweet de MooiLaarbeekKrant elk bericht van de gemeente, maar de inwoners doen dit nauwelijks. Dus ook bij dit platform is de betrokkenheid, voor zover zichtbaar, laag. Twitter wordt door de inwoners ook gebruikt als naslagwerk voor bekendmakingen. De gemeente wil Twitter inzetten voor tweerichtingsverkeer, maar dit is hier nog niet naartoe gegroeid. Hierdoor komt Twitter in het communicatiekruispunt in het kwadrant 'informer' en een klein stukje in het kwadrant 'dialogiseren' voor die paar inwoners die hier wel een dialoog aangaan.

Slechts 2% maakt daadwerkelijk gebruik van Twitter, maar nog niet eens in alle gevallen om in contact te komen met de gemeente. Dit komt ook hier omdat de respondenten op dit moment de voorkeur geven aan offline communicatie en online communicatie voornamelijk nog als overbodig wordt gezien. De inwoners zijn dus nog niet toe aan het gebruik van Twitter.

Website

De website van gemeente Laarbeek is op dit moment nog vrij onoverzichtelijk en is het niet helemaal duidelijk waar de burger wat kan vinden. De zoekfunctie maakt het mogelijk te zoeken naar de gewenste informatie. Echter, gemeente Laarbeek is bezig met het maken van een nieuwe website die naar verwachting medio juni online komt. Deze website is een stuk overzichtelijker en in de nieuwe huisstijl. Uit de enquête blijkt dat slechts 23% gebruik maakt van de website. Dit is erg weinig, gezien het feit dat de netwerksamenleving juist voornamelijk online actief en op zoek naar eigen informatie is. Echter, uit het enquêteonderzoek blijkt dat de inwoners op dit moment nog niet volledig tot netwerksamenleving behoren; ze geven namelijk nog altijd de voorkeur aan de offline communicatie via eenrichtingsverkeer.

Bijeenkomsten zoals inloopspreekuren, raadsvergaderingen en klankbordgroepen

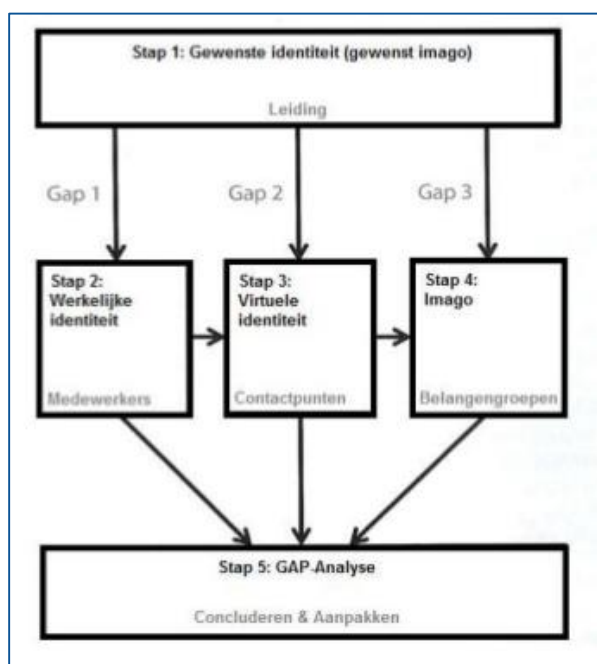
Gemeente Laarbeek geeft haar inwoners de mogelijkheid deel te nemen aan verschillende type bijeenkomsten. Deze bijeenkomsten zitten tussen eenrichtings- en tweerichtingsverkeer in en zijn gericht op zowel bekendmaken als beïnvloeden. Dit communicatiemiddel zit in het communicatiekruispunt dus in verschillende kwadranten: zowel 'informereren' als 'dialogiseren' en 'formeren'. Uit de enquête blijkt dat slechts 2% gebruik maakt van deze bijeenkomsten. Dit heeft te maken met het feit dat de respondenten vinden dat ze niet gehoord worden door de gemeente. De inwoners nemen dus ook niet de moeite om nog te proberen mee te praten.

Overig

Uit de enquête blijkt dat er naast de bovengenoemde middelen nog een andere informatiebron wordt gebruikt, namelijk radio Kontakt. Eens in de week komen er verschillende raadsleden aan het woord in de uitzending en worden er andere nieuwsberichten uit de gemeente verteld. Dit sluit ook weer aan bij de behoeften van de netwerksamenleving. Men is namelijk 24-uur per dag bereikbaar. Door het gebruik van een radio-uitzending worden inwoners ook bereikt wanneer zij onderweg zijn, op het werk zijn en geen tijd hebben om een krant of sociale media te lezen.

9.2 | Hoe ver is gemeente Laarbeek in de stap naar ambtenaar 2.0?

9.2.1 | Gapanalyse



Uit het onderzoek is duidelijk naar voren gekomen wat er voor nodig is om optimaal gebruik te maken van ambtenaar 2.0 om goed te communiceren met de (netwerk)samenleving. Uit het enquêteonderzoek komt duidelijk een beeld van de werkelijke situatie. Dit wordt samengevoegd in een gapanalyse, waaruit aandachtspunten komen voor gemeente Laarbeek. Voor de gapanalyse wordt het model uit figuur 19 gebruikt (Van der Grinten en Weijnand-Schut, 2014).

Figuur 19 | Dit model wordt in dit onderzoek gebruikt voor de gapanalyse. Het is afkomstig uit het boek "Mind the Gap – Stappenplan identiteit en imago", bladzijde 39.

Stap 1: gewenste identiteit/situatie

Een gemeente te zijn die door de inwoners wordt gezien als een open en transparante organisatie die een dialogo aangaat en de samenwerking opzoekt met de inwoners. (Ambtenaar 2.0)

Stap 2: Werkelijke identiteit

Gemeente Laarbeek werkt hard aan het realiseren van bovenstaande situatie. Dit is ook te zien op de afdelingen. De meeste werknemers zijn het hier ook over eens. Op dit moment proberen ze hun openheid en transparantie te tonen en de dialoog op te zoeken met de inwoners via de online platformen (Facebook en Twitter). Facebook en Twitter worden op een professionele wijze actief gebruikt. Daarnaast zoekt de gemeente de samenwerking op over verschillende onderwerpen, door middel van werkgroepen en klankbordgroepen. Zo vindt er bijvoorbeeld een periodiek overleg met de inwoners plaats over de populaire onderwerpen openbaar vervoer en verkeersveiligheid. Voor deze onderwerpen zijn er tevens werkgroepen: Werkgroep Verkeer Mariahout, Dorpsplatform Aarle-Rixtel en Dorpsraad Beek en Donk.

Stap 3: Fysieke identiteit

De huisstijl van gemeente Laarbeek is gedurende de onderzoeksperiode vernieuwd. De nieuwe huisstijl sluit aan bij de stelling “Laarbeek waterpoort van de Peel”. De “poort” is in de nieuwe huisstijl groen en de golven van het water zijn marineblauw. Dit sluit aan bij de trots van Laarbeek: een groene gemeente met mooi behouden natuur. Het logo is terug te vinden op de titelpagina van dit onderzoek. Het gebouw van gemeente Laarbeek is een strak geheel en er is gebruik gemaakt van veel ramen, zodat de transparantie van de gemeente terug te zien is in het gebouw. De gemeente doet verslag van haar informatie via de lokale kranten, een gemeentegids en de nieuwe online middelen, zoals Facebook, Twitter en een (nieuwe) website. Hiermee wil de gemeente laten zien dat ze meegroeit in de moderne ontwikkelingen. De gemeente (en dus ook haar medewerkers) probeert zo veel mogelijk een transparante en moderne houding aan te nemen.

Stap 4: Imago

Om de gewenste en werkelijke identiteit te toetsen zijn er in de enquête naar de inwoners vragen verwerkt over het huidige imago van gemeente Laarbeek. Dat de gemeente vindt dat ze op weg is naar de gewenste situatie, wil nog niet zeggen dat de inwoners dit ook vinden. De volledige resultaten over het imago staan in hoofdstuk 9.2.2.

Uit de enquêteresultaten blijkt dat de meerderheid van de inwoners nog geen behoefte heeft aan de stap die de gemeente naar ambtenaar 2.0 (wil) zet(ten). Zij hebben liever nu nog ambtenaar 1.0 (het slechts ontvangen van informatie) en willen nog niet de dialoog aangaan en samenwerken met de gemeente. De meest gegeven reden hiervoor is dat ze vinden dat de gemeente zich op dit moment bezig moet houden met andere problemen die spelen in de gemeente. Wanneer zij die problemen hebben aangepakt, wil de inwoner pas kijken naar een mogelijke stap richting ambtenaar 2.0.

Daarnaast blijkt ook uit de enquête dat de inwoners niet precies weten hoe ver ze de gemeente vinden in de stap naar ambtenaar 2.0. Het overgrote deel van de respondenten is namelijk volledig neutraal of heeft geen mening hierover. Verder is de verhouding ontevreden – tevreden respondenten over de gemeente als ambtenaar 2.0 vrijwel gelijk. Dit betekent dat sommige respondenten slechte ervaringen hebben gehad met de gemeente als ambtenaar 2.0 en andere juist weer goede. Maar er heerst duidelijk een onduidelijkheid bij de respondenten over wat de gemeente doet en waar de gemeente naartoe wil.

Stap 5: Gapanalyse – conclusies een aanpak

Conclusie	Aanpak
De gewenste, fysieke en werkelijke identiteit liggen niet op één lijn met het huidige imago. De inwoners vinden dat de gemeente (nog) niet naar ambtenaar 2.0 moet gaan, maar zich eerst bezig moeten houden met “grotere” problemen. Ze moeten hun transparantie juist meer tonen en bewijzen.	Leg het werken aan de stap van ambtenaar 1.0 naar 2.0 opzij en ga dan eerst eens kijken naar de problemen die de inwoners eerst opgelost willen zien. De inwoners gaan pas daarna overwegen of ze dan wel behoefte hebben aan ambtenaar 2.0.

De meningen over hoe ver de gemeente is in de stap naar ambtenaar 2.0 zijn erg verdeeld. Het overgrote deel heeft er geen of een neutrale mening over. Bij de overige respondenten ligt de verhouding tevreden – ontevreden vrijwel gelijk. Het ligt dus puur aan persoonlijke ervaring.	De gemeente moet in de toekomst het neutrale deel en het ontevreden deel mee zien te krijgen in hun proces naar ambtenaar 2.0. Voor deze groepen moet de gemeente eigenlijk nog bewijzen dat ze inderdaad op weg zijn naar ambtenaar 2.0 én dat dit voor de inwoners gunstig is en iets toe gaat voegen. Dit moet in kleine stapjes worden gedaan. Op dit moment is het belangrijk dat eerst bovenstaande aanpak wordt gedaan.
--	--

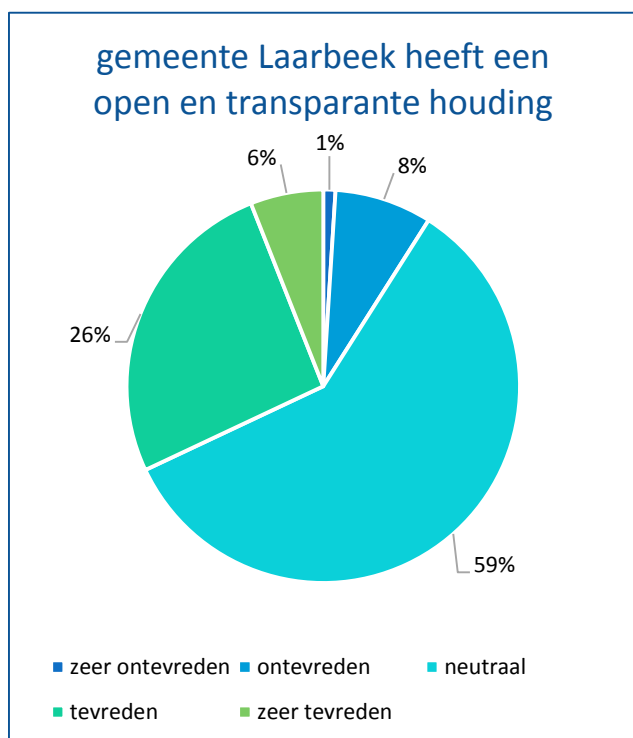
9.2.2 | Inwoners aan het woord over het imago van gemeente Laarbeek

De respondenten hebben in de enquête aan kunnen geven hoever zij vinden dat de gemeente is op het gebied van ambtenaar 2.0. De eigenschappen van ambtenaar 2.0 zijn verwerkt in de enquêtevragen. Over het algemeen zijn de meeste respondenten neutraal of hebben geen mening. Dit kan verschillende redenen hebben. Zo kunnen er respondenten zijn geweest die geen behoefte hadden om alle stellingen te lezen, dus neutraal hebben geantwoord. Ook is het mogelijk dat de respondenten het niet de belangrijkste onderwerpen vinden waar de gemeente zich op dit moment mee bezig hoeft te houden. Als laatste is het uiteraard ook mogelijk dat de respondenten het ook daadwerkelijk prima vinden zoals het nu is of er geen mening over hebben. Toch zijn er uitschieters bij waaruit conclusies getrokken kunnen worden over de status van gemeente Laarbeek op het gebied van ambtenaar 2.0.

Hoe open en transparant is gemeente Laarbeek?

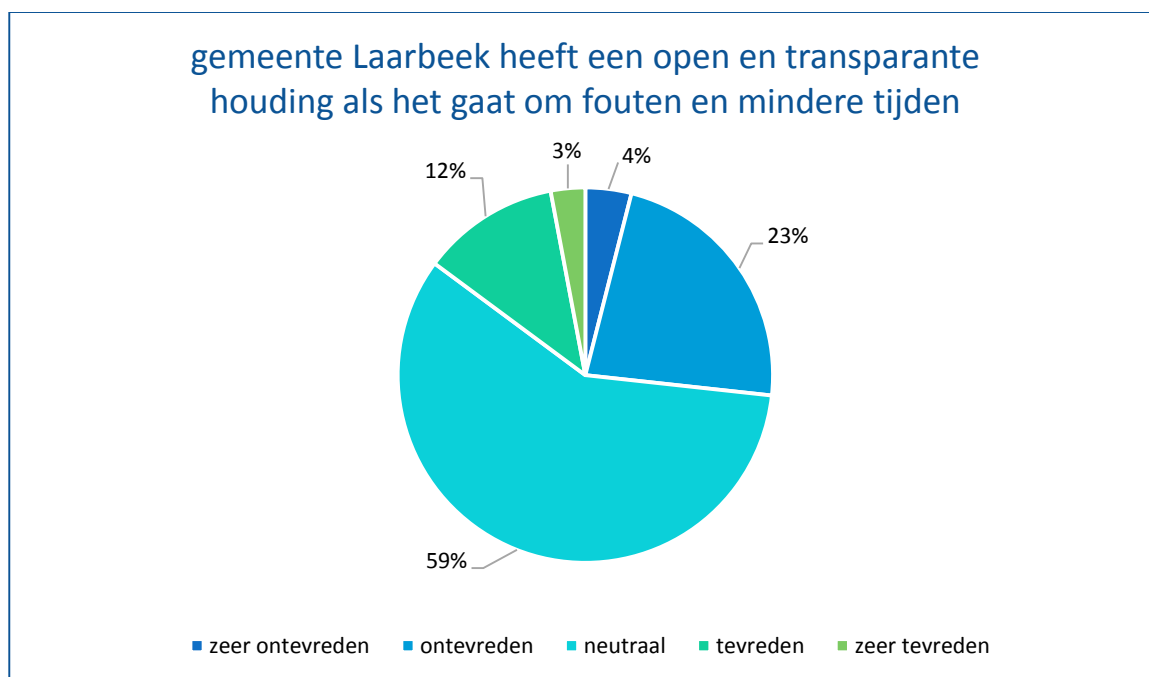
Deze vragen zijn gesteld aan de respondenten door ze stellingen te geven die samen voor de begrippen open en transparant staan. De begrippen zijn dus niet letterlijk gevraagd. Er zijn omschrijvingen en situaties aangeboden waarbij de respondenten hun tevredenheid konden aangeven.

Meer dan de helft van de respondenten (59%) geeft aan dat ze hierover neutraal van mening zijn en een klein deel (9%) vindt dat de gemeente helemaal geen open houding heeft. Toch vindt 32% van de respondenten dat gemeente Laarbeek wel een open houding heeft en dat ze genoeg informatie verschaft, waardoor de inwoners weten wat er speelt. In figuur 20 wordt schematisch getoond wat de respondenten geantwoord hebben.



Figuur 20 | Deze cirkelgrafiek toont de antwoorden die de respondenten hebben gegeven op de vraag of de gemeente een open en transparante houding heeft naar de inwoners. Slechts 9% van de inwoners is hier ontevreden over en 32% is hier tevreden over.

In de enquête is een aparte stelling gegeven over de openheid en transparantie van gemeente Laarbeek als het aankomt op dingen die minder goed gaan binnen de gemeente. De respondenten konden aangeven of zij in deze situatie ook vonden of de gemeente open en transparant was en of ze de mogelijkheid kregen tot meedenken over oplossingen en verbeteringen. Er is een duidelijk verschil in antwoorden te ontdekken (zie figuur 21).



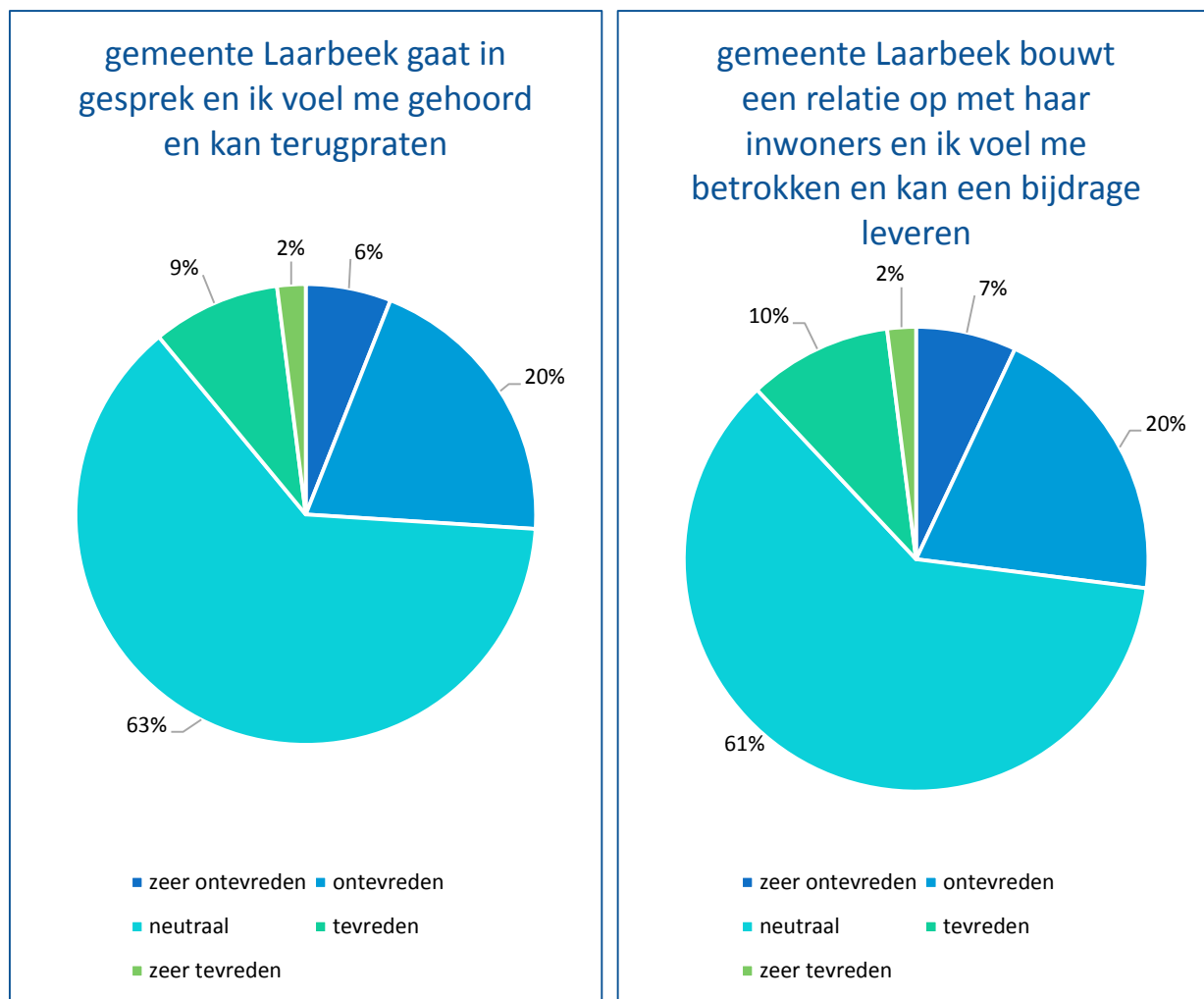
Figuur 21 | Deze cirkelgrafiek laat zien dat de gemeente in mindere tijden en bij fouten volgens de respondenten aanzienlijk minder open en transparant is.

Nog altijd is meer dan de helft (59%) neutraal tegenover de stelling, maar er is een duidelijke verschuiving in tevreden – ontevreden te zien. Ineens is 27% ontevreden en slechts 15% nog maar tevreden. Als het dus aankomt op fouten binnen de gemeente, sluit de gemeente zich volgens de respondenten af en ontvangen ze nauwelijks informatie en hebben ze nog nauwelijks samenwerkingsmogelijkheden. Dit is tevens terug te vinden in de opmerkingen die zijn toegevoegd aan het einde van de enquête.

Hoeveel ruimte geeft gemeente Laarbeek haar inwoners voor interactie en dialoog?

Het ontevreden deel van de respondenten is, na het neutrale deel, het grootste (zie figuur 22). De opmerkingen die aan het einde van de enquête zijn gegeven, passen hier goed bij. Veel van die opmerkingen suggereren eveneens dat de respondenten vinden dat de gemeente onvoldoende in gesprek gaat met de inwoners en ze onvoldoende het gevoel geeft dat ze erbij horen en hun mening telt. Ditzelfde geldt voor het gevoel van betrokkenheid met de gemeente. Naast het neutrale deel van de respondenten, is het grootste deel ontevreden over de relatie en de betrokkenheid met de gemeente (zie figuur 22). Dit deel van de respondenten geeft aan zich onvoldoende betrokken te voelen en het idee te hebben te weinig bijdrage te kunnen leveren. Ook vinden ze dat de gemeente onvoldoende doet aan het opbouwen van een relatie met de inwoners.

Ambtenaar 2.0 kan alleen succesvol zijn wanneer er een goede relatie is tussen de partijen en iedereen gelijk en betrokken is in het proces (Van Berlo, 2009). Uit de data van figuur 22 blijkt dat het in de situatie van gemeente Laarbeek en inwoners nog niet het geval is. Voordat ambtenaar 2.0 überhaupt mogelijk is, zal de gemeente eerst een relatie op moeten bouwen met de inwoners en hen het gevoel geven dat ze erbij horen en een gelijke rol hebben in het proces. Die stap gaat dus nog voor in het proces naar ambtenaar 2.0.



Figuur 22 | De linkse cirkelgrafiek geeft aan in hoeverre de respondenten vinden dat de gemeente een dialoog aangaat met haar inwoners, in hoeverre de respondenten zich gehoord voelen en het idee hebben dat ze kunnen terugpraten. De rechtse cirkelgrafiek laat zien in hoeverre de respondenten vinden dat gemeente Laarbeek een relatie probeert op te bouwen met haar inwoners, ze zich betrokken voelen en ze een bijdrage kunnen leveren.

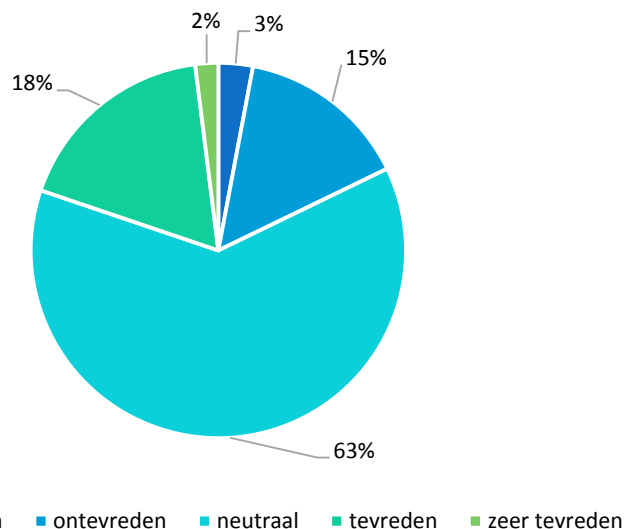
Echter, er is natuurlijk ook een deel van de respondenten dat tevreden is over beide onderwerpen. 11% van de respondenten geeft aan dat ze wel het idee hebben dat ze in gesprek kunnen gaan met de gemeente en dat ze zich wel gehoord voelen. Ook geeft 13% van de respondenten aan dat ze zich wel voldoende betrokken voelen en het idee hebben dat de gemeente wel probeert een relatie met ze op te bouwen. Toch is dit percentage van de respondenten aanzienlijk laag ten opzichte van de neutrale en negatieve meningen.

In hoeverre kunnen de inwoners participeren en samenwerken met de gemeente en in hoeverre voelen de inwoners zich betrokken?

De begrippen zijn niet letterlijk aan de respondenten gevraagd. De begrippen zijn vertaald naar kenmerken en betekenissen en vervolgens weer vertaald naar stellingen en vragen. Op deze manier worden de inwoners ondersteund in het beantwoorden van de vragen over bepaalde begrippen.

Op deze vraag had 63% van de respondenten geen of een neutraal antwoord. Dit hoge percentage is te koppelen aan het hoge percentage van respondenten dat ook geen behoefte heeft aan samenwerking met de gemeente. Het maakt de respondenten dus weinig uit of er mogelijkheden zijn tot samenwerking, want er is nauwelijks behoefte aan. De overige respondenten hebben een erg verdeelde mening. De hoeveelheid tevreden – ontevreden is vrijwel gelijk (zie figuur 23).

gemeente Laarbeek biedt haar inwoners voldoende mogelijkheden om samen te werken



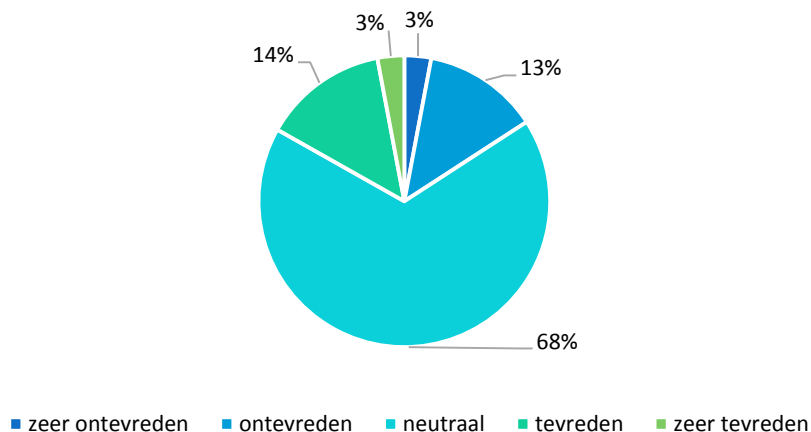
Figuur 23 | Deze cirkelgrafiek laat zien dat de respondenten een neutrale houding hebben ten opzichte van de mogelijkheden tot samenwerking met de gemeente. Echter, dit kan een connectie hebben met het feit dat een ruime meerderheid van de respondenten ook niet wil samenwerken met de gemeente.

Van de respondenten geeft 18% aan ontevreden te zijn over de mogelijkheden tot samenwerking met de gemeente. Echter, geeft 20% van de respondenten aan juist tevreden te zijn over de mogelijkheden tot samenwerking. Dit betekent dat de meningen vrijwel gelijk verdeeld zijn. Als we deze vraag koppelen aan de vraag of de respondenten behoefte hebben aan samenwerking met de gemeente, dan blijkt het niet gehoord en betrokken voelen de meest genoemde reden is voor de ontevreden respondenten. Op het gebied van samenwerking valt dus nog wel wat te behalen voor gemeente Laarbeek. Het is belangrijk dat zij in de toekomst de ontevreden en neutrale respondenten ook mee krijgen in het samenwerkingsproces, maar om dit te kunnen doen zullen ze eerst moeten werken aan hun openheid en de inwoners het gevoel geven dat er ook geluisterd wordt en er ook daadwerkelijk wat wordt gedaan met hun ideeën.

Hoeveel ruimte geeft gemeente Laarbeek haar inwoners voor User Generated Content?

Het overgrote deel van de respondenten heeft hier geen mening over of is neutraal. De overige respondenten hebben erg verdeelde meningen: 16% is hier ontevreden over, tegen 17% die hier tevreden over is. In figuur 24 is een schematische weergave te zien waarin de gegeven antwoorden zijn verwerkt.

gemeente Laarbeek geeft inwoners de ruimte om nieuws door te vertellen, herschrijven en maken (User Generated Content)



Figuur 24 | Deze cirkelgrafiek laat zien in hoeverre de inwoners het gevoel hebben dat zij hun eigen content kunnen maken of content van de gemeente kunnen herschrijven en doorvertellen. Veel respondenten staan hier neutraal tegenover of hebben hier geen mening over.

Uit andere enquêtevragen blijkt dat de behoefte aan het maken van eigen content op dit moment ook nog niet (voldoende) aanwezig is. Dit kan een verklaring zijn voor het grote percentage neutrale antwoorden. Daarnaast is respondenten verderop in de enquête een verklaring gevraagd voor hun meningen, deze is echter niet altijd ingevuld. Toch blijkt uit de opmerkingen aan het einde van de enquête dat er respondenten zijn die vinden dat het maken van content niet aan hen is, maar aan de gemeente. Deze opmerking(en) gaan tegen het fenomeen “netwerksamenleving” in. De netwerksamenleving staat erom bekend juist graag samen te willen werken en is continu bezig te zijn met het produceren van eigen content.

In hoeverre is gemeente Laarbeek online actief en waar liggen er nog kansen?

De gemeente maakt op dit moment een goede stap richting het online communiceren. Ze heeft een Twitter- en Facebookaccount en maakt hier redelijk actief gebruik van. Ze plaatsen regelmatig berichten, wisselen positieve en negatieve(re) nieuwsberichten af, plaatsen informatie en plaatsen voornamelijk ook veel beelden. Dit laatste is iets wat in het communiceren met de netwerksamenleving belangrijk is. Zij hebben meer behoeften aan beelden en minder behoefte aan tekst. Hoe meer tekst, hoe minder interessant zij het vinden.

Echter, de kansen voor het online communiceren liggen voor gemeente Laarbeek op dit moment nog in de toekomst. Op dit moment heeft 10% geen internet, 32% helemaal geen sociale media en vindt het overgrote deel dat sociale media en online communiceren voornamelijk voor privégebruik geschikt is. Dit blijkt ook uit het hoge percentage (93%) dat de gemeente niet volgt via sociale media. Vele van die 93% geven aan er ook niet van op de hoogte te zijn dat de gemeente sociale media gebruikt, maar achteraf geeft men toch aan de gemeente ook niet te gaan volgen nu ze het wel weten. Ook gebruikt 88% geen Twitter en 41% geen Facebook. Dit betekent dat de gemeente dit deel van de doelgroep niet via sociale media zal bereiken. Tot slot vindt 43% Twitter overbodig als communicatiemiddel van de gemeente en 30% vindt Facebook overbodig.

Deze cijfers geven aan dat op dit moment de inwoners van Laarbeek nog geen behoefte hebben aan het online communiceren. Er wordt door een enkeling voorzichtige stappen genomen in de richting van online communiceren met de gemeente, maar het overgrote deel laat het toch het liefste zoals het op dit moment is. Dit betekent niet dat er in de toekomst geen kansen zullen komen voor het alsnog groots inzetten van online communicatie, maar op dit moment is dat er nog niet.

9.3 | Welke projecten of afdelingen lenen zich voor de samenwerking met de netwerksamenleving?

In bijlage 4 staat de huidige organisatiestructuur van gemeente Laarbeek. Slechts 17% van de respondenten gaf aan geïnteresseerd te zijn in een samenwerking met de gemeente. Voor deze paragraaf wordt dus uitgegaan van de onderwerpen die deze 17% aangegeven hebben in de enquête. De groep respondenten die geïnteresseerd is in het samenwerken met de gemeente is gekomen met een aantal onderwerpen waarover zij willen meepraten en samenwerken. In tabel 1 staan deze onderwerpen met daarnaast de afdeling binnen de gemeente waar het onder valt.

Onderwerp	Afdeling	Team
WMO-beleid	Beleid en Projecten	Zorg en Welzijn
WMO-uitvoering	Burgers en Bedrijven	WMO (Peel 6.1)
Openbaar vervoer	Beleid en Projecten	Leefbaarheid
Burger- en buurtinitiatieven	Onderhoud en Middelen	Beheer
Hondenpoepbeleid, -overlast	Onderhoud en Middelen	Beheer
Natuur- en milieubeleid	Beleid en Projecten	Leefbaarheid
(verkeers)veiligheid	Beleid en Projecten	Leefbaarheid
Zorg en ouderenzorg	Beleid en Projecten	Zorg en Welzijn
Ruimtelijke ordening	Beleid en Projecten	Leefbaarheid
Overlast	Beleid en Projecten	Openbare orde en veiligheid
Woningaanbod	Beleid en Projecten	Leefbaarheid
Werkgelegenheid	Beleid en Projecten	Leefbaarheid

Tabel 1 | In deze tabel staat schematisch weergegeven onder welke afdeling en team de onderwerpen vallen waarover de respondenten willen meepraten en samenwerken.

Vervolgens zijn er vragen gesteld aan de contactpersonen binnen de desbetreffende afdelingen. Er is gevraagd of er samenwerkingsmogelijkheden zijn en of er misschien al samenwerkingsgroepen en – projecten zijn binnen de afdeling omtrent het onderwerp.

Met contactpersoon Jan Spengers, beleidsadviseur Milieu, is er een uitgebreider gesprek gevoerd voor dit hoofdstuk. In bijlage 11 staat het gesprek uitgeschreven. Spengers wist veel te vertellen over de veranderingen binnen de gemeente omtrent de nieuwe rol die nodig is binnen de huidige netwerksamenleving. Gemeenten hebben drie mogelijkheden om goed te kunnen functioneren: financieel, door middel van regelgeving en door middel van communicatie. Spengers geeft aan dat in de huidige netwerksamenleving de eerste twee niet meer werken. De gemeente heeft onvoldoende financiële middelen om daarop te bouwen en regelgeving werkt niet meer in de netwerksamenleving. De inwoners geloven niet meer in gemeenten en ze lossen het in deze tijd zelf op. Dit betekent dat in de huidige samenleving communicatie het sleutelbegrip is voor een gemeente. Dit geldt niet alleen voor de desbetreffende communicatieafdeling, maar elke afdeling binnen de gemeente zal zelf aan de slag moeten met communiceren. In de huidige samenleving ziet Spengers dat de communicatie en regelgeving niet meer top-down gaat, maar bottom-up. Het goed functioneren van gemeente start dus bij de inwoners.

Spengers geeft aan dat er veel groepen zijn die de inwoners gebruiken om samen te werken met de gemeente. Enkele die hij noemt zijn: de (jeugd)gemeenteraad, dorpsraden (voor iedere kern een) waarbinnen ook nog overleggroepen Verkeer zijn, politienetwerk (voornamelijk voor de overlast), WMO-raad, klankbordgroepen (voor bijvoorbeeld openbaar groen en afvalgroep Voorbeemd) en commissies die ook bestaan uit niet-leden. Al deze groepen, raden en commissies nemen contact op met de gemeente met ideeën, initiatieven en informatie. Samen met de gemeente wordt vervolgens gekeken naar de uitvoering. Spengers geeft aan dat het in vele gevallen voor de gemeente voordelig is als de raden zelf aan de slag gaan met het uitvoeren van de initiatieven en de gemeente een ondersteunende rol hierin heeft.

Hij geeft als voorbeeld het speelveld in Mariahout. Voor dit speelveld heeft Sprengers eerst zelf gekeken naar de uitvoering, maar daarna heeft hij de uitvoering overgedragen aan de desbetreffende raad. Toen de raad het overnam bleek dat voor het geld dat Sprengers voor het initiatief had, de raad zelfs twee speelveldjes kon laten bouwen. Bovenal heeft de raad dit gerealiseerd binnen een aanzienlijk kortere tijd dan dat de gemeente dit had kunnen doen.

Verder geeft Michel Brands, beleidsadviseur Groen, Natuur en Landschap, aan dat er wat betreft natuur- en milieubeleid veel samenwerkingsmogelijkheden zijn, maar dat deze ook al volop benut worden. Zo werken de inwoners samen met de gemeente via IVN Laarbeek en Stichting Laarbeeks Landschap. Op dit moment spelen ze naast hun rol als klankbord ook nog een belangrijke rol bij het uitvoeren van natuurmonitoring en landschapsonderhoud.

Rianne Schwillens, beleidsadviseur Zorg en Welzijn, geeft aan dat omtrent het WMO-beleidsplan en het uitvoeringsprogramma wordt samengewerkt met inwoners, vrijwilligers en professionals. Het plan en programma zijn niet alleen ontwikkeld samen met deze partijen, maar wordt ook samen uitgevoerd. Actielijnen (projecten) worden in gemengde projectvormen opgepakt en uitgewerkt. De rol van de inwoners hierin varieert van advies (klankbord) tot uitvoerder. Cliëntondersteuning is een nieuwe taak binnen de WMO, hiervoor worden nog inwoners en ervaringsdeskundigen gezocht om mee samen te werken. Voor het uitvoeren van het WMO is een denktank opgericht bestaande uit inwoners, vrijwilligers en professionals die meegedacht hebben over de wijze waarop het gebiedsgericht werken het best invulling kon krijgen. Hieruit is een (wijk)team Zorg en Welzijn Aarle-Rixtel opgericht. De inwoners worden betrokken bij de doorontwikkeling en evaluatie van de teams en hun werkwijze.

Verder zegt Schwillens dat zorg beleidsmatig deel uit maakt van het thema “WMO-beleid”. Vaak wordt er over dit onderwerp samengewerkt met inwoners op subthema’s. Zo loopt er op dit moment een project op het gebied van dementie (ketenzorg) waar inwoners deelnemen aan diverse werkgroepen waarin ze hun ervaringen en adviezen delen. Ook is er een project “informele zorg”. Dit is een aanvulling op de professionele zorg. De gemeente stimuleert initiatieven van inwoners op het gebied van informele (vrijwilligers)zorg, bijvoorbeeld door lotgenotencontacten, buurthulpen, belcirkels, boodschappendiensten, enzovoorts. Dit najaar wordt er ook een project gestart omtrent “zorginitiatieven in het buitengebied”.

Frans Vlemmix, beleidsadviseur team Leefbaarheid, geeft aan dat op het gebied van openbaar vervoer en verkeersveiligheid altijd mogelijkheden zijn tot samenwerking met de inwoners. Met diverse kernen vindt hierover al periodiek overleg plaats. Dit wordt met name gedaan met Werkgroep Verkeer Mariahout, Dorpsplatform Aarle-Rixtel en Dorpsraad Beek en Donk. Aanvullend geeft Sprengers aan dat er inmiddels in elke kern een Werkgroep Verkeer aanwezig is, dus dat er bij dit gesprek meerdere werkgroepen Verkeer aan kunnen sluiten.

Medewerker beheer Openbaar Groen, Jos Smeets geeft aan dat omtrent het onderwerp hondenoverlast, -poep en -uitlaatstroken zeker mogelijkheden zijn tot samenwerken. Op dit moment wordt er over deze onderwerpen al druk samengewerkt met de dorpsraden en de jeugdgemeenteraad. De inwoners kunnen op dit moment schriftelijk contact opnemen met de dorpsraden en zij zullen dit dan weer meenemen in de gesprekken met de gemeente. Het onderwerp hondenoverlast is een probleem waar op dit moment een oplossing voor gezocht wordt in nauw overleg met de dorpsraden en jeugdgemeenteraad. Dit schijnt ergernis nummer 1 te zijn bij de inwoners van Laarbeek.

Smeets geeft ook aan dat over het onderwerp burger- en buurtinitiatieven ook zeker samengewerkt kan worden. Op dit moment worden er bijvoorbeeld al pleinen langdurig onderhouden door buurtbewoners, zoals het Terlingenplein in Aarle-Rixtel en het Servaasplein in Lieshout. Deze buurtbewoners ontvangen op dit moment een beheersovereenkomst waarin staat hoe ze dit dienen te onderhouden, omdat dit eigenlijk plantsoenstroken zijn die omgevormd zouden moeten worden naar grasstroken, maar de inwoners waren het daar niet mee eens. Daarom mochten zij van de gemeente deze stroken zelf onderhouden. Deze initiatieven worden aangemoedigd door de gemeente en de afdeling zou graag meer van deze initiatieven ontvangen.

9.4 | Wat doen andere gemeenten al aan interactieve communicatie (ambtenaar 2.0)?

Van alle aangeschreven gemeenten hebben uiteindelijk twee gemeenten de vragen beantwoord. Het betreft gemeente Boxtel en gemeente Rotterdam. De overige gemeenten hebben, na 3 herinneringen, geen gehoor gegeven. Indirect heeft ook gemeente Almere de vragen beantwoord, omdat David Kok (de geïnterviewde specialist) werkzaam is bij gemeente Almere. De uitgewerkte interviews staan in bijlage 10 en 12

Gemeente Boxtel (geïnterviewde: Bas Schel, senior communicatieadviseur)

Het primaire doel van (het communicatieteam van) gemeente Boxtel is aansluiten op hun eigen gemeenschap. Om dit zo goed mogelijk te doen zijn er ingrijpende veranderingen doorgevoerd. Tot ongeveer 2009 communiceerde gemeente Boxtel volgens de klassieke manier: ambtenaar 1.0, eenrichtingsverkeer, gemeente vooral zender en inwoners ontvanger. Hiervoor hadden ze een uitgebreid communicatiebeleid met een lange termijn planning en lang vooraf opgestelde boodschappen. Bovendien ging deze manier van communiceren voornamelijk traag en was het weinig actueel. Na 2009 is de communicatiemix ingrijpend veranderd. Er zijn nu drie rode draden die hun nieuwe communicatiebeleid vormen: 1. De buitenwereld naar binnen brengen. 2. Zijn waar het publiek is. 3. Voortdurende dialoog. Door deze drie rode draden is de communicatie erg interactief geworden. Inmiddels is ze actueel en communiceert ze snel.

Voor deze nieuwe aanpak gebruikt gemeente Boxtel voornamelijk sociale media. De gemeenschap van gemeente Boxtel is sterk vertegenwoordigd op Facebook, waardoor via dit platform het in de praktijk brengen van de rode draden goed uit te voeren is. Ook Twitter is voor gemeente Boxtel een belangrijk kanaal, alleen minder gericht op dialoog en helpt meer met de op praktische ondersteuning van de dienstverlening. Volgens gemeente Boxtel zijn de rode draden alleen uit te voeren via sociale media of persoonlijk contact.

Veel Boxelaren zijn actief op sociale media en de overgrote meerderheid heeft internet en maakt daar veel gebruik van. Gemeente Boxtel krijgt veel positieve feedback over het gebruik van sociale media. In dit opzicht is gemeente Boxtel al verder in de online ontwikkeling dan gemeente Laarbeek, waar de inwoners nauwelijks behoefte hebben aan online contact en sociale media door een groot deel van inwoners wordt gezien als overbodig.

Inwoners van gemeente Boxtel hebben een grote behoefte aan het samenwerken met de gemeente. Sinds januari 2014 kent gemeente Boxtel nieuwe kaders voor burgerparticipatie, die sterk de nadruk leggen op het activeren van de gemeenschap. De gemeente heeft hierin een faciliterende rol. De behoefte tot samenwerking is het groots rondom de directe woon-, leef- en werkomgeving. De inwoners willen daar heel veel zeggenschap over en zien de gemeente daarin puur als ondersteunende partij. Gemeente Boxtel is op dit gebied een stap verder dan gemeente Laarbeek, omdat de gemeente een stap terug heeft gezet en de inwoners in deze samenwerking de belangrijkste factor zijn. De gemeente is slechts een facilitator en de burgers kunnen in zeer grote mate meedenken én meebeslissen.

Het belangrijkste project binnen gemeente Boxtel dat zich leent voor samenwerking met de inwoners is de inrichting van de openbare ruimte, omdat die belangrijk is voor de directe woon-, leef- en werkomgeving van de inwoners. De inrichting wordt volledig samen met de inwoners gedaan en ook het beheer wordt steeds meer en meer samen gedaan.

Om de interactieve communicatie nog meer te verbeteren binnen gemeente Boxtel is er nu een groot traject gaande om een interne cultuurverandering te realiseren. Gemeente Boxtel wil namelijk dat niet alleen de afdeling Communicatie zich bezig houdt met interactieve communicatie, maar dat de hele organisatie dat gaat doen. Daarnaast is het belangrijk dat de gemeenteraad de resultaten van burgerparticipatie minder vaak naast zich neer gaat leggen. Hier ligt ook nog een leerpunt voor gemeente Laarbeek. In de enquêteresultaten komt naar voren dat veel respondenten zich niet gehoord voelen en dat ze het idee hebben dat samenwerking geen zin heeft, omdat de gemeente het toch naast zich neerlegt en doet wat zij zelf de beste manier vindt.

Volgens Schel is gemeente Boxtel al erg ver in de stap naar ambtenaar 2.0, met uitzondering van inwoners de mogelijkheid bieden tot het maken van eigen content. Dagelijks worden alle eigenschappen van ambtenaar 2.0 in de praktijk gebracht. Inwoners de mogelijkheid bieden tot het maken van eigen content voeren ze op dit moment nog in.

- Zo laten ze de inwoners zelf stukjes schrijven voor de terugblik op het vorige jaar, zodat niet meer de blik van de gemeente overheerst. Het is belangrijk dat de gemeenschap laat zien wat ze vinden. Daarom is ook de nieuwjaarsreceptie vervangen door een inspiratiebijeenkomst waar verenigingen, bedrijven en instellingen zichzelf kunnen presenteren.
- Op sociale media biedt gemeente Boxtel de inwoners de vrijheid om eigen onderwerpen en activiteiten onder de aandacht te brengen. Gemeente Boxtel verwijdt alleen puur commerciële inhoud, verder wordt er niet gestuurd of beïnvloed.
- De inrichting van het openbaar groen wordt door mensen zelf geregeld en vormgegeven. De gemeente dient hier slechts als ondersteuning met technische kennis en als uitvoerder.

Gemeente Rotterdam (geïnterviewde: Ellen Soerel, adviseur Communicatie)

De veranderingen in de samenlevingen vragen om een andere rol van de gemeente Rotterdam. De overheid moet meer samen met de bewoners en aanwezige organisaties werken aan innovatie en verbetering. Ook verwachten de Rotterdammers goede services en inwonersgerichtheid. Bij deze rolverandering hoort ook een andere houding van de ambtenaren. De ambtenaren moeten zich meer zichtbaar maken in de wijken van Rotterdam. De kern van gebiedsgericht werken wordt gevormd door participatie van bewoners, ondernemers en andere betrokkenen. Het werk wordt in de huidige samenleving: verbinden, samenwerken en het faciliteren en ondersteunen van initiatieven.

Het doel van gebiedsgericht werken is de Rotterdammers op de best mogelijke manier van dienst zijn. De aanpak is alleen succesvol als alle betrokkenen in een gebied samenwerken. Om dit mogelijk te maken is de bestuurlijke inrichting van de gemeente veranderd. Er wordt inmiddels gewerkt vanuit gebiedsnetwerken en gebiedscommissies. In de huidige samenleving is het niet meer mogelijk om als overheid alleen te bepalen wat de stad nodig heeft. Inwoners, ondernemers en de bestuurders zien vaak zelf wat goed en nodig is voor hun wijk, straat, vereniging of bedrijf. Bovendien zijn zij ook in staat deze bevindingen snel te realiseren. De overheid krijgt hierin een nieuwe rol. Er wordt verwacht dat zij faciliteert, ondersteunt, vertrouwt en bovenal los durft te laten. En vooral bij de laatste twee punten schiet gemeente Laarbeek volgens de respondenten te kort. De respondenten hebben het gevoel dat de gemeente niet betrokken is met hen, hen niet vertrouwt en ze onvoldoende betreft bij beslissingen en uitvoeringen (dus niets los durft te laten).

Het opvallendste en rigoureus aan de veranderingen binnen gemeente Rotterdam is dat de ambtenaren letterlijk de straat op gaan om de samenwerking op te zoeken met de Rotterdammers. De ambtenaren gaan op straat kijken wat er leeft, wat mensen willen en hoe ze dit kunnen realiseren. Hierdoor kunnen de inwoners echt zien waar de ambtenaren mee bezig zijn en dat ze betrokkenheid en verbinding zoeken met de inwoners.

Gemeente Rotterdam probeert zo goed mogelijk open te zijn naar de Rotterdammers en ze het gevoel te geven dat er een gelijkwaardige relatie is. Hoe meer de inwoners dit ook vinden, hoe groter de kans dat ze tevreden zijn over de gemeentelijke organisatie. Dit alles doet gemeente Rotterdam door “van buiten naar binnen te kijken”, ofwel: ze verplaatst zich in de positie van de inwoner. Gemeente Rotterdam probeert maatwerk te leveren en mee te gaan met de veranderingen in de samenleving. Volgens de respondenten van het enquêteonderzoek verplaatst gemeente Laarbeek zich onvoldoende in de inwoners en krijgen de inwoners het gevoel dat gemeente Laarbeek het beter weet en hun hulp niet nodig heeft.

Gemeente Rotterdam is bezig met een nieuw sociaal internet, maar ondanks de online ontwikkelingen blijven ze offline eveneens consequent inzetten. Zo gebruiken ze onder andere Twitter, Instagram, Facebook, brieven, flyers, papieren en digitale stadskranten, bijeenkomsten en nieuwsbrieven. Het communicatiemiddel is afhankelijk van het doel en de doelgroep die ze willen bereiken. Daarom blijven ze offline ook consequent inzetten, omdat nog niet iedereen even ver is in de stap naar de digitale samenleving. De diverse middelen worden ge-pre-test en gemonitord om te bekijken of het aansluit bij de behoefte van de Rotterdammer op dat moment.

De wereld verandert en vraagt om een andere overheid. Om dit zo goed mogelijk te doen heeft gemeente Rotterdam een filmpje over hoe zij de nieuwe media inzet om beter met de burgers te kunnen communiceren. Een van de belangrijkste richtlijnen is dat zij binnen twee uur reageert op haar sociale mediaplatformen, inclusief avond- en weekenduren. Daarnaast is gemeente Rotterdam bezig met een Nieuw Rotterdams Platform (NRP), dit is een vernieuwing van de website www.rotterdam.nl en het intranet.

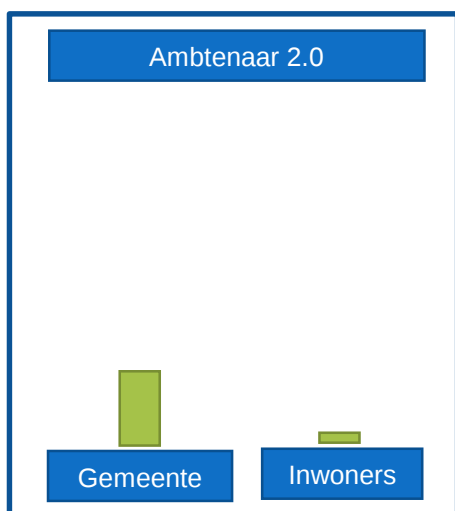
Rotterdam gaat haar website aanpassen aan het “data driven design” wat mogelijk wordt gemaakt door toptaken. Gemeente Laarbeek doet op dit moment hetzelfde met haar website. Dus op dat gebied gaat gemeente Laarbeek goed mee in de ontwikkelingen.

Soerel vindt dat gemeente Rotterdam de stap ambtenaar 2.0 al voorbij is en inmiddels al richting de 3.0 gaat. Echter, de beschrijving die zij daarbij geeft, is de letterlijke betekenis van ambtenaar 2.0. Hierdoor kan er niet zomaar aangenomen worden dat gemeente Rotterdam ook daadwerkelijk al ambtenaar 3.0 is. Bovendien bestaat de term ambtenaar 3.0 nog niet zo lang en is daar nog weinig onderzoek naar gedaan. Ambtenaar 3.0 staat nog in haar kinderschoenen en wordt op dit moment druk onderzocht en uitgewerkt. De definitie daarvan staat nog niet vast, maar de huidige definitie van ambtenaar 3.0 komt niet overeen met de definitie die Soerel geeft. Haar definitie slaat toch echt terug op ambtenaar 2.0.

10 | Conclusies

Voor gemeente Laarbeek werd er onderzoek gedaan naar de mogelijkheden van ambtenaar 2.0 om de communicatie met de netwerksamenleving te verbeteren. De gemeente Laarbeek wilde in eerste instantie graag onderzocht hebben met welke middelen de haar doelgroep het beste kon bereiken, maar dit is echter het klassieke middelendenken en dit is niet (vaak) meer effectief in deze tijd. Er werd verder gekeken dan slechts de middelen. Ambtenaar 2.0 is een nieuwe manier van werken door de overheidsorganisaties en biedt vele mogelijkheden binnen de nieuwe netwerksamenleving. Echter, er is uit het onderzoek gebleken dat de inwoners nog geen behoefte hebben aan ambtenaar 2.0 en op dit moment nog de voorkeur geven aan inderdaad het klassieke eenrichtingsverkeer. De belangrijkste reden hiervoor is dat de inwoners de gemeente op dit moment niet zien als een betrouwbare, potentiële samenwerkingspartner. De gemeente dient volgens de inwoners eerst andere problemen op te lossen en te bewijzen dat ze een betrouwbare samenwerkingspartner is.

10.1 | De gemeente



Figuur 25 | Weergave behoefteverschillen

De gemeente zet stappen in de richting van ambtenaar 2.0. Vele afdelingen stellen zich open voor eventuele samenwerkingen met de inwoners. Uit de gapanalyse komt naar voren dat er echter een verschil in behoeften is. De gemeente wil graag groeien naar ambtenaar 2.0, maar uit dit onderzoek blijkt dat de inwoners daar helemaal nog geen behoefte aan hebben. Dat komt omdat zij vinden dat er eerst andere onderwerpen moeten verbeteren. De gemeente moet volgens hen verantwoordelijkheid en interne verbeteringen tonen ten opzichte van het verleden en bewijzen dat zij een betrouwbare samenwerkingspartner is. Hierdoor vallen vele strubbelingen op zijn plaats. De gemeente wil bijvoorbeeld sociale media inzetten om een dialoog met de inwoners aan te gaan, maar dit wilde nog niet goed lukken. Een verklaring daarvoor is dus dat de inwoners nog geen behoefte hebben aan een dialoog met de gemeente.

De gemeente heeft in het verleden imagoschade geleden door een situatie met de toenmalige burgermeester. Zoals eerder gezegd is dit een gevoelig onderwerp en de gemeente heeft aangegeven dat zij dit niet willen betrekken in het onderzoek. Daarom wordt deze situatie niet verder besproken en uitgelicht in dit onderzoek, maar worden alleen de gevolgen hiervan meegenomen. Inmiddels is die situatie opgelost en worden er intern veranderingen doorgevoerd om weer een goed functionerende gemeente te worden. Echter, de inwoners geven aan dat zij weinig zien van de veranderingen en dat zij de gemeente nog associëren met die problematische situatie. De gemeente zal dus, voordat zij stappen kunnen nemen naar ambtenaar 2.0, eerst moeten bewijzen naar de inwoners dat zij een betrouwbare samenwerkingspartner is. Er ontstaat een soort vicieuze cirkel; deze is uitgewerkt in bijlage 14.

De respondenten zijn enkele kenmerken van ambtenaar 2.0 voorgelegd waarbij zij konden aangeven in hoeverre zij tevreden zijn over gemeente Laarbeek in dat opzicht. Op alle kenmerken zijn de meeste respondenten neutraal of hebben ze geen mening. Dit kan verschillende redenen hebben. Zo kunnen de respondenten geen zin hebben gehad om de mogelijkheden te lezen, slechts snel geantwoord hebben en alleen voor de prijs hebben meegedaan of ze hebben daadwerkelijk een neutrale mening of geen mening. De onderstaande conclusies zijn dus gebaseerd op de overige antwoorden:

- Over de openheid en transparantie van de gemeente zijn de overige respondenten voornamelijk tevreden. Slechts een klein deel is ontevreden. Echter, wanneer deze kenmerken gevraagd worden met betrekking tot mindere tijden, dan veranderen de antwoorden aanzienlijk. Dan is het overgrote deel ineens ontevreden. De gemeente moet dus in mindere tijden bewijzen dat ze ook dan open en transparant (kunnen) zijn.
- Over het aangaan van een dialoog door de gemeente en het gehoord voelen zijn de overige respondenten voornamelijk ontevreden. Met name het gehoord voelen blijkt voor de respondenten een

issue. Ze hebben het idee dat de gemeente hun mening slechts vraagt om te voldoen aan de doelstellingen, maar dat ze vervolgens toch doen wat ze zelf vinden. De respondenten hebben het idee dat de gemeente het vaak zelf het beste weet. De gemeente zal dus de inwoners meer het gevoel moeten geven dat er wat met hun meningen en ideeën wordt gedaan. Hieruit blijkt dat de inwoners (in de toekomst) eigenlijk wel een dialoog aan willen gaan met de gemeente, maar alleen als de gemeente dan ook daadwerkelijk naar ze luistert.

- Over het opbouwen van een relatie door de gemeente en het betrokken voelen zijn de overige respondenten ook voornamelijk ontevreden. Dit komt ook mede door de hierboven genoemde redenen. De respondenten voelen zich niet gehoord en hebben daardoor ook het gevoel onvoldoende betrokken te worden bij de gemeente. Er zijn respondenten bij die hopen dat de gemeente door dit onderzoek een relatie met de inwoners gaat opbouwen.
- Over het samenwerken met de gemeente zijn de overige respondenten voornamelijk net zo tevreden als ontevreden. De verscheidenheid in antwoorden op deze vraag, kan voortkomen uit het feit dat bijna alle respondenten aangeven op dit moment nog niet te willen samenwerken met de gemeente. Het niet gehoord en betrokken voelen zijn de meest genoemde redenen voor de ontevreden respondenten. Om (in de toekomst) ambtenaar 2.0 succesvol te kunnen inzetten, zal gemeente Laarbeek de ontevreden en neutrale respondenten ook mee moeten krijgen.
- Over het kunnen doorvertellen, herschrijven en maken van gemeentelijke content zijn de meningen van de overige respondenten vrijwel gelijk verdeeld. Ook dit is te koppelen aan de geleden imagoschade. De mensen die nog extreem rondlopen met de frustraties hierover, geven hier vaak aan ontevreden te zijn. Dit is te zien aan de gegeven opmerkingen in de enquête.

Uit gesprekken met collega's van verschillende afdelingen (WMO, Zorg en Welzijn en Leefbaarheid) blijkt dat de gemeente echt al grote stappen neemt op het gebied van samenwerken met de inwoners. Vele afdelingen hebben al project- en werkgroepen, klankbordgroepen en verschillende themaprojecten waar de inwoners deel aan kunnen nemen. De afdelingen die aansluiten op de onderwerpen die de respondenten aan hebben gedragen geven aan dat ze meer dan bereid zijn om ook samen te gaan werken met de inwoners. De inwoners kunnen zich aansluiten bij bestaande groepen en projecten, maar kunnen ook initiatieven aandragen voor nieuwe projecten en projectgroepen. Dit geldt voor alle afdelingen. Dit betekent dat wanneer meer inwoners de behoefte krijgen aan samenwerken met de gemeente, de gemeente meer dan open staat om de inwoners die kans te geven. Echter, het is duidelijk dat de gemeente hierin verder is dan de inwoners zelf.

De gemeente biedt op verschillende vlakken al samenwerkingsmogelijkheden en –projecten aan. Sprengers heeft aangegeven dat het overdragen van projecten aan inwoners (dorpsraden) een erg effectieve manier van werken is. Zo werd er bijvoorbeeld gevraagd om een speelveldje in Mariahout. Sprengers heeft eerst zelf dit project geanalyseerd en gekeken naar de mogelijkheden. Vervolgens heeft hij het project overgedragen aan de dorpsraad van Mariahout. Zij hebben in een aanzienlijk kortere tijd twee speelveldjes in Mariahout gerealiseerd voor hetzelfde geld. Op dit moment zijn de projecten Hondenpoep, WMO en (verkeers)veiligheid de meest populaire onderwerpen, dit blijkt ook uit het enquêteonderzoek. Daarnaast zijn er nog enkele kleinere projecten zoals het project Wereldcafé.

De gemeente is op het gebied van samenwerking als kenmerk van ambtenaar 2.0 al goed op weg, maar de inwoner heeft er op dit moment nog onvoldoende behoefte aan. Hierdoor worden de mogelijkheden die de gemeente aanbiedt nog onvoldoende benut, behalve door de groep inwoners die met regelmaat wel deelnemen aan de groepen. Sprengers geeft in het gesprek aan dat op dit moment voornamelijk telkens dezelfde inwoners deelnemen en dat er weinig nieuwe gezichten komen. Dat sluit weer naadloos aan op de respondenten die met grote meerderheid aangeven (nog) geen behoefte te hebben aan een samenwerkingsverband met de gemeente.

Uit de interviews met gemeente Boxtel en gemeente Rotterdam blijkt dat gemeente Laarbeek nog niet op hetzelfde level zit qua ambtenaar 2.0. De geïnterviewde gemeenten zijn op het punt waarbij ze succesvol gebruik maken van de mogelijkheden van ambtenaar 2.0 en op sommige gebieden zijn ze zelfs al verder. Over ambtenaar 3.0 is nog vrij weinig bekend, dus er is nog niet precies te zeggen in hoeverre deze gemeenten al op weg zijn naar deze stap.

Het is geen probleem dat gemeente Laarbeek nog niet zo ver is in de stap naar ambtenaar 2.0, omdat de inwoners aangeven ook nog niet die behoefte te hebben. Wel kan gemeente Laarbeek veel leren van de antwoorden van gemeente Boxtel en gemeente Rotterdam. Twee dingen blijken voor beide gemeenten het belangrijkste: online aanwezigheid en een actieve, horizontale samenwerking. Zo heeft gemeente Boxtel zich op dit moment teruggetrokken van de beslissende rol naar slechts een ondersteunende en uitvoerende rol. De inwoners van Boxtel hebben nu de beslissende rol aangenomen over heel veel onderwerpen in de gemeente. Gemeente Boxtel zegt hierover dat dit er mede voor zorgt dat er een blijvende samenwerking ontstaat. Als er gekeken wordt naar het onderzoek, dan kan gemeente Laarbeek hierin nog stappen ondernemen. Gemeente Laarbeek heeft op dit moment voornamelijk nog de beslissende rol en dit verstoort de samenwerking, zo blijkt uit het enquêteonderzoek. Wat betreft de online aanwezigheid kan gemeente Laarbeek op dit moment niet meer stappen zetten. Het blijkt namelijk dat nog niet alle inwoners zo ver zijn.

10.2 | De netwerksamenleving

De netwerksamenleving werkt niet meer vanuit een centrum. Er wordt gewerkt zonder leiding, overzicht, afbakening en eenduidigheid. Kortom: *“de netwerksamenleving is een niet-hiërarchisch systeem dat werkt door middel van een circulatie van toestanden”* (Van Twist en Van der Sten, 2012). De botsing tussen de netwerksamenleving en de overheid komt hier ook vandaan. De overheid werkt namelijk vanuit een verticale hiërarchie, terwijl de netwerksamenleving werkt met een horizontale hiërarchie. In het geval van gemeente Laarbeek betekent dit dat zij haar inwoners uit de netwerksamenleving het gevoel moet geven dat ze op dezelfde hiërarchische rang zitten. Dit is immers waar de netwerksamenleving naar op zoek is.

Castells (2004) en Van Berlo (2009) geven aan dat de netwerksamenleving een andere manier van denken en leven is. Vanwege het internet en dan met name web 2.0 (het interactieve internet) evolueert de samenleving en wordt steeds meer zichtbaar voor een grotere groep. Het internet heeft het de netwerksamenleving makkelijk gemaakt om ook continu in contact te komen met elkaar en informatiebronnen. De netwerksamenleving is op dit moment dan ook het makkelijkste te bereiken via het internet, met name via sociale media en een bedrijfswebsite. Het is voor gemeente Laarbeek dan ook van belang dat ze mee groeien in deze online ontwikkelingen. Hier is de gemeente al goed naar op weg; op dit moment wordt er gewerkt aan een nieuwe website die aansluit bij de huidige behoeften van de netwerksamenleving en wordt er actief gebruik gemaakt van Facebook en Twitter.

Carl Rohde gaf in een lezing aan dat de grootste trend op dit moment is dat de wereld plat is geworden. Hiermee doelt hij op de horizontalisering van de wereld. Iedereen wordt gelijk, concurreert en werkt samen met elkaar. Een verticale hiërarchie is volgens Rohde niet meer van toepassing in de huidige wereld. In zijn lezing gaf hij aan dat het als individu en als organisatie belangrijk is om mee te groeien, want anders kan er niet meer in de huidige wereld gefunctioneerd worden.

10.3 | Ambtenaar 2.0

Ambtenaar 2.0 is ontstaan door de opkomst van de netwerksamenleving en web 2.0. Deze nieuwe samenleving vroeg om een andere manier van werken door de overheid. Het ouderwetse eenrichtingsverkeer en beslissingen nemen vanuit de top werkte niet meer. De nieuwe samenleving vroeg om dialoog, samenwerking, openheid, transparantie en bovenal gelijkheid. Voor de gemeente betekende dit dat de inwoners mondiger werden en inspraak wilde hebben. De inwoners vroeger om een meer horizontale hiërarchie. Dit is voor een gemeente lastig te realiseren, omdat zij via een verticale hiërarchie werken. Gemeente Laarbeek maakt hier wel al stappen in door voor enkele afdelingen en projecten de samenwerking op te zoeken met de inwoners.

Ambtenaar 2.0 is niet alleen een begrip om de nieuwe ambtenaar uit te drukken, maar het is ook een samenwerkingsverband waarin ambtenaren samen zoeken naar een weg in deze netwerksamenleving. Het samenwerkingsverband begon ook oplossingen te zoeken om mee te groeien met web 2.0. Alle ambtenaren die meegroeien in deze ontwikkelingen heten daarom ook “ambtenaar 2.0”. (Van Berlo, 2009)

10.4 | Communiceren met de netwerksamenleving

Door de opkomst van web 2.0 en de netwerksamenleving is er veel veranderd in de communicatiewereld. Het is tegenwoordig steeds meer online te doen. Niet alleen organisaties maken content, maar steeds meer individuen gaan online hun eigen content creëren. Bovendien zorgt het internet ervoor dat iedereen kan behoren tot het (potentiële) bereik van een organisatie. Doelgroepen kunnen makkelijker en voornamelijk groter bereikt worden. (Van Berlo, 2009)

Echter, deze ontwikkelingen in de samenleving zorgen op dit moment nog niet voor het wegvallen van offline media. Het fysieke aspect van offline media zorgen voor een sterkere verbondenheid onderling. Offline media zijn in de huidige samenleving voor de meeste organisaties nog effectief om de doelgroep te bereiken. Ondanks dat uit het onderzoek van Newcom Research & Consultancy B.V. (2015) blijkt dat inmiddels 94% van de Nederlandse bevolking toegang heeft tot het internet, zijn de netwerksamenleving en web 2.0 nog niet dusdanig ver geëvolueerd dat de offline media overbodig worden. (Dilento Media Solutions, z.j.) Het is wel belangrijk om deze ontwikkelingen te blijven monitoren. Er wordt verwacht dat dit in de toekomst snel verandert, dit zeggen specialist David Kok en Bas Schel, gemeente Boxtel.

Op dit moment kiezen de meeste organisaties voor een crossmediale aanpak: het inzetten van zowel online als offline communicatiemiddelen, omdat deze elkaar dan kunnen versterken (Van Os, Delisse, Derksen en Jurriëns, 2013). Dit is een effectieve aanpak omdat de doelgroepen steeds vaker op verschillende plaatsen te vinden zijn en ze ook steeds vaker opzoek gaan naar bewijzen of extra informatie op andere media. Er kan ook onderscheid zitten in de doelgroepen van een organisatie. Er kan bijvoorbeeld een deel niet online actief zijn en een ander deel wel. Ook in deze situaties kan een crossmediale aanpak ervoor zorgen dat de boodschap hoe dan ook bij de gehele doelgroep aankomt, omdat er gebruik wordt gemaakt van zowel online als offline communicatie middelen. (Reynaert en Dijkerman, 2012)

Uit het interview met David Kok blijkt dat er voor het als ambtenaar 2.0 communiceren met de doelgroep op dit moment Facebook en Twitter worden ingezet. Dit is tevens terug te zien in de interviews met gemeente Boxtel en gemeente Rotterdam. Hoewel er met Twitter voorzichtig om gegaan dient te worden, omdat uit het onderzoek van Newcom Research & Consultancy B.V. (2015) blijkt dat Twitter in populariteit sterk aan het dalen is de afgelopen jaren. Bij het inzetten van Twitter dient de organisatie de populariteit van het medium dus nauwkeurig in de gaten te houden. Wanneer de onderzoeken van Newcom Research & Consultancy B.V. uit 2014 en 2015 worden geanalyseerd en vergeleken met de enquêteresultaten, dan lijkt het erop dat Google+ Twitter gaat vervangen. In de onderzoeken wordt geen duidelijke reden gegeven voor de mediumwissel, maar vermoedelijk is een van de redenen de beperkingen van het plaatsen van informatie op Twitter.

10.5 | De inwoners

Het belangrijkste inzicht uit de enquêtes is dat de inwoners van Laarbeek op dit moment geen behoefte hebben aan ambtenaar 2.0. Ze willen niet in gesprek gaan met de gemeente en samenwerken. De belangrijkste reden hiervoor is dat de inwoners vinden dat de gemeente op dit moment eerst andere problemen dient op te lossen. De inwoners vinden op dit moment dat de gemeente intern niet goed functioneert en niet betrouwbaar overkomt. De inwoners vinden dat de gemeente zich in mindere tijden afsluit en dan onvoldoende communiceert en daarnaast niet of nauwelijks reageert op telefoontjes en klachten. Pas wanneer deze problemen opgelost worden, zeggen de inwoners wel te willen kijken naar eventuele samenwerkingen. Een heel klein deel van de bevolking zegt wel mee te willen praten en samen te willen werken, maar dan wel beperkt tot slechts een aantal onderwerpen.

De inwoners van Laarbeek behoren eveneens niet allemaal tot de online actieve netwerksamenleving. Ruim 30 respondenten geeft aan geen internet te hebben. Van het wel online actieve deel geeft het één na grootste deel aan helemaal geen sociale media te gebruiken en dat daarvan de helft weer aangeeft het ook niet te gaan gebruiken als dit het contact met de gemeente verbetert. Het grootste deel van de online actieve respondenten gebruikt sociale media alleen privé en houdt dit het liefste ook zo. Dit betekent dat er heel veel inwoners niet bereikt worden via sociale media. De groep die wel sociale media gebruikt, gebruikt het meeste Facebook, Youtube en Google+. Twitter wordt nauwelijks gebruikt.

10.6 | Antwoord op de centrale vraag

De centrale vraag van dit onderzoek is:

“Hoe kan ambtenaar 2.0 een bijdrage leveren aan het verbeteren van de communicatie tussen gemeente Laarbeek en haar inwoners in de netwerksamenleving?”

Ambtenaar 2.0 kan op dit moment geen bijdrage leveren aan het verbeteren van de communicatie tussen gemeente Laarbeek en haar inwoners. De oorzaak hiervan is dat de inwoners hier nog geen behoefte aan hebben, omdat zij vinden dat de gemeente eerst andere zaken op orde moet krijgen voordat ze deze stap kunnen maken. De gemeente heeft in het verleden imagoschade geleden en zal nu eerst aan de inwoners moeten tonen dat zij hiervoor verantwoordelijkheid neemt, sindsdien intern verbeteringen heeft doorgevoerd en bewijzen dat die tijd voorbij is en dat ze een betrouwbare, potentiële samenwerkingspartner is die ook daadwerkelijk luistert naar de betrokken partijen.

Ditzelfde geldt voor de online aanwezigheid van gemeente Laarbeek. Dit is voor zowel de gemeente als voor een ambtenaar 2.0 een belangrijk kenmerk. Toch is dit voor gemeente Laarbeek nog niet de juiste manier om de doelgroep goed te bereiken. Uit de onderzoeken blijkt dat de meeste respondenten zelf online niet actief zijn of dit alleen maar privé willen gebruiken.

De behoeften van de inwoners staan centraal in dit onderzoek, omdat zij de centrale factor zijn om ambtenaar 2.0 succesvol in te kunnen zetten. Ambtenaar 2.0 gaat immers over het samenwerken en aangaan van dialoog en interactie met de inwoners. Om het onderzoek valide uit te kunnen voeren zijn de termen niet letterlijk aan de inwoners gevraagd. De termen zijn vertaald naar kenmerken en betekenissen en deze zijn vervolgens weer vertaald naar vragen en stellingen. Op deze manier worden de inwoners geholpen in het begrijpen en beoordelen van de termen. De uitkomsten van het onderzoek wijzen uit dat gemeente Laarbeek in de toekomst sowieso moet groeien naar ambtenaar 2.0, gezien de vele voordelen voor gemeente en inwoners (interview David Kok). Echter, de behoeften van de inwoners bepalen het juiste moment hiervoor. Dit zeggen ook specialist Kok en de communicatieadviseurs van gemeente Boxtel en gemeente Rotterdam.

11 | Advies

De belangrijkste inzichten van dit onderzoek zijn 1) de inwoners van Laarbeek zijn nog niet toe aan een ambtenaar 2.0 gemeente en hebben op dit moment liever eenrichtingsverkeer (het klassieke middelendenken), 2) voordat de inwoners willen denken over een samenwerking en dialoog (ambtenaar 2.0) zal de gemeente eerst moeten bewijzen dat het verleden verleden tijd is en ze nu een betrouwbare en open samenwerkingspartner is en 3) de inwoners van Laarbeek behoren nog niet allemaal actief tot de netwerksamenleving. Het deel van de inwoners dat niet online actief is, is dusdanig groot dat de offline communicatie van de gemeente nog de beste mogelijkheid is om het grootste deel van de inwoners te bereiken.

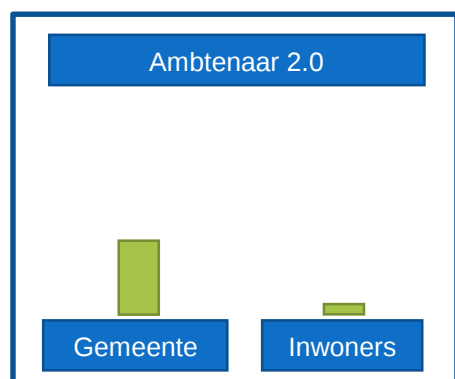


Om gemeente Laarbeek een advies te geven wat aansluit bij het nieuwe vraagstuk en het eerste vraagstuk, is het advies opgesplitst in twee delen. Het eerste deel bestaat uit het advies omtrent ambtenaar 2.0 ter verbetering van de communicatie met de netwerksamenleving en het tweede deel dat bestaat uit de geschikte middelenmix voor de huidige situatie van gemeente Laarbeek. Hierdoor krijgt de gemeente een breder advies dan dat in eerste instantie de vraag was.

Figuur 26 | Uitleg verdeling onderzoek en advies.

11.1 | Advies | Ambtenaar 2.0 ter verbetering communicatie netwerksamenleving

Op dit moment hebben de inwoners van gemeente Laarbeek nog geen behoefte aan ambtenaar 2.0 en gaat hun voorkeur uit naar eenrichtingsverkeercommunicatie (het klassieke zender-ontvanger model). Desalniettemin is het belangrijk dat de gemeente blijft monitoren wanneer het moment is aangebroken dat de inwoners wel behoefte hebben aan ambtenaar 2.0. In de toekomst gaat dit zeker gebeuren, want de samenleving groeit die richting in en daar voorbij (ambtenaar 3.0). Dit zegt niet alleen specialist David Kok, maar dit is ook terug te zien bij de overige gemeenten. De ene gemeente is daar al verder in dan de andere, maar vroeg of laat zal iedere gemeente de stap gaan zetten. Echter, iedere gemeente moet dit op haar eigen juiste moment doen en voor gemeente Laarbeek is dit juiste moment er nog niet, want de inwoners geven aan dat er eerst op andere vlakken verandering nodig is.



Figuur 27 | Weergave behoefteverschillen

Op dit moment ontstaat er een schuine verhouding tussen de gemeente en de inwoners. De gemeente is onderweg naar ambtenaar 2.0 en hoewel zij de eindstreep daarvan nog niet bereikt heeft, geven de inwoners al aan dat zij zelf nog geen behoefte hebben aan de stap die de gemeente aan het nemen is. Dit betekent dat de gemeente eigenlijk te snel wil groeien, omdat de andere gemeenten deze zelfde groei aan het doormaken zijn. Echter, Kok geeft in zowel zijn literatuur als in het gesprek aan dat voor iedere gemeente het moment van ontwikkelen naar ambtenaar 2.0 anders is. Voor gemeente Laarbeek is dit moment dus nog niet aangebroken.

Ambtenaar 2.0 biedt voor gemeenten vele voordelen. David Kok noemt in het interview de voordelen: direct contact met de burger, sneller contact met de burger, mogelijkheid tot vragen stellen voor de burger en het zichtbaar maken wat de gemeente voor de burger doet. Bij het laatste voordeel noemt Kok nog een belangrijk ander voordeel: het zichtbaar maken wat een gemeente doet voor de burger kan onbegrip en onvrede wegnemen. Dit is een belangrijk voordeel voor gemeente Laarbeek. Daarom is het voor de gemeente wel belangrijk dat ze langzaam wel groeien richting ambtenaar 2.0, omdat dit het werken van de toekomst is voor de ambtenaren. In de onderstaande subparagrafen wordt geadviseerd hoe gemeente Laarbeek de stap naar ambtenaar 2.0 (in de toekomst) kan maken.

Basisstappen die nodig zijn voor een succesvolle groei naar ambtenaar 2.0

- Stap 1: laat zien dat de gemeente verantwoordelijkheid neemt voor het verleden
- Stap 2: laat de inwoners zien dat de gemeente intern verbeterd is
- Stap 3: bewijs dat de gemeente een betrouwbare, open samenwerkingspartner is
- Stap 4: monitor behoeften van inwoners regelmatig
- Stap 5: groei mee met de behoeften van de inwoners
- Stap 6: van beslissende rol naar ondersteunende rol
- Stap 7: van verticale naar horizontale hiërarchie
- Stap 8: groei mee met de (technische) ontwikkelingen

Deze stappen hebben allemaal hun eigen doel, zowel op korte als lange termijn. Hieronder worden deze bij het desbetreffende onderdeel beschreven. De volledige uitwerking van de stappen staan in bijlage 2.

11.1.2 | Monitoring

De gemeente kan pas stappen zetten richting ambtenaar 2.0 als de inwoners inmiddels die behoefte hebben gekregen. Daarom is het belangrijk dat de gemeente regelmatig gaat monitoren waar de behoeften van de inwoners liggen omtrent ambtenaar 2.0 (dialogiseren en samenwerken). Zodra de inwoners aangeven dat de behoefte er is, dan pas kan de gemeente succesvolle stappen gaan zetten. De gemeente moet immers groeien om effectiever te kunnen functioneren voor de inwoners. Wanneer de inwoners hier nog geen behoefte aan hebben, is het voor de gemeente nog niet noodzakelijk deze stappen te zetten. Het alsnog zetten van de stappen kan zorgen voor ontevredenheid en onbegrip bij de inwoners en dit moet voorkomen worden.

Om deze behoeften zo goed mogelijk te monitoren dient de gemeente regelmatig hierover vragen te stellen aan de inwoners. De enquête uit bijlage 7 kan hiervoor gebruikt worden, maar dient dan te worden aangepast aan de huidige situatie. Op dit moment staan er in die enquête vragen die niet van toepassing zijn in een specifiek onderzoek naar ambtenaar 2.0, omdat in deze enquête ook onderzoek is gedaan naar het oorspronkelijke vraagstuk van gemeente Laarbeek. Deze vragen kunnen in de monitoring eruit gelaten worden.

Ook is er de mogelijkheid om dit te monitoren door gesprekken te houden met de inwoners. Er kan periodiek een avond georganiseerd worden waar de inwoners worden uitgenodigd om over dit onderwerp hun mening te delen. Dit zorgt voor persoonlijk contact en hiermee laat de gemeente ook haar openheid en transparantie zien, omdat de inwoners binnen kunnen kijken en contact hebben met de personen binnen de gemeente.

Beide opties zijn hiervoor geschikt, maar het advies is om voor de gesprekken te gaan. De inwoners zijn immers opzoek naar meer persoonlijk contact en een open en betrouwbare organisatie. Echter, wanneer blijkt dat deze avonden onvoldoende animo trekken, kan er gekozen worden om de enquête in te zetten.

11.1.3 | Strategie

Gemeente Laarbeek zal in de (nabije) toekomst de stap moeten zetten richting ambtenaar 2.0. Op dit moment vinden de inwoners dat het niet om de vraag van ambtenaar 2.0 gaat, maar dat de gemeente eerst andere acties moet ondernemen. Echter, ambtenaar 2.0 brengt veel voordelen met zich mee voor gemeenten en zorgt voor een dynamische samenwerking tussen inwoners en gemeente. Daarom is het verstandig dat gemeente Laarbeek uiteindelijk de stap gaat zetten.

Communicatie via ambtenaar 2.0 zal gericht zijn op dialogisering en formering (en ook samenwerking). Dit zijn de kwadranten in het communicatiekruispunt van Van Ruler die liggen aan de tweerichtingsverkeer-zijde. Om de gemeente op deze stap voor te bereiden en hen hierin te begeleiden is een strategie op korte en lange termijn samengesteld. Deze strategieën zijn gebaseerd op de eerdergenoemde stappen. De korte termijn strategie gaat over acties die op dit moment de grootste prioriteit hebben en minder tijd kosten om uit te voeren. De lange termijn strategie gaat over acties die pas daarna aan de orde komen, maar die ook meer tijd kosten om uit te voeren.

11.1.3.1 | Korte termijn

Zoals al eerder aangegeven, is het belangrijk op korte termijn het vertrouwen weer terug te winnen van de inwoners, om zo de vicieuze cirkel te doorbreken. Het is daarbij van belang dat de gemeente haar persoonlijke kant toont en niet slechts 'zakelijk' overkomt. Daarvoor is een praatgroep geschikt, want dit ondersteunt de persoonlijke communicatie. Schriftelijke communicatie is hiervoor niet geschikt, want dit kan leiden tot interpretatiefouten en komt onpersoonlijk over. Dit is niet geschikt voor deze situatie, omdat de inwoners juist vragen om het tonen van de persoon achter de gemeente. Tijdens deze praatgroepen, informatiebijeenkomsten of open dagen dienen de onderwerpen die hieronder uitgeschreven staan besproken te worden.

Een van de belangrijkste redenen voor de mening van de respondenten was dat ze vinden dat de gemeente onvoldoende verantwoordelijkheid zichtbaar maakt aan de inwoners voor wat er in het verleden is gebeurd. De inwoners lopen hierover rond met onbegrip en onvrede. Om succesvol te kunnen groeien naar ambtenaar 2.0, zal gemeente Laarbeek op korte termijn hier eerst verbetering in moeten tonen. Op dit moment vinden de respondenten namelijk dat de gemeente alleen openheid en transparantie toont in goede tijden, maar in mindere tijden niet of onvoldoende. Wanneer de gemeente zichtbaar maakt dat en hoe zij verantwoordelijkheid neemt voor het verleden, zullen de inwoners deze periode ook af kunnen sluiten. Het is belangrijk om in deze praatgroep(en) het gevoel bij de inwoners weg te nemen dat het verleden zich kan herhalen en dat de gemeente sindsdien een stap extra heeft gezet voor interne verbeteringen. In deze praatgroep(en) moet de inwoners een positief gevoel ten opzichte van de gemeente terugkrijgen en zich gehoord voelen. De gemeente moet op haar beurt laten zien dat ze meedenken met de individuele inwoners en laten zien dat ze de wensen zo goed mogelijk tegemoet wil komen.

Daarnaast geven de inwoners op dit moment aan dat de gemeente onvoldoende toont wat er intern veranderd is om herhalingen van het verleden te voorkomen en weer optimaal te functioneren en intern samen te werken. De gemeente moet haar inwoners laten zien en voelen dat de organisatie intern aan het verbeteren is. Bij gemeente Laarbeek zijn intern discretie en vertrouwen belangrijke kernwaarden. Toch werkt dit in de huidige samenleving niet meer en kan het openstellen en transparantie tonen zorgen voor wederzijds begrip. Door de inwoners uit te nodigen voor een praatgroep, kunnen zij zelf zien wat er intern veranderd is.

Als laatste moet gemeente Laarbeek bewijzen dat zij een betrouwbare, open samenwerkingspartner is. Ambtenaar 2.0 staat voor openheid, transparantie en het samenwerken met netwerken. Samenwerkingen komen pas tot stand wanneer beide partijen daarvoor openstaan. Hiervoor is het nodig dat er onderling bewezen wordt dat de partijen betrouwbare samenwerkingspartners zijn. De gemeente moet laten zien dat ze met de inwoners mee denkt en meer kijkt naar die individuele behoeften. De inwoners hebben op dit moment het gevoel dat de gemeente alleen kijkt naar haar eigen behoeften. In de praatgroep dienen beide partijen te bespreken wat zij voor elkaar kunnen betekenen en wat de voorwaarden zijn voor hun samenwerking. Een praatgroep zorgt hier voor het tonen van de persoonlijke kant van de gemeente. De gemeente moet in deze praatgroep de inwoners ook vragen om hun inbreng. Het belangrijk dat de gemeente laat zien dat een samenwerkingsverband de resultaten oplevert die de inwoners graag zien.

11.1.3.2 | Lange termijn

Op lange termijn gaat het voornamelijk over het monitoren en meegroeien met de behoeften van de inwoners en de (technische) ontwikkelingen. Dit sluit aan bij de paragraaf "monitoren". Monitoren is op lange termijn een belangrijk onderdeel. Het monitoren kan door het volgen van trendwatchers en trendsites als www.frankwatching.com. Daar wordt dagelijks bijgehouden wat de trends zijn op communicatiegebied. Daarnaast kan er door een periodiek gesprek met de inwoners getest worden welke (technische) ontwikkelingen van toepassing zijn op hen en wat zij daarin van de gemeente verwachten. Een gesprek biedt de mogelijkheid tot doorvragen en zorgt ervoor dat er persoonlijk contact is, wat zorgt voor een sterkere fysieke band onderling.

De verandering in behoeften van de samenleving heeft er bijvoorbeeld voor gezorgd dat de klassieke ambtenaar (1.0) geëvolueerd is naar de huidige ambtenaar 2.0. De inwoners zijn een van de belangrijkste doelgroepen voor een gemeente. Wanneer een gemeente niet voldoet aan de behoeften en de vragen van de inwoners, ontstaat er onbegrip en onvrede bij de inwoners. Dit is terug te zien in de opmerkingen van de respondenten. Dit is een teken dat de behoeften van deze respondenten anders zijn dan wat de gemeente levert. Daarom is het belangrijk dat er continu gemonitord wordt, door middel van gesprekken of enquêtes, wat de behoeften van de inwoners zijn en in hoeverre de gemeente hierbij aansluit.

Het meegroeien met (technische) ontwikkelingen is om dezelfde reden van belang als het meegroeien met de behoeften van de inwoners. De (technische) ontwikkelingen ontstaan namelijk door de veranderingen in behoeften van de samenleving. Het monitoren en reageren op deze ontwikkelingen, zegt dus eveneens veel over de veranderingen in behoeften van de samenleving en dus ook de inwoners van de gemeente. Een van de belangrijkste (technische) ontwikkelingen op dit moment is de “online-wereld”. Toch wordt online door de respondenten gezien als een manier om informatie te zoeken en voor privégebruik, zoals contact met vrienden en kennissen. De respondenten zien op dit moment niet de behoefte om een dialoog en samenwerking aan te gaan met de gemeente via online mediakanalen. Echter, dat dit op dit moment nog niet is, wil niet zeggen dat dit nog niet komt. Kok geeft in het interview aan dat ontwikkelingen alleen maar vooruit gaan. Dit betekent dat de inwoners in de (nabije) toekomst deze behoefte waarschijnlijk wel gaan ontwikkelen en dat de gemeente er dan op in moet gaan spelen.

Daarnaast moeten er op lange termijn enkele belangrijke interne veranderingen plaatsvinden. Om deze interne veranderingen zo goed mogelijk plaats te laten vinden is wederom een gesprek met de inwoners op zijn plaats. De inwoners moeten immers weten dat er interne veranderingen plaatsvinden en wat dit voor hen betekent. Door dit in een gesprek te behandelen, kunnen de inwoners inbreng geven en meepraten over de uiteindelijke gevolgen. De gemeente moet allereerst de beslissende rol overdragen aan de inwoners en zelf een ondersteunende rol aannemen, zoals gemeente Boxtel dit ook heeft gedaan. De gemeente biedt haar kennis en netwerk aan in het proces en zorgt vervolgens voor de uitvoering, maar het beslissen en het brainstormen doen de inwoners.

Als laatste moet de gemeente een horizontale hiërarchie hanteren richting de inwoners. De huidige netwerksamenleving functioneert door middel van een horizontale hiërarchie zonder centraal punt. Intern kan het zijn dat er een verticale hiërarchie blijft, omdat dit in veel gevallen bij gemeenten niet anders kan. Dit is geen probleem zolang de gemeente extern een horizontale hiërarchie hanteert; niet alleen voor de inwoners, maar ook voor de overige samenwerkingspartners. Rohde gaf in zijn lezing aan dat het als individu en als organisatie belangrijk is om mee te groeien, want anders kan er niet meer in de huidige wereld gefunctioneerd worden. Een horizontale hiërarchie betekent dat de inwoners een gelijke rol hebben in het proces. Door in gesprek te gaan met de inwoners kan de gemeente de inwoners laten zien dat ze daadwerkelijk een gelijke rol hebben en kan er doorgepraat worden over de gevolgen van deze gelijke samenwerking.

Wanneer deze veranderingen hebben plaatsgevonden zal ambtenaar 2.0 uiteindelijk leiden tot meer en betere burgerparticipatie en een sterkere relatie tussen inwoners en gemeente. De inwoners zullen meer dialoog aangaan met de gemeente, de gemeente opnemen in hun (samenwerkings)netwerk en haar gaan waarderen als gesprekspartner. De inwoners zullen het gevoel krijgen dat het contact beter wordt en het ook daadwerkelijk iets oplevert.

11.1.4 | Communicatiemiddelen en content

Om de veranderingen te realiseren dient er anders gecommuniceerd te worden met de inwoners. De veranderingen vragen om persoonlijk contact. De beste manier om alle veranderingen door te voeren is door in gesprek te gaan met de inwoners (praatgroep). Deze praatgroep kan ondersteund worden door een online platform waar de deelnemers nog extra kunnen doorpraten of extra feedback kunnen geven. Dit online platform dient ter versterking van de praatgroep en niet als hoofdplatform. Er wordt een crossmediale aanpak gehanteerd.

Het meest geschikte online platform, ter ondersteuning van deze praatgroep, is op dit moment Facebook. De meeste online actieve respondenten maken daar namelijk gebruik van. Er dient een privégroep aangemaakt te worden voor deze praatgroep, waar alleen de deelnemers van de praatgroep inzicht in hebben. Dit betekent dat de gesprekken niet gezien worden door de overige inwoners en de rest van de wereld. Nogmaals: dit medium dient alleen ter versterking van de praatgroep, het is geen vervanging van het persoonlijke contact.

Het is belangrijk dat niet alleen de deelnemers van de praatgroep, maar ook de overige inwoners van Laarbeek te weten krijgen wat de resultaten zijn van de gesprekken. Deze resultaten kunnen het beste gecommuniceerd worden via offline communicatie, omdat dit door de inwoners het meeste gebruikt wordt. Wanneer er belangrijke beslissingen zijn gemaakt die iedere bewoner aangaat, kan er een brief rondgestuurd worden met deze informatie en kan dit opgenomen worden in de gemeenterubriek van de MooiLaarbeekkrant. Deze vorm van offline communicatie wordt namelijk het meeste gebruikt, met name om informatie te vergaren die de inwoner en zijn directe omgeving aangaat.

De content draait voornamelijk over het open communiceren over wat er speelt binnen de gemeente en wat er uit de praatgroepen komt. De inwoners moeten op de hoogte blijven van de voortgang van de gemeente in eerdergenoemde stappen en in de toekomst ook van de voortgang op het gebied van ambtenaar 2.0. Daarnaast is het belangrijk dat de inwoners de successen gaan zien als een mogelijkheid om wat gedaan te krijgen en dat ze hun steentje bij kunnen dragen. De positieve veranderingen die gecommuniceerd worden, moeten de inwoners het vertrouwen in de gemeente weer terug geven. Het samenwerken met de gemeente wordt steeds laagdrempeliger en zal zich snel verspreiden.

11.1.5 | Budget en tijdsplanning

Bij budget gaat het in dit advies meer om de tijdsbesteding van de medewerkers dan daadwerkelijk geld. De uitvoering van het advies draait voornamelijk om persoonlijke gesprekken door middel van praatgroepen en bijeenkomsten. Hierbij zullen enkele medewerkers aanwezig moeten zijn en dit kost geld in de zin van werkuren van de medewerkers. Daarnaast is het communiceren van veranderingen en voortgangen via Facebook gratis en via de MooiLaarbeekkrant kan dit verwerkt worden in de huidige gemeenterubrieken.

Daarnaast gaat de meeste tijd zitten in het monitoren van de behoeften van de inwoners en de (technische) ontwikkelingen. Dit is een belangrijk onderdeel van de groei die de gemeente gaat doormaken. Deze monitoring dient periodiek uitgevoerd te worden en er moet gereageerd worden op veranderingen. Hier gaat dus werktijd inzitten van een medewerker.

Op dit moment is er veel werk binnen het communicatieteam en is alles dusdanig gepland dat het uitkomt binnen het aantal manuren. De veranderingen en het monitoren wat nodig is om te groeien richting ambtenaar 2.0 gaan ook tijd vragen. Wanneer het te krap wordt binnen het huidige team, kan er aan gedacht worden een medewerker van een andere afdeling hiervoor op te leiden of om een extra communicatiemedewerker hiervoor in dienst te nemen. Er kan in de (nabije) toekomst een extra onderzoek gedaan worden waarin nogmaals gekeken wordt of de inwoners toe zijn aan de stap naar ambtenaar 2.0. Dit onderzoek zou ook prima door een afstudeerstudent gedaan kunnen worden, wat resulteert in lagere kosten.

11.2 | Advies II Middelmix voor de huidige situatie van gemeente Laarbeek

De vraag van gemeente Laarbeek omvatte in eerste instantie slechts de vraag om een nieuwe middelenmix te adviseren die aansloot bij de huidige behoeften van de inwoners. Deze vraag wordt door middel van een advies mede beantwoord om aan de wensen van de gemeente te voldoen en mede om het begin van de stap naar ambtenaar 2.0 te kunnen ontwikkelen. De geadviseerde middelenmix zal de eerste stap zijn naar het verbeteren van de huidige situatie, zodat de gemeente in een later stadium actief stappen kan zetten naar ambtenaar 2.0. In de bijlage 1 wordt de geadviseerde aanpak voor de middelenmix van gemeente Laarbeek verder uitgeschreven.

Bronnenlijst

- Allesovermarktonderzoek. (z.j.). *Berekenen Steekproef*. Geraadpleegd op 9 februari, 2015, van <http://www.allesovermarktonderzoek.nl/steekproef-algemeen/steekproef-berekenen>
- Baarda, B. (2009). *Dit is onderzoek! Handleiding voor kwantitatief en kwalitatief onderzoek*. Groningen, Nederland: Noordhoff Uitgevers.
- Berlo, D. van. (2009). *Ambtenaar 2.0* (4e ed.). Den Haag, Nederland: Media Groep.
- Berlo, D. van. (2009). *Ambtenaar 2.0 Beta*. Den Haag, Nederland: Media Groep.
- Castells, M. (2010). *The rise of the network society* (2e ed.). West Sussex, United Kingdom: Blackwell Publishing.
- Castells, M. (z.j.). *Manuel Castells*. Geraadpleegd op 13 maart, 2015, op http://www.manuelcastells.info/en/cv_index.htm
- CBS. (2014, 16 april). *ICT gebruik van personen naar persoonskenmerken*. Geraadpleegd van <http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=71098ned&D1=33,55-59,93-95,97-100,102-104,106-109,112-113,119,124-133&D2=0&D3=0,I&HD=130422-1124&HDR=G2,G1&STB=T>
- CBS. (z.j.). *Bevolkingspiramide*. Geraadpleegd op 29 april, 2015, van <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/dossiers/vergrijzing/cijfers/extra/piramide-fx.htm>
- Creatiefdenken. (z.j.). *Actorenanalyse*. Geraadpleegd op 11 februari, 2015, van <http://www.creatiefdenken.com/actorenanalyse.php>
- De Voogd, E., & Göebel, C. (2014, 3 september). *De gemeente online, van observant tot deelnemer [groeimodel]*. Geraadpleegd op 9 februari, 2015, van <http://www.frankwatching.com/archive/2014/09/03/de-gemeente-online-van-observant-tot-deelnemer-groeimodel/>
- Dilento Media Solutions. (z.j.). *Print Media*. Geraadpleegd op 30 april, 2015, van <http://www.dilento.nl/offlinecommunicatie/>
- Encyclo. (z.j.). *Definitie Benchmarking*. Geraadpleegd op 25 februari, 2015, op <http://www.encyclo.nl/2013/begrip/Benchmarking>
- Gemeente Laarbeek. (2012). *Wie is de gemeente Laarbeek?*. Geraadpleegd van https://simsite.laarbeek.nl/intranet/wie-is-de-gemeente-laarbeek_3707/
- Gemeente Laarbeek. (2013). *Toekomstvisie Laarbeek 2020*. Geraadpleegd van http://www.laarbeek.nl/bestuur-en-organisatie/toekomstvisie_3127/
- Gemeente Laarbeek. (2014). *Collegeprogramma 2014-2018*. Geraadpleegd van https://simsite.laarbeek.nl/intranet/collegeprogramma-2014-2018_41829/
- Gemeente Nijmegen. (2014, 25 april). *Onderzoek mediagebruik Nijmegenaren*. Geraadpleegd op 9 februari, 2015, van http://www2.nijmegen.nl/content/1568191/onderzoek_mediagebruik_nijmegenaren
- Google Trends. (z.j.). *Verkennen*. Geraadpleegd op 29 april, 2015, van <http://www.google.nl/trends/?hl=nl>
- Goossens, G., & Bouwkamp, J. (2011, 17 maart). *Social media stappenplan voor gemeenten*. Geraadpleegd op 9 februari, 2015, van <http://www.frankwatching.com/archive/2014/10/23/gemeenten-social-media-in-2014-van-clhttp://www.frankwatching.com/archive/2011/03/17/social-media-stappenplan-voor-gemeenten/axonneren-naar-converseren/>
- Grinten, J. van der, & Weijnand-Schut, H. (2014). *Mind the Gap - Stappenplan identiteit en imago* (3e ed.). Amsterdam, Nederland: Boom Lemma uitgevers.
- Habermehl, K. (2012, 9 oktober). *Hoe effectief is crossmediale marketing in de online wereld?* Geraadpleegd van <http://emarketingblog.nl/2012/10/hoe-effectief-is-crossmediale-marketing-in-de-online-wereld-best-practice-kyra-habermehl/>
- Hart, P. 't. (2014). *Ambtelijk Vakmanschap 3.0*. Geraadpleegd van http://www.nsob.nl/wp-content/uploads/NSOB_Essay_IKBOP_web-DEF.pdf
- Hartholt, S. (2015, 9 februari). *Gemeente laat kansen sociale media onbenut*. Geraadpleegd op 9 februari, 2015, van <http://www.binnenlandsbestuur.nl/sociale-media-onderbenut>
- Intermediair. (2013, 08 juni). *Ambtenaar 2.0: adaptief, creatief, online en sociaal vaardig*. Geraadpleegd op 22 april, 2015, van <http://www.intermediair.nl/vakgebieden/overheid/ambtenaar-20-adaptief-creatief-online-en-sociaal-vaardig>

- Kaap, G. van der. (2008). *Toegepast communicatieonderzoek* (2e ed.). Amsterdam, Nederland: Boom.
- Keuning, A. (2015, 4 februari). *Hoe moet de gemeente Amsterdam social media inzetten?* Geraadpleegd op 9 februari, 2015, van <http://www.marketingfacts.nl/berichten/hoe-moet-de-gemeente-amsterdam-social-media-inzetten>
- Kok, D. (2013). *Sociale gemeenten: de kracht van nieuwe media*. Delft, Nederland: Eburon.
- Kok, D. (z.j.). *David Kok*. Geraadpleegd op 11 maart, 2015, van <http://www.frankwatching.com/archive/author/david-kok/>
- Linden, P. van der. (2015, 31 maart). Communicatieprofessionals opgelet: dit zijn de trends van 2015 [onderzoek]. Geraadpleegd op 1 mei, 2015, van <http://www.logeion.nl/weblog/2015/03/31?weblog-postTitle=Communicatieprofessionals-opgelet-dit-zijn-de-trends-van-2015-onderzoek>
- Loeffen, N., Kok, D., & De Voogd, E. (2014, 23 oktober). *Gemeenten & social media in 2014: van claxonneren naar converseren*. Geraadpleegd op 9 februari, 2015, van <http://www.frankwatching.com/archive/2014/10/23/gemeenten-social-media-in-2014-van-claxonneren-naar-converseren/>
- Newcom Research & Consultancy B.V. (2015). *Nationale Social Media Onderzoek 2015*. Geraadpleegd van <http://www.newcom.nl/socialmedia2015>
- Os, R. van, Delisse, J., Derksen, M., & Jurriëns, J. (2013, 19 januari). *Het 7i Netwerkmodel – 7 kritische succesfactoren voor een 3.0 organisatie*. Geraadpleegd op 30 april, 2015, van https://www.han.nl/onderzoek/werkveld/projecten/7i-netwerkmodel/_attachments/het_7i_netwerkmodel_-_7_succesfactoren_3.0_organisatie.pdf
- Overtoom, R. (2014, 10 april). Digitalisering maakt de wereld persoonlijker. Geraadpleegd op 20 mei, 2015, van <http://digitaleoverheid.org/blog/10/04/2014/digitalisering-maakt-de-wereld-persoonlijker>
- ProDemos. (2012, 5 maart). Onderzoek ProDemos: Burgerparticipatie in gemeenten vooral taak van B&W. Geraadpleegd op 20 mei, 2015, van <http://www.prodemos.nl/Nieuws/Onderzoek-ProDemos-Burgerparticipatie-in-gemeenten-vooral-taak-van-B-W>
- Reynaert, I., & Dijkerman, D. (2012). *Basisboek crossmedia concepting* (2e ed.). Den Haag, Nederland: Boom Lemma.
- Ruler, B. van. (2005). *Communicatiemanagement*. Amsterdam, Nederland: Boom Lemma Uitgevers.
- Schreurs, E. J. (2011, 12 mei). *Masterthesis Bewonersparticipatie In De Netwerksamenleving En De Meerwaarde Van Sociale Media*. Geraadpleegd op 1 mei, 2015, van <http://www.slideshare.net/ejschreurs/masterthesis-bewonersparticipatie-in-de-netwerksamenleving-en-de-meerwaarde-van-sociale-media>
- Steen, M. van der, Peeters, R., & Twist, M. van. (2010). *De Boom en het Rizoom: Overheidssturing in een Netwerksamenleving*. Geraadpleegd van http://www.nsob.nl/wp-content/uploads/De_boom_en_het_rizoom.pdf
- Steen, M. van der, Twist, M. van, Schultz, M., & Peeters, R. (2011). *Beweging bestendigen: Over de dynamica van overheidssturing in het rizoom* (ISBN: 978-90-75297-16-4). Geraadpleegd van http://www.nsob.nl/wp-content/uploads/NSOB_rizoom_web.pdf
- Twist, M. van, & Steen, M. van der. (2012, 26 september). *Overheidssturing in een netwerksamenleving kan niet hiërarchisch*. Geraadpleegd op 29 april, 2015, van http://www.socialevraagstukken.nl/site/2012/09/26/overheidssturing-in-een-netwerksamenleving/#_edn1
- Verhoeven, N. (2014). *Wat is onderzoek? Praktijkboek voor gemeenten en technieken* (5e ed.). Den Haag, Nederland: Boom Lemma uitgevers.
- Wansink, H. (1998, 24 april). *De netwerkmaatschappij UITVOERIGE STUDIE VAN MANUEL CASTELLS OVER NIEUWE SAMENLEVING*. Geraadpleegd op <http://www.volkskrant.nl/dossier-archief/de-netwerkmaatschappij-uitvoerige-studie-van-manuel-castells-over-nieuwe-samenleving~a474001/>
- Zweekhorst, M. (z.j.). *Krachtenveldanalyse*. Geraadpleegd op 11 februari, 2015, van <http://gemeentecomunicatie.giraffevew.com/00000098f1143d402/index.html>

Bijlagen

- Bijlage 1: Advies II Middelenmix voor de huidige situatie van gemeente Laarbeek
- Bijlage 2: Basisstappen voor een succesvolle overgang naar ambtenaar 2.0 (basis advies I)
- Bijlage 3: Consequenties netwerksamenleving voor de overheidscommunicatie
- Bijlage 4: Organigram gemeente Laarbeek
- Bijlage 5: Steekproefberekeningen
- Bijlage 6: Begeleidende brief enquête inwoners
- Bijlage 7: Enquête “Communiceren met de gemeente”
- Bijlage 8: Enquêteresultaten inwoners (n=313)
- Bijlage 9: Interviewvragen David Kok
- Bijlage 10: Uitwerking interview David Kok
- Bijlage 11: Uitwerking gesprek Jan Sprengers, beleidsadviseur Milieu
- Bijlage 12: Interviewvragen andere gemeenten
- Bijlage 13: Uitwerking interview andere gemeenten
- Bijlage 14: Viciieuze cirkel
- Bijlage 15: Theoretische verkenning

Bijlage 1: Advies II Middelenmix voor de huidige situatie van gemeente Laarbeek

De vraag van gemeente Laarbeek omvatte in eerste instantie slechts de vraag om een nieuwe middelenmix te adviseren die aansloot bij de huidige behoeften van de inwoners. Deze vraag wordt in dit advies mede beantwoord om aan de wensen van de gemeente te voldoen en mede om het begin van de stap naar ambtenaar 2.0 te kunnen ontwikkelen. De geadviseerde middelenmix zal de eerste stap zijn naar het verbeteren van de huidige situatie, zodat de gemeente in een later stadium actief stappen kan zetten naar ambtenaar 2.0. In de onderstaande subparagrafen wordt de geadviseerde aanpak voor de middelenmix van gemeente Laarbeek verder uitgeschreven.

Crossmediale aanpak

Het belangrijkste inzicht voor een nieuwe middelenmix is dat de doelgroep van gemeente Laarbeek nog onvoldoende online actief en nog geen behoefte heeft aan online contact met de gemeente. Dit betekent voor de gemeente dat het op dit moment belangrijk is dat ze een crossmediale aanpak hanteren met een mix van offline en online communicatiemiddelen, want offline wordt op dit moment het meeste gebruikt door de doelgroep. Echter, het onderzoek wijst uit dat in de toekomst ook de inwoners van Laarbeek richting online zullen gaan. De gemeente maakt op dit moment al gebruik van een mix van offline en online. Volgens de gebruikte theorie en de gesproken specialisten is dit de effectiefste manier om te communiceren in de huidige samenleving. Online communicatie kan de offline communicatie versterken en vice versa. Volgens Van Berlo (2009) komt het in de huidige samenleving nog niet (vaak) voor dat een organisatie alleen gebruik maakt van een van de twee. Alleen offline wordt in de huidige online samenleving nauwelijks nog als effectief gezien, maar alleen online wordt ook niet als effectief gezien, omdat vaak niet de volledige doelgroep online te vinden is. Uiteraard zijn er wel verschillen in verhoudingen online – offline.

Online versus Offline

Wat betreft de vorige paragraaf, kijken de inwoners van gemeente Laarbeek een beetje af van het de inwoners van Nederland. Het overgrote deel van de respondenten geeft aan dat ze de huidige manier van communiceren van de gemeente wel prima vinden zo. De respondenten geven aan online nauwelijks te gebruiken en dit voornamelijk te zien als overbodig middel. Offline communicatie is voor de inwoners op dit moment de gewenste manier. Dit betekent, aansluitend op de vorige paragraaf, dat de verhouding online – offline voor gemeente Laarbeek voornamelijk gaat naar offline.

Toch is het belangrijk dat de gemeente wel online actief blijft, zodat de online vindbaarheid van de gemeente gewaarborgd blijft. De verwachting is namelijk dat de inwoners in de (nabije) toekomst wel behoefte krijgen in een online dialoog en samenwerking. Bovendien is het belangrijk dat de inwoners, wanneer ze online zoeken naar gemeente Laarbeek, kunnen zien dat de gemeente online actief is. Wanneer de inwoners de gemeente niet online kunnen vinden, zullen ze later niet snel nogmaals zoeken. Daarom dient de gemeente wel te monitoren wanneer het moment daar is dat inwoners online naar haar toe komen. Het is ook belangrijk te blijven monitoren of de gekozen online media nog wel de media zijn die de inwoners ook gebruiken, zie hiervoor de paragraaf “gewenste middelen”.

Verstuurfrequentie

De respondenten zijn het er, op een enkeling na, over eens dat ze het liefste alleen informatie ontvangen van de gemeente wanneer dit nodig is, dus niet via een vaste frequentie zoals wekelijks. De meeste communicatiemiddelen komen op dit moment wel met een vaste frequentie bij de inwoners, zo komen bijvoorbeeld de lokale kranten wekelijks. Toch geven de respondenten aan dat ze het liever hebben wanneer het nodig is. Het is begrijpelijk dat dit voor de kranten lastig is, omdat deze nu eenmaal wekelijks uitgegeven worden, maar een brief of Facebookbericht kan wel alleen uitgegeven worden wanneer er inderdaad wat belangrijks te melden is. Zo wordt voorkomen dat er berichten worden geplaatst om maar iets te plaatsen. Mensen raken daardoor hun interesse kwijt en gaan hier een negatief beeld bij vormen.

Gewenste informatie

De respondenten hebben in de enquête ook aangegeven welke informatie zij willen ontvangen van de gemeente. De meeste respondenten hebben aangegeven voornamelijk de afvalkalender en bijbehorende

informatie te willen ontvangen. Algemene gemeentelijke informatie is de tweede meest gekozen optie. Daarnaast zijn de meeste respondenten geïnteresseerd in informatie over wijzigingen in het verkeer en de openingstijden van het gemeentehuis. De overige onderwerpen zijn ook gekozen door een minder percentage van de respondenten. In de onderstaande tabel staan de onderwerpen op volgorde van meest gekozen naar minder. Naast het informatietype staan de geadviseerde, geschikte middelen die eveneens gekozen zijn door de respondenten.

Informatietype	Geadviseerd middel
1. Informatie over het (ophalen van) afval	Gemeentegids, website, Facebook
2. Algemene gemeentelijke informatie	MooiLaarbeekkrant, website
3. Omleidingen verkeer	MooiLaarbeekkrant, website, Facebook, Twitter
4. Gewijzigde openingstijden gemeentehuis	MooiLaarbeekkrant, website, Facebook, Twitter
5. (verkeers)veiligheid	MooiLaarbeekkrant, website, Facebook, Twitter
6. Meldingen uit openbare ruimte	MooiLaarbeekkrant, website
7. Verordeningen en beleidsregels	MooiLaarbeekkrant, website
8. Verleende vergunningen	MooiLaarbeekkrant, website
9. Subsidies	MooiLaarbeekkrant, website
10. Aankondiging vergadering/bijeenkomst	MooiLaarbeekkrant, website, Facebook, Twitter
11. Overig	MooiLaarbeekkrant, website, Facebook, Twitter

Tabel 2 | In deze tabel zijn de gewenste informatiebronnen op rang genoemd en daarnaast is het gewenste middel genoteerd die geadviseerd wordt voor dat informatietype te gebruiken.

Gewenste middelen versus huidige middelen

In de vorige paragraaf zijn al enkele middelen genoemd die de respondenten gekozen hebben voor de toekomst. De meeste respondenten geven aan dat ze het eigenlijk wel prima vinden zoals het nu is. Offline wordt op dit moment meer gebruikt dan online en online wordt op dit moment voornamelijk gezien als overbodig. Toch is het verstandig om online te blijven gebruiken en de trends hierin te blijven volgen. Op dit moment gebruikt gemeente Laarbeek Twitter, maar dit kan binnen enkele jaren te ver in populariteit gedaald zijn en zijn overgenomen door Google+. Dan kan de gemeente haar inwoners via Google+ proberen te bereiken. In onderstaande tabel staan de huidige middelen en de middelen die de respondenten wensen voor de toekomst.

Huidige communicatiemiddelen	In de toekomst gewenst / overbodig
Gemeentegids	In de toekomst gewenst, maar wordt voornamelijk gebruikt als naslagwerk
Gemeenterubriek in De Laarbeeker	In de toekomst gewenst, maar kan samengevoegd met de MooiLaarbeekkrant
Gemeenterubriek in De MooiLaarbeekkrant	In de toekomst gewenst, men ziet graag de Laarbeeker opgenomen worden in deze krant
Website	In de toekomst gewenst, maar de nieuwe website zal beter aanslaan gezien de opmerkingen
Twitter	Overbodig, maar kan in de toekomst veranderen. Echter, kan dit middel ook vervangen worden
Facebook	Overbodig, maar kan in de toekomst veranderen. Verwacht wordt in de toekomst populair(der)
Bijeenkomsten	Overbodig, want wordt op dit moment nauwelijks gebruik van gemaakt en men heeft er op dit moment (nog) geen behoefte aan

Tabel 3 | In deze tabel zijn de huidige middelen weergegeven en het advies voor de toekomst. Enkele middelen kunnen samengevoegd worden en andere middelen zijn overbodig. Voor enkele middelen is de verwachting in de toekomst beter.

Matrix nieuwe middelmix

In onderstaande matrix staat het advies voor de nieuwe middelmix samengevoegd uitgewerkt. Hierin staan de geadviseerde middelen met de geschikte frequentie en informatie. Daarnaast is de toekomstverwachting genoemd. Er dient dus regelmatig gemonitord te worden of de huidige situatie nog geschikt is en of er wijzigingen doorgevoerd moeten worden.

Geadviseerd middel	Frequentie	Informatie	Toekomst
Gemeentegids	Jaarlijks	- Adressenlijst - Afvalinformatie - Algemene gemeentelijke informatie	Veranderlijk. Samenleving wordt online.
MooiLaarbeekkrant	Wekelijks	- Algemene gemeentelijke informatie - Omleidingen verkeer - Gewijzigde openingstijden gemeentehuis - (verkeers)veiligheid - Meldingen uit openbare ruimte - Verordeningen en beleidsregels - Verleende vergunningen - Subsidies - Aankondiging vergadering/bijeenkomst - Overig	Veranderlijk. Samenleving wordt online. Toch zal naar verwachting altijd een gedeelte van de bevolking de krant blijven gebruiken.
Website	Wanneer nodig	- Algemene gemeentelijke informatie - Omleidingen verkeer - Gewijzigde openingstijden gemeentehuis - (verkeers)veiligheid - Meldingen uit openbare ruimte - Verordeningen en beleidsregels - Verleende vergunningen - Subsidies - Aankondiging vergadering/bijeenkomst - Overig	Samenleving wordt online. De website wordt dus steeds belangrijker. Er dient dus gemonitord te worden of het nog aansluit bij de wensen van de inwoners.
Facebook	Wanneer nodig	- Afvalinformatie - Omleidingen verkeer - Gewijzigde openingstijden gemeentehuis - (verkeers)veiligheid - Aankondiging vergadering/bijeenkomst - Overig	Op dit moment niet nodig, maar in de toekomst wordt verwacht van wel.
Twitter	Wanneer nodig	- Omleidingen verkeer - Gewijzigde openingstijden gemeentehuis - (verkeers)veiligheid - Aankondiging vergadering/bijeenkomst - Overig	Op dit moment niet nodig, maar in de toekomst wordt verwacht van wel. Echter, tegen die tijd kan Google+ Twitter overgenomen hebben.

Tabel 4 | In deze matrix staat het advies voor de nieuwe middelmix samengevoegd uitgewerkt. Hierin staan de geadviseerde middelen met de geschikte frequentie en informatie. Daarnaast is de toekomstverwachting genoemd.

Bijlage 2: Basisstappen voor een succesvolle overgang naar ambtenaar 2.0 (basis advies I)

Stap 1: laat zien dat de gemeente verantwoordelijkheid neemt voor het verleden

Een van de belangrijkste redenen voor de mening van de respondenten was dat ze vinden dat de gemeente onvoldoende verantwoordelijkheid zichtbaar maakt aan de inwoners voor wat er in het verleden is gebeurd. De inwoners lopen hierover rond met onbegrip en onvrede. Om succesvol te kunnen groeien naar ambtenaar 2.0, zal gemeente Laarbeek hier eerst verbetering in moeten tonen. Dit is de eerste stap naar een open en transparante gemeente. Op dit moment vinden de respondenten namelijk dat de gemeente alleen openheid en transparantie toont in goede tijden, maar in mindere tijden niet of onvoldoende. Wanneer de gemeente zichtbaar maakt dat en hoe zij verantwoordelijkheid neemt voor het verleden, zullen de inwoners deze periode ook af kunnen sluiten. Dit is een van de belangrijkste stappen voor gemeente Laarbeek voordat zij in de toekomst de stap kan zetten richting een succesvol ambtenaar 2.0, omdat de gemeente op dit moment niet gezien wordt als betrouwbare samenwerkingspartner.

Stap 2: laat de inwoners zien dat de gemeente intern verbeterd is

De inwoners geven op dit moment aan dat de gemeente onvoldoende toont wat er intern veranderd is om herhalingen van het verleden te voorkomen en weer optimaal te functioneren en intern samen te werken. De gemeente dient dus ook in dit opzicht openheid en transparantie te tonen richting de inwoners over de interne veranderingen die zullen leiden tot verbetering van het intern functioneren. Bij gemeente Laarbeek zijn discretie en vertrouwen intern belangrijke kernwaarden. Toch werkt dit in de huidige samenleving niet meer en kan het openstellen en transparantie tonen zorgen voor wederzijds begrip.

Stap 3: bewijs dat de gemeente een betrouwbare, open samenwerkingspartner is

Ambtenaar 2.0 staat voor openheid, transparantie en het samenwerken met netwerken. Samenwerkingen komen pas tot stand wanneer beide partijen daarvoor openstaan. Hiervoor is het nodig dat er onderling bewezen wordt dat de partijen betrouwbare samenwerkingspartners zijn. Deze stap kan het beste, samen met stap 1 en 2, gedaan worden via persoonlijke communicatie; denk daarbij aan een praatgroep, informatiebijeenkomst of open dag. Deze stappen vragen namelijk om het tonen van de persoonlijke kant van de gemeente, hierdoor is schriftelijke communicatie niet geschikt. Schriftelijke communicatie kan leiden tot interpretatiefouten en komt onpersoonlijk over. Dit is niet geschikt voor deze situatie, omdat de inwoners juist vragen om het tonen van de persoon achter de gemeente. De gemeente moet de inwoners laten zien dat de samenwerkingsprojecten succesverhalen zijn. Dat wekt bij de inwoners nieuw vertrouwen. Dit nieuwe vertrouwen zorgt ervoor dat de inwoners vaker en sneller actief bij gaan dragen.

Stap 4: monitor behoeften van inwoners regelmatig

Als de inwoners het verleden los hebben gelaten, dan kan de gemeente starten met het actief stappen zetten richting ambtenaar 2.0. Echter, de gemeente kan deze stappen pas zetten als de inwoners inmiddels die behoefte hebben gekregen. Daarom is het belangrijk dat de gemeente eerst gaat monitoren waar de behoeften van de inwoners liggen omtrent ambtenaar 2.0 (dialogiseren en samenwerken). Zodra de inwoners aangeven dat de behoefte er is, dan pas kan de gemeente succesvolle stappen gaan zetten. De gemeente moet immers groeien om effectiever te kunnen functioneren voor de inwoners. Wanneer de inwoners hier dus nog geen behoefte aan hebben, is het voor de gemeente nog niet noodzakelijk wel al deze stappen te zetten. Het alsnog zetten van de stappen kan zorgen voor ontevredenheid en onbegrip bij de inwoners en dit moet voorkomen worden.

Stap 5: groei mee met de behoeften van de inwoners

Zodra de inwoners aangeven dat hun behoeften ten opzichte van hun huidige behoeften (die blijken uit het enquêteonderzoek) veranderd zijn, dan is het belangrijk dat de gemeente in die behoeften meegroeit. De verandering in behoeften van de samenleving heeft er bijvoorbeeld voor gezorgd dat de klassieke ambtenaar (1.0) geëvolueerd is naar de huidige ambtenaar 2.0. De inwoners zijn de belangrijkste doelgroep voor een gemeente. Wanneer een gemeente niet voldoet aan de behoeften en de vragen van de inwoners, ontstaat er onbegrip en onvrede bij de inwoners. Ontevreden inwoners kunnen uiteindelijk naar een andere gemeente verhuizen. Dit is terug te zien in de opmerkingen van de respondenten. Een respondent heeft aangegeven te gaan verhuizen wanneer er in de gemeente niets verandert. Dit is een teken dat de behoeften van deze respondenten anders zijn dan wat de gemeente levert.

Daarom is het belangrijk dat er continu gemonitord wordt, door middel van gesprekken of enquêtes, wat de behoeften van de inwoners zijn en in hoeverre de gemeente hierbij aansluit.

Stap 6: van beslissende rol naar ondersteunende rol

Gemeente Boxtel geeft in het interview een belangrijk antwoord: gemeente Boxtel heeft een ondersteunende rol aangenomen en heeft de beslissende rol overgedragen aan de inwoners. Gemeente Boxtel biedt alleen haar kennis en netwerk aan in het proces en zorgt vervolgens voor de uitvoering. Het beslissingen maken en het brainstormen wordt allemaal vanuit de inwoners, bedrijven en verenigingen gedaan. Deze stap terug zetten is voor gemeenten lastig, omdat ze altijd de beslissende rol gehad hebben. De respondenten geven ook aan dat ze vinden dat de gemeente wel het idee wekt dat de inwoners een beslissende rol hebben, maar dat de gemeente vervolgens toch de beslissingen verandert naar eigen beslissingen. De respondenten hebben op dit moment dus het gevoel dat de gemeente nog altijd de beslissende rol aanhoudt. Om succesvol gebruik te maken van ambtenaar 2.0 zal gemeente Laarbeek toch op den duur mee moeten groeien en de stap naar een ondersteunende rol moeten zetten. Dit is op dit moment hebben de inwoners nog geen behoefte hebben aan een samenwerking, maar dit zal toenemen wanneer zij zien dat de gemeente al samenwerkingsmogelijkheden biedt en dat dit leidt tot de gewenste resultaten van de meewerkende inwoners. De inwoners moeten door de content die de gemeente plaatst het gevoel krijgen dat een samenwerking loont. Bijvoorbeeld: het tonen van de resultaten van de speeltuintjes in Mariahout, laat zien dat de inwoners samen meer hebben kunnen bereiken dan de gemeente alleen. Deze voorbeelden zijn belangrijk om te tonen, want dat motiveert andere inwoners om ook hun steentje bij te dragen bij onderwerpen die zij belangrijk vinden. De gemeente kan dus in de loop van de tijd deze stap nemen, als zij de inwoners kan enthousiasmeren voor een samenwerking en het gevoel kan geven dat hun mening telt.

Stap 7: van verticale naar horizontale hiërarchie

Deze stap sluit nauw aan bij de vorige stap. Kok geeft aan in het interview dat ook dit een lastige stap is voor gemeenten. Gemeenten werken vanuit een verticale hiërarchie, omdat ook gemeenten gestuurd worden door hogere hand (de Kamer). Toch is het belangrijk dat gemeenten een horizontale hiërarchie hanteert richting de inwoners. De huidige netwerksamenleving functioneert door middel van een horizontale hiërarchie zonder centraal punt. Om als gemeente dus te functioneren in deze samenleving, moet ook deze passen in de horizontale hiërarchie. Intern kan het zijn dat er een verticale hiërarchie blijft, omdat dit in veel gevallen bij gemeenten niet anders kan. Dit is geen probleem zolang de gemeente extern een horizontale hiërarchie hanteert; niet alleen voor de inwoners, maar ook voor de overige samenwerkingspartners. Op vrijdag 22 mei was er een lezing van Carl Rohde op Fontys Hogeschool Eindhoven in gebouw R5. Rohde is een trendwatcher. Hij gaf in zijn lezing aan dat de grootste trend op dit moment is dat de wereld plat is geworden. Hiermee doelt hij op de horizontalisering van de wereld. Iedereen wordt gelijk, concurreert en werkt samen met elkaar. Een verticale hiërarchie is volgens Rohde niet meer van toepassing in de huidige wereld. Dit is niet alleen nationaal merkbaar, maar ook internationaal. In zijn lezing gaf hij aan dat het als individu en als organisatie belangrijk is om mee te groeien, want anders kan er niet meer in de huidige wereld gefunctioneerd worden.

Stap 8: groei mee met de (technische) ontwikkelingen

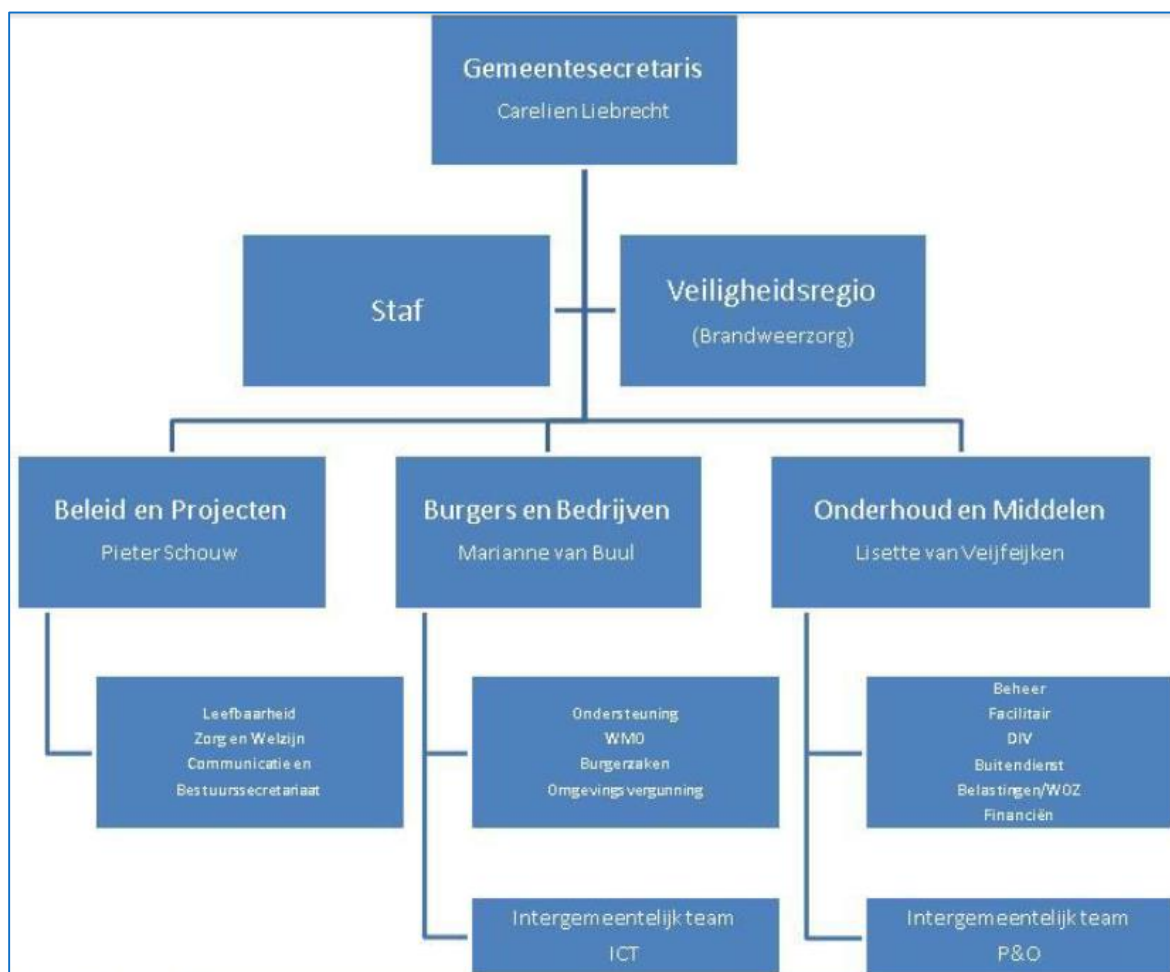
Als laatste is het belangrijk om mee te groeien met de (technische) ontwikkelingen. Dit is een van de kenmerken van een succesvol ambtenaar 2.0. Het "2.0" staat namelijk voor een evolutie op een eerdere vorm. Een evolutie is alleen mogelijk als er veranderingen optreden door ontwikkelingen en innovaties in de samenleving. Niet alleen voor ambtenaar 2.0 is dit belangrijk, maar ook als de gemeente in een nog later stadium wil groeien naar ambtenaar 3.0. Het meegroeien met (technische) ontwikkelingen is om dezelfde reden van belang als het meegroeien met de behoeften van de inwoners. De (technische) ontwikkelingen ontstaan namelijk door de veranderingen in behoeften van de samenleving. Het monitoren en reageren op deze ontwikkelingen, zegt dus eveneens veel over de veranderingen in behoeften van de samenleving en dus ook de inwoners van de gemeente. Het monitoren van trends en ontwikkelingen kan door het volgen van trendwatchers en trendwebsites als www.frankwatching.com. Op deze website verschijnen dagelijks artikelen over de trends die geschreven zijn door trendwatchers en andere communicatieprofessionals.

Een van de belangrijkste (technische) ontwikkelingen op dit moment is de “online-wereld”. Steeds vaker en steeds sneller verschuift alles van offline naar online. Online maakt bovendien vele taken makkelijker. Toch wordt online door de respondenten gezien als een manier om informatie te zoeken en voor privégebruik. De respondenten zien op dit moment niet de behoefte om een dialoog en samenwerking aan te gaan met de gemeente via online mediakanalen. Echter, dat dit op dit moment nog niet is, wil niet zeggen dat dit nog niet komt. Kok geeft in het interview aan dat ontwikkelingen alleen maar vooruit gaan. Dit betekent dat de inwoners in de (nabije) toekomst deze behoefte waarschijnlijk wel gaan ontwikkelen en dat de gemeente er dan op in moet gaan spelen.

Bijlage 3: Consequenties netwerksamenleving voor de overheidscommunicatie

Typing van het maatschappelijk rizoom	Complicerende consequenties voor overheidssturing	Concreet voorbeeld op EL&I terrein
Verbinding: alles is met alles verbonden	Ongrijpbaarheid door verschuiven en verplaatsen van beleidsproblemen na overheidsinterventies	Waterbedeffecten bij het sluiten van illegale downloadwebsites
Heterogeniteit: er is geen ‘essentie’	Onbestemdheid door gebrek aan eenduidige uitkomsten van maatschappelijke ontwikkeling	De voorwaarden voor innovatie zijn ook de voorwaarden voor nieuwe vormen van criminaliteit (b.v. cybercrime)
Veelheid: er is geen leider of onbetwist aanspreekpunt	Onbepaaldheid door het ontbreken van vertegenwoordigers, die gezaghebbend namens een achterban spreken	Partijen onttrekken zich aan standaardisering, convenanten of afspraken
Niet-betekenisdragende breuk: ontwikkelingen woekeren voort en vinden nieuwe wegen en uitingsvormen	Onbeheersbaarheid door reacties van beleidsobjecten op eventuele sturingsimpulsen	Voortwoekeren piraterij bij bestrijding van ‘peer to peer’ netwerken
Cartografie: meervoudige betekenisgeving	Onbegrensdsheid van betekenissen en interpretaties van de werkelijkheid	Beleidsdefinities van problemen worden niet gedeeld door de beleidsobjecten (b.v. toezicht is een last voor bedrijven, maar een noodzaak voor overheden)
Kopieertechniek: geen reproductie van origineel model	Onvoorspelbaarheid door onverwachte verknoping en nieuwe verbindingen; emergentie in plaats van planning	Het ‘toevallige’ karakter van innovatie en toepassing, bijvoorbeeld bij beschikbaar maken ‘open data’

Bijlage 4: Organigram gemeente Laarbeek



Bijlage 5: Steekproefberekeningen

Om de steekproef te berekenen is de formule gebruikt voor een eindige populatie, het gaat namelijk om de populatie van 21.933 inwoners van gemeente Laarbeek. Dit resulteert in onderstaande formule:

$$n = \frac{N \cdot z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{z^2 \cdot p \cdot (1-p) + (N-1) \cdot f^2}$$

n = steekproefgrootte

N = populatiegrootte (21.933)

z = betrouwbaarheid (90% = 1,645)

f = foutmarge (5% = 0,05)

In het blauwe kader staat de legenda voor deze formule. De steekproefgrootte wordt uitgerekend aan de hand van die factoren. Ingevuld voor een 90% betrouwbaar onderzoek geeft dit:

Stap 1:

$$n = \frac{21\,933 \cdot 1,645^2 \cdot 0,5 \cdot (1-0,5)}{1,645^2 \cdot 0,5 \cdot (1-0,5) + (21\,933-1) \cdot 0,05^2}$$

Stap 2:

$$n = \frac{14\,837,8115812}{55,50650625}$$

Stap 3:

$$n = 268$$

Bijlage 6: Begeleidende brief enquête inwoners

<Aanhef> <Voorletters> <Naam>

<Adres> <Huisnummer> <Toevoeging>

<Postcode> <Plaats>

datum:	08 april 2015	uw brief:	-	bijlage(n):	enquête
verzonden op:	08 april 2015	zaaknummer:	-		
onderwerp:	afstudeeronderzoek	afschrift:	-		
behandeld door:	Mw. M. van Kasteel	ons kenmerk:	-		

Geachte <Aanhef_2> <Naam>,

Hoe zou u willen dat de gemeente met u communiceert? En wat voor informatie wilt u dan ontvangen? Wilt u graag uw vragen kunnen stellen via sociale media? Of wilt u een dialoog aangaan over belangrijke onderwerpen, zoals milieu en veiligheid? Om de dienstverlening van de gemeente Laarbeek te verbeteren, ga ik, Maxime van Kasteel, mijn afstudeeronderzoek doen naar hoe deze gemeente het beste kan communiceren met haar inwoners.

Waarom deelnemen?

Door deel te nemen aan deze enquête, kunt u uw mening laten horen. Daarmee krijgt de gemeente een beter beeld van wat u aan informatie en communicatie nodig heeft. Zou u bijgeleverde enquête daarom zo volledig mogelijk in willen vullen? Het invullen van de enquête duurt ongeveer 5 tot 10 minuten.

Retourneren

U kunt de ingevulde enquête terugsturen in de bijgeleverde antwoordenvelop. Hiervoor is geen postzegel nodig. Wilt u de ingevulde enquête uiterlijk 1 mei a.s. retourneren? Wilt u de enquête liever digitaal invullen? Dat kan! Ga dan naar www.tinyurl.com/laarbeekenquete en beantwoord daar de vragen. Met vriendelijke groeten,

Prijs

De enquête is volledig anoniem, maar als u uw contactgegevens vermeldt onderaan de enquête maakt u kans op **1 van de 3 VVV-bonnen ter waarde van €20,-**. Uw gegevens worden niet aan derden verstrekt, maar alleen gebruikt om de winnaars te kunnen benaderen.



M. van Kasteel
Team Communicatie

Bijlage 7: Enquête “communiceren met de gemeente”

Waar woont u?

- ☐ Aarle-Rixtel
- ☐ Beek en Donk
- ☐ Lieshout
- ☐ Mariahout

Wat is uw leeftijd?

- ☐ van 16 jaar tot en met 19 jaar
- ☐ van 20 jaar tot en met 29 jaar
- ☐ van 30 jaar tot en met 39 jaar
- ☐ van 40 jaar tot en met 49 jaar
- ☐ van 50 jaar tot en met 59 jaar
- ☐ 60 jaar en ouder

Wat is uw geslacht?

- ☐ Man
- ☐ Vrouw

1. Hoe blijft u op dit moment op de hoogte van de gang van zaken in de gemeente? U kunt meerdere antwoorden aankruisen.

- ☐ Gemeentegids
- ☐ De Laarbeeker
- ☐ De MooiLaarbeekkrant
- ☐ Website (www.laarbeek.nl)
- ☐ Eindhovens Dagblad
- ☐ Facebook
- ☐ Twitter
- ☐ Bijeenkomsten, zoals raadsvergaderingen
- ☐ Anders, namelijk _____

2. Gebruikt u het internet en zo ja, waarvoor? U kunt meerdere antwoorden aankruisen.

- ☐ Gebruik ik niet (*ga door naar vraag 10*)
- ☐ Voor zakelijke doeleinden
- ☐ Contact houden met vrienden of kennissen
- ☐ Om informatie op te zoeken
- ☐ Voor amusement, bijvoorbeeld meedoen met acties of spelletjes doen.
- ☐ Op de hoogte blijven van nieuws

3. Gebruikt u het internet ook buiten uw eigen woning? Zoals op vakantie, onderweg of bij vrienden.

- ☐ Ja
- ☐ Nee

4. Gebruikt u momenteel sociale media (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google+, e.d.)?

- ☐ Ja, zakelijk (*ga door naar vraag 7*)
- ☐ Ja, privé (*ga door naar vraag 7*)
- ☐ Ja, zakelijk en privé (*ga door naar vraag 7*)
- ☐ Nee

5. Bent u bereid om gebruik te maken van sociale media, als u op deze manier beter contact kunt hebben met de gemeente?

- ☐ Ja (*ga door naar vraag 7*)
- ☐ Ik heb daar nog mijn twijfels over (*ga door naar vraag 7*)
- ☐ Liever niet, alleen als het niet anders kan
- ☐ Absoluut niet, zelfs niet als het niet anders kan

6. Waarom wilt u sociale media niet gebruiken?

7. Als u wel sociale media gebruikt, welke gebruikt u dan en hoe vaak?

	Dagelijks	Vaker dan 4 keer per week	2-4 keer per week	1 keer per week	Nooit
Facebook	☐	☐	☐	☐	☐
Twitter	☐	☐	☐	☐	☐
YouTube	☐	☐	☐	☐	☐
LinkedIn	☐	☐	☐	☐	☐
Google+	☐	☐	☐	☐	☐
Pinterest	☐	☐	☐	☐	☐
Instagram	☐	☐	☐	☐	☐
Flickr	☐	☐	☐	☐	☐
Snapchat	☐	☐	☐	☐	☐
Blogwebsites	☐	☐	☐	☐	☐
Anders, namelijk _____					

8. Volgt u gemeente Laarbeek al op Facebook (Gemeente Laarbeek) en/of Twitter (@Laarbeeknieuws)?

- ☐ Ja, op _____ omdat _____
- ☐ Nee, omdat _____ (ga door naar vraag 10)

9. Vindt u dat gemeente Laarbeek goed gebruik maakt van Facebook en Twitter? Geef alstublieft ook aan waarom wel/niet.

10. Hoe wilt u graag op de hoogte blijven van de gang van zaken in de gemeente? U kunt meerdere antwoorden aankruisen.

- | | |
|--|---|
| ☐ Zoals ik bij vraag 1 heb aangekruist | ☐ Website (www.laarbeek.nl) |
| ☐ Gemeentegids | ☐ Facebook |
| ☐ Gemeenterubriek in De Laarbeeker | ☐ Twitter |
| ☐ Gemeenterubriek in De MooiLaarbeekkrant | ☐ Bijeenkomsten, zoals raadsvergaderingen |
| ☐ Een digitale nieuwsbrief | ☐ Anders, namelijk _____ |

11. Welke communicatiemiddelen vindt u overbodig? U kunt meerdere antwoorden aankruisen.

- | | |
|---|--|
| ☐ Gemeentegids | ☐ Twitter |
| ☐ Gemeenterubriek in De Laarbeeker | ☐ Facebook |
| ☐ Gemeenterubriek in De MooiLaarbeekkrant | ☐ Bijeenkomsten, zoals raadsvergaderingen |
| ☐ Website (www.laarbeek.nl) | ☐ Ik vind niks overbodig |
| ☐ Anders, namelijk _____ | |

12. Welke informatie ontvangt u graag van de gemeente? Meerdere antwoorden mogelijk.

- | | |
|---|--|
| ☐ Meldingen uit openbare ruimte | ☐ Algemene gemeentelijke informatie |
| ☐ Omleidingen verkeer | ☐ (verkeers)veiligheid |
| ☐ Verleende vergunningen | ☐ Aankondiging vergadering/bijeenkomst |
| ☐ Gewijzigde openingstijden gemeentehuis | ☐ Informatie over het ophalen van afval |
| ☐ Subsidies | ☐ Anders, namelijk: _____ |
| ☐ Verordeningen en beleidsregels | ☐ Geen van deze onderwerpen |

13. Op welke manier wilt u communiceren met de gemeente?

- ☐ Ik wil alleen informatie uit vraag 12 ontvangen en dan zelf bepalen wat ik ermee doe
- ☐ Ik wil de informatie uit vraag 12 ontvangen, maar ook mijn mening hierover geven
- ☐ Ik wil over alle kwesties die mijzelf aangaan (mee)praten met de gemeente en zoveel mogelijk gehoord worden
- ☐ Ik wil over alle kwesties die mijzelf en mijn omgeving aangaan (mee)praten met de gemeente en zoveel mogelijk gehoord worden

14. Wilt u graag samenwerken met de gemeente over belangrijke onderwerpen? Zo ja, bij welke onderwerpen en wat zou u dan graag doen?

15. Kent u of werkt u mee aan burger- en buurtinitiatieven zoals gezamenlijke schoonmaak en/of buurtpreventie? Zo ja, welke dan?

16. Hoe vaak wilt u informatie ontvangen van de gemeente?

- ☐ Wanneer het nodig is
- ☐ Jaarlijks, door middel van de gemeentegids
- ☐ Dagelijks
- ☐ Anders, namelijk _____
- ☐ Wekelijks

**17. Geeft u alstublieft aan in hoeverre u tevreden bent over onderstaande onderwerpen.
1 = zeer ontevreden, 3 = neutraal, en 5 = zeer tevreden.**

Stelling	1	2	3	4	5
Gemeente Laarbeek heeft een open houding naar haar inwoners. Ze geeft genoeg informatie, zodat ik weet wat er speelt binnen de gemeente.	☐	☐	☐	☐	☐
Gemeente Laarbeek houdt haar inwoners ook op de hoogte van dingen die minder goed gaan. Ik kan op deze manier meedenken over oplossingen en verbeteringen.	☐	☐	☐	☐	☐
Gemeente Laarbeek gaat in gesprek met haar inwoners. Ik heb het gevoel dat ik echt kan praten met de gemeente en dat ik gehoord word. Het tijdperk van informatie ontvangen is voorbij, ik kan nu ook echt terugpraten.	☐	☐	☐	☐	☐
Gemeente Laarbeek probeert een relatie op te bouwen met haar inwoners. Ik word voldoende betrokken bij de gemeente en ik heb het gevoel dat ik een bijdrage lever.	☐	☐	☐	☐	☐
Gemeente Laarbeek biedt haar inwoners voldoende mogelijkheden om samen te werken aan belangrijke onderwerpen. Ik kan op deze manier mijn steentje bijdrage aan de onderwerpen die ik belangrijk vind.	☐	☐	☐	☐	☐
Gemeente Laarbeek geeft inwoners de ruimte om nieuws door te vertellen. Ik heb het gevoel dat ik het nieuws dat ik van hen ontvang kan herschrijven en delen met mijn eigen netwerk. Ook kan ik nieuws wat ik ergens anders ontvang delen met de gemeente om hen op de hoogte te brengen.	☐	☐	☐	☐	☐

18. Geeft u ten slotte uw mening over onderstaande stellingen.

Stelling	Zeer oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Zeer eens
De hoeveelheid informatie en hoe vaak ik die ontvang van de gemeente vind ik goed.	☐	☐	☐	☐	☐
De gemeente groeit mee met ontwikkelingen en trends qua informatievoorziening.	☐	☐	☐	☐	☐
Ik vind het goed dat de gemeente de website en sociale media inzet.	☐	☐	☐	☐	☐
Ik zou sociale media gebruiken om een dialoog aan te gaan met de gemeente.	☐	☐	☐	☐	☐
Ik gebruik liever sociale media dan de telefoon om mijn vragen en klachten bij de gemeente te melden.	☐	☐	☐	☐	☐
Ik gebruik liever online manieren om op de hoogte te blijven van de gang van zaken in de gemeente dan bijvoorbeeld kranten.	☐	☐	☐	☐	☐
Ik lees liever de gemeentelijke publicaties in de papieren kranten.	☐	☐	☐	☐	☐
Ik vind dat de gemeente meer leuke nieuwtjes zou moeten plaatsen.	☐	☐	☐	☐	☐
Ik wil vaker samenwerken en meer interactie met de gemeente.	☐	☐	☐	☐	☐

Indien u nog opmerkingen, tips of toelichtingen heeft, dan ontvang ik die graag:

Bedankt voor uw medewerking!

Vul hier uw gegevens in als u kans wilt maken op 1 van de 3 VVV-bonnen ter waarde van €20,-

Naam:

Adres:

Telefoonnummer: E-mail:

Bijlage 8: Enquêteresultaten inwoners (n = 313)

Waar woont u?

- ☐ Aarle-Rixtel (21,86%)
- ☐ Beek en Donk (54,34%)
- ☐ Lieshout (17,68%)
- ☐ Mariahout (6,11%)

Wat is uw leeftijd?

- ☐ van 16 jaar tot en met 19 jaar (10,61%)
- ☐ van 20 jaar tot en met 29 jaar (12,22%)
- ☐ van 30 jaar tot en met 39 jaar (16,08%)
- ☐ van 40 jaar tot en met 49 jaar (14,47%)
- ☐ van 50 jaar tot en met 59 jaar (19,61%)
- ☐ 60 jaar en ouder (27,01%)

Wat is uw geslacht?

- ☐ Man (38,59%)
- ☐ Vrouw (61,41%)

1. Hoe blijft u op dit moment op de hoogte van de gang van zaken in de gemeente? U kunt meerdere antwoorden aankruisen.

- | | |
|--|---|
| ☐ Gemeentegids (42,77%) | ☐ Facebook (11,58%) |
| ☐ De Laarbeeker (55,31%) | ☐ Twitter (1,93%) |
| ☐ De MooiLaarbeekkrant (85,21%) | ☐ Bijeenkomsten (1,61 %) |
| ☐ Website (www.laarbeek.nl) (27,97%) | ☐ Anders (9,00%) |
| ☐ Eindhovens Dagblad (38,91%) | - wmo vergaderingen (2) |
| | - niet (10) |
| | - omgeving/familie/(mantel)zorg (12) |
| | - post (1) |
| | - radio kontakt (2) |
| | - seniorenraad (1) |

2. Gebruikt u het internet en zo ja, waarvoor? U kunt meerdere antwoorden aankruisen.

- ☐ Gebruik ik niet (ga door naar vraag 10) (9,65%)
- ☐ Voor zakelijke doeleinden (47,59%)
- ☐ Contact houden met vrienden of kennissen (68,49%)
- ☐ Om informatie op te zoeken (84,57%)
- ☐ Voor amusement, bijvoorbeeld meedoen met acties of spelletjes doen. (38,59%)
- ☐ Op de hoogte blijven van nieuws (58,20%)

3. Gebruikt u het internet ook buiten uw eigen woning? Zoals op vakantie, onderweg of bij vrienden.

- ☐ Ja (73,23%)
- ☐ Nee (26,77%)

4. Gebruikt u momenteel sociale media (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google+, e.d.)?

- ☐ Ja, zakelijk (ga door naar vraag 7) (3,85%)
- ☐ Ja, privé (ga door naar vraag 7) (41,99%)
- ☐ Ja, zakelijk en privé (ga door naar vraag 7) (21,79%)
- ☐ Nee (32,37%)

5. Bent u bereid om gebruik te maken van sociale media, als u op deze manier beter contact kunt hebben met de gemeente?

- ☐ Ja (ga door naar vraag 7) (21,33%)
- ☐ Ik heb daar nog mijn twijfels over (ga door naar vraag 7) (17,33%)
- ☐ Liever niet, alleen als het niet anders kan (26,67%)
- ☐ Absoluut niet, zelfs niet als het niet anders kan (34,76%)

6. Waarom wilt u sociale media niet gebruiken?

- onzin (5) - zonde van de tijd/kost teveel tijd (10) - leeftijd/ouderdom (5) - moeilijk/snel (9) - identiteitsfraude/onveilig/privacy (11) - ik heb er niks mee/geen behoefte aan (13) - het heeft geen meerwaarde (3)	- geen internet/geen computer (25) - on sociaal/geen persoonlijk contact (5) - sociale media zijn voor privégebruik (2) - het is leuker en fijner op papier (1) - als <u>extra</u> wel, maar niet ter vervanging (1) - andere infobronnen zijn voldoende (2)
---	---

7. Als u wel sociale media gebruikt, welke gebruikt u dan en hoe vaak?

	Dagelijks	Vaker dan 4 keer per week	2-4 keer per week	1 keer per week	Nooit
Facebook	(40,84%)	(7,72%)	(6,11%)	(4,82%)	(40,51%)
Twitter	(4,18%)	(1,93%)	(0,96%)	(4,50%)	(88,42%)
YouTube	(12,54%)	(6,11%)	(14,79%)	(21,22%)	(45,34%)
LinkedIn	(5,47%)	(3,54%)	(3,86%)	(9,00%)	(78,14%)
Google+	(18,01%)	(7,40%)	(6,43%)	(6,11%)	(62,06%)
Pinterest	(2,57%)	(0,96%)	(4,18%)	(4,50%)	(87,78%)
Instagram	(11,58%)	(0,96%)	(0,96%)	(0,64%)	(85,85%)
Flickr	(0,00%)	(0,00%)	(0,00%)	(0,96%)	(99,04%)
Snapchat	(12,22%)	(1,29%)	(0,64%)	(0,64%)	(85,21%)
Blogwebsites	(1,61%)	(1,29%)	(0,96%)	(4,18%)	(91,96%)
Anders, namelijk	whatsapp (6) – e-mail (1)				

8. Volgt u gemeente Laarbeek al op Facebook (*Gemeente Laarbeek*) en/of Twitter (@Laarbeeknieuws)?

Ja (6,75%) op:	Nee (93,25%)
Facebook (80,00%) / Twitter (20,00%)	- geen sociale media/fb/twitter (54) (24,00%) - geen internet (30) (13,33%) - niet relevant (14) (6,22%) - onvoldoende kennis (11) (4,89%) - geen interesse (32) (14,22%) - ik er niet van wist (48) (21,33%) - nooit aan gedacht (15) (6,67%) - alleen voor familie (1) (0,44%) - alleen voor amusement (1) (0,44%) - lees liever krant/gemeentegids (12) (5,33%) - ik zoek mijn informatie zelf op (1) (0,44%) - niet sociaal (2) (0,89%) - niet in de zoekresultaten (1) (0,44%) - alleen voor privégebruik (3) (1,33%)
- interessant (2) - het is mijn woonplaats (2) - om op de hoogte te blijven (5) - vind ik leuk (1) - gelezen in deze enquête (1)	

9. Vindt u dat gemeente Laarbeek goed gebruik maakt van Facebook en Twitter? Geef alstublieft ook aan waarom wel/niet.

Ja (86,96%) - lees graag weetjes (1) - makkelijk (1) - prima (4) - modern (1) - goede/duidelijke info (4) - voldoende info (5) - beste mogelijkheid bereiken jeugd (1)	Nee (13,04%) - te statig (1) - schrijfstijl aanpassen aan FB-doelgroep (1) - kan beter ingezet worden (1) - weinig nieuws (1)
--	--

10. Hoe wilt u graag op de hoogte blijven van de gang van zaken in de gemeente? U kunt meerdere antwoorden aankruisen.

- | | |
|--|--|
| ☐ Zoals ik bij vraag 1 heb aangekruist (58,52%) | ☐ Website (www.laarbeek.nl) (23,15%) |
| ☐ Gemeentegids (21,86%) | ☐ Facebook (14,79%) |
| ☐ Gemeenterubriek De Laarbeeker (21,54%) | ☐ Twitter (2,89%) |
| ☐ Gemeenterubriek De MooiLaarbeekkrant (39,87%) | ☐ Bijeenkomsten (1,93%) |
| ☐ Een digitale nieuwsbrief (17,04%) | ☐ Anders (3,22%) |
| | - email (1) |
| | - schriftelijk (2) |
| | - thema-avonden (1) |
| | - voorlichtingen (1) |
| | - krantjes in nieuwsbrief (1) |
| | - mypem.nl app (1) |
| | - niet (1) |

11. Welke communicatiemiddelen vindt u overbodig? U kunt meerdere antwoorden aankruisen.

- | | |
|---|--|
| ☐ Gemeentegids (14,47%) | ☐ Twitter (42,77%) |
| ☐ Gemeenterubriek De Laarbeeker (18,97%) | ☐ Facebook (29,58%) |
| ☐ Gemeenterubriek De MooiLaarbeekkrant (4,50%) | ☐ Bijeenkomsten (13,50%) |
| ☐ Website (www.laarbeek.nl) (4,50%) | ☐ Ik vind niks overbodig (40,84%) |
| ☐ Anders (2,25%) | |
| - één krant voor Laarbeek (2) | |
| - alle sociale media (2) | |
| - digitale nieuwsbrief (2) | |

12. Welke informatie ontvangt u graag van de gemeente? Meerdere antwoorden mogelijk.

- | | |
|--|---|
| ☐ Meldingen uit openbare ruimte (36,66%) | ☐ Algemene gemeentelijke informatie (67,52%) |
| ☐ Omleidingen verkeer (59,49%) | ☐ (verkeers)veiligheid (42,77%) |
| ☐ Verleende vergunningen (33,12%) | ☐ Aankondiging vergadering/bijeenkomst (17,68%) |
| ☐ Gewijzigde openingstijden gemeentehuis (52,09%) | ☐ Informatie over het ophalen van afval (76,85%) |
| ☐ Subsidies (27,01%) | ☐ Geen van deze onderwerpen (7,40%) |
| ☐ Verordeningen en beleidsregels (35,37%) | ☐ Anders (5,47%) |
| | - vergunningen aanvraag (2) |
| | - grondverkoop/woningaanbod (3) |
| | - vacatures (1) |
| | - hondenpoep-/milieubeleid (1) |
| | - inbraakpreventie (1) |
| | - activiteiten/evenementen (2) |
| | - beslissingen binnen raad/wmo (2) |
| | - het is goed zo (3) |

13. Op welke manier wilt u communiceren met de gemeente?

- ☐ Ik wil alleen informatie uit vraag 12 ontvangen (77,81%)
en dan zelf bepalen wat ik ermee doe
- ☐ Ik wil de informatie uit vraag 12 ontvangen, (5,47%)
maar ook mijn mening hierover geven
- ☐ Ik wil over alle kwesties die mijzelf aangaan (mee)praten (5,14%)
met de gemeente en zoveel mogelijk gehoord worden
- ☐ Ik wil over alle kwesties die mijzelf en mijn omgeving aangaan (11,90%)
(mee)praten met de gemeente en zoveel mogelijk gehoord worden

14. Wilt u graag samenwerken met de gemeente over belangrijke onderwerpen? Zo ja, bij welke onderwerpen en wat zou u dan graag doen?

Ja (17,36%) - wmo zaken (2) - openbaar vervoer (2) - burger-/buurtinitiatieven (2) - hondenuitlaatstroken (3) - natuur- en milieubeleid (5) - huishoudelijke zaken (1) - onderwerpen die mij direct aangaan (6) - (verkeers)veiligheid (11) - zorg (2) - ruimtelijke ordening (2) - overlast (2) - woningaanbod (2) - werkgelegenheid (1)	Nee (82,32%) - geen behoefte aan (5) - te druk (3) - wordt toch niet geluisterd (1) - doen toch wat ze zelf willen (1) - te oud (1)
---	---

15. Kent u of werkt u mee aan burger- en buurtinitiatieven zoals gezamenlijke schoonmaak en/of buurtpreventie? Zo ja, welke dan?

Ja (15,43%) - IVN (1) - gezamenlijke schoonmaak (18) - Buurtpreventie (9) - buurtvereniging (6) - waterpoort (1) - trimbaan (1) - afvalgroep Voorbeemd (3) - Social Sofa (1) - helpende handen (1) - onderhoud Ferlingenplein (1) - beweegtuin senioren (1) - KVV Lieshout (1) - AED Laarbeek (1)	Nee (84,24%) - er is te weinig over bekend (1) - te oud (1) - te druk (1) - zet de ambtenaren maar aan het werk (1) - dat zijn de taken van de gemeente (1)
---	---

16. Hoe vaak wilt u informatie ontvangen van de gemeente?

- ☐ Wanneer het nodig is (77,91%)
- ☐ Dagelijks (0,00%)
- ☐ Wekelijks (22,83%)
- ☐ Jaarlijks, dmv de gemeentegids (9,97%)
- ☐ Anders, maandelijks (1,93%)

17. Geeft u alstublieft aan in hoeverre u tevreden bent over onderstaande onderwerpen.

1 = zeer ontevreden, 3 = neutraal, en 5 = zeer tevreden.

Stelling	1	2	3	4	5
Stelling 1	(1,31%)	(7,52%)	(59,15%)	(26,47%)	(5,56%)
Stelling 2	(3,59%)	(22,88%)	(58,50%)	(12,09%)	(2,94)
Stelling 3	(5,88%)	(20,26%)	(62,75%)	(9,48%)	(1,63%)
Stelling 4	(6,86%)	(19,61%)	(61,11%)	(10,13%)	(2,29%)
Stelling 5	(2,29%)	(15,03%)	(62,75%)	(17,65%)	(2,29%)
Stelling 6	(2,61%)	(12,75%)	(67,97%)	(13,73%)	(2,94%)

18. Geeft u ten slotte uw mening over onderstaande stellingen.

Stelling	Zeer oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Zeer eens
Stelling 1	(0,98%)	(6,51%)	(35,18%)	(53,09%)	(4,23%)
Stelling 2	(0,65%)	(4,89%)	(48,86%)	(42,35%)	(3,26%)
Stelling 3	(0,65%)	(4,89%)	(27,69%)	(51,47%)	(15,31%)
Stelling 4	(13,96%)	(29,87%)	(36,04%)	(16,56%)	(3,57%)
Stelling 5	(21,75%)	(34,74%)	(21,43%)	(18,18%)	(3,90%)
Stelling 6	(10,39%)	(25,97%)	(35,39%)	(21,43%)	(6,82%)
Stelling 7	(1,95%)	(14,61%)	(35,06%)	(38,31%)	(10,06%)
Stelling 8	(3,25%)	(6,49%)	(50,32%)	(32,14%)	(7,79%)
Stelling 9	(6,49%)	(21,10%)	(58,12%)	(13,31%)	(0,97%)

Indien u nog opmerkingen, tips of toelichtingen heeft, dan ontvang ik die graag:

- Burger serieus nemen, luisteren en bevragen. Niet beter weten!!
- Gemeente meent te weten wat goed is, luistert niet, vertelt alleen. 'eenrichtingsverkeer'
- Gemeente moet meer naar de burger luisteren! Ze doen alsof ze luisteren, maar doen vervolgens toch wat ze zelf willen.
- Misschien dat sinds uw afstudeerproject de gemeente de burger serieus neemt en een relatie opbouwt!
- Iedereen erbij betrekken, het gevoel geven erbij te horen, we willen ons echt laarbeker voelen!!
- Ik heb helemaal niks met deze gemeente, ik wil zo snel mogelijk naar het westen verhuizen!
- Tijd geleden via de website een klacht ingediend, helaas nog altijd niets vernomen!!
- Aan de telefoon afgescheept worden en daarna ook nog eens niet serieus genomen worden!
- Aanvragen van formulieren via de webwinkel verloopt stroef. Regelmatig lukt dit niet. Verbetering terecht!!
- Social media zal geen bijdrage leveren aan een evenwichtig en stabiel bestuur en beleid als het gaat om beslissingen en vergaderingen!
- Gemeente heeft geen/weinig gevoel met de achterban en weinig realiteitszin!!
- Geen graaicultuur en witwassende wethouders. Meer fraudeonderzoek.
- Andere bestuurders!
- De burger wil een goede samenwerking van bestuur en ambtenaren en optimaal functioneren. Hopelijk gaat dit nu na de "wende" beter.
- De gemeente is op dit moment niet betrouwbaar.
- De burger wordt pas gelukkig als er open en oprecht wordt samengewerkt!!
- Verbeter eerst maar het contact met de bewoners.
- Pak de echte problemen aan! Bijvoorbeeld zwerfvuil, hondenpoep, overlast, enzovoorts!!
- De grootste ergernis is de overlast van hondenpoep! Ga daar eens naar kijken!
- Gemeente kan beter haar geld besteden aan de ouderen in plaats van aan dit!!!
- Gemeente moet zeker meer leuke nieuwtjes plaatsen!!
- Te veel negativiteit in de wereld, positief – gezellig nieuws!!!!
- Facebook is een goed idee, maar moet meer gepromoot worden.
- Gemeentegids is een fijn naslagwerk, maar hetzelfde is ook te vinden op de website.
- De mogelijkheden tot interactie mogen laagdrempeliger!
- Nog weinig met de gemeente te maken gehad. Wel meer startersinformatie gewenst.

- Nog weinig ervaring, want ik woon nog niet zo lang in Beek en Donk.
- Er zijn altijd inwoners die digibeeet zijn, geen computer hebben of geen internet kunnen betalen!!
- Informatie moet aantrekkelijker worden gemaakt voor leeftijdsgenoten/jeugd.
- Behoeftte aan gemeente meer contacten leggen met jongeren.
- Ik blader de kranten en gids door, maar lezen doe ik niet. Via korte berichten op het internet zou ik dit eerder doen.
- Ik ben slecht ter been en loop met een rollator. Ik vind de straten en trottoirs in de gemeente erg slecht! Doe daar eens wat aan!
- Een brief van de gemeente zorgt bij ouderen voor onrust en bezorgdheid. Zorg dan ook dan er alleen serieuze brieven gestuurd worden. Een dergelijke brief als deze zorgen voor te veel problemen in de gemoedstoestand en worden dan ook niet ingevuld. (verzorg(st)er)
- Niet alles hoeft via het internet, kranten moeten daarvoor behouden blijven.
- Waarom probeert de gemeente steeds het wiel opnieuw uit te vinden? Gebruik gewoon de bestaande middelen.
- Het belangrijkste is een goede, gebruiksvriendelijke website en klantvriendelijke medewerkers.
- Ik vind de gemeente een zakelijke relatie. Social Media vind ik meer voor de fun. Dus ik vind dat communicatie wel digitaal moet in deze tijd, maar niet via social media. Die vind ik niet serieus genoeg. Ik moet er niet aan denken dat ik tussen allerlei onzinnige flauwekul de zakelijke informatie moet gaan lichten of dat er een stemming gemaakt wordt door een groep inwoners, omdat 1 persoon een conflict heeft met de gemeente.
- Nieuwsbrieven via de app my pem!
- Twee enquêtes in één week is wel veel. Ontving er van de week ook al een van WOZ.
- Gevoelige/onduidelijke situatie omtrent de "Ruit", meer ondersteuning en informatie van de gemeente nodig. Ik ontvang nu alle informatie via derden.

Bijlage 9: Interviewvragen David Kok

1. Hoe is de evolutie van ambtenaar 1.0 naar 2.0 ontstaan?
2. Wat voor effect heeft die evolutie op het communiceren van gemeenten?
3. Wat voor effect heeft die evolutie gehad op de communicatiemiddelen?
4. Wat is de connectie tussen ambtenaar 2.0 en de netwerksamenleving?
5. Wat betekent de netwerksamenleving voor de online en offline communicatiemiddelen? Welke platformen worden op dit moment gebruikt om communicatie tussen ambtenaar 2.0 en de netwerksamenleving mogelijk te maken?
6. Wat zijn de voordelen hiervan voor gemeenten?
7. Welke van deze communicatiemiddelen zijn er geschikt voor gemeenten?
8. Hoe is de verwachting van deze communicatiemiddelen in de toekomst?

Bijlage 10: Uitwerking interview David Kok

1. Hoe is de evolutie van ambtenaar 1.0 naar 2.0 ontstaan?

Haha, interessante vraag! Evoluties ontstaan per definitie volgens mij stapsgewijs. In Den Haag is op een gegeven moment Davied van Berlo opgestaan en die heeft er het label ambtenaar 2.0 aan gehangen. Ik denk dat er veel ambtenaren inmiddels hierop zaten te wachten, omdat de overheid nou eenmaal nog vaak achterloopt. Veel ambtenaren willen wel vernieuwen.. De vraag is of de evolutie al afgelopen is overigens. Ik denk namelijk dat de meeste overheidsorganisaties in veel opzichten nog heel 1.0 zijn.

2. Wat voor effect heeft die evolutie op het communiceren van gemeenten?

Ik denk dat de A2.0 evolutie er – mede – voor heeft gezorgd dat de overheid meer is gaan nadenken over nieuwe manieren van communiceren. Het is de start geweest van het nadenken over het gebruik van sociale media bijvoorbeeld, maar ook open data en crowdsourcen zijn een belangrijke onderwerpen geweest.

3. Wat voor effect heeft die evolutie gehad op de communicatiemiddelen?

Ik weet niet of de evolutie direct een invloed heeft gehad op de communicatiemiddelen, maar langzaam zijn gemeenten zich bewust(er) geworden van de kracht van (vooral) Twitter en Facebook.

We zien in 2015 dat eigenlijk alle gemeenten een twitteraccount hebben en zo'n 75% een Facebookaccount. De vraag is echter of ze deze middelen op de juiste manier inzetten □

4. Wat is de connectie tussen ambtenaar 2.0 en de netwerksamenleving?

De A2.0 beweging is gestart om ambtenaren te leren omgaan met de netwerksamenleving.

5. Wat betekent de netwerksamenleving voor de online en offline communicatiemiddelen? Welke platformen worden op dit moment gebruikt om communicatie tussen ambtenaar 2.0 en de netwerksamenleving mogelijk te maken?

Zie hiervoor. Ik denk dat de meest gebruikte kanalen nog steeds Twitter en Facebook zijn.

6. Wat zijn de voordelen hiervan voor gemeenten?

- Directer contact met de burger.
- Sneller contact met de burger
- Mogelijkheid voor de burger om vragen te stellen
- Zichtbaarder maken als gemeente wat je voor de burger doet (waarmee je een stukje onvrede wellicht kunt wegnemen)

7. Welke van deze communicatiemiddelen zijn er geschikt voor gemeenten?

Hoe bedoel je? Welke communicatiemiddelen? Alle communicatiemiddelen zijn in beginsel geschikt als je je doel er mee kunt bereiken □ Of een middel geschikt is, hangt dus primair van je doel af.

8. Hoe is de verwachting van deze communicatiemiddelen in de toekomst?

Als ik dat zou weten....

Bijlage 11: Uitwerking gesprek Jan Sprengers, beleidsadviseur Milieu

Met contactpersoon Jan Spengers, beleidsadviseur Milieu gemeente Laarbeek, is er een uitgebreider gesprek over eventuele samenwerkingsmogelijkheden binnen de afdelingen van de gemeente. Sprengers wist veel te vertellen over de veranderingen binnen de gemeente omtrent de nieuwe rol die nodig is binnen de huidige netwerksamenleving. Gemeenten hebben drie mogelijkheden om goed te kunnen functioneren: financieel, door middel van regelgeving en door middel van communicatie. Sprengers geeft aan dat in de huidige netwerksamenleving de eerste twee niet meer werken. De gemeente heeft onvoldoende financiële middelen om daarop te bouwen en regelgeving werkt niet meer in de netwerksamenleving. De inwoners geloven niet meer in gemeenten en ze lossen het in deze tijd zelf op. Dit betekent dat in de huidige samenleving communicatie het sleutelbegrip is voor een gemeente. Dit geldt niet alleen voor de desbetreffende communicatieafdeling, maar elke afdeling binnen de gemeente zal zelf aan de slag moeten met communiceren. In de huidige samenleving ziet Sprengers dat de communicatie en regelgeving niet meer top-down gaat, maar bottom-up. Het goed functioneren van gemeente start dus bij de inwoners.

Sprengers geeft aan dat er veel groepen zijn die de inwoners gebruiken om samen te werken met de gemeente. Enkele die hij noemt zijn: de (jeugd)gemeenteraad, dorpsraden (voor iedere kern een) waarbinnen ook nog overleggroepen Verkeer zijn, politienetwerk (voornamelijk voor de overlast), WMO-raad, klankbordgroepen (voor bijvoorbeeld openbaar groen en afvalgroep Voorbeemd) en commissies die ook bestaan uit niet-leden. Al deze groepen, raden en commissies nemen contact op met de gemeente met ideeën, initiatieven en informatie. Samen met de gemeente wordt vervolgens gekeken naar de uitvoering. Sprengers geeft aan dat het in vele gevallen voor de gemeente voordelig is als de raden zelf aan de slag gaan met het uitvoeren van de initiatieven en de gemeente een ondersteunende rol hierin heeft. Hij geeft als voorbeeld het speelveld in Mariahout. Voor dit speelveld heeft Sprengers eerst zelf gekeken naar de uitvoering, maar daarna heeft hij de uitvoering overgedragen aan de desbetreffende raad. Toen de raad het overnam bleek dat voor het geld dat Sprengers voor het initiatief had, de raad zelfs twee speelveldjes kon laten bouwen. Bovenal heet de raad dit gerealiseerd binnen een aanzienlijk kortere tijd dan dat de gemeente dit had kunnen doen.

Sprengers noemt in het gesprek veel voorbeelden van projecten en werkgroepen. Deze zijn in onderstaande tabel uitgelegd.

Projecten	Werkgroepen
- Hondenpoep - WMO - Wereldcafé - Speelveldje Mariahout - Afvalgroep Voorbeemd - Openbaar groen - Participatiewet	- Gemeenteraad - Jeugdgemeenteraad - Dorpsraden (4 kernen) - Werkgroep Verkeer (4 kernen) - Dorpsondersteuners - Politienetwerk (overlast) - Belangengroepen - WMOraad - Cliëntenraad - Commissies (ook met niet-leden) - Klankbordgroepen - Vierbinden Welzijnsinstelling

Bijlage 12: Interviewvragen andere gemeenten

1. Bent u bekend met de termen “netwerksamenleving” en “ambtenaar 2.0”? Zo ja, wat betekenen deze termen binnen uw gemeente en hoe gaat u hiermee om?
2. Wat betekende de opkomst van de netwerksamenleving voor de manier van communiceren tussen uw gemeente en haar inwoners?
3. Welke communicatiemiddelen en online platformen gebruikt uw gemeente op dit moment om als ambtenaar 2.0 te communiceren met haar inwoners uit de netwerksamenleving?
4. Wat zijn de redenen voor het gebruik van juist deze communicatiemiddelen en om de andere communicatiemiddelen niet (meer) te gebruiken?
5. Sluiten deze communicatiemiddelen ook aan op de wensen van de inwoners van uw gemeente?
6. Hebben de inwoners van uw gemeente er behoefte aan om samen te werken met de gemeente? Zo ja, op welke gebieden willen en doen zij dit dan? Hebben de inwoners ook inspraak?
7. Welke projecten en afdelingen binnen uw gemeente lenen zich voor de samenwerking met de inwoners uit de netwerksamenleving vindt u?
8. Vindt u dat uw gemeente voldoende werkt aan interactieve communicatie? En wat doet uw gemeente dan aan interactieve communicatie?
9. Hoe ver vindt u dat uw gemeente is in de stap naar ambtenaar 2.0?
(De eigenschappen zijn: open en transparant, interactie en dialoog, participeren en samenwerken met niet alleen bedrijven maar ook inwoners, betrokkenheid, online actief en inwoners de mogelijkheid bieden tot het maken van eigen content)

Bijlage 13: Uitwerking interview andere gemeenten

Gemeente Boxtel: Bas Schel, Senior Communicatieadviseur

1. Bent u bekend met de termen “netwerksamenleving” en “ambtenaar 2.0”? Zo ja, wat betekenen deze termen binnen uw gemeente en hoe gaat u hiermee om?

Wij zijn bekend met de termen. Voor ons betekenen ze vooral een manier om de veranderende rol van de overheid in de maatschappij te duiden. We koppelen deze begrippen en de literatuur er omheen wel altijd aan eigen ervaringen met onze gemeenschap. Aansluiten op onze eigen gemeenschap is ons doel.

2. Wat betekende de opkomst van de netwerksamenleving voor de manier van communiceren tussen uw gemeente en haar inwoners?

Die is ingrijpend veranderd. Tot circa 2009 communiceerden we klassiek: zenden en ontvangen, waarbij wij vooral zender waren. We kenden uitgebreid communicatiebeleid met lange termijn planning en lang vooraf opgestelde boodschappen. Dat betekende dat onze communicatie vooral eenrichtingsverkeer was, weinig actueel en traag. Vanaf 2009 heeft Boxtel haar communicatiemix ingrijpend veranderd.

Drie rode draden vormen nu ons communicatiebeleid: 1) de buitenwereld naar binnen brengen, 2) zijn waar het publiek is, 3) voortdurende dialoog. Via deze rode draden is onze communicatie erg interactief geworden, zijn we erg actueel (zo actueel dat we er klachten over krijgen van de media, die achter de feiten aan lopen) en communiceren we snel.

3. Welke communicatiemiddelen en online platformen gebruikt uw gemeente op dit moment om als ambtenaar 2.0 te communiceren met haar inwoners uit de netwerksamenleving?

Met name social media zijn voor ons belangrijk. Onze gemeenschap is sterk vertegenwoordigd op Facebook, waardoor we via dat platform onze rode draden goed in praktijk kunnen brengen. Twitter is een ander belangrijk kanaal, maar is minder gericht op dialoog en helpt ons meer met praktische ondersteuning van onze dienstverlening. YouTube, Instagram en Tumblr zijn in ontwikkeling. Om succesvol te kunnen werken met social media is onze website ook nog steeds erg belangrijk. De structuur van de website voldoet niet meer, maar we merken dat steeds meer mensen onze website benaderen via social media en Google. Ook de gratis e-mailnieuwsbrief is belangrijk. Als kanaal werkt die klassiek (zenden), maar biedt wel gemakkelijke manieren om te verwijzen naar interactievere online media.

4. Wat zijn de redenen voor het gebruik van juist deze communicatiemiddelen en om de andere communicatiemiddelen niet (meer) te gebruiken?

De combinatie van social media en website stelt ons beter in staat om onze rode draden in praktijk te brengen. Van de andere communicatiekanalen is alleen persoonlijk contact net zo goed of beter in staat om dat te doen.

5. Sluiten deze communicatiemiddelen ook aan op de wensen van de inwoners van uw gemeente?

Ja. Heel veel Boxelaren zijn actief op social media en de overgrote meerderheid heeft internet en maakt daar erg veel gebruik van. We krijgen ook veel positieve feedback op ons gebruik van social media.

6. Hebben de inwoners van uw gemeente er behoefte aan om samen te werken met de gemeente? Zo ja, op welke gebieden willen en doen zij dit dan? Hebben de inwoners ook inspraak?

Ja, die behoefte is er zeker. Sinds januari 2014 kent de gemeente Boxel nieuwe kaders voor burgerparticipatie, die sterk de nadruk leggen op het activeren van de gemeenschap. De gemeente neemt een veel meer faciliterende rol. Behoeft tot samenwerking is het grootst rondom de directe woon-, leef- en werkomgeving. Mensen willen daar heel veel zeggenschap over en zien de gemeente daar als een puur ondersteunende partij. Inwoners hebben op allerlei manieren, gebieden en momenten inspraak. Op www.boxtel.nl/burgerparticipatie lees je daar meer over.

7. Welke projecten en afdelingen binnen uw gemeente lenen zich voor de samenwerking met de inwoners uit de netwerksamenleving vindt u?

Het inrichten van de openbare ruimte, omdat die belangrijk is voor de directe woon-, leef- en werkomgeving van mensen. De inrichting hiervan doen we volledig samen met inwoners en ook het beheer doen we meer en meer samen.

Mooi voorbeeld is de nieuwe generatietuin in Boxel-Oost. Op

<https://www.boxtel.nl/actueel/nieuws/nieuwsbericht/article/opening-generatietuin-boxtel-oost-op-18-april-3514.html?L=0&cHash=2da5b3ac5a62fd6604cabd3ffcf11789> lees je daar meer over.

8. Vindt u dat uw gemeente voldoende werkt aan interactieve communicatie? En wat doet uw gemeente dan aan interactieve communicatie?

Wij doen daar heel veel aan. Dagelijks zoeken we de interactie via social media en dagelijks zijn er contacten tussen medewerkers van de gemeente en inwoners over allerlei onderwerpen. Social media en persoonlijk contact zijn wat ons betreft de beste kanalen voor interactie.

Het is nog niet voldoende, omdat interactieve communicatie nog te vaak alleen door Communicatie wordt bedreven. Daarom loopt er op dit moment een groot traject om een interne cultuurverandering te realiseren, zodat interactief communiceren door de hele organisatie in praktijk wordt gebracht.

Daarnaast kiest de gemeenteraad er toch nog regelmatig voor om zaken in eigen overleg te regelen en resultaten van burgerparticipatie (deels) naast zich neer te leggen. De gemeenteraad pakt gelukkig wel stevig aan, via een nieuwe manier van vergaderen en wijkbezoeken.

9. Hoe ver vindt u dat uw gemeente is in de stap naar ambtenaar 2.0?

Met uitzondering van de mogelijkheid tot het maken van eigen content, zijn we op alle andere facetten al erg ver. Er is dagelijks sprake van het in praktijk brengen van alle andere facetten.

Het maken van eigen content zijn we ook aan het realiseren (content zien we dan heel breed):

- de inrichting van openbaar groen in de directe omgeving van mensen wordt tegenwoordig door de mensen zelf vormgegeven. De gemeente ondersteund met technische kennis en voert uit, maar bepaalt niet meer
- op een kleiner niveau laten we mensen zelf schrijven aan een terugblik op 2014, zodat niet de blik van de gemeente overheerst, maar juist die van de gemeenschap, en is de jaarlijkse nieuwjaarsreceptie vervangen door een inspiratiebijeenkomst waar verenigingen, bedrijven en instellingen zichzelf presenteren
- op social media bieden we ruim de mogelijkheid voor mensen om eigen onderwerpen en activiteiten onder de aandacht te brengen en verwijderen we daar alleen puur commerciële inhoud. Op onze Facebook tijdlijn kunnen mensen bijvoorbeeld activiteiten van hun vereniging plaatsen, zonder dat wij daarbij sturen op de inhoud.

Gemeente Rotterdam: Ellen Soerel, adviseur Communicatie

1. Bent u bekend met de termen “netwerksamenleving” en “ambtenaar 2.0”? Zo ja, wat betekenen deze termen binnen uw gemeente en hoe gaat u hiermee om?

Netwerksamenleving en ambtenaar 2.0 blijven termen die continu in ontwikkeling blijven. De transitie in de samenleving vraagt om een andere rol van de gemeente Rotterdam. De overheid moet meer vanuit de wijken samen met bewoners en aanwezige organisaties werken aan innovatie en verbetering. De samenleving verlangt ook een overheid die goede service biedt en Rotterdammergericht te werk gaat.

2. Wat betekende de opkomst van de netwerksamenleving voor de manier van communiceren tussen uw gemeente en haar inwoners?

Als de overheid andere dingen moet doen, hoort daar een andere manier van werken bij, en een andere houding van ambtenaren. De Rotterdammer staat centraal en er zijn meer ambtenaren aanwezig in de wijken. Participatie van bewoners, ondernemers en andere betrokkenen vormt de kern van het gebiedsgericht werken. Het werk verschuift naar verbinden, samenwerken en het faciliteren en ondersteunen van initiatieven uit de gebieden.

Gebiedsgericht werken in gebiedsnetwerken

Rotterdam heeft veertien gebieden en gebiedscommissies, en een bijbehorende organisatie. Onderdeel gebied is het nieuwste onderdeel binnen het concern, ontstaan bij de oprichting van de gebiedscommissies.

Elk Onderdeel gebied bestaat uit een gebiedsdirecteur met gebiedsmanagers en integrale gebiedsnetwerkers. Zij werken als hecht team samen met gedeconcentreerde medewerkers uit de clusters.

De teams zorgen voor de uitvoering van de gebiedsplannen. En samen met alle bewoners, ondernemers en instellingen die actief zijn in het gebied, vormen zij een netwerk. Zo kunnen wij Rotterdammergericht en gebiedsgericht werken, een manier van werken die ons in staat stelt de Rotterdammers op de best mogelijke manier van dienst zijn.

Gebiedsgericht werken

De bestuurlijke inrichting van de gemeente verandert, we gaan werken in gebiedsnetwerken met gebiedscommissies. En de manier waarop we dat doen, heet gebiedsgericht werken.

Gebiedsgericht werken (ook wel Rotterdammergericht werken) is een manier van in je werk staan. We denken niet primair vanuit gemeente maar vanuit wat de inwoner, het gebied, vraagt. Concreet betekent dat: bij alles wat we doen onszelf de vraag stellen 'is er iets bijzonders in dit gebied waar we rekening mee moet houden?' Dus: vooraf nadenken over participatie en communicatie.

Doel: Rotterdammer van dienst zijn

Het doel van gebiedsgericht werken is de Rotterdammers op de best mogelijke manier van dienst te zijn. Die aanpak is alleen succesvol als alle betrokkenen in een gebied samenwerken. De bestuurlijke inrichting van de gemeente (gebiedsnetwerken met gebiedscommissies) is een belangrijk onderdeel van het gebiedsgericht werken.

Werkwijze: gebiedsnetwerken

Werken in een gebiedsnetwerk is de manier of werkwijze waarop je het beste invulling kan geven aan gebiedsgericht werken. Als je veel contacten hebt weet je wat er speelt, je gaat het niet primair zelf doen vanuit de gemeente. Je faciliteert wat inwoners en ondernemers zelf kunnen doen. Daarom werken externen en internen met elkaar samen in netwerken.

Rotterdammergericht Werken.

Dit doen we met slimme coalities, verbinding met en ogen & oren in de wijk en goede en efficiënte dienstverlening aan de Rotterdammers. Eigenlijk is Rotterdammergericht Werken iets wat we altijd al hebben gedaan. Alles wat we doen, doen we immers om Rotterdammers te helpen en de stad mooier te maken.

Verandering

Toch is er wel iets veranderd; de overheid kan door een verscheidenheid aan maatschappelijke- en technologische ontwikkelingen niet meer alleen bepalen wat de stad nodig heeft. Inwoners, ondernemers en de bestuurders van allerlei maatschappelijke instellingen zijn veranderd, zij zien vaak zelf wat goed en nodig is voor hun wijk, hun straat, hun vereniging, hun bedrijf. Zij zijn daarnaast in staat om dingen snel te realiseren. Daarbij verlangen zij een overheid die hen faciliteert, ondersteunt, vertrouwt en die durft los te laten.

Contact met de stad

Dat betekent dat ambtenaren meer verbinding moeten zoeken met de stad, signaleren wat er leeft, zien wat mensen willen, en dat we dit verder weten te brengen in de organisatie.

Bekijk dit filmpje over Rotterdamse ambtenaren die de stad in gaan om met Rotterdammers samen te werken. Zie: <https://vimeo.com/80364590>

Basis van ons werk

Rotterdammers zijn betrokken bij hun stad en nemen zelf initiatieven. Daar moeten we goed op inspelen. Steeds vaker verwachten Rotterdammers dat van ons, en bovendien heeft de gemeenteraad opdracht gegeven om meer Rotterdammergericht te werken. Met dit alles is Rotterdammergericht werken de basis van ons werk. Niet alles gaat overigens op de schop. Onze basis moet sowieso op orde zijn in de vorm van een optimale dienstverlening aan de Rotterdammer.

Hoe nadrukkelijker we erin slagen ons werk te doen in een open en gelijkwaardige relatie met de Rotterdammers, hoe groter de kans dat onze inwoners tevreden zijn over de gemeentelijke organisatie. Daarmee realiseren we draagvlak voor beleid en besluiten die de overheid moet nemen, ook als het om moeilijke besluiten gaat.

Hoe gaan we dat doen?

Kernvraag is hoe we waarde aan de stad toevoegen. Hoe realiseren we deze omslag binnen de gemeentelijke organisatie én in ons dagelijks handelen? Een kerncompetentie daarbij is: van buiten naar binnen kijken, ofwel: verplaatsen in de positie van de inwoner. Voor Rotterdammergericht werken is geen standaard beschikbaar, en die zal er ook niet kunnen komen. Immers, Rotterdammergericht werken

betekent maatwerk leveren, met gevoel voor wat kan, past en moet in een specifieke situatie. Dat een bepaalde aanpak in de ene straat goed werkt, betekent nog niet dat die daarmee ook in de andere straat past. Bekijk dit animatiefilmpje over hoe we optimaal kunnen presteren, onafhankelijk van de bestuurlijke inrichting. Zie: <https://www.youtube.com/watch?v=SFz2NO4e0IO>

Is Rotterdammergericht werken iets nieuws?

De basis is vertrouwen en ruimte, Rotterdammergericht werken is dan ook niet zozeer iets nieuws. In december 2012 nam de gemeenteraad de motie Rotterdammergericht werken aan. Dat gebeurde tijdens het debat over het nieuwe bestuursmodel. De gemeenteraad spreekt in de motie uit dat de omvorming naar een faciliterende, mogelijk-makende overheid niet vanzelf gaat, maar een programmatische aanpak nodig heeft. De raad roept de burgemeester op voor die programmatische invulling van de regierol te zorgen. Dat laatste is gebeurd in het programma Rotterdammergericht Werken, onder leiding van programmamanager Nathalie van Berkel.

Een belangrijke taak is het verzamelen van allerlei activiteiten die al 'Rotterdammergericht zijn'. Vaak leveren die activiteiten talrijke goede voorbeelden op van collega's die actief inspelen op de signalen uit buurt, wijk of stad. Het uitwisselen van die voorbeelden maakt onderdeel uit van Rotterdammergericht werken. Ze bepalen ons bij de grondgedachte achter ons werk: op welke wijze draag ik vandaag in mijn werk bij aan de stad Rotterdam.

3. Welke communicatiemiddelen en online platformen gebruikt uw gemeente op dit moment om als ambtenaar 2.0 te communiceren met haar inwoners uit de netwerksamenleving?

Uiteraard zijn we veel te vinden via digitale media en zijn we bezig met een heel nieuw sociaal internet. Toch vind je binnen de gemeente hele scala van communicatiemiddelen die er te vinden zijn, te denken aan onder andere Twitter, Instagram, Facebook, maar ook brieven, flyers, papieren en digitale stadskrant, brieven, bijeenkomsten, nieuwsbrieven, etc. Heel erg afhankelijk van doel, doelgroep, bereik etc.

4. Wat zijn de redenen voor het gebruik van juist deze communicatiemiddelen en om de andere communicatiemiddelen niet (meer) te gebruiken?

Zoals hierboven blijkt wordt er zoveel mogelijk gekeken naar voor wie, waarvoor, doel, bereik, doelgroep etc. etc. Uiteraard pre-testen en monitoren we diverse middelen om zo te bekijken of het aansluit bij de behoefte van Rotterdammer.

5. Sluiten deze communicatiemiddelen ook aan op de wensen van de inwoners van uw gemeente?

Zie hierboven

6. Hebben de inwoners van uw gemeente er behoefte aan om samen te werken met de gemeente? Zo ja, op welke gebieden willen en doen zij dit dan? Hebben de inwoners ook inspraak?

<http://www.rotterdam.nl/meedenkenmeedoen> Op deze pagina vindt u alle informatie over inspraak, zelf invloed uitoefenen, betrokkenheid en meer zeggenschap over wat er bij de Rotterdammer in de buurt gebeurt. Meedenken en meedoen. Voor en door Rotterdammers.

7. Welke projecten en afdelingen binnen uw gemeente lenen zich voor de samenwerking met de inwoners uit de netwerksamenleving vindt u?

Zie de voorbeelden bij antwoord 6.

8. Vindt u dat uw gemeente voldoende werkt aan interactieve communicatie? En wat doet uw gemeente dan aan interactieve communicatie?

Onze gemeente is het snelst met reageren op sociale media. We reageren op Twitter gemiddeld binnen 113 minuten, avond- en weekenduren meegerekend. Overdag is dat vaak sneller. Met deze responstijd houden we ons aan de binnen Rotterdam gestelde richtlijn dat onze accounts op social media binnen twee uur reageren op vragen en klachten.

Dat snel zeker niet betekent dat we onzorgvuldig zijn, is af te leiden aan de vele complimenten die deze dienstverlening oplevert. Bijna 1000 complimenten aan het adres van het account @Rotterdam.

Zie bijvoorbeeld - Inzet nieuwe media: <https://vimeo.com/82080919>

Dit is een intern filmpje voor de ambtenaren van Gemeente Rotterdam.

De wereld verandert en dat vraagt om een andere overheid. Hoe zet Gemeente Rotterdam de nieuwe media in om beter met burgers te communiceren?

Daarnaast is de gemeente bezig met een Nieuw Rotterdams Platform (NRP)
NRP, deze afkorting staat voor de vernieuwing van Rotterdam.nl en intranet.

Rotterdam.nl wordt een directe vertaling van het zoekgedrag van de stad, dankzij zogenoemd 'data driven design' en seizoensgebonden toptaken. In de praktijk komt het erop neer dat we minder gaan publiceren en meer gebruik maken van statistieken en de zoekvraag van bezoekers. In de winter vind je dan op de site knoppen met 'strooizout' en 'sinterklaasintocht' en in de zomer knoppen met 'blauwalg' en 'evenementen'. Dat sturen we nu al redactioneel, maar straks gaat dat in het systeem helemaal vanzelf en wordt de stad dus ook in de avonduren en weekenden actueel bediend.

Via het sociale intranet kunnen we straks snel en eenvoudig met elkaar communiceren, samenwerken en kennis delen. Het systeem speelt een belangrijke rol bij HNW en heeft als doel online samenwerken te bevorderen en de betrokkenheid van de medewerkers bij de organisatie en elkaar te verhogen. Het gaat bij een sociaal intranet dus niet alleen om de integratie van sociale media, maar om interactie met collega's. Dat is wat het 'sociaal' maakt.

Daarnaast kunnen zowel bedrijven als burgers veel zaken regelen via mijn loket, zie

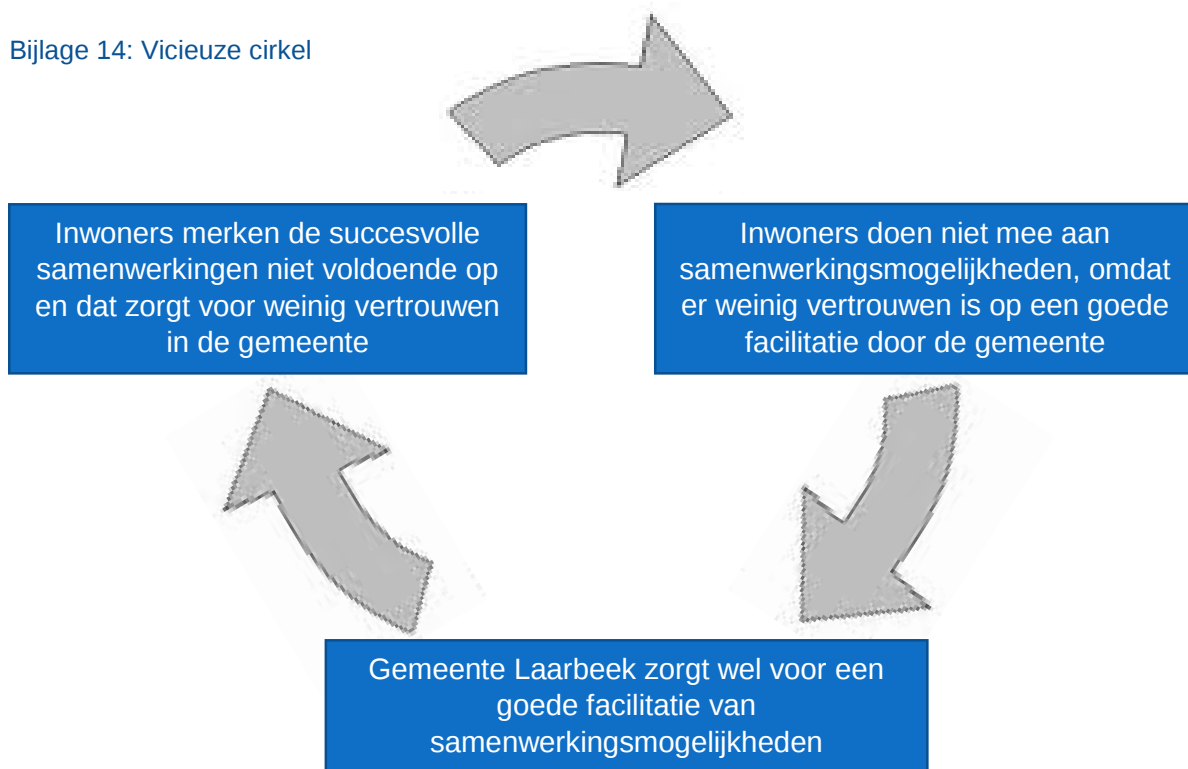
Mijn loket voor bedrijven: <http://www.rotterdam.nl/mijnloketvoorbedrijven>

Mijn loket voor burgers: http://www.rotterdam.nl/mijn_loket_voor_burgers2

9. Hoe ver vindt u dat uw gemeente is in de stap naar ambtenaar 2.0?

Ik denk niet zozeer aan een ambtenaar 2.0, maar al eerder aan ambtenaar 3.0. Met andere woorden de ambtenaren binnen de gemeente Rotterdam zijn open en transparant blijven zoeken naar samenwerkingsverbanden, zoeken de interactie en het dialoog met bewoners en ondernemers op, zowel online als offline.

Bijlage 14: Vicieuze cirkel



Bijlage 15: Theoretische verkenning

Uses en gratifications theorie

Om inzicht te krijgen in het verband tussen de inwoners van gemeente Laarbeek en de netwerksamenleving, wordt de uses en gratifications theorie gebruikt. De netwerksamenleving is namelijk een samenleving die zijn eigen informatie opzoekt, vergelijkt en bepaald of de bron betrouwbaar genoeg is. Wanneer de informatiebron de gebruiker een goed gevoel geeft, zal deze terugkeren bij de eerstvolgende informatiezoektocht. Door deze theorie te verwerken in de enquêtevragen kan er inzicht komen over hoe de inwoners de informatiebronnen van de gemeente zien en of zij hier naar wederkeren.

Het communicatiekruispunt van Betteke van Ruler

Als laatste vraagt de gemeente om uiteindelijk ook een middelenmix te verwerken in het advies. Deze middelenmix dient voor het verbeteren van de communicatie tussen de gemeente en de netwerksamenleving. In deze samenleving is dialogiseren enorm belangrijk. Om te bepalen in hoeverre de gemeente al dialogiseert met de inwoners, kunnen de huidige middelen in het communicatiekruispunt worden verwerkt. Op deze manier is er overzichtelijk te zien welke middelen wel of niet geschikt zijn voor het communiceren met de netwerksamenleving. Op deze manier kunnen ook nieuwe middelen worden toegevoegd, die in hetzelfde kwadrant passen als de geschikte huidige middelen. Hieronder is het communicatiekruispunt afgebeeld uit het boek van Ruler (2005).

