

Afstudeeropdracht

Adviesrapport

DMO Amsterdam

Inzet van social media



Gemeente Amsterdam

Dienst Maatschappelijke Ontwikkeling

Afstudeeropdracht

Hawree Sabir
Amsterdam, 20 juni 2013

Hogeschool Utrecht
Digitale Media & Communicatie
Afstudeerbegeleider: Carla Jonker

Gemeente Amsterdam
Dienst Maatschappelijke Ontwikkeling
Weesperstraat 101
1018 VN Amsterdam

Postbus 1840
1000 BV Amsterdam
Tel: 020 251 8018

Bedrijfsbegeleider
Eva Gijsbers
Communicatieadviseur
Afdeling Communicatie

Voorwoord

Voor u ligt mijn afstudeeropdracht, deze afstudeeropdracht is de afsluiting van mijn HBO studie Digitale Media & Communicatie aan de Hogeschool Utrecht. De periode was niet geheel zonder spanning, maar het heeft gezorgd voor een resultaat waarmee ik erg tevreden ben!

Het onderzoek, wat ingaat op optimaal inzetten van social media platformen, is gedaan in opdracht van de Dienst Maatschappelijke Ontwikkeling (DMO) van de gemeente Amsterdam, het programmateam 'Om het kind'. Ik hoop de kennis en informatie die ik in de afgelopen jaren heb opgedaan tijdens mijn studie, nu heb kunnen inzetten in de praktijk.

Na het lezen van deze afstudeeropdracht zult u niet alleen een goed beeld hebben van wat social media precies inhouden en wat de mogelijkheden van social media zijn, maar u zult daarnaast ook goed gereed zijn om aan de slag te gaan met o.a. social media monitoring en webcare. U heeft een compleet beeld van wat ik de Dienst Maatschappelijke Ontwikkeling gemeente Amsterdam het programmateam 'Om het kind' adviseer te doen, wanneer, hoe, met welke middelen, voor welke doelgroep en met welke doelstellingen.

Gedurende mijn afstudeerperiode ben ik begeleid door een aantal personen. Om te beginnen wil ik mijn dank uiten aan mijn afstudeeropdrachtbegeleiders zowel vanuit de Hogeschool als de Dienst Maatschappelijke Ontwikkeling gemeente Amsterdam voor hun tips, steun en tussentijdse feedback tijdens dit onderzoek en het schrijven van deze afstudeeropdracht. Namens de Hogeschool is dat Carla Jonker, en namens de Dienst Maatschappelijke Ontwikkeling gemeente Amsterdam is dat Eva Gijsbers.

Daarnaast wil ik mijn vrouw, Robar Hidayat, bedanken voor haar feedback, tips en ideeën. Wanneer ik even niet gemotiveerd was, zorgde zij ervoor dat ik toch aan het werk ging, aangezien de deadline op 20 juni 2013 was.

Tot slot wil ik alle ambtenaren en professionals van de gemeente Amsterdam en de diverse stadsdelen en zorginstellingen, die hebben meegewerkt aan de diepte interviews en het invullen van de digitale enquête bedanken voor hun meningen en informatie.

Samenvatting

De hoofdvraag van het onderzoek luidt als volgt:

"Op welke manier kan het programma 'Om het kind' huidige en nieuwe Social media en Pleio in het bijzonder zodanig inzetten, dat deze betrokkenheid en kennisdeling ondersteunen en daarmee een bijdrage leveren aan het doel van het programma: een betere zorg voor de jeugd?"

In deze hoofdvraag staan de ambtenaren en professionals centraal. Zoals het nu is, komen de stakeholders via de social media kanalen heel weinig in contact met het programmateam, in dit geval is het van belang voor het programmateam om erachter te komen wat de behoeftes van deze stakeholders zijn en dat kan wanneer social media op de juiste manier ingezet wordt. Er is hiervoor uitgezocht wie deze ambtenaren en professionals nu echt zijn, op welke wijze zij omgaan met social media, of zij middels deze weg zijn te bereiken en of zij hier ook voor open staan.

Om antwoord te krijgen op deze vraag is zowel kwalitatief als kwantitatief onderzoek gedaan. Zo is voor het vooronderzoek onder andere deskresearch uitgevoerd en een digitale enquête ingevuld door ambtenaren en professionals. Maar er hebben ook een aantal interviews uitgevoerd. Interviews met zowel overheidsinstanties zoals gemeentelijke ambtenaren maar ook zorgprofessionals van allerlei zorginstellingen. Dit alles om een beter beeld te krijgen van de organisatie en de hoofdvraag.

De stakeholders van het programmateam 'Om het kind' bestaan voornamelijk uit 'joiners' en 'spectators'. Dit houdt in dat de ambtenaren en professionals gebruik maken van social media en dat zij ook connecties aangaan met anderen. Zij zijn vaak ook uitsluitend bezig met het lezen van berichten en/of artikelen. Het zelf plaatsen van berichten en in discussies gaan gebeurt bij vele van deze mensen in veel mindere mate.

Een aantal belangrijke uitkomsten uit het onderzoek zijn:

- Het programmateam 'Om het kind' van de Dienst Maatschappelijke Ontwikkeling Amsterdam zit met social media nog eigenlijk in de beginfase. Pleio en Twitter zijn hierbij de belangrijkste platformen.
- Het programmateam is vooral actief op social media tijdens een besluitneming van belangrijke uitspraken.
- Het online forum Pleio is niet gebruiksvriendelijk en ingewikkeld in gebruik.
- Een groot deel van de stakeholders zijn te bereiken via de social media platformen LinkedIn en Yammer.

Het programmateam 'Om het kind' van de Dienst Maatschappelijke Ontwikkeling communiceert met allerlei verschillende stakeholders. Met de één diepgaander dan met de ander, en met de één op een andere wijze dan met de ander. Iedere groep heeft behoefte aan een andere manier van communiceren. Bij dit onderzoek staan de ambtenaren en professionals centraal, hier is dan ook het advies op gebaseerd.

Om als gemeente en het programmateam 'Om het kind' een relatie op te bouwen en te onderhouden met de ambtenaren en professionals zullen zij zowel moeten luisteren, informeren als interacteren. Om tot dit stadium te komen worden voor de komende projectfase de volgende aanbevelingen gedaan:

- Webcare;
- Vertrouwen opbouwen;
- Maatschappelijke samenwerking;
- Persoonlijk maken van informatie.

Inhoudsopgave

1. Inleiding.....	6
1.1 Gemeente Amsterdam en Dienst Maatschappelijke Ontwikkeling	6
1.2 Afdeling communicatie.....	6
1.3 Aanleiding.....	7
1.4 Het programmateam 'Om het kind'	8
1.5 Stakeholderanalyse	8
1.6 Probleemstelling.....	10
1.7 Opdracht omschrijving	10
1.8 Onderzoeksplan.....	12
1.9 Leeswijzer	13
2. Onderzoeksopzet	14
2.1 Vooronderzoek.....	14
2.2 Praktijkonderzoek.....	14
2.2.1 Diepte interviews	15
2.2.2 Digitale enquête	15
2.2.3 Plaats van diepte interviews en enquêtes	15
2.3 Betrouwbaarheid.....	16
3. Theoretisch kader.....	17
3.1 Deelvraag 1: Ontwikkelingen van social media	17
3.2 Wat is social media?	17
3.3 Het gebruik van social media in Nederland?	18
3.4 Meest gebruikte social media platformen.....	20
3.5 De ontwikkeling van social media.....	22
3.6 Voordelen en nadelen van social media gebruik.....	23
3.7 Social media en de overheid.....	24
3.8 Inzet van social media door de overheid	25
3.9 Conclusie	27
4. Resultaten	28
4.1 Deelvraag 2: Monitoring van social media	28
4.1.1 Monitoren en meten	28
4.1.2 Gratis Tools.....	29
4.1.3 Tools tegen betaling	31
4.1.4 Conclusie	32

4.2 Deelvraag 3: praktijk voorbeelden	33
4.2.1 PLC2020	34
4.2.2 Overruimte	35
4.2.3 Sneller en beter	36
4.2.4 Conclusie	37
4.3 Deelvraag 4: Online activiteiten	38
4.3.1 Eerste communicatielijns	38
4.3.2 Het gebruik van offline kanalen	38
4.3.3 Het gebruik van online kanalen	39
4.3.4 Conclusie	40
4.4 Deelvraag 5: Functie van Pleio	41
4.4.1 Wat is Pleio?	41
4.4.2 Het ontstaan van Pleio	42
4.4.3 Functionaliteiten van het online forum Pleio	43
4.4.4 Het gebruik van Pleio	43
4.4.5 Conclusie	45
4.5 Deelvraag 6: Gebruik van social media door de stakeholders	46
4.5.1 Mogelijkheden van social media	46
4.5.2 Huidige social media gebruik	47
4.5.3 Conclusie	49
5. Conclusie	50
6. Aanbevelingen	51
Literatuurlijst	54
Bijlage I: Diepte interviews professionals	57
Bijlage II: Diepte interviews ambtenaren	68
Bijlage III: Digitale enquête	76
Bijlage IV: Resultaten digitale enquête	79
Bijlage V: Organogram DMO	85

1. Inleiding

1.1 Gemeente Amsterdam en Dienst Maatschappelijke Ontwikkeling

De afstudeeropdracht en het onderzoek wordt uitgevoerd binnen de Dienst Maatschappelijke Ontwikkeling (DMO) te Amsterdam voor de afdeling communicatie. Uit het afstudeeronderzoek komt een advies dat betrekking heeft op de afdeling communicatie. Het doel van het onderzoek is een bijdrage leveren aan het programma 'Om het kind' waar de afdeling communicatie op dit moment aan werkt. DMO is een veelzijdige dienst. Veel belangrijke en actuele thema's in de stad zijn bij DMO ondergebracht: Kunst & Cultuur, Onderwijs, Jeugd, Sport, Burgerschap & Diversiteit. Ook stadspas en het Amsterdamse Bos vallen onder DMO. (Zie organogram bijlage, V)

DMO is een dienst van denken en doen. De afgelopen jaren zijn er veel taken bijgekomen o.a. de kwaliteitsaanpak van het onderwijs, de leerplicht, het leerling vervoer, kwaliteit opvang en transitie jeugdzorg. De Dienst Maatschappelijke Ontwikkeling Amsterdam omvat op dit moment circa 630 medewerker om ondersteuning te bieden voor al deze diensten.¹

Gemeente Amsterdam wil zich in de toekomst steeds meer profileren en presenteren als een stad (één stad, één opgave) en niet als een stad van verschillende gemeentelijke diensten/bedrijven en staddelen. Dit heeft ook directe consequenties voor het communicatiebeleid van DMO.

1.2 Afdeling communicatie

Binnen DMO houdt de afdeling communicatie zich bezig met communicatietrajecten goed te organiseren en om de bijdrage van communicatie te kunnen monitoren en te evalueren. Het werkproces wordt verdeeld in een aantal stappen.

Binnen dit werkproces is de afdeling Communicatie opdrachtnemer en de vragende afdeling opdrachtgever. Communicatievragen die binnenkomen verschillen in tijdsbad en complexiteit, dus ieder traject is maatwerk. Desondanks doorloopt elk communicatietraject in principe via een aantal stappen, zie figuur 1.²



Figuur 1: Communicatietraject

¹ (Dienst Maatschappelijke Ontwikkeling, 2013)

² (Afdeling communicatie, 2008)

1.3 Aanleiding

In 2015 worden alle gemeenten in Nederland verantwoordelijk voor alles die te maken heeft met zorg rondom kinderen en ouders, waaronder ook de gemeente Amsterdam. Vanaf 2011 heeft het programmateam 'Om het kind' de opdracht gekregen om deze grote verandering voor de gemeente Amsterdam voor te bereiden en te begeleiden. Het programma valt onder verantwoordelijkheid van Dienst Maatschappelijke Ontwikkeling (DMO).

Na het evaluatieonderzoek in (2009) naar de jeugdzorg, waarin de jeugdzorg uit (2005) geëvalueerd werd heeft het kabinet besloten dat er een nieuw systeem moet komen voor de jeugd en gezinnen, die volledig onder de verantwoordelijkheid van de gemeenten valt. Want uit het evaluatieonderzoek is gebleken dat de huidige jeugdzorg verdeeld was over verschillende instanties, waardoor de jeugd en ouders niet optimaal hulp konden krijgen.

Het doel van systeemwijziging jeugd is meer voorzorg en eerdere ondersteuning. Meer uitgaan van de eigen kracht van de jeugd en hun ouders. Minder snel problemenkinderen doorsturen naar verschillende instellingen, betere samenwerking rond gezinnen en volledige hulp op maat. Als oplossing om de grote druk op deskundige zorg te minimaliseren en de te ingewikkelde manier van werken binnen de jeugdhulp aan te pakken. Het kabinet heeft voor een systeemwijziging gekozen waardoor alle vormen van jeugdzorg onder de verantwoordelijkheid van gemeenten worden gebracht.³

Ieder gemeente in Nederland krijgt alle verantwoordelijkheid over de jeugdzorg, onder andere:

- De jeugd-GGZ (zowel AWBZ als Zorgverzekeringswet);
- Provinciale jeugdzorg (waaronder Toegang, Advies- en Meldpunt Kindermishandeling, Kindertelefoon, ambulante en residentiële zorg en pleegzorg);
- Gesloten jeugdzorg;
- Jeugdreclassering;
- Jeugdbescherming;
- De zorg voor licht verstandelijk beperkten (jeugd-LVB).

Gemeenten blijven ook de taken uitvoeren die zij al deden:

- Jeugdgezondheidszorg;
- Preventief jeugdbeleid (incl. informatie, advies en signalering),
- Licht ambulante hulpverlening;
- Toeleiding naar zorg;
- Coördinatie van zorg.

³ (Koersbesluit Om het kind, 2013)

De veranderingen zien er als volgt uit:

	Systeem nu	Systeem straks
Gemeenten zorg	Verantwoordelijk voor preventieve jeugdhulp	Verantwoordelijk voor alle zorg voor jeugd
Financiën	Uiteenlopende financieringsstromen	Eén financieringsstroom
Wet	Diverse wetgevingstrajecten	Eén wettelijk kader

Figuur 2: veranderingen jeugdzorg

In 2015 is de zorg voor de jeugd in Amsterdam zo ingericht dat de doelstellingen van de visie 'Om het kind' haalbaar kunnen worden. De eigen verantwoordelijkheid en eigen kracht van de ouder/het gezin worden gestimuleerd en benut. De kleine problemen worden klein gehouden, de hulp is effectief, wordt dichtbij en snel geboden en kan voor minder hoge kosten worden geleverd.

1.4 Het programmateam 'Om het kind'

Het programmateam 'Om het kind' bestaat uit een team van ongeveer 40 personen onder andere een programmadirecteur en diverse programmamanagers verantwoordelijk voor verschillende taken. De programmamanagers sturen de projectleiders aan binnen het project. Het programma 'Om het kind' valt onder de Dienst Maatschappelijke Ontwikkeling. Momenteel zijn er in Amsterdam heel veel zorginstanties die verantwoordelijk zijn voor de jeugdzorg.⁴ Voor het nieuwe jeugdzorgstelsel moet de informatie op orde zijn. Dat betekent voor het programmateam dat er processen moeten worden ondersteund en dat er managementinformatie moet worden veranderd. Dat wil zeggen dat het programmateam ervoor gaat zorgen dat zowel de gemeentelijke organisaties als de zorginstanties in Amsterdam, tijdig klaar zijn voor het nieuwe jeugdzorgstelsel.

1.5 Stakeholderanalyse

Het programma 'Om het kind' kent veel stakeholders. Van deze stakeholders wordt verwacht om gezamenlijk met het programmateam te werken aan het inrichten van een nieuw jeugdzorgstelsel. Dat kan betekenen dat het programmateam partijen kan uitnodigen om aan projecten of andere opgaven te komen werken. De stakeholders voor het programma 'Om het kind' zijn op dit moment onder andere:

⁴ (Visie Om het kind, 2013)

Type stakeholder	Voorbeelden	Soort invloed
Directe stakeholders	• Zorgprofessionals van verschillende organisatie • Welzijnsorganisaties • Gemeentelijke partners: WZS, GGD, DWI en Stadsdelen • Stadsregio en stadsregiogemeenten • Het onderwijs: interne begeleiders, leerkrachten, schoolleiding en bestuurders • Cliënten belangenorganisatie	Primair Primair Primair Primair Primair Primair
Indirecte stakeholders	• Ouders en kinderen • Huisartsen • Zelfstandigen (ZZP -ers) • Kinderopvang en voorschoolse voorzieningen • Zorgverzekeraars • Politie • Justitie • Raad voor kindbescherming • Brancheverenigingen • Het Rijk	Secundair Secundair Secundair Secundair Secundair Secundair Secundair Secundair Secundair Secundair

Figuur 3: Stakeholdersanalyse

Deze stakeholders hebben dezelfde doelstelling als het programmateam 'Om het kind', namelijk optimale zorg verlenen aan de jeugd, maar ieder vanuit eigen rol en taak. Door samen te werken en te brainstormen kan een optimaal zorg geleverd worden tegen zo min mogelijke kosten en korte tijdsduur. De directe stakeholders zijn belangrijk voor het onderzoek en deze zijn te verdelen in ambtenaren en professionals.

Ambtenaren: zijn alle afdelingsmanagers, projectleiders en ambtenaren die vanuit de gemeenten betrokken zijn met de zorg voor de jeugd.

Professionals: zijn mensen die rechtstreeks contact hebben met de jeugd en ouders en zich daarmee bezig houden. Ze begeleiden en behandelen de jongeren om psychosociale, psychische of gedragsproblemen op te lossen. Professionals zijn onder andere begeleiders, leerplicht ambtenaren, medewerkers van consultatiebureaus en welzijnsorganisaties. Of het zijn professionals die bezig zijn binnen de jeugdgezondheidszorg, op scholen of die werken binnen Algemeen Maatschappelijk Werk.⁵

Aan de hand van de diepte interviews kunnen de volgende gegevens worden toegekend aan de stakeholders:

Leeftijd:	27 t/m 60 jaar oud
Opleidingsniveau:	HBO en hoger
Geografisch:	Woonachtig in Amsterdam en omgeving
Geslacht:	Zowel man als vrouw
Nationaliteit:	Verschillend
Overige kenmerken:	Is actief binnen één of meerdere social media

⁵ (Programmaplan II, 2013)

1.6 Probleemstelling

De beginfase van social media is zo'n beetje achter de rug maar nog lang niet alle gemeenten zijn, zoals ze zeggen, 2.0. Zij zijn op zoek naar de juiste manier waarop zij social media kunnen integreren binnen hun organisatie. Ambtenaren en professionals komen steeds vaker met elkaar in gesprek om de mogelijkheden met elkaar te bespreken en ervaringen uit te wisselen. Voor deze afstudeeropdracht wordt gekeken naar hoe het programmateam 'Om het kind' social media voor ambtenaren en professionals optimaal in kan zetten en benutten zodat de communicatie efficiënt, effectief en soepel verloopt. In de komende hoofdstukken wordt een uitgebreidere toelichting gegeven wat betreft deze vraag.

1.7 Opdracht omschrijving

De onderzoeksopdracht speelt zich af rond effectieve inzet van online kanalen, de sociale media met speciale aandacht voor Pleio, een digitaal communicatieplatform van de overheid voor maatschappelijke vraagstukken. Het doel van dit platform is om alle stakeholders van het programma 'Om het kind' in de komende tijd te blijven informeren en te betrekken bij veranderingen. Ook om met ambtenaren en professionals in gesprek te gaan over de ontwikkelingen, zodat deze stakeholders informatie op kunnen halen en ook om deel te kunnen nemen aan gesprekken.

Ambtenaren en professionals zijn de belangrijkste doelgroepen en gebruikers.

Pleio wordt tot nu toe vooral gebruikt als bibliotheek en nieuwskanaal. De interactieve functie is nog niet goed van de grond gekomen. Enerzijds is de verwachting dat interactie in de komende fase, na de besluitvorming van de gemeenteraad, voor de jeugdzorg meer zal gebeuren en anderzijds Pleio meer bekendheid krijgt.

Om het proces te verbeteren zal eerst onderzoek gedaan worden waar dat proces precies uit bestaat en welke problemen zich voordoen.

De onderzoeksvraag is als volgt geformuleerd:

"Uitgaande van de stakeholders: ambtenaren en professionals: Op welke manier kan het programma 'Om het kind' de huidige en nieuwe social media en Pleio in het bijzonder zodanig inzetten, dat deze betrokkenheid en kennisdeling ondersteunen en daarmee een bijdrage leveren aan het doel van het programma: een betere zorg voor de jeugd?"

De gestelde onderzoeksvraag kan echter niet zomaar worden beantwoord. Hiervoor is meer informatie nodig. Deze informatie kan worden verkregen door te kijken naar wie de betrokkenen zijn, op welke manier zij met social media omgaan, en of zij hiervoor open staan. Maar ook het beantwoorden van de deelvragen zijn essentieel om achter deze vragen te komen.

De hoofdvraag is te onder scheiden in een aantal deelvragen. Wanneer deze zijn beantwoord kan ook antwoord worden gegeven op de hoofdvraag. De deelvragen die zijn opgesteld luiden als volgt:

Wat zijn de ontwikkelingen van social media, en hoe kan het programma ‘Om het kind’ daarop ingaan? Deze deelvraag geeft inzicht in welke tools er op de online kanalen zijn die aansluiten bij de behoeften van het programma.

Hoe kan het gebruik van social media worden gemonitord en gemeten? Deze deelvraag geeft inzicht in hoe er gemeten kan worden door het programmteam.

Welke goede voorbeelden (grote verandertrajecten) zijn er binnen de overheid en bedrijfsleven en wat kan het programmteam daarvan leren? Deze deelvraag geeft inzicht in welke mogelijkheden er zijn om de gewenste situatie te bereiken.

Waar spelen zich de online gesprekken af met en tussen de ambtenaren en professionals? En hoe kunnen deze gesprekken worden beïnvloed? Deze deelvraag geeft inzicht in hoe de dagelijkse online activiteiten worden uitgevoerd.

Wat is er voor nodig om Pleio uit te bouwen en de interactieve functie van Pleio voor de ambtenaren en professionals van de grond te krijgen? Deze deelvraag geeft inzicht in hoe het proces verloopt.

Hoe gebruiken de ambtenaren en professionals sociale media? Deze deelvraag geeft inzicht in hoe de stakeholder omgaat met social media. Dit is nodig om op de juiste manier met de stakeholders te blijven communiceren.

Na het beantwoorden van de deelvragen kan een antwoord worden gegeven op de hoofdvraag. Hiermee kan een advies worden geformuleerd waarin aangegeven wordt welke aanpassingen nodig zijn om interactie op social media kanalen te stimuleren.

De doelstellingen van deze afstudeeropdracht is om duidelijkheid te verschaffen over de hoofdvraag en een advies over hoe social media kanalen en Pleio optimaal benut worden voor:

- Interactie van binnen naar buiten: informatie delen met de stakeholders, laten zien wat het programmteam ‘Om het kind’ aan het doen is en ook om te stimuleren om het gesprek aan te gaan en kennis uit te wisselen met de stakeholders, maar ook intern.
- Interactie van buiten naar binnen: een platform bieden voor discussies en gesprek.
- Co-creatie en participatie.⁶

⁶ (De doelstelling en opdracht formulering, 2013)

1.8 Onderzoeksplan

Tabel met overzicht welke onderzoek deelvragen middels welke onderzoeksmethode worden beantwoord.

Onderzoek deelvragen	Onderzoeksmethode				
	Literatuurlijst	Data-analyse	Desk research	Diepte interview	Enquête
1. Wat zijn de ontwikkelingen van social media, en hoe kan het programma 'Om het kind' daarop ingaan?					
2. Hoe kan het gebruik van social media worden gemonitord en gemeten?					
3. Welke goede voorbeelden (grote verandertrajecten) zijn er binnen de overheid en bedrijfsleven en wat kan het programmateam daarvan leren?					
4. Waar spelen zich de online gesprekken af met en tussen de ambtenaren en professionals? En hoe kunnen deze gesprekken worden beïnvloed?					
5. Wat is er voor nodig om Pleio uit te bouwen, en de interactieve functie van Pleio voor de ambtenaren en professionals van de grond te krijgen?					
6. Hoe gebruiken de ambtenaren en professionals sociale media?					

Figuur 4: Onderzoeksplan

1.9 Leeswijzer

Als eerste zal in hoofdstuk 2 de onderzoeksopzet aanbod komen. Er wordt een beeld geschetst van welke onderzoeksmethoden gebruikt worden voor het onderzoek.

In hoofdstuk 3 wordt het theoretische kader beschreven en wordt antwoord gegeven op de eerste deelvraag van het onderzoek. Hierin wordt uitgelegd wat social media zijn, het gebruik ervan in Nederland, de huidige situatie wordt beschreven en wat de ontwikkelingen van social media. Het theoretische kader wordt afgesloten met een conclusie.

In hoofdstuk 4 worden de resultaten van overige deelvragen beschreven. De resultaten geven een beeld van wat voor mogelijkheden er zijn als het gaat om het optimaal benutten van social media.

In hoofdstuk 5 wordt een conclusie gegeven over het onderzoek aan de hand van de resultaten. Tot slot in hoofdstuk 6 wordt aanbevolen wat het programmateam 'Om het kind' dient te doen om social media en Pleio op een optimale manier in te kunnen zetten.

2. Onderzoeksopzet

In dit hoofdstuk wordt omschreven op welke manier het onderzoek wordt uitgevoerd. Tijdens het onderzoek zullen verschillende methoden en technieken gebruikt worden.

Doormiddel van deskresearch wordt de inzet van social media kanalen in het interne communicatieproces in kaart gebracht en de succesvolle elementen daarbinnen. Vervolgens worden er diepte interviews gehouden met de ambtenaren en professionals die direct betrokken zijn bij de zorg voor de jeugd. Tot slot worden deze gegevens naast elkaar gelegd en verwerkt in dit advies rapport.

Het uit te voeren onderzoek is een beschrijvend praktijkonderzoek. Met beschrijvend onderzoek worden voornamelijk de kenmerken van situaties of groepen en/of de frequenties waarmee bepaalde verschijnselen optreden weergegeven. Beschrijvend onderzoek wordt op basis van bestaande gegevens en resultaten uitgevoerd, waardoor er weer nieuwe informatie wordt opgeleverd.

2.1 Vooronderzoek

Om een duidelijk en helder beeld van het programmateam 'Om het kind' en de hoofdvraag te krijgen, wordt vooronderzoek gedaan. De eerste dataverzameling zal plaats vinden doormiddel van deskresearch, waarbij gebruik wordt gemaakt van primaire bronnen. Dit zijn o.a. data-analyse, onderzoeksrapporten van DMO, onderzoeksrapporten m.b.t. het programma 'Om het kind', brancherapporten en overheidspublicaties. Voorafgaand aan het deskresearch wordt een zoekplan opgesteld. Hierin staan de mogelijke zoektermen, de gebruikte zoekmachines en het aantal hits. De gevonden artikelen en onderzoeksrapporten worden schematisch weergegeven in het zoekplan.

Daarnaast wordt gebruik gemaakt van secundaire bronnen, zoals vakliteratuur over de werkwijze van de gemeente in het algemeen, maar ook internet bronnen en artikelen uit vaktijdschriften. Voor deze vorm van informatie verzamelen is gekozen omdat deze relatief goedkoop en snel kan worden uitgevoerd. De gevonden literatuur kan naar verwachting goed worden teruggekoppeld naar het eigen uit te voeren onderzoek.

2.2 Praktijkonderzoek

Volgend op het deskresearch zal er diepte interviews en enquêtes afgenomen worden met een aantal ambtenaren en professionals van verschillende instanties. Voor het praktijkonderzoek wordt zowel kwalitatief als kwantitatief onderzoek uitgevoerd. De diepte interviews worden als kwalitatieve onderzoeksmethode uitgevoerd en de digitale enquête als kwantitatief onderzoek. Voor deze vorm is gekozen om de verschillende visies goed te kunnen achterhalen en ideeën uit te diepen. Het karakter van het onderzoek neemt hiermee zowel een kwantitatief als kwalitatieve rol op zich.

2.2.1 Diepte interviews

Het kwalitatief onderzoek wordt verwezenlijkt door middel van diepte interviews. Het doel van de interviews is om te kijken hoe de ervaringen en invloed van social media zijn op de ambtenaren en professionals en in hoeverre zij de social media kanalen inzetten voor de dagelijkse werkzaamheden of juist helemaal niet. Bovendien wordt het middels deze interviews ook duidelijk hoe ze tegen social media aankijken, wat hun wensen en behoeftes zijn en op welke social media zij het meest actief zijn. De interviews zullen beginnen met een korte introductie en aan het eind een afsluiting. Bij de introductie wordt de geïnterviewde geïnformeerd over onder andere waarom het onderzoek is gestart en door wie. Bij de afsluiting wordt de geïnterviewde bedankt voor zijn/haar samenwerking en wordt duidelijk gemaakt wanneer er de resultaten zullen verschijnen. De respondenten voor de interviews zijn in afstemming met de opdrachtgever nauwkeurig geselecteerd. Na overleg zijn er uiteindelijk drie professionals van verschillende instanties onder andere school maatschappelijke werkers, opvoedingsondersteuners en drie ambtenaren van het programmateam geselecteerd. Naast het afnemen van interviews zijn er ook een aantal workshops en bijeenkomsten bijgewoond voor de rol van social media voor ambtenaren en professionals.

2.2.2 Digitale enquête

Het doel van de enquête is om op een snelle en efficiënte manier achter de ervaringen en meningen van de ambtenaren en professionals te komen, als het gaat om social media. De stakeholders zijn via verschillende manieren gevraagd om de digitale enquête in te vullen. Allereerst is er met behulp van de opdrachtgever een lijst gemaakt met de belangrijkste personen die de digitale enquête in konden vullen. Er is een nieuwsbrief gemaakt die de digitale enquête onder de aandacht heeft gebracht. Als laatste is er via het 'Om het kind' Twitter account een tweet uitgezonden met een link naar de enquête. Na twee weken is er weer een herinneringsbericht gestuurd met de vraag of de mensen die de enquête nog niet hadden ingevuld alsnog deze in willen vullen. Uiteindelijk heeft de enquête 95 respondenten opgeleverd, wat voor het onderzoek voldoende is om daaruit conclusies te trekken.

2.2.3 Plaats van diepte interviews en enquêtes

Elk diepte interview wordt afgenomen in een daarvoor gereserveerde ruimte en er wordt persoonlijk de interviews afgenomen. Hierdoor wordt meteen helder op welke wijze de geïnterviewde reageert op de gestelde vragen en kunnen onduidelijkheden tijdig worden voorkomen. Door de interviews af te nemen in een aparte daarvoor gereserveerde omgeving, wordt de geïnterviewde ook niet afgeleid door anderen en de antwoorden die gegeven worden zullen in dit geval relevanter zijn voor het onderzoek.

Wat betreft de enquête is voor het invullen niet relevant waar de desbetreffende personen de vragen kunnen invullen. Omdat het om een digitale enquête gaat, kunnen de stakeholders zelf voor kiezen waar het invullen plaats zal vinden.

De vragen in de digitale enquête zijn onder andere als volgt:

- Zijn de ambtenaren en professionals actief op social media?
- Willen ze er meer gebruik van maken?
- Waarom maken ze gebruik van social media?
- Welke social media kanalen gebruiken ze voor hun werk?
- Zijn ze bekend met het online forum van het programmateam 'Om het kind'?

2.3 Betrouwbaarheid

Om de betrouwbaarheid van het onderzoek te waarborgen en om onduidelijke vragen of termen te voorkomen, worden tijdig alle vragen voor het diepte interview en de digitale enquête door een aantal personen bekeken en goed gekeurd. Dit zijn onder andere mijn bedrijfsbegeleider en de betrokken personen binnen het programmateam. Bij elke vraag moeten zij afwegen of deze werkelijk een bijdrage levert aan en van nut zal zijn voor het onderzoek. Met deze werkwijze wordt ook de waarde van het onderzoek verzekerd.

De afdeling communicatie en het programmateam zullen een laatste controle doen met betrekking tot de digitale enquête vragen. Hierdoor wordt ervoor gezorgd dat de informatie die binnen komt, van bruikbare aard zal zijn voor het onderzoek. Ook na het analyseren van de uitkomsten zal er opnieuw een controle gedaan moeten worden om onjuiste informatie te voorkomen.

3. Theoretisch kader

3.1 Deelvraag 1: Ontwikkelingen van social media

Om een verdere diepgang te vormen en het mogelijk te maken de hoofdvraag aan het eind van het onderzoek te kunnen beantwoorden, wordt in dit hoofdstuk de volgende deelvraag beantwoord, namelijk: *Wat zijn de ontwikkelingen van social media, en hoe kan het programma 'Om het kind' daarop ingaan?*

Hiervoor komen de volgende vragen aan bod:

Wat zijn social media en welke effectieve social media kanalen zijn er? Waar worden ze voor gebruikt en welke cijfers liggen er achter? Wat betekent social media voor de Dienst Maatschappelijke Ontwikkeling van Amsterdam het programmateam 'Om het kind'?

3.2 Wat is social media?

*"Social media is een verzameling online communicatievormen en -technieken waarbij de geproduceerde media door en voor velen gemaakt wordt. Heel kort door de bocht gezegd is 'social media': Online veel-op-veel communicatie."*⁷

Volgens Wikipedia is:

*"Sociale media (Engels social media) een verzamelbegrip voor online platformen waar de gebruikers, zonder of met minimale tussenkomst van een professionele redactie, de inhoud verzorgen. Tevens is er sprake van interactie en dialoog tussen de gebruikers onderling."*⁸

Social media hebben verschillende essenties, onder andere:

- Social media zijn de nieuwe manier van communicatie die vooral op het web plaats vindt.
- Er wordt tussen meerdere partijen heen en weer gecommuniceerd in de vorm van interactie en dialoog.
- Social media zijn toegankelijk voor klein en groot. Iedereen die nieuwsgierig is en daar interesse in heeft, kan het gebruiken voor het behalen van de doelstellingen.
- De gebruikers op social media zorgen zelf voor het nieuws, door zelf content erop te plaatsen en informatie met anderen te delen. De controle op deze media kanalen vindt plaats door de gebruikers zelf.
- Social media zorgen ervoor dat organisaties en bedrijven dichter bij elkaar komen.
- Door social media kunnen allerlei links en informatie doorgestuurd worden naar de juiste personen en organisaties.

Het gebruik van social media door Nederlandse burgers neemt een enorme vlucht. Van alle wereldburgers behoren de Nederlanders tot de meest actieve gebruikers van internet en social media platforms.

⁷ (Vleugels, 2013)

⁸ (Wikipedia, 2013)

3.3 Het gebruik van social media in Nederland?

In 2012 telde Nederland 15.5 miljoen internetgebruikers, dat is 90% van de Nederlanders. Europeanen 21,6% en de wereldbevolking 28,7% blijven daar ver bij achter.⁹ Volgens het onderzoek van Ruigrok|Netpanel uit 2011, internetten mannen iets meer dan vrouwen. Namelijk gemiddeld 18 uur per week door de mannelijke gebruikers tegenover 15 uur per week door de vrouwelijke gebruikers. Jongeren besteden meer tijd aan internet dan ouderen. De gebruikers die jonger zijn dan 35 jaar zijn gemiddeld 20 uur per week online. Tussen de 35 - 54 jaar is dit 16 uur en de gebruikers die ouder zijn dan 55 jaar besteden ongeveer 13 uur per week aan internet.

Wat is het gedrag van mensen op internet volgens van Ruigrok|Netpanel?

Op internet wordt vooral veel informatie gezocht 92% van de onderzochten doet dit regelmatig of vaak. Daarnaast regelt men heel veel bankzaken, 87% doet dit regelmatig of vaak. Daarna volgt het nieuws lezen 73% en shoppen (oriënteren op de aankoop van producten) 66% regelmatig of vaak. Ook steeds meer wordt er op sociale content gereageerd ten opzichte van voorgaande jaren 37% van de Nederlanders.

Volgens Ruigrok|Netpanel koopt 91% van de mensen wel eens iets op internet, 9% doet dit nooit. Het percentage mensen dat nooit iets koopt is gelijk gebleven ten opzichte van vorig jaar.

Puur vermaak is ook populair. Voornamelijk het online gamen of spelletjes spelen is populair 35%. Daarna volgen video's bekijken 32%, muziek of podcasts luisteren 27%, muziek of films downloaden 25% en het kijken naar televisie of films 17%. Gelezen wordt er ook op internet, ongeveer 30% van de respondenten leest regelmatig een blog of forum.

De favoriete websites van Nederlanders zijn volgens dit onderzoek in 2011 Google, Nu.nl en Marktplaats. Deze worden door respectievelijk 23%, 23% en 12% van de respondenten spontaan genoemd.¹⁰

Het gebruik van social media is in vijf jaar explosief gegroeid. Deelname aan social media groeit elk jaar met 31%. Volgens het onderzoek van Ruigrok|Netpanel maakt 72% van de mensen in 2010 en 2011 actief gebruik van social media. Social media worden vooral gebruikt door mannen 58%. 91% van de jongeren tussen 16 en 25 jaar maakt gebruik van social media, tegen 54% van de personen tussen de 25 tot 55 en 30% tussen de 55 en 75 jaar.

Newcom heeft sinds 2010 grote onderzoeken in Nederland uitgevoerd naar het gebruik van social media. Vanaf 2011 wordt het gebruik onder een enorm aantal gebruikers gemeten. In 2013 zijn er weer heel veel gebruikers gemeten, namelijk 13.700 respondenten. De respondenten die mee hebben gedaan aan het onderzoek hebben een leeftijd van 15 jaar en ouder, hiermee is het onderzoek het grootste social media onderzoek geworden in Nederland.

⁹ (Marketingfacts, Internet 2012 in cijfers, 2013)

¹⁰ (Feiten en cijfers, 2011)

Een aantal belangrijke resultaten uit het onderzoek van Newcom zijn:

Social media zijn geïntegreerd in het dagelijkse leven, ongeveer 8 op de 10 maakt gebruik van een of meerdere social media kanalen. Facebook en Youtube zijn het grootste in Nederland, de groei daarvan blijft sinds 2012 op dezelfde lijn hangen. LinkedIn is ten opzichte van 2012 met 5% gegroeid.

Uit het onderzoek blijkt het volgende over de social media kanalen:¹¹

- 7,9 miljoen Nederlanders maken gebruik van Facebook, waarvan 5 miljoen dagelijks;
- 7,1 miljoen Nederlanders maken gebruik van Youtube, waarvan 0,9 miljoen dagelijks;
- 3,9 miljoen Nederlanders maken gebruik van LinkedIn, waarvan 0,4 miljoen dagelijks;
- 3,3 miljoen Nederlanders maken gebruik van Twitter, waarvan 1,6 miljoen dagelijks;
- 2,0 miljoen Nederlanders maken gebruik van Google+, waarvan 0,5 miljoen dagelijks;
- 1,2 miljoen Nederlanders maken gebruik van Hyves, waarvan 0,3 miljoen dagelijks.

De belangrijkste redenen om social media te gebruiken zijn:

- Op de hoogte blijven van nieuws van vrienden en familie;
- Ontwikkelingen in het vakgebied volgen;
- Verloren contacten terug vinden /gevonden te worden;
- Netwerken (nieuwe baan);
- Laten zien wie je bent en wat je kunt (podium);
- Informatie zoeken en vinden;
- Meedoen met de rest (kuddegedrag);
- Zichzelf vermaken.

Op dit moment is de Dienst Maatschappelijke Ontwikkeling gemeente Amsterdam het programmateam 'Om het kind', actief op Twitter. Ook hebben zij een eigen digitale platform. Het ene platform wordt meer gebruikt dan het ander. Kijkend naar de uiteenlopende platformen zijn hierover de volgende gegevens bekend:

- Twitter 982 volgers, 1982 volgend,
- Pleio platform 253 leden;
- Nieuwsbrief 1250 geregistreerde.

Huidige communicatiekanalen en middelen zijn:

- Offline kanalen: debat en dialoog (persoonlijk overleg, bijeenkomsten), print- en druk werk voor (rapportage, flyer, poster).
- Online kanalen en middelen: Twitter, digitaal platform Pleio, Amsterdam.nl/omhetkind en digitale nieuwsbrief.

¹¹ (Newcom, 2013)

3.4 Meest gebruikte social media platformen

De social media platformen schieten als paddenstoelen uit de grond, grote en kleine. Er is wel enige diversiteit tussen de social media kanalen wat betreft de stakeholders, het ledenaantal en de mogelijkheden die elk platform biedt.

De volgende kanalen zijn de meest bekenden en meest actief in gebruik door mensen over de hele wereld. De cijfers zijn bekend op grond van het jaar van ontstaan tot en met het jaar 2012. Wat vooral opvalt, is dat deze kanalen allemaal heel jong zijn en allemaal binnen maar een aantal jaren zijn ontstaan.

Social media kanalen	Het jaar van ontstaan	Leeftijd
Twitter	2006	5 jaar
LinkedIn	2003	8 jaar
Facebook	2004	7 jaar
YouTube	2005	6 jaar

Figuur 5: Meest gebruikte social media kanalen

In dit hoofdstuk wordt aandacht gevestigd op bovengenoemde kanalen van social media. Vooral omdat deze in Nederland door gemeenten en overheidsinstanties het meest gebruikt worden.¹²

Twitter

Twitter, genoemd naar het gekwetter van vogels, is opgericht in 2006 als onderzoeksproject van het web bedrijf Obvious Corp. Twitter is een sociaal medium kanaal waar berichten van 140 karakters kunnen worden geschreven over wat men aan het doen is. Deze zogenoemde tweets kunnen via de e-mail, sms of de website de wereld in worden gestuurd. Gebruikers die elkaar volgen, kunnen deze tweets lezen. Deze gebruikers worden followers genoemd in plaats van vrienden. Zij kunnen ook een bericht retweeten, met andere woorden doorsturen naar de gebruikers die hen volgen. Nieuws kan zich op deze wijze zeer snel verspreiden. Ook bij Twitter kan er een profiel aangemaakt worden met daarin een profielfoto, een zogenoemde Avatar, aan toevoegen. Twitter is zowel internationaal als nationaal een veel gebruikt kanaal om nieuws te verspreiden. Veel politici hebben een Twitter account, zoals Barack Obama, Mark Rutte en Femke Halsema.

Sinds de lancering van Twitter in 2006 kent de microblogs site een wereldwijde groei. Zowel privé- als zakelijke gebruikers maken gebruik van Twitter om nieuws, foto's, links of andere informatie met hun volgers te delen. In maart 2010 had Twitter 1.923.000 bezoekers in Nederland. Een jaar later is dat aantal in dezelfde maand met 67% gestegen naar 3.207.000 bezoekers.

Toch is 35% van de gebruikers van Twitter niet actief en is 45% een zogenaamde "verzamelaar" van informatie. Op dit moment telt Twitter 3,3 miljoen gebruikers in Nederland. Het gebruik van Twitter is in het afgelopen jaar gelijk gebleven. Bijna de helft van de gebruikers maken er intensief dagelijks gebruik van.

¹² (Marketingfacts, Social media in Nederland, 2013)

Linkedin

LinkedIn is een platform dat zich vooral richt op zakelijke relaties en contacten. Via LinkedIn komen gebruikers makkelijker in contact met de gebruikers van eigen organisatie. Ook kunnen de gebruikers makkelijker in contact komen met andere gebruikers buiten de organisatie die hetzelfde vak uitoefenen. LinkedIn is opgericht door Reid Hoffman en is actief sinds 5 mei 2003 gericht op vakmensen. Sinds eind maart 2011 zijn er wereldwijd meer dan 100 miljoen leden. LinkedIn groeit de laatste jaren in een snel tempo. In 2007 was het snelst groeiende sociale netwerk in de Verenigde Staten en meer dan de helft van de gebruikers komen uit Amerika.

Nederland is met bijna 4 miljoen gebruikers goed genesteld in de top tien landen van meest gebruikte LinkedIn medium. Ongeveer half miljoen daarvan gebruikt het dagelijks. Het gebruik in Nederland is in het afgelopen jaar met 700 duizend gebruikers toegenomen en het groei stijgt in de komende periode nog verder omhoog.

Facebook

Facebook is in 2004 vooral alleen opgericht voor studenten van het Harvard College. Dit spreidde zich langzaam verder uit tot in 2006 Facebook een sociaal platform was die voor iedereen beschikbaar werd. Al snel kwamen er miljoenen gebruikers over de gehele wereld van Facebook bij. Facebook lijkt in veel manieren op Hyves. Ook hier kunnen berichtjes bij elkaar worden achtergelaten, filmpjes en foto's worden geüpload en verwijzingen worden gemaakt naar andere sites als youtube.com en nu.nl. Het belangrijkste verschil is toch wel dat Facebook een grootinternationaal karakter heeft. Het netwerk bestaat hiermee niet meer alleen uit mensen, bedrijven of groepen uit eigen land, maar het is universeel geworden. Daarnaast heeft Facebook een iets overzichtelijker design dan Hyves.

In april 2009 had Facebook meer dan 200 miljoen actieve gebruikers, vijf maanden later waren dat er 50 miljoen meer. In juli 2010 bediende Facebook al een half miljard gebruikers wereldwijd, circa 7% van het aantal aardbewoners. (Wikipedia, 2012)

Wereldwijd had Facebook in 2012 meer dan 1 miljard gebruikers, volgens gegevens van marketingfacts.nl. 552 miljoen is ook echt actief Facebook aan het gebruiken. Er zijn minder vrouwelijke gebruikers dan mannelijke gebruikers. De laatste jaren wordt Facebook ook steeds populairder onder Nederlanders. Facebook bestaat in Nederland sinds mei 2008. Het aantal Facebook gebruikers is tussen 2011 en 2012 met 45% gegroeid. Facebook heeft in Nederland 7,9 miljoen gebruikers, waarvan 5 miljoen er dagelijks gebruik van maken.

Youtube

Dit platform is opgericht in februari 2005 opgericht door Chad Hurley, Steve Chen en Jawed Karim. Deze mannen hadden elkaar op de werkvloer van PayPal leren kennen. Youtube is een medium voor het kosteloos uploaden, bekijken en delen van video's door gebruikers. Het motto van deze website is Youtube, Broadcast Yourself. Youtube is in Nederland na Facebook het tweede meest gebruikte platform. Meer dan 7 miljoen mensen gebruiken het platform. Het dagelijkse gebruik is de laatste jaren hetzelfde gebleven. Er wordt verwacht dat het gebruik ervan de komende tijd iets af gaat nemen. Youtube heeft van alle social media kanalen het grootste bereik. Elke minuut wordt er meer dan 72 uur beeldmateriaal online gezet, dit is ten opzichte van het jaar daarvoor een grote stijging.

3.5 De ontwikkeling van social media

In deze afstudeeropdracht is het hoofdonderwerp social media. Social media zijn tegenwoordig niet meer weg te halen uit ons systeem en de gemeenschap. Facebook, Twitter, LinkedIn, blogs enzovoort, we zijn dagelijks op deze online kanalen te vinden en overal zijn wij ermee bezig. Social media zorgen ervoor dat de manier van communiceren van de gemeenten veranderen.

Steeds meer overheidsinstanties zoals gemeenten hebben het gevoel iets meer uit de social media te willen halen. De komst van social media sluit erg aan bij de beweging die al actief is. Namelijk dat de mensen, maar ook de ambtenaren en professionals steeds zelfstandiger worden en de overheid niet meer per definitie als gezagvoerder beschouwen. Dankzij social media kunnen mensen dit steeds beter herkenbaar maken en wordt dit proces versneld. Mensen hebben de behoefte om hun ideeën breed en ook digitaal met anderen te delen en om kennis en ervaringen uit te wisselen. Dit is niet langer gebonden aan een plek of bureau, het kan overal en 24 uur per dag. Deze ontwikkeling is niet dankzij social media ontstaan, maar is er wel door toegenomen. De interactie via social media beïnvloedt de Nederlandse maatschappij. Daarmee dwingt deze ontwikkeling als het ware zakelijke organisaties en overheden te kijken naar hun manier van communiceren.¹³

Gezien de huidige veranderingen is het niet meer de vraag of ze iets moeten met social media, maar juist de vraag hoe ze dat dan optimaal kunnen inzetten en ook met de toevoeging van de huidige media.

Social media kanalen zoals Twitter, Facebook, LinkedIn, Blogs en Youtube hebben een grote rol op de ontwikkelingen van internet. Een voorbeeld van hoe effectief deze online kanalen zijn blijkt wel uit het verhaal van Esmee Denters. Zij plaatste een video van zichzelf op Youtube waarop te zien was hoe goed ze kon zingen en werd ontdekt door de grote artist uit Amerika, Justin Timberlake. Haar video is inmiddels meer dan honderd miljoen keer bekeken op Youtube (Frankwatching.com, 2007). Ook heeft social media met name Facebook een belangrijke rol gespeeld bij de verdwijning van de twee broertjes van 7 mei 2013 uit Zeist. De moeder van deze twee broertjes heeft foto's op haar Facebook-pagina gezet met de tekst: *"Alstublieft, wil iedereen uitkijken naar mijn kleine mannetjes, ze worden sinds gisterochtend vermist"*. Het bericht werd als een sneltrein verspreid op diverse social media kanalen. Dit terwijl iedereen over het nieuws in heel Nederland wist, werd het officiële Amber Alert van de politie bij de mensen pas veel later bekend.

¹³ (Frankwatching, 2012)

Zelfs de paus maakt gebruik van social media. Hij stuurt bijna dagelijks een bericht via Twitter naar ongeveer 2,5 miljoen van zijn volgers. Via Twitter benadrukt de paus zijn standpunten voor zijn geloof.

Volgens de maker van het filmpje 'social media revolution 4', gemaakt door Erik Qualman van Socialnomic, zijn o.a. de volgende feiten te noemen:¹⁴

- Elke dag 20% van de mensen die via Google zoeken, hebben nog nooit eerder via Google iets gezocht.
- Het is social media gelukt om de eerste plaats in te nemen als het gaat om internetactiviteiten.
- Achter één op de vijf echtscheidingen is Facebook de schuldige.
- Eén op de vijf stellen ontmoeten elkaar via social media.
- Elke seconde heeft LinkedIn twee nieuwe leden bij.
- YouTube is de tweede grootste zoek machine ter wereld.
- Elke minuut wordt er 72 uur video geüpload op YouTube.
- Als Wikipedia een boek was, dan zou het nu 2,25 Miljoen pagina's lang zijn.
- 53% van de Twitteraars adviseren producten in hun Tweets.
- 90% van de consumenten vertrouwen meer producten door opmerkingen.

Ook Clay Shirky spreekt op TED in juni 2009 over het onderwerp hoe nieuwe media de wereld aan het veranderen zijn. *"We are increasingly in a landscape where media is global, social, ubiquitous and cheap."*¹⁵ Het vertrouwen richting gevestigde organisaties en instellingen komt uit de mogelijkheden die nieuwe media en technologie ons bied. Kijkend naar deze revolutie is deze nog maar net begonnen. Heel oud zijn deze social media eigenlijk nog niet.

3.6 Voordelen en nadelen van social media gebruik

Hieronder wordt een onderscheid gemaakt tussen voordelen en nadelen die bij het inzetten van social media kanalen tijdens een project naar voren kunnen komen.

Voordelen van social media zijn onder andere:¹⁶

- Snelheid: in een korte tijd wordt informatie gedeeld met een groot aantal mensen.
- De nieuwste actuele informatie: omdat er dagelijks veel mensen er op actief zijn, wordt het in een korte tijd verspreidt.
- Interactie: mensen laten makkelijker hun mening horen en voelen zich vrijer omdat er geen face-to-face contacten zijn.
- Crowdsourcing: het gebruik maken van de kennis en kracht van de mensenmassa.
- Betrouwbaarheid: gebruikers voelen zich op hun gemak, als ze op sommige kanalen een community hebben opgebouwd.

¹⁴ (Social Media Revolution 4, 2012)

¹⁵ (Shirky, 2009)

¹⁶ (web3punt0, 2013)

Nadelen van social media:

- Foutieve informatieverspreiding: gebruikers kunnen ook informatie delen die niet altijd waar zijn.
- Risico's: zoals het voordeel met snelheid van social media bereikt wordt, kan dezelfde snelheid worden gebruikt om negatieve reacties te verspreiden over een organisatie binnen mum van tijd.
- Kost tijd en energie: om als organisatie optimaal van social media kanalen te kunnen profiteren, moet de organisatie er veel tijd en energie in gaan steken.
- Verkeerd gebruik: het content dat erop geplaatst wordt kan in een later stadium tegen de gebruiker gebruikt worden.¹⁷

3.7 Social media en de overheid

Overheidsinstanties zoals gemeenten communiceren nog steeds vooral via traditionele communicatiemiddelen zoals e-mail, folders, telefoon en internet. Omdat de huidige maatschappij steeds actiever wordt op social media, zullen de vragen en de behoeftes van de stakeholders veranderen en zal de manier van communiceren van veel overheidsinstanties moeten veranderen.

De veranderingen via social media kunnen onder andere zijn:¹⁸

- De manier van informatie zenden veranderen en zorgen voor meer co-creatie en interactie.
- Iedere individu van de stakeholders heeft veel invloed op het bereiken van de doelstellingen, er moet een manier gevonden worden om effectief met de individuele meningen om te gaan.
- Er ligt een grote mogelijkheid voor zelfontplooiing. Via social media kunnen er erg snel de juiste mensen bereikt worden.
- Macht heeft geen rol meer. Door social media is iedereen gelijk, het doet er niet toe of men macht heeft of niet. Iedereen kan zijn gelijkheid bewijzen.
- De stakeholders verwachten door de inzet van social media binnen een aantal uur een reactie op een vraag, en kunnen niet meer dagen wachten.
- De manier van communiceren gaat verder door op het web, en men heeft dan minder controle op de discussies die er ontstaan.

Social media zijn voor gemeenten en overheidsinstanties ook een bron van omzet en kan men daar veel mee bereiken. Door het inzetten van een eigen LinkedIn pagina wordt het erg makkelijk om informatie en kennis met de stakeholders te delen. En ook andere ambtenaren en professionals te betrekken en mee te laten denken met een project, of andere organisaties en bedrijven op de hoogte brengen van een oplossing of een probleem. Zoals Erwin Blom in zijn boek aangeeft is het luisteren, vertellen en in gesprek gaan een goede manier om interactie op gang te brengen.¹⁹

¹⁷ (Nadelen social media, 2013)

¹⁸ (Siggyvolgt, 2012)

¹⁹ (Blom, 2009)

Door het inzetten van verschillende social media platformen, wordt de mogelijkheid aan de stakeholders geboden om op een snelle manier erachter te komen waar een organisatie mee bezig is. Als organisatie kom je op een goedkope manier erachter wat de stakeholders belangrijk vinden en welke meningen ze hebben. Ook wordt daardoor helder welke onderwerpen er actueel zijn en waar halen de stakeholders hun informatie op.

Uit het onderzoek van David Kok in 2011, naar het gebruik van social media door gemeenten, blijkt dat heel veel gemeenten op zoek zijn naar een effectieve manier van hoe social media goed ingezet kan worden.²⁰

Op het internet draaide eerder voornamelijk om informeren en publiceren, tegenwoordig gaat het bij social media om interactie en effectiviteit. Door op online kanalen de stakeholders persoonlijk te benaderen wordt er voor interactie gezorgd. Ook het stellen van prikkelende vragen, of de stakeholders mee te laten denken en om hun ideeën te vragen, zorgt dit voor meer interactie.

3.8 Inzet van social media door de overheid

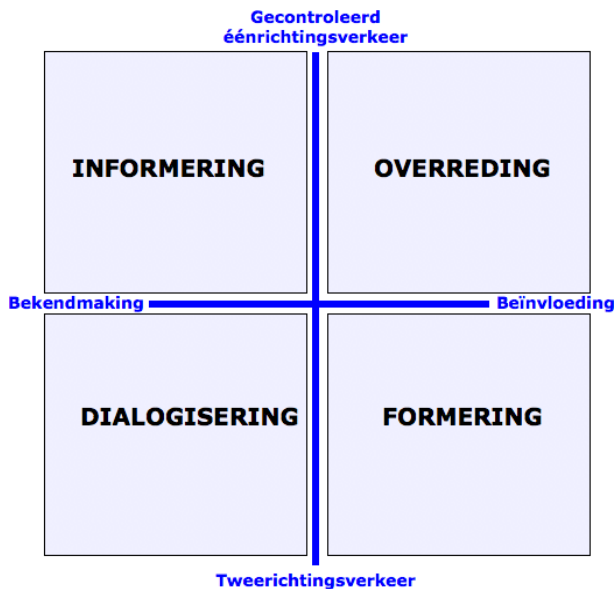
Social media zijn tegenwoordig een middel geworden waar bedrijven volop gebruik van maken voor het inzetten van belangrijke projecten.

Social media worden vooral onder andere voor de volgende doelen ingezet:

- Verkrijgen van relevante informatie over een project;
- Communiceren en co-creëren tussen de stakeholders;
- Het versterken van onderling contact;
- Verbeteren van de werkzaamheden;
- Het delen en ontvangen van kennis;
- Promotie op een project;
- Service.

Bij de inzet van social media is het als eerst belangrijk om na te gaan hoe ze op een goede manier een bijdrage kunnen leveren voor een organisatie. Er zijn vier basisstrategieën te onderscheiden zoals in het figuur hieronder wordt weer gegeven, genaamd communicatiekruispunt dat door Van Ruler in 1998 ontwikkeld is. Door stap voor stap het communicatiekruispunt na te gaan, wordt voor de organisatie duidelijk of de communicatie die er door social media ontstaat wel of niet van tweerichtingsverkeer komt en of de stakeholders wel of niet opzettelijk moeten worden beïnvloedt.

²⁰ (Frankwatching, 2012)



Figuur 6: Communicatiekruispunt Van Ruler

Onderstaand een toelichting op de vier basisstrategieën:

Informeren: de nadruk ligt op het delen van informatie over een lopend project of een project dat nog niet gestart is. Het is dus communiceren vanuit een organisatie (eenrichtingsverkeer) naar buiten toe door inzet van verschillende middelen. Deze methode wordt bij projecten toegepast waar de betrokkenen geen invloed hebben op het verloop daarvan, en dus een bijdrage niet echt iets toevoegt aan het project.

Overreden: de nadruk ligt op het beïnvloeden van betrokkenen bij een project, door het inzetten van allerlei eenrichtingsmiddelen. Deze methode wordt veel toegepast voor het verkopen van diensten en producten. Het toepassen van deze methode wordt in situaties ingezet om in een keer een groot aantal mensen te beïnvloeden zodat ze uiteindelijk een bepaald soort gedrag zullen vertonen, die gunstig kunnen zijn voor het verkopen van product of andere doeleinden.

Dialogiseren: de nadruk ligt op het uitwisselen van kennis en ideeën. Het is een open communicatiemiddel, waar vanuit de zender geprobeerd wordt om de stakeholders te laten betrekken bij een project. Hiermee wil men de stakeholder dichterbij het project brengen, door het inzetten van de methode tweerichtingsverkeer. Deze methode wordt door veel professionals beschouwd als het meest effectieve communicatiemiddel, als het gaat om uitwisselen van informatie en ideeën. Er wordt vaak voor deze methode gekozen als een project pas van start gaat.

Formeren: de nadruk ligt op het gezamenlijk beginnen aan samenwerkingsverbanden door verschillende partijen die werken aan een project. Hier gaat het om inzetten van het tweerichtingsverkeer methode, wat voor zorgt dat door de inbreng van allerlei ideeën en duidelijke afspraken de stakeholders op een heldere manier overtuigd kunnen worden.

Het programmteam heeft als doel het uitwisselen van kennis en informatie via de online kanalen. Want de ambtenaren en professionals spelen een belangrijke rol voor de zorg voor de jeugd. Het is van belang dat de stakeholders op social media elkaar actiever aanspreken en vaker op vragen reageren, hierdoor ontstaat er een positieve beïnvloeding van interactie waardoor de zorg voor de jeugd daar alleen maar op vooruit zal gaan. Dat sluit aan bij dialogiseren.

3.9 Conclusie

In ons huidige maatschappij hebben de social media kanalen steeds een grotere rol. Zo zie je steeds zowel onder jongeren als ouderen de populariteit van Twitter, Facebook, Youtube en LinkedIn met de dag meer stijgen.

Iedereen heeft een profiel op een van deze kanalen om zo in contact te blijven met vrienden, familie en de rest van de wereld. Het is niet meer weg te denken en het speelt een hele belangrijke rol in het dagelijkse leven van mensen. Social media maakt communiceren tussen mensen veel makkelijker en zorgt dat de afstand tussen mensen kleiner wordt. Maar ook tussen bedrijven en organisaties. Het is ook een perfect middel voor reclame en informatie uitwisselen. Door al deze redenen is het gebruik steeds meer toegenomen en het blijft een populair middel van communicatie.

Social media zijn in constante ontwikkelingen. Mensen dienen het te blijven gebruiken zowel direct, door zelf actief te zijn, als indirect, door van de omgeving meer mee te krijgen. Dat om op te hoogte te blijven van de ontwikkelingen en om niet achter te blijven in de maatschappij. Dat geldt zowel voor privé gebruik als voor werk. Het programmteam 'Om het kind' zal hier ook deel van moeten uitmaken.

Social media kunnen verschillende rollen hebben. Maar een ding hebben ze allemaal gemeen, het draait om interactie. Deze interactie moet integendeel wel van twee zijden komen. Dit is bij het programma 'Om het kind' vaak niet het geval.

Het programmteam 'Om het kind' is kijkend naar de afgelopen anderhalf jaar vooral actief op Twitter. Ook wordt er gebruik gemaakt van het online forum Pleio, website Amsterdam.nl en de nieuwsbrief. Er is ook een experiment met crowdsourcing geweest. Ondanks het inzetten van deze social media kanalen wordt er nog verder gezocht naar de juiste wijze voor interactie.

Samenvattend kan er worden vastgesteld dat door de razende snelle ontwikkeling en enorme populariteit van social media zal het programmteam 'Om het kind' meer inzet moeten tonen in het gebruik van de social media kanalen en zelf ook actief deel van uit maken. Het heeft namelijk veel voordelen zoals de snelheid waarmee een grote groep mensen bereikt wordt en de voordelen van het inzetten van crowdsourcing. Kortom het inzetten van social media is een goedkope en snelle manier voor de samenwerking met de stakeholders en het bereiken van een hoge betrokkenheid voor een goed verloop van het programma.

4. Resultaten

4.1 Deelvraag 2: Monitoring van social media

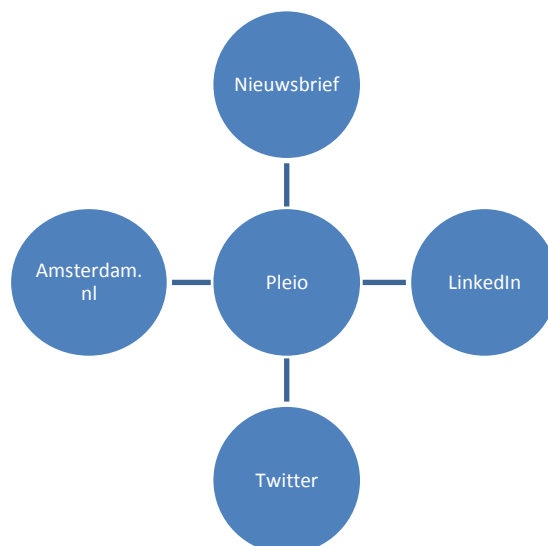
Met de volgende deelvraag wordt kennis genomen over de manieren van onderhoud en monitoring van social media. De deelvraag luidt als volgt: *hoe kan het gebruik van social media worden gemonitord en gemeten?* Het is van belang voor het programmteam om inzicht te krijgen in het gebruik en inzet van social media, om indien nodig bij te sturen. Voor het beantwoorden van deze vraag, wordt een onderscheid gemaakt in de manieren van monitoring en hoe monitoring überhaupt plaats kan vinden.

4.1.1 Monitoren en meten

Het inzetten van social media voor een organisatie begint bij monitoren en meten van je stakeholders. Het is erg belangrijk om eerst achter te komen wat er allemaal over je organisatie en project wordt gezegd. Via welke online kanalen de meeste discussies worden gevoerd en wat de interessante ontwikkelingen zijn rondom je organisatie of project.

Het digital monitoren van social media wordt vaak ingezet om erachter te komen hoe de stakeholders zich op het net gedragen. Door erachter te komen wat het gedrag is, wordt hierdoor een band ontstaan en kan deze band steeds meer worden versterkt. Het monitoren van social media kanalen dient te worden onderhouden vanuit een vaste hoek. Het is noodzakelijk dat een team van vaste medewerkers zich hiermee bezighoudt. Deze mensen moeten betrokken zijn bij het programmteam en beschikken over voldoende kennis en ervaring met social media.

Omdat social media niet altijd onder controle kan zijn, is het aan te raden om een overzicht te maken van de kanalen die worden ingezet om zo op de hoogte te zijn waar er dagelijks content en activiteiten geplaatst worden. Zoals Twitter, Pleio, Amsterdam.nl en LinkedIn. Ook het voordeel van deze controle is dat mensen vanuit de verschillende kanalen naar Pleio getrokken worden.



Figuur 7: overzicht van ingezette kanalen

Er zijn verschillende manieren voor het meten en monitoren van social media. De informatie die dagelijks op de online kanalen wordt gezet is enorm veel. Om social media optimaal in te zetten zal de eerste stap ingezet moeten worden met luisteren naar wat de stakeholders te zeggen hebben. Om te zorgen dat meestal de juiste en de relevante informatiebronnen gevonden kunnen worden, zijn allerlei tools die gratis toegankelijk zijn om het programmteam te helpen met monitoring en meten van social media. Hieronder worden een aantal tools verder toegelicht. De keuze en voorkeur voor deze tools is gebaseerd op de populariteit en het gemak ervan.²¹

4.1.2 Gratis Tools

Social Mention

Social Mention is een erg handige programma en biedt de mogelijkheid om binnen een aantal seconden naar afbeeldingen, berichten, en nieuwsmeldingen te zoeken op meer dan 80 social media kanalen zoals Twitter, LinkedIn, Facebook, blogs, Youtube, Hyves, Google en nog veel meer. Social Mention is een zoekmachine die door de social media kanalen heen zoekt. De informatie die gevonden wordt op basis van de zoekopdracht, wordt door Social Mention bij elkaar gebracht en in een overzichtelijke vorm weergegeven. De zoekresultaten worden weergegeven in een overzichtelijke lijst, die niet veel verschilt met de weergave van de zoekresultaten op google.

Social Media Check

Social Media Check is een Nederlandse tool die gemaakt is door het Utrechtse online communicatiebureau. Het is een tool die alleen binnen de Nederlandse social media kanalen opereert, en op andere buitenlandse online media wordt alleen de Nederlandse zoekresultaten weergegeven. Het is een tool die laat zien wat de Nederlandse social media gebruikers te zeggen hebben over een organisatie. Een van de social media kanalen die door Social Media Check gevonden wordt is bijvoorbeeld Twitter. Zo laat deze site zien wat de twitteraars allemaal te zeggen hebben over een organisatie, wat er op de Nederlandse blogs geschreven staat en hoe organisatie met welke merk en foto worden geassocieerd.

Social Media Check biedt ook de mogelijkheid aan de gebruikers om via de e-mail op de hoogte te blijven van de nieuwste ontwikkeling rondom het onderwerp wat voor hun organisatie interessant is.²²

Google Alerts

Heel veel mensen maken dagelijks gebruik van de zoekmachine Google voor het zoeken naar de relevante informatie of zoeken gewoon via Google een website op in plaats van een URL link te typen. Google alerts maakt deel uit van de zoekmachine 'Google' die in het jaar 2008 is gelanceerd. Via Google alerts wordt de organisatie op de hoogte gehouden over de ontwikkelingen en de informatie over een bepaald project of thema op internet.

²¹ (Hallo.kvk, 2012)

²² (Marketingfacts, 2010)

Google alerts stuurt de aangemelde organisatie e-mail meldingen op basis van de opgeslagen trefwoorden die de organisatie zelf kan toevoegen. Het is een erg handige en nuttige tool, want de tool werkt precies hetzelfde zoals de normale Google zoekmachine. Door de juiste zoekwoorden toe te voegen en een werkend e-mailadres, wordt de Google alerts ingesteld. Het instellen is erg gemakkelijk, het is wel aan te raden om relevante zoekwoorden op te geven voor een optimaal resultaat.

Google alerts kan gebruikt worden om achter verschillende informatie bronnen te komen zoals:

- Een project volgen;
- Volgen van concurrenten of andere soortgelijke organisaties;
- Op de hoogte blijven van de belangrijkste personen voor de organisatie;
- Ter ondersteuning van de Webcare team;
- Op de hoogte blijven hoeveel websites linken naar de eigen site.

Google alerts is dus een ideale tool voor het meten en monitoren van social media. Als organisatie ben je meteen op de hoogte van de ontwikkelingen op social media en kan er heel snel ingespeeld worden op de vragen en opmerkingen die een slecht imago hebben voor de organisatie.

Tweetdeck

Tweetdeck is een tool die de belangrijkste onderwerpen in de maatschappij op een rij zet van verschillende social media kanalen. Wanneer er heel veel over een bepaald onderwerp of project wordt gepost op deze kanalen, dan zorgt Tweetdeck ervoor dat al deze onderwerpen op een logische wijze gerangschikt worden op het platform. Wat ook nog erg handig is van deze tool is dat er de mogelijkheid is om via Tweetdeck een bericht via verschillende kanalen kunnen worden gepost. Dus als organisatie is het niet meer nodig om een bericht steeds via allerlei kanalen opnieuw te gaan publiceren.

Tweetdeck is dus geschikt voor meer ondersteuning bij het inzetten van de Twitter, Facebook en LinkedIn account en laat zien wat de stakeholders belangrijk vinden van een thema. Door de tweets zo overzichtelijk mogelijk in kolommen naast elkaar op te delen, is het lezen van de tweets veel sneller en efficiënt geworden. Hiermee kan de organisatie makkelijk achter komen wat er op Twitter gaande is en geschreven wordt.

4.1.3 Tools tegen betaling

Naast de bovengenoemde gratis tools, zijn er ook andere tools die tegen betaling in gebruik genomen kunnen worden voor het meten en monitoren van social media gebruik. Er zijn heel veel keuzes uit websites die deze mogelijkheid bieden. Bovendien komen er constant nieuwe websites bij die deze service bieden. Hieronder zijn er een aantal vermeld die grote diversiteit aan klanten hebben uit verschillende branches in Nederland, zoals:

Coosto

Coosto is een betaalde Nederlandse monitoren tool en houdt meer dan 390 duizend verschillende bronnen in de gaten. Coosto houdt sinds 2009 een archief bij, hierdoor worden veel meer berichten op online media onderschept. Daardoor is het ook mogelijk om terug te gaan in de geschiedenis en vergelijkingen maken met de jaren voorheen. En bij andere tools wordt er begonnen met een archief pas op het moment als er met de tool gestart wordt. Coosto doorzoekt de social media kanalen een paar keer per dag en worden de kanalen als Twitter, Facebook, LinkedIn en Google+ in het bijzonder ieder twee minuten gescand. Hierdoor krijgt de gebruiker super snel informatie waardoor en heel snel maatregelen kunnen worden genomen op negatieve berichten.²³

Coosto is eigenlijk een zoekmachine voor de sociale media kanalen. Gebruikers kunnen via een zoekbalk zoekwoorden intypen die sluiten op de thema's van eigen wens. De zoekfunctie via Coosto is veel uitgebreider dan de zoekfuncties van de niet betaalde tools. Coosto heeft ook de mogelijkheid om bij de zoekopdracht een grafiek te maken van de activiteiten die er gevonden worden. Met Coosto kan dus onbegrensd naar informatie gezocht worden in het hele Nederlandse web systeem. Coosto is voor allerlei doelstellingen inzetbaar zoals het monitoren van promotie, webcare en concurrentie analyses.

Er zijn ook heel veel bekende organisatie die met Coosto werken. Een aantal van deze organisatie zijn onder andere gemeente Amsterdam, ANWB, Agis, Ministerie van Binnenlandse Zaken, Microsoft, Deloitte en nog veel meer. Het gebruiken van Coosto kosten de organisatie per maand een bijdrage van ongeveer €750,- per maand.

²³ (Rectec, 2010)

Obi4wan

Obi4wan is ook een betaalde Nederlandse tool, overzichtelijk en toegankelijk in gebruik. Obi4wan doorzoekt het hele internet binnen Nederland op zoek naar informatie. Deze tool heeft een enorm groot bereik. Behalve Twitter, LinkedIn, Facebook of Hyves zoekt de tool naar meer dan 375 duizend weblogs, fora en nieuwsbronnen. Obi4wan helpt de organisatie inzicht te krijgen en overzicht te houden in online interacties doormiddel van luisteren en monitoren. De zoekresultaten die opgeleverd worden via een zoekopdracht kunnen makkelijk in overzichtelijke rapportages verwerkt worden.²⁴

Naast het bijhouden van online gesprekken, biedt deze tool ook de mogelijkheid om online op gesprekken te reageren en mee te discussiëren via verschillende online kanalen.

De organisaties die gebruik maken van Obi4wan zijn onder andere Gemeente Utrecht, AFAS Software, Politie, Gemeente Groningen, BCC, ARRIVA enzovoort. De gemeente Groningen heeft Obi4wan tijdens de Facebook-rellen in Haren ingezet, om de mensen te vinden die betrokken waren bij de rellen.

De tool biedt verschillende pakketten aan, voor €350,- zal de organisatie beschikking hebben over webcare en promotie monitoren.

4.1.4 Conclusie

Concluderend kan worden vastgesteld dat het programmateam 'Om het kind' kan ervoor kiezen om een van de boven genoemde tools of wellicht een andere die in dit verslag niet naar voren komt, in gebruik te nemen. De keuze kan worden gemaakt aan de hand van het verschil in de kosten en op basis van het meest geschikt medium voor het programma gezien de mogelijkheden.

Coosto zou een geschikt tool kunnen zijn. De gemeente Amsterdam heeft tijdens de Koninginnedag ook gebruik gemaakt van Coosto, om massaal met de stakeholders te communiceren. Tijdens een workshop bij DMO over webcare werd verteld dat het programma erg overzichtelijk is en in een oogopslag de reacties van de gebruikers laat zien. De ervaring over het inzetten van Coosto was erg positief.

²⁴ (Marketingfacts, 2011)

4.2 Deelvraag 3: praktijk voorbeelden

In de praktijk zijn er sinds een aantal jaren verschillende grote partijen als overheden en organisaties die gebruik maken van social media voor hun projecten. In dit onderdeel komen een aantal praktijkvoorbeelden naar voren om deze deelvraag te beantwoorden: *welke goede voorbeelden (grote verandertrajecten) zijn er binnen de overheid en bedrijfsleven en wat kan het programmateam daarvan leren?*

Kijkend naar andere projecten die ook social media in hebben gezet met vergelijkbare grote projecten als hervorming voor de jeugd, was het erg makkelijk om voorbeelden te vinden. Want tegenwoordig zetten heel veel overheidsinstanties en bedrijven social media in voor meer betrokkenheid van hun stakeholders bij een groot project.

Bij organisaties die al eerder social media in hebben gezet voor grote projecten, is het interessant om te zien dat het vrij simpel is om via social media de betrokkenheid van de stakeholders te vergroten bij de voortgang van een project. Dit als de stakeholders het gevoel krijgen dat er ook iets voor hen in zit, waarbij het hun eigen werk vergemakkelijkt.

De projecten in de onderstaande paragrafen gaan over de situaties die direct met de stakeholders verbonden zijn en hun persoonlijk aanspreekt. In dit geval hebben de stakeholders een hoge motivatie om zich meer betrokken te voelen tot online activiteiten en gespreken. Ze hebben er dus een belang bij voor hun werk waardoor ze actief deel van zullen gaan nemen op social media. De afstand tussen ambtenaren, professionals en het programmateam ligt in sommige gevallen relatief ver uit elkaar, maar kan door optimaal inzetten van social media naar elkaar toe groeien. Online kanalen bieden ook de mogelijkheid om zeer snel de juiste mensen bij elkaar te brengen, dit maakt het mogelijk dat de samenwerking tussen ambtenaren en professionals nog beter zal worden.

Onderstaande voorbeelden zijn gekozen, omdat het daarbij om projecten gaan binnen de overheid en bedrijven in Nederland waarbij de inzet van social media een grote rol heeft gespeeld. Ook komen de doelstellingen van deze voorbeelden ongeveer overeen met die van het programmateam 'Om het kind'. Van belang is hierbij interactie en betrokkenheid van de stakeholders.

4.2.1 PLC2020

PLC2020 is eigendom van Phoenix Contact, een internationale onderneming met oplossingen op het gebied van industriële automatisering. Via de website PLC2020.nl en een eigen LinkedIn groep worden de stakeholders beïnvloed en de thema “de toekomst van de industriële automatisering” onder de aandacht gebracht. Men kan via het online kanaal onder andere een blog, documenten en het nieuws volgen, ook is het mogelijk om gemakkelijk direct via het platform naar de LinkedIn groep te schakelen.²⁵

Het doel van het platform is informatie delen met de buitenwereld, zorgen voor een optimale interactie waardoor mensen gaan discussiëren en hun kennis met elkaar delen. Het platform is erg overzichtelijk en gebruiksvriendelijk mede door het gebruiken en inzetten van vele cartoons. Dit trekt de aandacht van de bezoeker en maakt hun nieuwsgierig om door te lezen op het platform. Het platform heeft inmiddels meer dan twee duizend geabonneerden op de nieuwsbrief. Deze mensen krijgen ook elke maand een e-mail met de link naar een blog dat maandelijks geschreven wordt door verschillende professionals uit het werkgebied. De onderwerpen van de blogs worden zo geschreven, dat ze uitnodigend zijn voor de stakeholders. De discussies worden dan vervolgens op de eigen gemaakte LinkedIn groep gevoerd, die naar aanleiding van de blogs ontstaan.



Figuur 8: het online platform van Phoenix Contact (PLC2020)

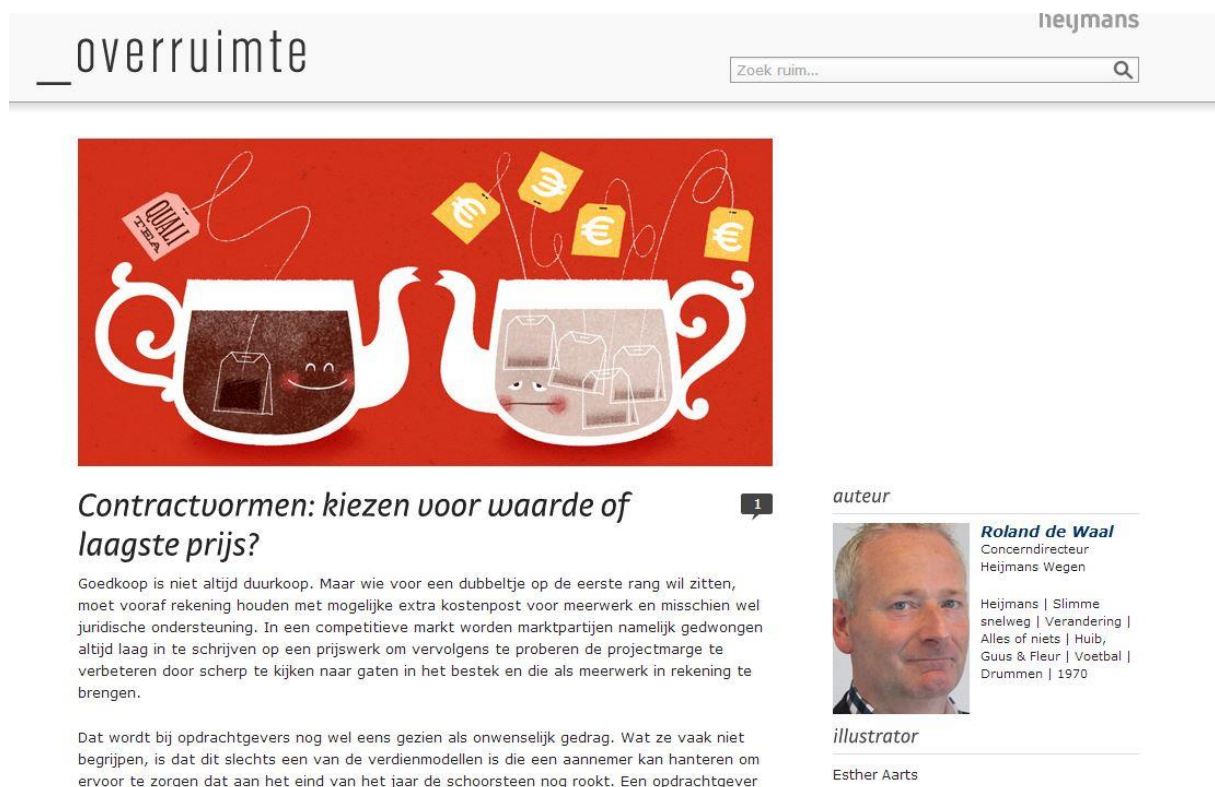
Op LinkedIn groep zijn er nu 310 leden bij elkaar gekomen en doen mee aan achttien verschillende discussies. Verder hebben rond 500 geïnteresseerden sinds 2011 een of meer documenten gedownload. Op dit moment is deze langdurige actie bijna afgelopen, maar Phoenix Contact is kijkend naar de resultaten zeker in geslaagd om de thema onder de stakeholders levend te maken en hun mee te betrekken in de wereld van de industriële automatisering.

²⁵ (Phoenix Contact, 2013)

4.2.2 Overruimte

Het platform Overruimte is van de beursgenoteerde onderneming Heijmans. Heijmans is gespecialiseerd in verschillende producten onder andere vastgoed, woningbouw, wegen en civiele techniek. Ook Heijmans heeft aan het eind van het jaar 2011 een platform gelanceerd om zichzelf te onderscheiden, maar ook stakeholders te betrekken bij het bedrijf.

Het platform Overruimte is een online kanaal voor zowel eigen personeel als andere buitenstaande professionals uit het veld, om met hun van gedachten, ideeën en kennis uit te wisselen over de stand van zaken. Op het platform kan iedere professional binnen en buiten het bedrijf mee discussiëren over de onderwerpen die er op het platform te vinden zijn.²⁶ Heijmans wil hiermee een dialoog aangaan en starten die voor interactie zorgen met de stakeholders.



Contractvormen: kiezen voor waarde of laagste prijs?

Goedkoop is niet altijd duurkoop. Maar wie voor een dubbeltje op de eerste rang wil zitten, moet vooraf rekening houden met mogelijke extra kostenpost voor meerwerk en misschien wel juridische ondersteuning. In een competitieve markt worden marktpartijen namelijk gedwongen altijd laag in te schrijven op een prijswerk om vervolgens te proberen de projectmarge te verbeteren door scherp te kijken naar gaten in het bestek en die als meerwerk in rekening te brengen.

Dat wordt bij opdrachtgevers nog wel eens gezien als onwenselijk gedrag. Wat ze vaak niet begrijpen, is dat dit slechts een van de verdienmodellen is die een aannemer kan hanteren om ervoor te zorgen dat aan het eind van het jaar de schoorsteen nog rookt. Een opdrachtgever

auteur

Roland de Waal
Concerndirecteur
Heijmans Wegen

Heijmans | Slimme snelweg | Verandering | Alles of niets | Huib, Guus & Fleur | Voetbal | Drummen | 1970

illustrator

Esther Aarts

Figuur 9: het online platform van de onderneming Heijmans (overruimte)

Het design van dit blog spreekt de professionals aan en het gebruik ervan is heel snel en gemakkelijk. Wat dit blog gemeen heeft met het vorige platform van PLC2020 is dat beiden gebruik maken van beelden zoals cartoons. Dit is een heel slimme tactiek om een platform aantrekkelijker te maken. De achtergronden van de auteurs zijn over het algemeen verschillend. Er zijn eigen professionals erbij betrokken, maar ook andere professionals van wie men niet heel snel activiteiten zou verwachten. De professionals zijn onder andere marketingmanagers van DSM en projectleiders bij het ministerie van defensie. Ook zijn er veel leidinggevend en gewone professionals die betrokken zijn op dit forum.

²⁶ (Heijmans, 2011)

Dit is een slimme en goede keuze van het platform om verbindingen te zoeken met stakeholders binnen en buiten eigen bedrijf. Daarmee zorgt de onderneming voor een groot bereik en oefent invloed uit op de stakeholders om betrokken te blijven bij het project. Als laatste worden de blogs massaal gedeeld op social media kanalen, met name op LinkedIn waardoor het bereik groter en groter wordt. Kortom een blog blijkt een onmisbaar middel om interactie te zoeken en een dialoog te starten.

4.2.3 Sneller en beter

De ministeries van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer (VROM) en Verkeer en Waterstaat (VenW) zijn gestart met het project genaamd Sneller & Beter in 2009. Omdat er grote ruimtelijke projecten waren, was dit project ingezet om de doorlooptijd te verminderen door besluitvormingsproces te verbeteren. Dat kan op verschillende manieren waarbij de verschillende partijen als bestuurders, ambtenaren, leden van maatschappelijke organisaties en de advies- en bouwwereld betrokken zijn.

Sneller & Beter heeft op een snelle manier en voor minder kosten voor een dialoog gekozen. Met verschillende belangrijke partijen heeft Sneller & Beter een samenwerkingsverband, met deze partijen is er contact gezocht. Deze partijen zijn heel dicht actief betrokken geweest via social media en netwerken om het project van Sneller & Beter te verspreiden en delen in de maatschappij onder de belanghebbenden.²⁷

Het project heeft via vier communicatiemiddelen gewerkt:

- Er zijn door het project heen verschillende netwerkbijeenkomsten georganiseerd.
- Aandacht vragen in vakbladen, tijdens vergaderingen, bij bijeenkomsten en op congressen.
- Het verspreiden van een digitale nieuwsbrief om stakeholders op de hoogte te houden.
- Dagelijks actief geweest op LinkedIn.

Sneller & Beter heeft ervoor gezorgd dat de bekendheid van het project bij de stakeholders wordt vergroot door een verbinding te leggen zowel via inzet van offline als online media. Sneller & Beter heeft een eigen LinkedIn groep gestart, omdat veel stakeholders en belanghebbenden op dit zakelijke medium makkelijk te bereiken zijn en zijn ook vrij goed met elkaar verbonden. Sneller & Beter heeft regelmatig berichten op LinkedIn pagina gepubliceerd en heeft de onderlinge discussies in de aangemaakte groep op LinkedIn gestimuleerd om zo te betrokkenheid en aantrekkelijkheid te vergroten. Hierdoor heeft Sneller & Beter binnen een korte tijd een 'olievlek' gecreëerd waardoor de bekendheid op grote schalen is gegroeid.

Sneller & Beter heeft via LinkedIn op een handige en makkelijke manier aan kennisontwikkeling gedaan. LinkedIn is behalve een zakelijk en professioneel platform ook een ideaal discussiekanaal voor belangrijke onderwerpen en grote projecten. Elke LinkedIn gebruiker kan deelnemen aan de

²⁷ (King social media, 2010)

discussies binnen een groep, zoals zorggroepen of groepen die aangemaakt zijn naar aanleiding van een project of thema. LinkedIn groepen hebben een aparte pagina waarin vele discussies plaats kunnen vinden. Binnen deze groepen konden de stakeholders en de leden kennis delen en informatie met elkaar wisselen over de ontwikkelingen van het project Sneller & Beter.

Vaak communiceerde Sneller & Beter in aanloop naar een belangrijke gebeurtenis of activiteit via LinkedIn stellingen of vragen. Bijvoorbeeld om de stakeholders te blijven betrekken bij het programma. Zo is er meer kans op een optimale en succesvol resultaat, en kan een thema of bijeenkomst gepromoot worden. Sneller & Beter heeft LinkedIn ook ingezet om meningen en kennis van de groepsleden en anderen bij elkaar te verzamelen. Bijvoorbeeld door het opzetten van een Poll op de groepspagina, zo konden de groepsleden reageren op de poll, een reactie geven of vragen stellen op een publicatie. Hierdoor zijn er veel discussies ontstaan waardoor het heeft geleid naar een succesvol programma.

4.2.4 Conclusie

Na het bestuderen van de voorgaande praktijk voorbeelden kan er worden geconcludeerd dat social media absoluut een bijdrage heeft kunnen leveren aan interactie en heeft voor gezorgd dat de projecten in goede banen zijn geleidt. Voornamelijk heeft het medium LinkedIn een grote rol gespeeld, omdat deze erg toegankelijk is en meeste zakelijke mensen een LinkedIn account hebben hierdoor is interactie op een snelle manier op gang gekomen. Daarnaast zijn er ook eigen digitale platformen ingezet om de medewerkers en betrokken partijen bij deze projecten te betrekken. Zo kan het programmateam 'Om het kind' LinkedIn inzetten om het gebruik en interactie op Pleio en andere ingezette media te versterken. Ook het gebruiken van nieuwsbrief kan mensen lokken naar de blogs. Bovendien het inzetten van offline media zoals flyers en dergelijke kunnen mensen trekken naar de ingezette online kanalen. Tot slot via stellingen en vragen mensen prikkelen en daarmee interactie creëren.

4.3 Deelvraag 4: Online activiteiten

De doelgroep van dit onderzoek zijn ambtenaren en professionals. Om de mate van de betrokkenheid van deze stakeholders vast te stellen, wordt in deze paragraaf de volgende deelvraag beantwoord: *Waar spelen zich de online gesprekken af met en tussen de ambtenaren en professionals? En hoe kunnen deze gesprekken worden beïnvloed?* Er wordt in de volgende paragrafen in grote lijnen het gebruik van intranet en overige offline en online kanalen weergegeven om deze vraag te kunnen beantwoorden.

4.3.1 Eerste communicatielijijn

Dagelijks wordt door ambtenaren en professionals grotendeels gebruik gemaakt van het e-mail verkeer. Deze kan zorgen voor ongewenste situaties. Bijvoorbeeld als de ontvangende partij voor een aantal dagen afwezig is en of niet tijdig reageert op zijn of haar e-mail kan dat soms tot frustraties en vertragingen leiden.

Het intranet gebruik blijkt niet erg populair te zijn. Dat is de ervaring van veel medewerkers.

Vaak worden berichten op het intranet amper gelezen. Of worden deze na een aantal dagen of soms een week later pas gelezen. Dat komt voornamelijk omdat mensen geen interesse in hebben.

Op het intranet komt er informatie tevoorschijn over onder andere werkwijzigingen, veranderingen in de organisatie, voortgang en veel meer. Het intranet wordt ervaren als minder belangrijk, omdat ze niet met elkaar kunnen communiceren en het posten van berichten en mededelingen komt heel weinig voor. Medewerkers zijn niet zo gauw geneigd om deze stap te ondernemen. Mede omdat de mensen die intranet onderhouden daar niet genoeg aandacht aan besteden. Ze zouden dat kunnen doen door het intranet aantrekkelijker te maken qua functioneren en lay-out en de medewerkers te prikkelen om daar actiever mee om te gaan.

4.3.2 Het gebruik van offline kanalen

Waar nodig worden er offline middelen ingezet voor partijen die een belangrijke rol spelen voor de zorg voor de jeugd. Deze middelen zijn vaker bij het begin van het project 'Om het kind' ingezet, maar het programmteam maakt tegenwoordig nauwelijks gebruik meer van. Het inzetten van deze middelen is nog altijd erg van belang, want via deze offline kanalen kunnen de ambtenaren en professionals naar de online kanalen getrokken worden.

De offline kanalen zijn:

- Flyer/ brochures;
- Nieuwsbrieven;
- Poster;
- Visitekaartjes.
- Klankbordgroepen;
- Bijeenkomsten.

4.3.3 Het gebruik van online kanalen

Twitter

Twitter wordt veel ingezet om belangrijke besluiten en informatie naar buiten toe te communiceren.²⁸ Ook wordt via Twitter veel contacten gelegd met andere organisaties en professionals. Het is van belang dat de stakeholders vanuit alle plaatsen in Amsterdam gebruik maken van een zelfde soort medium wat voor goede onderlinge contacten kan zorgen. Ze moeten dus niet beperkt blijven binnen alleen hun eigen organisatie maar naar elkaar toe groeien. Zo kan iedereen het voordeel uithalen van elkaars kennissen en ervaringen.

Pleio

Binnen het programmateam 'Om het kind' is er een online forum genaamd Pleio in gebruik voor online communiceren. Momenteel wordt dit veel gebruikt om belangrijke besluiten met elkaar te delen. De bedoeling van Pleio is om de ambtenaren en professionals te betrekken bij actieve deelname aan gesprekken.²⁹ In de praktijk komt van deze interactie weinig voor. Dus er wordt wel informatie gehaald door de stakeholders maar verder worden er geen meningen gedeeld.

De reden hiervoor is voornamelijk omdat het online forum niet aantrekkelijk gevonden wordt. Meeste stakeholders vinden dit forum over het algemeen onoverzichtelijk, niet gebruiksvriendelijk en ingewikkeld in gebruik.

LinkedIn

Veel ambtenaren, professionals en mensen uit het bedrijfsleven zijn actief op LinkedIn. Tegenwoordig wordt deze ook veel gebruikt bij sollicitaties. Er is veel te vinden over iemand die een profiel heeft aangemaakt op dit online medium. Zoals vaak een foto, scholing en werkervaring. Maar ook waar diegene interesse in heeft en wat voor groepen diegene op LinkedIn actief volgt. Zo kan men een duidelijk beeld krijgen van die persoon.

Ongeveer 4 miljoen van de Nederlandse bevolking heeft een profiel op LinkedIn. Deze aantallen nemen maandelijks steeds toe. Mensen zijn wereldwijd actief en volgen elkaar via dit medium.

Uit de diepte interviews en de digitale enquête is gebleken dat veel ambtenaren en professionals interesse hebben in groepen op LinkedIn die gemaakt zijn voor de jeugdzorg. Stakeholders die niet eerder een LinkedIn profiel hebben gehad, tonen meer interesse in LinkedIn om er meer over te leren en workshops over te volgen. Ook blijkt dat de leidinggevendenden van de professionals uit verschillende instanties, zoals Spirit, hun medewerkers meer stimuleren en zelf actiever zijn op LinkedIn en andere online kanalen.

De leidinggevendenden van de ambtenaren zijn daar tegenover minder stimulerend. Er wordt in mindere mate gebruik van social media gemaakt en zijn niet zo actief mee bezig in tegenstelling tot de professionals.

²⁸ (Programmteam Om het kind, 2012)

²⁹ (Pleio, 2011)

Yammer

Ook is Yammer een ander sociale netwerk medium dat gebruikt wordt door stakeholders, maar voornamelijk door de professionals. Het verschil met LinkedIn is dat individuen niet zomaar een profiel aan kunnen maken op Yammer. Het is slechts te gebruiken door bedrijven, organisaties en overheidsinstellingen.

De online gesprekken die gevoerd worden via al deze media kanalen door de professionals, gaan bijvoorbeeld over hoe de juiste hulp aan te bieden met de huisvesting van jongeren, begeleiding van verslaafde jongeren en gewelddadig gedrag.

Ambtenaren zijn minder actief in het gebruik van online kanalen omdat zij denken dat ze niet alles kunnen en durven zeggen zoals de professionals. Dat vanwege hun gevoelige positie. Vaak zijn zij niet vrij in het uiten van hun meningen. Ze zijn daar erg voorzichtig mee en willen voorkomen om achteraf niet erop aangesproken te worden.

Ook zijn er ambtenaren die geen behoefte hebben om actief deel te nemen aan online gesprekken en of hebben ze daar überhaupt geen tijd voor. Uit mijn interviews met de ambtenaren bleek dat zij de tijd die ze moeten besteden aan social media beter kunnen besteden aan het werk wat er ligt.

4.3.4 Conclusie

Kortom er kan worden vastgesteld dat de communicatie een beetje verspreid ligt. Niet iedereen maakt gebruik van een zelfde soort medium. En het gebruik ervan verschilt per stakeholder. Om dit aan te pakken en de online gesprekken te beïnvloeden, wordt er geadviseerd de ingezette media kanalen aantrekkelijker te maken door zelf als organisatie actiever mee aan de slag te gaan en zorgen voor relevante informatie waar iedereen belang bij kan hebben en het stellen van vragen en stellingen waarmee stakeholders geprikkeld worden. Hiermee kan interactie worden bevorderd. Bovendien is het van belang om via verschillende social media die bekend zijn voor alle stakeholders, te communiceren en op deze manier iedereen bij elkaar te brengen om voor interactieve deelname te zorgen. Ook het inzetten van offline kanalen kan ervoor zorgen dat de stakeholders getrokken worden naar de ingezette online kanalen. Hierdoor kunnen de stakeholders meer vertrouwen opbouwen onderling en met het programmeerteam 'Om het kind'. Door meer vertrouwen zullen de betrokkenen sneller reageren op stellingen en vragen, hierdoor ontstaat er discussie en uitwisseling van kennis en informatie.

4.4 Deelvraag 5: Functie van Pleio

Door de snelle groei van de maatschappij en de behoefte aan een efficiënte service, zijn er veel vragen naar een platform waar ambtenaren en professionals op een snelle en makkelijke manier samen met elkaar kunnen werken. In dit onderdeel wordt door middel van diepte interviews en een digitale enquête deze deelvraag beantwoord: *Wat is er voor nodig om Pleio uit te bouwen, en de interactieve functie van Pleio voor de ambtenaren en professionals van de grond te krijgen?*

Veel gemeenten zijn in een fase belandt waarop ze proberen om de ambtenaren en professionals via verschillende manieren en online platformen dichterbij elkaar te brengen. Om dit voor elkaar te krijgen hebben alle gemeenten en overheidsinstanties dezelfde functionaliteiten nodig voor hun dienstverlening. Veel organisaties van de overheid zijn op dit moment zelf bezig om de techniek van social media kanalen in te zetten en zetten allerlei platforms in die de kosten omhoog brengen.

Om dit efficiënter te doen zijn er tegenwoordig nieuwe technologieën beschikbaar waarmee overheidsinstanties hun kennis en ervaring uit kunnen wisselen. Een aantal belangrijke instanties van de overheid zijn daarom begonnen met het opzetten van een digitaal platform genaamd Pleio.³⁰ Pleio is een online social media forum, waar digitale documenten gedeeld worden, discussies kunnen worden gevolgd, relaties kunnen worden opgebouwd en het stimuleren tot het aangaan van een dialoog met de andere ambtenaren en professionals. Het programmateam 'Om het kind' heeft voor haar project (hervorming zorg voor de jeugd) net als vele andere overheidsorganisatie Pleio als een extra online medium in gebruik genomen voor het delen van kennis, informatie en interactie met ambtenaren en professionals.

4.4.1 Wat is Pleio?

In de voorbije jaren heeft het internet zich zo ontwikkeld dat er daardoor allerlei functionaliteiten zijn ontstaan zoals uitwisselen van informatie, reageren op stellingen, blogs, groepen maken op verschillende social media kanalen, foto's, video's en bestanden uitwisselen, etc. Al deze technieken en mogelijkheden hebben de overheid bij elkaar gebracht in een platform dat bedoeld is voor overheidsinstanties.

De naam Pleio staat voor Plein Overheid. Pleio is een digitaal platform waar veel informatie en documenten op staan. Het doel van het platform is het uitwisselen van informatie en kennis delen tussen verschillende overheidsinstanties. Een ander doel van het platform is het aangaan van een dialoog en zorgen dat de ambtenaren en professionals van allerlei instanties met elkaar in discussie raken. Pleio is zo gemaakt dat het veilig blijft voor de gebruikers. Om deel te kunnen nemen aan de discussies in de groepen, moet de gebruiker een account hebben aangemaakt. Gebruikers die geen account hebben, zijn minder toegankelijk op het platform en kunnen niet alles zien.

Iedere ambtenaar of professional kan dus zelf een aparte groep aanmaken met de bovenstaande functionaliteiten erin, en vervolgens kan het ingezet worden voor een project, een discussie of overleg over bepaalde beslissingen. De beheerder kan de groep delen met allerlei leden, en de leden kunnen op hun buurt documenten downloaden en discussies voeren in de groep.

³⁰ (Pleio plein overheid, 2011)

Hieronder een aantal doelstellingen van Pleio op een rij:

- Informatie delen door bestanden op Pleio te publiceren;
- Ervaringen en kennis met elkaar uitwisselen door middel van een blog;
- Nieuws verspreiden door de gebruikers en de beheerders;
- Vragen stellen en discussiëren;
- Agenda van belangrijkste bijeenkomsten.

Overheidsinstanties zoals gemeenten kunnen op Pleio een eigen platform openen met eigen naam en huisstijl. Het platform krijgt de naam Pleio met de naam van het project daarachter. In het aangemaakte platform komen dezelfde functionaliteiten te staan als het originele platform. Dit platform kan worden ingezet voor het versterken van een project of een thema. Het aanmaken van een eigen platform via Pleio site is geheel kosteloos en zonder extra verborgen kosten.

4.4.2 Het ontstaan van Pleio

Pleio is ontstaan door het initiatief van het programma Ambtenaar 2.0 met de belastingdienst. Sinds het lanceren van het platform hebben steeds meer organisatie zich bij het platform gevoegd. Door op een efficiënte manier van samenwerken met andere overheidsorganisaties en het gebruiken van bestaande technieken is het platform op een goedkope en snelle wijze tot stand gekomen. Bij het ontstaan van dit platform waren er drie cruciale punten:

Het eerste belangrijkste uitgangspunt waren de functionaliteiten online op het web zoals Twitter, LinkedIn Google, Facebook, speelden een cruciale rol. Deze platformen bieden kosteloos toegankelijkheid en functionaliteiten, die met de dag vooruit gaan in techniek en een middel zijn waar over de hele wereld massaal mensen op actief zijn.

Het tweede punt wat een rol heeft gespeeld was het zelf kunnen ontwikkelen van het platform. Ieder organisatie die via Pleio een platform heeft, kan zelf nieuwe technieken voor het platform bedenken en toevoegen. Deze nieuwe functionaliteiten komen bovendien in een soort database systeem terecht, waardoor andere overheidsorganisatie daar ook van kunnen profiteren en gebruik van kunnen maken voor hun eigen platform. Elke nieuwe techniek en functie die er wordt ontwikkeld, kan zonder voor te betalen meerdere malen worden gebruikt door andere organisaties. Op deze manier wordt Pleio vooruit ontwikkeld en wordt daardoor veel geld bespaard voor de overheid.

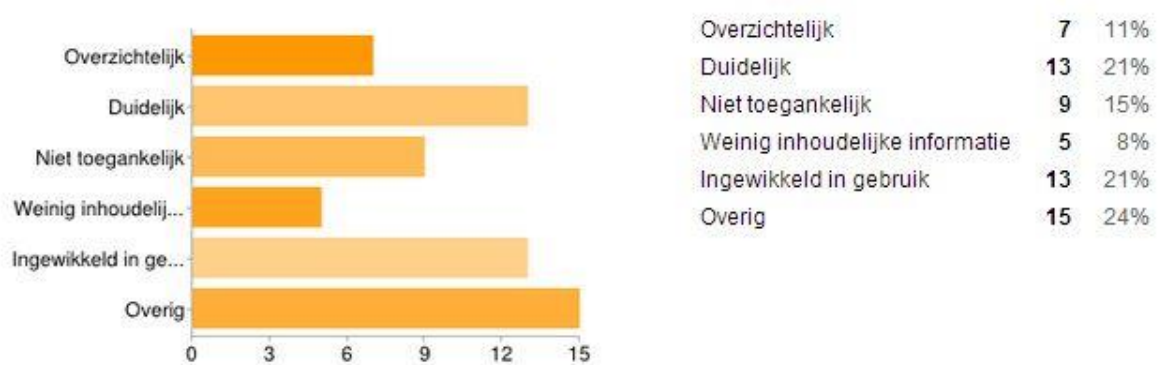
Als laatste punt kan de overheid door de samenwerking van al deze organisatie beschikken over een groot hoeveelheid aan informatie, kennis en veerkracht. Waardoor er alleen maar een positieve bijdrage kan leveren aan het ontwikkelen van nieuwe functionaliteiten en een betere samenleving.

Door de inzet van al die technieken en inspanning groeit Pleio langzamer hand vooruit. Er worden steeds nieuwe technieken ontwikkeld waardoor het platform verder uitgerust wordt met nieuwe functionaliteiten. Pleio werkt aan een duidelijk doel: het bouwen van een community platform waar ambtenaren en professionals elkaar gemakkelijker kunnen vinden en elkaar kunnen versterken bij het uitvoeren van hun taken.

4.4.3 Functionaliteiten van het online forum Pleio

Uit de diepte interviews en de digitale enquête is gebleken dat de meeste ambtenaren en professionals niet van het bestaan van het online forum Pleio 'Om het kind' weten. De genen die wel het online forum gebruiken geven aan dat het forum te saai is en niet vernieuwend is. Ook is gebleken dat het forum niet gebruiksvriendelijk is en te ingewikkeld is in gebruik, waardoor de informatie die erop staat niet gevonden kunnen worden binnen een korte tijd. Dat zorgt ervoor dat de gebruikers niet meer het online form bezoeken en zich niet snel zullen mengen met een discussie of helemaal geen reactie geven op een vraag.

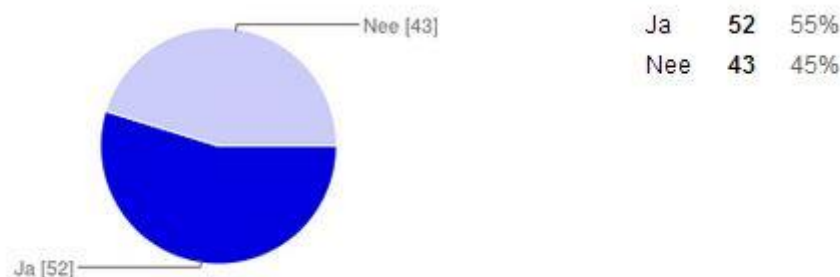
Uit de onderstaande figuur van de digitale enquête is gebleken dat meeste ambtenaren en professionals het online forum ingewikkeld in gebruik vinden. En 24% geven andere negatieve redenen aan. Maar Pleio wordt ook met 13% als duidelijk aangeduid.



Figuur 10: ervaringen met het online forum (Pleio)

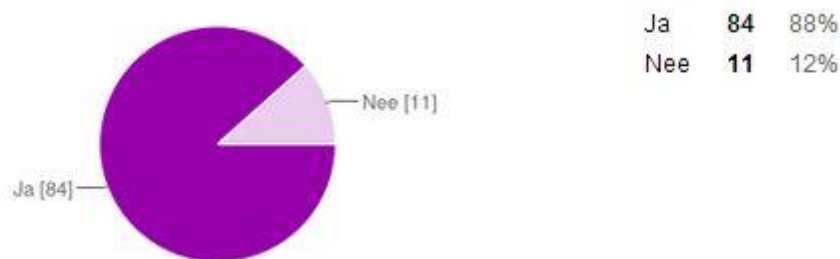
4.4.4 Het gebruik van Pleio

De onderstaande figuur laat zien in hoeverre de ambtenaren en professionals bekend zijn met het online forum Pleio. Daaruit blijkt dat er nog een groot aantal van de ambtenaren en professionals niet bekend zijn met het online forum. Maar liefst 43% van de ambtenaren en professionals zijn er nog niet bekend mee en hebben niets van het online forum gehoord voordat zij de online enquête hadden ingevuld.



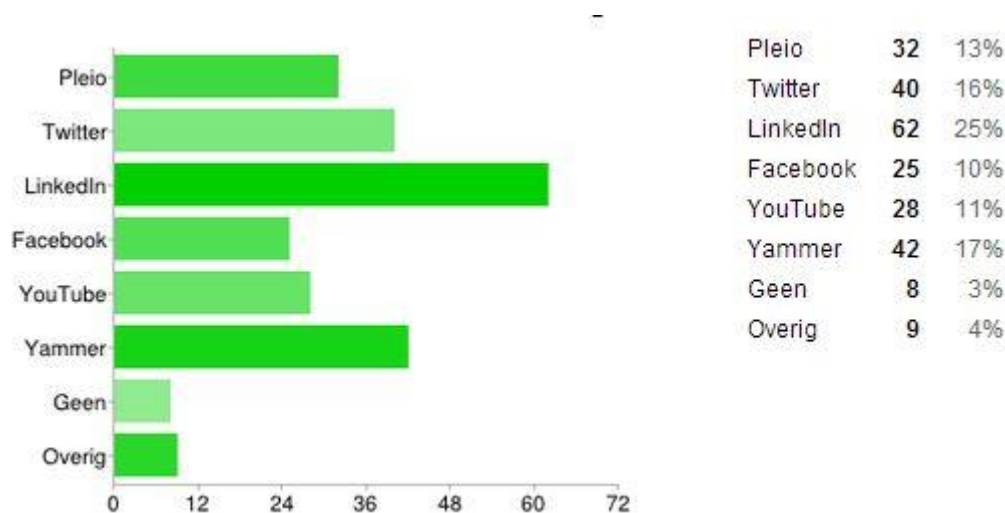
Figuur 11: bekendheid met het online forum (Pleio)

Tegenovergestelde van het online forum, zijn de ambtenaren en professionals over het algemeen wel bekend met het programma 'Om het kind' en de hervorming zorg voor de jeugd. 84% van de ambtenaren en professionals hebben aangegeven dat ze van deze programma gehoord hebben.



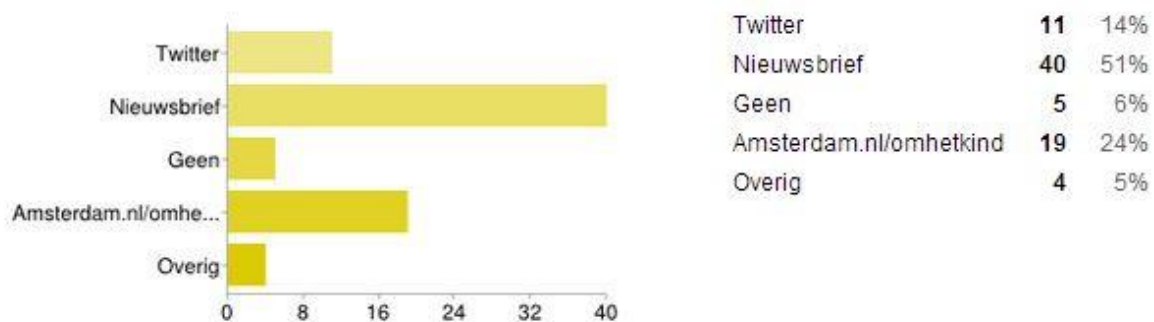
Figuur 12: bekendheid met het programma 'Om het kind'

Verder is er ook gebleken dat er maar 13% van de ambtenaren en professionals gebruik maken van het online forum Pleio. Dit terwijl er 25% van de ambtenaren en professionals LinkedIn gebruiken, maar het programmateam 'Om het kind' heeft nog geen activiteiten op LinkedIn. 17% gebruikt Yammer, ook van dit medium maakt het programmateam nog geen gebruik. Op vierde plaats komt Twitter, 16% van de ambtenaren en professionals maakt hier gebruik van. Twitter is door het programmateam wel in gebruik genomen, ter ondersteuning van het project.



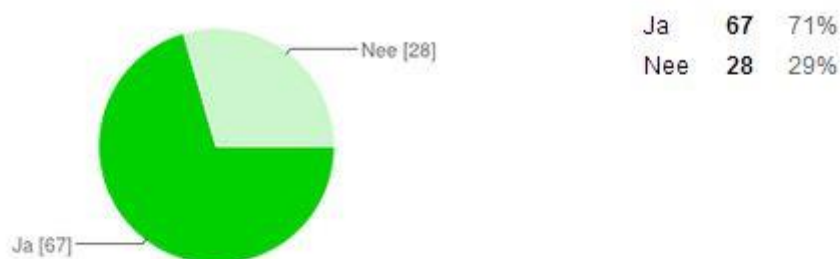
Figuur 13: het gebruik van Pleio

Kijkend naar de onderstaand figuur wordt ook duidelijk welke digitale media kanalen van het programma 'Om het kind' het meest gebruikt worden. De digitale nieuwsbrief wordt het meest gebruikt door de ambtenaren en professionals met een hoeveelheid van 40%. Op de tweede plaats komt de website Amsterdam.nl/omhetkind, 24% gebruikt dit online middel. Twitter komt op derde plaats met een percentage van 14%, wat erg laag is.



Figuur 14: meest gebruikte online kanaal van 'Om het kind'

Ook is er uit de diepte interviews en digitale enquête gebleken dat er veel van de ambtenaren en professionals behoefte hebben aan meer informatie over het programma 'Om het kind' en het online forum Pleio. Onderstaande figuur uit de digitale enquête laat zien dat er 71% van de ambtenaren en professionals aan hebben gegeven informatie te willen ontvangen over het programma.



Figuur 15: informatie ontvangen

4.4.5 Conclusie

Uit de resultaten van deze deelvraag wordt geconcludeerd dat Pleio nog in de kinderschoenen staat en dat deze niet altijd up-to-date is. Veel van de ambtenaren en professionals vinden het online forum onoverzichtelijk en niet gebruiksvriendelijk. De informatie die erop staat is niet altijd gemakkelijk vindbaar, dat ten koste van de tijd en energie. Dit zorgt ervoor dat de meeste mensen niet meer terug keren naar het online forum. Ook is er gebleken dat veel ambtenaren en professionals niet het online forum kennen en daardoor nooit gebruikt hebben.

Om Pleio aantrekkelijk te maken wordt geadviseerd de informatie te ordenen zodat het voor de lezer overzichtelijker wordt. Ook is het van belang om actuele informatie te vermelden en het aantrekkelijker te maken door de informatie makkelijker vindbaar maken. Er moet ook nog meer bekendheid voor Pleio worden gegenereerd door er meer aandacht voor te vragen bij bijeenkomsten en vergaderingen.

4.5 Deelvraag 6: Gebruik van social media door de stakeholders

In dit onderdeel wordt door middel van diepte interviews en een digitale enquête de volgende deelvraag beantwoord: *Hoe gebruiken de ambtenaren en professionals sociale media?* Het doel van deze deelvraag is om dichterbij de stakeholders te komen waardoor ze meer bijdrage kunnen leveren aan het programma Om het kind.

Uit de diepte interviews is gebleken dat de ambtenaren en professionals over het algemeen bekend zijn met social media. Er worden workshops en cursussen georganiseerd door sommige organisaties, maar heel vaak komt het initiatief vanuit de medewerkers zelf. Er wordt vanuit de ambtenaren en professionals steeds meer interesse getoond in social media. Zo zijn er naar aanleiding van grote projecten meer vraag naar het inzetten van social media als ondersteuning. Om de ambtenaren en professionals beter betrokken te laten raken bij verschillende projecten, worden er social media bijeenkomsten georganiseerd. Tijdens deze bijeenkomsten komen zij samen bij elkaar om te praten over de ervaringen met de social media en wat de ontwikkelingen zijn. Deze bijeenkomsten worden vaak door de professionals van hulpinstanties als Spirit, Stichting Combiwel en scholen georganiseerd en heel soms door de ambtenaren van de Dienst Maatschappelijke Ontwikkeling en ministeries. Deze bijeenkomsten worden na werktijden gehouden, maar het kan ook tijdens werk. Het kan zijn dat het in Amsterdam plaatsvindt maar heel vaak ook daar buiten, zoals Den Haag en Rotterdam. Meestal komen er veel mensen naar zulke bijeenkomsten, de reden is ook vooral omdat vanuit alle hoeken steeds meer geroepen wordt over social media en mensen ontkomen er niet aan.

4.5.1 Mogelijkheden van social media

Social media in het werk is vooral een verbetering om makkelijker verbindingen te leggen. Gebruikers krijgen daardoor veel meer kennis tot hun beschikking. Het is ook een kwestie van goed de informatie selecteren en goed zoeken naar de bronnen die de gebruikers mee te maken hebben. Dat vraagt wel weer extra tijd maar daarvoor worden heel veel goede ideeën uit social media gehaald.

Ambtenaren en professionals zijn er van overtuigd dat er op social media heel veel mogelijkheden zijn. Social media wordt geassocieerd als online communicatie, kennis delen, vluchtig, innovatief en transparant. De professionals zien social media als een perfect middel om met elkaar te overleggen en hoe ze het aanbod zo goed mogelijk aan kunnen bieden. Ook wordt door het diepte interview helder dat professionals social media gebruiken om toegankelijker te zijn en anderen op de hoogte brengen waar men mee bezig is. Aan de andere kant ervaart een geïnterviewde social media als minder goed medium. Zij vindt dat social media een spel is geworden. Sommige gebruikers zijn te aanwezig en laten zichzelf graag aan anderen zien. Een ander nadeel vindt de geïnterviewde dat de gebruikers heel veel tijd aan moeten besteden, alleen maar omdat de aanwezigheid op social media een soort verplichting is geworden.

Over het algemeen zijn de stakeholders positief over de mogelijkheden en het gebruik van social media. Hieronder zijn er een aantal uitspraken van de ambtenaren en professionals tijdens de interviews:

“Je kan op social media trends ontdekken, en kunt achterhalen wat er allemaal gaande is”

Tristan Schenk

“Door de inzet van social media word je als ambtenaar minder gebombardeerd met informatie via e-mail”

Sytske Tjeerdema

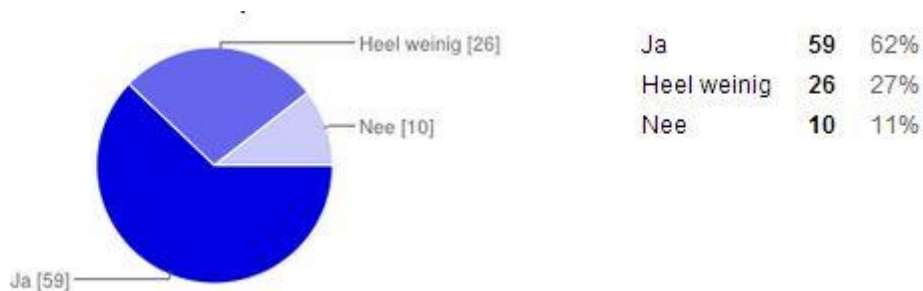
“Je kan via social media makkelijker de verbindingen door de hele organisatie, de gemeente en andere professionals van andere organisaties heen leggen”

Evelyn Visschedijk

De volledige interviews zijn te vinden in bijlage 1.

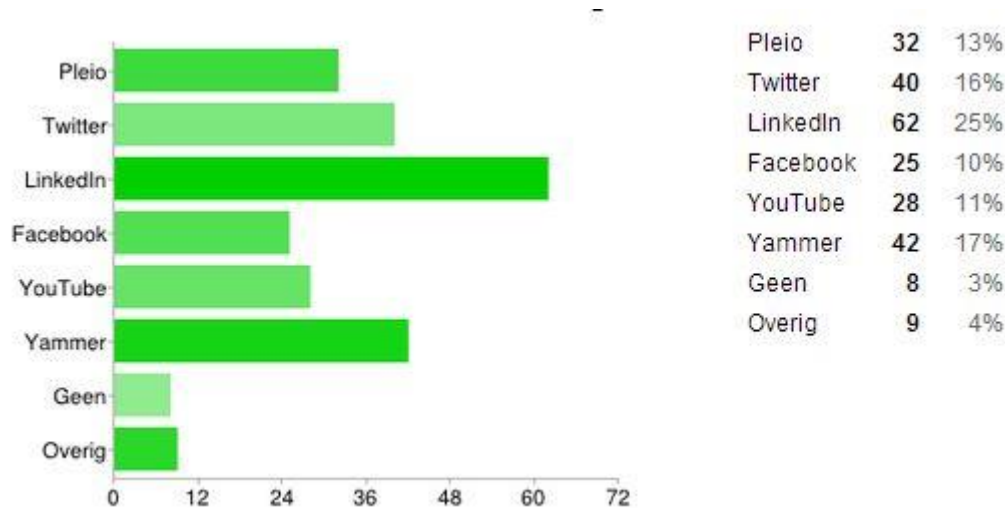
4.5.2 Huidige social media gebruik

Uit de digitale enquête hebben 59% van de respondenten aangegeven dat ze gebruik maken van social media. 26% van de respondenten geven aan dat ze heel weinig van social media gebruik maken. En 10% geeft aan dat ze niets met social media doen. Het gebruik van social media door ambtenaren en professionals is vrij hoog. Onderstaande figuur geeft een overzicht weer van het gebruik.



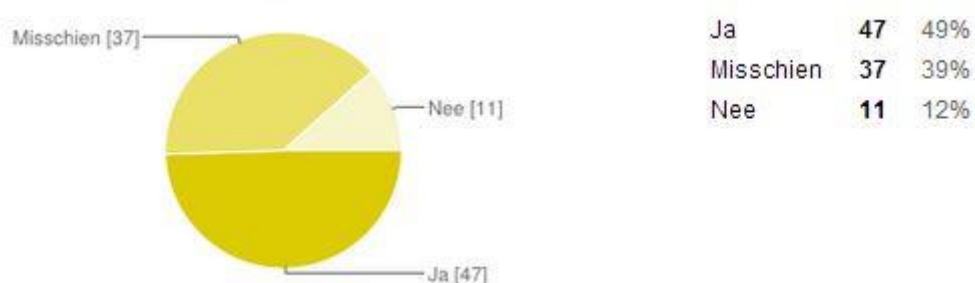
Figuur 16: actief op social media kanalen

De ambtenaren en professionals gebruiken verschillende social media kanalen voor hun werk. Uit de digitale enquête blijkt dat 25% van de respondenten LinkedIn gebruiken voor hun werk. Yammer wordt ook gebruikt, 17% van de respondenten hebben daarvoor gekozen. Op de derde plaats komt Twitter, 16% hebben aangegeven dat ze Twitter inzetten voor het werk. Als laatste 11% geven aan dat ze Youtube gebruiken voor hun werk en 10% gebruiken Facebook. Onderstaand figuur toont het overzicht in zijn geheel weer.



Figuur 17: gebruik van verschillende social media kanalen

Op de vraag of de ambtenaren en professionals in de nabije toekomst meer gebruik willen gaan maken van social media, hebben 47% van de respondenten de vraag met ja beantwoord. Verder hebben 37% van de respondenten twijfel en geven aan dat ze misschien in de toekomst meer gebruik van zullen maken. De andere 11% geven aan dat ze in de toekomst niet veel meer social media in gebruik nemen dan ze nu doen. Ook van deze gegevens wordt in figuur 18 een overzicht weergegeven.



Figuur 18: intentie om meer gebruik van social media

Ook wordt door de digitale enquête de belangrijkste redenen om het gebruik van social media toe te passen binnen het werk duidelijk. De respondenten geven hier verschillende redenen aan. De meerderheid van 27% geeft aan dat “kennis delen” belangrijk is voor het gebruik van social media. 24% vindt “beter op de hoogte zijn van nieuwe ontwikkelingen” een belangrijke reden. In de onderstaand figuur wordt een compleet overzicht van alle antwoorden weergegeven.



Figuur 19: belangrijkste redenen van social media gebruik

De ambtenaren en professionals hebben ook aangegeven wat de belemmeringen zijn waardoor ze social media niet altijd toe kunnen passen in hun werk. 23% van de respondenten zien de “oncontroleerbare aard van het medium” als een drempel. 15% hebben aangegeven dat “veiligheidsproblematiek” daar ook een rol in speelt. En 20% van de respondenten hebben voor andere oorzaken gekozen zoals tijdsgebrek, de dwang om het bij te houden en privacy. Onderstaande figuur geeft het geheel weer.



Figuur 20: hindernissen van social media gebruik

4.5.3 Conclusie

Uit het onderzoek blijkt dat een hoog aantal ambtenaren en professionals op dit moment social media vaak inzetten voor het werk. De meeste kanalen die gebruikt worden zijn onder andere LinkedIn, Yammer, Twitter en Youtube. Door het programmeerteam werd tot op heden gedacht, dat LinkedIn niet een handig kanaal is om in te zetten. Het onderzoek heeft het tegendeel bewezen, want veel van de respondenten gebruiken juist LinkedIn boven alle andere kanalen.

5. Conclusie

Na het helder krijgen van de deelvragen in de voorgaande hoofdstukken wordt er in deze conclusie een antwoord en aanbevelingen gegeven op de hoofdvraag: *"Op welke manier kan het programma 'Om het kind' huidige en nieuwe social media en Pleio in het bijzonder zodanig inzetten, dat deze betrokkenheid en kennisdeling ondersteunen en daarmee een bijdrage leveren aan het doel van het programma: een betere zorg voor de jeugd?"*

Door de komst van allerlei social media platformen is de toename van het internet gebruik alleen maar aan het stijgen. Deze social media platformen blijven zich continu ontwikkelen en er komen steeds nieuwe online platformen bij. Onze samenleving is er zo aan gewend geraakt dat we niet meer zonder internet en social media optimaal kunnen functioneren. We leven in een internettijdperk dat vooral bekend staat met het term web 2.0, veel organisaties zijn op dit moment bezig om nog een stapje verder te gaan naar web 3.0. Web 1.0 stond bekend met het online delen van documenten, web 2.0 heeft ervoor gezorgd dat er interactie wordt ontstaan tussen gebruikers en het uitwisselen van informatie en kennis met elkaar. Met web 3.0 streeft men naar onder andere het scheiden van informatie naar bruikbaar en minder bruikbaar, en op het werk 'het nieuwe werken' waardoor men overal in staat kan zijn waar hij of zij ook is, de werkzaamheden uit te kunnen voeren. Informatie uitwisselen en het dialoog aangaan via online platformen worden in de maatschappij en organisatie steeds belangrijker en onmisbaar. Social media zijn middelen waar online platformen onder vallen. Op deze social media platformen kunnen gebruikers samenwerken, op de hoogte blijven van nieuwe ontwikkelingen, informatie en kennis delen, nieuwe relaties opbouwen en sneller antwoord krijgen op een vraag. Deze online platformen zoals Twitter, LinkedIn, Facebook en Youtube zijn open en toegankelijk voor iedereen. Iedere willekeurige gebruiker kan er actief deelnemen aan een discussie en iedereen kan er informatie op deze online platformen toevoegen en wijzigen. Steeds meer mensen en organisaties worden via social media platformen met elkaar verbonden en bij elkaar gebracht. Deze nieuwe manier van verbinding is nu in de samenleving een rage geworden en het wordt dan ook steeds meer een gebruikelijke manier voor het leggen van nieuwe relaties.

Uit het onderzoek blijkt dat veel ambtenaren en professionals het belang niet zien om via de ingezette kanalen van het programmateam 'Om het kind' zoals Twitter en Pleio zich mengen in een discussie of vragen stellen. De meeste professionals van zorginstellingen hebben ook niet altijd voldoende informatie over het programma 'Om het kind'. Verder bleek uit de interviews dat de drempel voor het gebruiken van social media platformen voor veel ambtenaren te hoog ligt. Niet alle ambtenaren kunnen zomaar alles zeggen op social media, omdat ze denken dat ze daardoor veel kritiek zullen krijgen. Ook is er gebleken dat het programmateam niet optimaal profiteert van de mogelijkheden van social media. Zij doen er niet veel aan om de stakeholders te lokken naar social media en er is weinig sprake van een goede crossmediale mix van offline en online kanalen. Daarom is de interactie ook minimaal. Wanneer social media op de juiste wijze wordt toegepast, dan zijn het perfecte middelen voor het bewerkstelligen van de doelen als meer betrokkenheid van de stakeholders en het stimuleren van interactie.

Concluderend kan over dit onderzoek gezegd worden dat mede door het gebrek aan tijd, de angst om controle los te laten en meningen te uiten, het programma 'Om het kind', tegenhoudt van het optimaal benutten van social mediagebruik. Daarom is het met behulp van deskresearch, diepte interviews en de digitale enquête bepaalt hoe social media en Pleio optimaal benut kunnen worden om betrokkenheid en kennisdeling te ondersteunen. Dit heeft tot vier belangrijke aanbevelingen geleid die het programmateam toe kan passen. Deze komen in het volgende hoofdstuk aan de orde.

6. Aanbevelingen

Het inzetten van de juiste social media platformen genereert meer bezoekers naar het online forum Pleio waardoor interactie beter op gang komt. Gezien de voordelen van het gebruik van social media en het actief zijn op de verschillende platformen, wordt het programmateam 'Om het kind' geadviseerd om meer tijd beschikbaar te stellen voor social media, zorgen voor relevante informatie om de stakeholders te prikkelen, de offline kanalen inzetten om de ingezette online kanalen te ondersteunen, actiever worden en meer kennis op te doen in het gebruik van deze kanalen.

Het is ook van belang om een profiel aan te maken bij de bekendste social media kanalen, zoals LinkedIn en Yammer. Uit de digitale enquête is gebleken dat veel van de stakeholders op het eerste plaats LinkedIn gebruiken en op het tweede plaats Yammer.

De informatie op het online forum Pleio dient geordend en beter vindbaar te worden gemaakt. Het plaatsen van actuele informatie trekt meer bezoekers. Er dient meer bekendheid voor Pleio te worden gegenereerd door er meer aandacht voor te vragen tijdens bijeenkomsten en vergaderingen. Verder om voor snelle communicatie te zorgen met de stakeholders, kan het programmateam 'Om het kind' het huidige ingezette online forum Pleio koppelen aan deze profielen van de social media. Daarmee kan elke bericht dat geplaatst wordt via dit online forum, automatisch worden doorgestuurd naar alle andere kanalen. Hiermee wordt een breder publiek bereikt en wordt de kans op interactie vergroot. Kortom elk bericht dat een keer geplaatst wordt, zal in de theorie meer dan een keer op het internet tevoorschijn komen. Om deze online activiteiten te meten en monitoren, dient er een tool in gebruik genomen worden. Omdat de gemeente Amsterdam eerder gebruik heeft gemaakt van de tool genaamd Coosto en deze positief heeft ervaren, zou het programmateam deze ook kunnen inzetten.

Hieronder wordt verder achtereenvolgens de vier aanbevelingen toegelicht die naar aanleiding van dit onderzoek zijn voortgekomen:

Aanbeveling 1: Webcare

Ondanks dat er een kleine groep ambtenaren en professionals zijn die gebruik maken van social media voor het stellen van vragen of het discussiëren van bepaalde onderwerpen, is er uit dit onderzoek gebleken dat er wel een grote groep is die social media gebruikt voor andere doeleinden. Door webcare, het monitoren van en ingaan op reacties in social media, kan het programmateam 'Om het kind' de online effecten positief beïnvloeden en de bekendheid versterken en verbeteren.

Om optimaal interactie te creëren wordt er geadviseerd om beter naar de wensen en de vragen van de stakeholders te luisteren, daarop anticiperen en reageren binnen korte termijn. Door via de juiste social media platformen bereikbaar te zijn, kan er tijdig worden gereageerd op de geplaatste berichten en zullen ook negatieve reacties beperkt of voorkomen worden. Als de contacten in de basis op orde zijn, geven social media goede mogelijkheid om succesvol met de ambtenaren en professionals in gesprek te gaan. Bij webcare is vooral de reactietijd van belang. Zo nemen de professionals aan dat ze binnen een korte tijd, maximaal een aantal uren, een reactie terug krijgen op hun vraag, blijkt uit diepte interviews.

Aanbeveling 2: Vertrouwen opbouwen

Ambtenaren en professionals willen op een aangename manier in contact treden met het programmateam 'Om het kind'. Zij zijn hierbij geïnteresseerd in de 'belangrijke' informatie over het onderwerp waar zij voor werken. De informatie moet bruikbaar zijn en het gevoel geven dat de stakeholders daar iets aan zullen hebben. Social media zijn goed functionerende middelen om de betrokkenheid van de ambtenaren en professionals te versterken bij de zorg voor de jeugd. Betrokkenheid ontstaat wanneer mensen zich aangetrokken voelen tot een bepaald onderwerp. Door motivatie en enthousiasme, wordt dit overgedragen aan anderen.

Om een echte band op te bouwen met de ambtenaren en professionals is het van belang dat zij de gemeente en het programmateam van 'Om het kind' vertrouwen, blijkt uit diepte interviews. Er moet een band worden gecreëerd, maar nog belangrijker, deze moet ook onderhouden worden. Stakeholders hebben toch even meer de behoefte aan face-to-face contact. Zij moeten een paar keer van dicht bij het programmateam gesproken hebben om zich betrokken te voelen. En als de ambtenaren en professionals bovendien meer actief zijn op social media kanalen, dan is de kans van slagen groter naast het inzetten van social media.

Aanbeveling 3: Maatschappelijke samenwerking

Om een goede connectie op te bouwen met de ambtenaren en de professionals wordt geadviseerd om een community te beginnen. Ambtenaren en professionals geven, in de diepte interviews, namelijk ook aan behoefte te hebben aan een directe lijn met het programmateam 'Om het kind' en DMO. Ook vinden ze belangrijk dat het programmateam duidelijk aangeeft wat zij doen en wat de vervolgstappen zijn. Luisteren naar de stakeholders en op directe manier in gesprek te gaan wordt aanbevolen. Door open en transparant te communiceren met de stakeholders wordt vertrouwen gecreëerd. Op die manier kan ook een soepele samenwerking ontstaan. Verder wordt geadviseerd voor het trekken van zoveel mogelijk volgers, die onvermijdelijk van belang is voor het programmateam 'Om het kind', om de stakeholders eerst persoonlijk te benaderen door middel van herhaaldelijke bijeenkomsten, workshops en vergaderingen tussen de organisaties onderling. Deze manier wordt als prettig bevonden waardoor er meer input wordt gegeven.

Aanbeveling 4: Persoonlijk maken van informatie

Om niet over belast te raken door de onnodige informatie via de social media kanalen en voornamelijk het online forum Pleio of de nieuwsbrief, wordt geadviseerd om de informatie naar de ambtenaren en professionals toe persoonlijk te maken. Op dit moment wordt er veel beleidsinformatie gecommuniceerd wat wellicht als oninteressant beschouwd wordt. Maar als er informatie vermeld wordt die de interesse van de stakeholders trekt en hun persoonlijk aanspreekt, zoals informatie over de jeugdzorg, veranderingen in de organisaties en actuele nieuws dat in directe mate betrekking heeft op de stakeholders, dan zal dat leiden tot meer interactie en discussie. Hierdoor wordt voorkomen dat zij zelf elders die informatie moeten gaan zoeken en daarmee het risico lopen de belangrijke informatie niet terugvinden. Kortom door persoonlijke contacten ontstaat er een soort gemeenschappelijke belang, en dat vraagt veel tijd en investering wanneer dat alleen via social media gebeurt.

Literatuurlijst

- Afdeling communicatie. (2008). *Inventarisatie en advies corporate communicatie DMO*. Amsterdam: Gemeente Amsterdam.
- Blom, E. (2009). *De kracht van sociale netwerken*. Utrecht: A.W. Bruna Uitgevers B.V.
- Braas, C., Couwelaar, R. v., & Kat, J. (2006). *Rapporteren*. Houten: Wolters Noordhoff.
- De doelstelling en opdracht formulering. (2013). *Opzet, work in progress*. Amsterdam: DMO afdeling communicatie.
- Dienst Maatschappelijke Ontwikkeling. (2013, mei 6). *Wat is DMO*. Opgeroepen op mei 6, 2013, van Amsterdam.nl: <http://www.amsterdam.nl/gemeente/organisatie-diensten/dmo/>
- Ervaringen uit de praktijk. (2011). *Het nieuwe werken bij het rijk*. Enschede: Navay/TNO-rapport.
- Feiten en cijfers. (2011, juni 8). *Online 2011*. Opgeroepen op mei 31, 2013, van Molblog.nl: <http://www.molblog.nl/bericht/online-2011-feiten-en-cijfers/>
- Frankwatching. (2012, september 11). *Moeten gemeenten wel aan de social media?* Opgeroepen op juni 3, 2013, van Frankwatching.nl: <http://www.frankwatching.com/archive/2012/09/11/moeten-gemeenten-wel-aan-de-social-media/>
- Frankwatching. (2012, september 11). *Moeten gemeenten wel aan de social media?* Opgeroepen op mei 31, 2013, van Frankwatching.com: <http://www.frankwatching.com/archive/2012/09/11/moeten-gemeenten-wel-aan-de-social-media/>
- Google. (2012, april 24). *Drive*. Opgeroepen op mei 15, 2013, van Google.nl: <https://drive.google.com/?tab=wo&authuser=0#my-drive>
- Hallo.kvk. (2012, februari 10). *8 gratis online monitoring tools*. Opgeroepen op juni 3, 2013, van Hallo.kvk.nl: http://hallo.kvk.nl/hallo/internet/social_media/b/weblog/archive/2012/02/10/8-gratis-online-monitoring-tools.aspx
- Heijmans. (2011, oktober 15). *Overruimte*. Opgeroepen op juni 3, 2013, van Overruimte.nl: <http://www.overruimte.nl/>
- King social media. (2010). *Social media en infrastructurele projecten*. Nijkerk: Programma King.
- Koelemans, H. (2011). *Social media voor interne communicatie*. Deventer: Kluwer.
- Koersbesluit Om het kind. (2013, mei 31). *DMO Om het kind*. Opgeroepen op mei 31, 2013, van Amsterdam.nl: <http://www.amsterdam.nl/gemeente/organisatie-diensten/dmo/onderwijs-jeugd/veranderingen/>

- Kok, B. L. (2012, september 11). *Moeten gemeenten wel aan de social media?* Opgeroepen op mei 6, 2013, van frankwatching.com: <http://www.frankwatching.com/archive/2012/09/11/moeten-gemeenten-wel-aan-de-social-media>
- Marketingfacts. (2010, maart 24). *Social Media Monitoring & Marketing Tools*. Opgeroepen op juni 3, 2013, van Marketingfacts.nl: http://www.marketingfacts.nl/berichten/20100324_social_media_marketing_monitoring_tools
- Marketingfacts. (2011, november 19). *OBi4wan*. Opgeroepen op juni 3, 2013, van Marketingfacts.nl: <http://www.marketingfacts.nl/berichten/obi4wan>
- Marketingfacts. (2013, januari 18). *Internet 2012 in cijfers*. Opgeroepen op mei 31, 2013, van marketingfacts.nl: <http://www.marketingfacts.nl/berichten/internet-2012-in-cijfers>
- Marketingfacts. (2013, februari 18). *Social media in Nederland*. Opgeroepen op mei 31, 2013, van Marketingfacts.nl: <http://www.marketingfacts.nl/berichten/social-media-in-nederland-twitter-en-facebook-het-meest-actief-gebruikt>
- Michels, W. (2009). *Boeien Binden Verrassen Verleiden*. Houten: Noordhoff Uitgevers.
- Nadelen social media. (2013, maart 15). *Nadelen*. Opgeroepen op mei 31, 2013, van Wikispaces: <http://socialmedia-bedrijfsleven.wikispaces.com/4.+Nadelen+en+voordelen>
- Newcom. (2013, niet bekend niet bekend). *Social media gebruik in Nederland*. Opgeroepen op mei 31, 2013, van newcom.nl: <http://www.newcom.nl/socialmedia>
- Nieuwe media. (2011). *Kans voor dienstverlening en interactie. Met antwoord in dialoog*.
- Om het kind. (2013, mei 6). *Gemeente voortaan verantwoordelijk voor jeugdzorg*. Opgeroepen op mei 6, 2013, van Amsterdam.nl: <http://www.amsterdam.nl/gemeente/organisatie-diensten/dmo/onderwijs-jeugd/veranderingen>
- Online communicatie en het nieuwe werken. (2012). *Programmateam veranderingen jeugddomein*. Amsterdam: DMO communicatie.
- Phoenix Contact. (2013, april 15). *Plc2020*. Opgeroepen op juni 3, 2013, van Plc2020.net/: <http://plc2020.net/>
- Pleio. (2011, november 25). *Om het kind*. Opgeroepen op juni 3, 2013, van Jeugd020.pleio.nl: <https://jeugd020.pleio.nl/>
- Pleio plein overheid. (2011, november 1). *Het manifest van Pleio*. Opgeroepen op juni 3, 2013, van Pleio.nl: <https://www.pleio.nl/blog/view/46821>
- Portman, H. (2006). *De Praktische Prince2*. Amersfoort: 2e druk. Dialoog.
- Programmaministerie Jeugd en Gezin. (2009, oktober 1). *Evaluatieonderzoek wet op de jeugdzorg*. Opgeroepen op mei 6, 2013, van Nji.nl: http://www.nji.nl/nji/dossierDownloads/Jeugdzorg_Evaluatieonderzoek_Wet_091103.pdf

- Programmaplan II . (2013, maart 19). *Om het kind*. Opgeroepen op mei 31, 2013, van amsterdam.nl: <http://www.amsterdam.nl/gemeente/organisatie-diensten/dmo/onderwijs-jeugd/veranderingen/>
- Programmteam Om het kind. (2012, maart 10). *Om het kind*. Opgeroepen op juni 3, 2013, van Twitter.com: <https://twitter.com/Jeugd020>
- Rectec. (2010, september 2). *Review Coosto: Nederlandse tool voor sociale media monitoring*. Opgeroepen op juni 3, 2013, van Rectec.nl: <http://www.rectec.nl/2010/09/02/review-coosto-nederlandse-tool-voor-sociale-media-monitoring/>
- Reijnders, E. (2010). *Basisboek Interne Communicatie*. Assen: Van Gorcum.
- Reynaert, I. (2009). *Basisboek Crossmedia Concepting*. Boon: D Dijkerman, N Fokkema.
- Shirky, C. (2009, juli 03). *Hoe nieuwe media geschiedenis maken*. Opgeroepen op mei 01, 2013, van Extendlimits: http://www.extendlimits.nl/nieuws/artikel/clay_shirky_hoe_nieuwe_media_geschiedenis_maken
- Smits, G., & Bisschop, J. (2009). *De internet Scorecard 2.0*. Amsterdam: Pearson Education Benelux.
- Social Media Revolution 4. (2012, november 02). *Social Media video*. Opgeroepen op mei 01, 2013, van youtube.nl: <http://www.youtube.com/watch?v=QUCfFcchw1w>
- Socialevraagstukken. (2012, januari 19). *De toekomst is aan platforms*. Opgeroepen op juni 3, 2013, van Socialevraagstukken.nl: <http://www.socialevraagstukken.nl/site/2012/01/19/de-toekomst-is-aan-platforms/>
- Verschuren, P., & Doorewaard, P. (2007). *Het ontwerpen van een onderzoek*. Den Haag: 4e druk. Lemma.
- Visie Om het kind. (2013, mei 31). *Om het kind*. Opgeroepen op mei 31, 2013, van Amsterdam.nl: <http://www.amsterdam.nl/gemeente/organisatie-diensten/dmo/onderwijs-jeugd/veranderingen/>
- Vleugels, P. (2013, maart 27). *Social media wat is het*. Opgeroepen op mei 31, 2013, van Web-con.nl: <http://www.web-con.nl/2010/03/social-media-wat-is-het-wat-kan-het-en-wat-heb-ik-eraan/>
- web3punt0. (2013, april 27). *waarom social media inzetten met uw bedrijf*. Opgeroepen op mei 26, 2013, van web3punt0.nl: <http://www.web3punt0.nl/waarom-social-media-met-uw-bedrijf>
- Wikipedia. (2013, mei 29). *Social media*. Opgeroepen op mei 31, 2013, van Wikipedia.nl: http://nl.wikipedia.org/wiki/Sociale_media#cite_note-1

Bijlage I: Diepte interviews professionals

Diepte interview met Evelyn Visschedijk

Community manager en school maatschappelijk werker bij Spirit

Evelyn werkt sinds 1990 voor Spirit met ongeveer 1200 medewerkers, daar heeft ze altijd in de uitvoering gewerkt dus in direct contact met cliënten zoals jongeren en ouders. Evelyn is ooit begonnen als gezinshouder in een thuis voor jongeren met problemen. Daarna is ze ambulante hulpverlener geworden bij spoedhulp en uiteindelijk overgestapt naar de school maatschappelijk werk, dat heeft ze de afgelopen zes jaar gedaan. Ze was verantwoordelijk voor alle jongeren die tegen problemen aan liepen zoals het verzuim, te laat komen of te vaak ziek zijn. Sinds 1 mei 2013 is ze community manager bij Spirit, verantwoordelijk voor de kennisdeling binnen Spirit. Beheren, aanjagen en het enthousiasmeren van het online forum wat voor de kennis delen gebouwd is en een stukje technische kennis bij brengen binnen de organisatie. Kortom proberen via het online forum van Spirit het samenwerken te verbeteren.

Hoe zie jij je eigen verantwoordelijkheid voor de jeugdzorg?

Als school maatschappelijk werker denk je vooral waar de ouders behoefte aan hebben en waar willen ze mee geholpen worden. Het zijn vaak jongeren met verslavingsproblemen, jongeren in gewelddadige relaties, jongeren die een conflict hebben met hun ouders en jongeren die denken dat ze een gedragsstoornis hebben.

Wat prettig wordt bevonden is dat het allemaal in het vrijwillige kader gaat, dat de ouders en jongeren zelf om hulp komen vragen. Dat ze zelf de motivatie hebben om samen naar een oplossing te zoeken. En dan werk je met de jongeren en ouders die zelf ook erg belangrijk vinden en zelf ook een doel voor ogen hebben waardoor het erg prettig maakt om daaraan een bijdrage te kunnen leveren. De verantwoordelijkheid daarin is vooral helder krijgen waar ze last van hebben en waar de jongeren een oplossing voor willen hebben en hoe ga je die oplossing aanpakken. Dus heel erg vanuit oplossing gericht kijken van wat is er nou geprobeerd, wat heeft gewerkt en wat niet. Meestal heel erg met de jongeren en ouders zoeken naar wat bij hun past en ook kijken wanneer zijn zij tevreden.

Praat jij met andere mensen over de zorg voor de jeugd dan de mensen van het programma team?

Als school maatschappelijk werker heb je een team tot je beschikking, daarnaast heb je een gedragswetenschapper waar je mee zou kunnen overleggen. En voor de rest wordt er heel veel van de sociale media gebruikt als Yammer, om de informatie op te zoeken, vragen neer te leggen en af te halen. De gesprekken gaan vaak over de sociale kaart, dan gaat het over welke invalshoek kies je bij bepaalde problematiek, hoe ga je om met veiligheid en jezelf scherp houden. Want vaak ben je met jongeren op een bepaalde manier bezig en je gaat na of het nog klopt en of je geen dingen overslaat. Met ambtenaren en beleidsmedewerkers van de gemeente wordt er langzamerhand makkelijker om met elkaar in contact te komen en in gesprek te gaan.

Hoe is de communicatie met de andere ambtenaren en professionals?

We zetten nu in een overgangsfase waarin iedereen gewend was dat informatie verzond werd en nam je het aan als een feit. Wat Evelyn nu zelf merkt is dat je zelf verantwoordelijk bent om je eigen informatie op te zoeken en zelf op de hoogte te blijven van de laatste ontwikkelingen. Er gaat niemand meer vertellen welke informatie belangrijk is, de verantwoordelijkheid om zelf erbij te blijven is nu een stuk groter, maar wel ook toegankelijker. Door de komst van Twitter en andere media kanalen is het contact leggen met anderen veel gemakkelijker geworden. Daardoor is het nu mogelijk om zelf die informatie op te halen waardoor je het werk beter kunt uitvoeren.

De communicatie met eigen organisatie is men nu erg tevreden, want de kennis is er al. Als men het nodig heeft dan kan het gevonden worden en anders kun je het vragen via verschillende manieren.

Wat vind je van de samenwerking tussen de ambtenaren en professionals? Hoe is de samenwerking?

Op beleidsniveau is de samenwerking goed, maar op het uitvoerende niveau worden nog onvoldoende professionals betrokken bij het ontwikkelen van beleid. Er zijn wel regelmatig werkbezoeken en er worden wel mensen uitgenodigd om bepaalde bijeenkomst bij te wonen, dat is toch wat anders dan echt betrekken van de professionals.

En jouw band met het programma 'Om het kind' voor een betere jeugdzorg? Wat heb jij met het programma tot nu toe?

Dat heeft ook mee te maken van zoek de informatie die je nodig hebt voor je werk. Het is erg interessant om te weten van wat betekend de hele ontwikkeling rondom jeugdzorg voor de school maatschappelijke werk en met name voor de 18+ jongeren. Het is ook heel belangrijk om de informatie mee te geven aan de mensen die wel met ambtenaren spreken om hun attent te maken van wat er opvalt. Verder dan het lezen van stukken en documenten rondom 'Om het kind', heeft Evelyn niets met het programma.

Ben je bekend met sociale media? En welke mogelijkheden zie je dan?

Evelyn is goed bekend met social media. Social media is voor haar kennis delen, transparant, laagdrempelig, vluchtig en co-creatie. Met deze mogelijkheid ben je snel geneigd om kennis te delen met elkaar, maar uiteindelijk gaat het om de zorg voor de jeugd. De ouders en de kinderen moeten door de professionals en ambtenaren geholpen worden. Social media speelt een belangrijke rol in het bieden van een optimale zorg voor de jeugd. Sinds de WhatsApp uit is gekomen, is het contact met de cliënten ook makkelijker geworden. Het vervangt niet het persoonlijke contact, want het blijft ontzettend belangrijk, maar het kost weinig tijd om eventjes een kort bericht te sturen en verzekerd te zijn dat het gelezen is. Binnen de organisatie Spirit wordt veel Yammer gebruikt, dat wordt ook gebruikt om kennis met elkaar uit te wisselen en om sneller de gehele sociale kaart helder te hebben. Bijvoorbeeld als er een vraag is over de huisvesting en je plaatst het op Yammer dan krijg je soms ook hele verrassende oplossingen aangedragen.

Het programma 'Om het kind' wil voor de hervorming jeugdzorg optimaal gebruik gaan maken van social media. Hierbij kun jij denken aan een website, Twitter, Facebook, Hyves, Google + etc.

Wat zijn de ervaringen met social media in de hulpverlening?

Social media in het werk is het vooral een verbetering om makkelijker verbindingen te leggen, men krijgt daardoor veel meer kennis tot beschikking. Het is ook een kwestie van goed de informatie selecteren en goed zoeken naar de juiste bronnen waarmee je te maken hebt. Dat vraagt wel weer extra tijd maar daarvoor kan je heel veel goede ideeën uit social media halen.

Op welke manier denk jij dat het actief zijn op social media kanalen een positieve bijdrage kan leveren aan jouw werk? Waarom? En kun jij hier voorbeelden van noemen?

Door social media kun je makkelijker de verbindingen door de hele organisatie heen leggen, los van het team niveau komen en veel meer door de hele organisatie heen verbintenissen zoeken. Niet alleen je eigen organisatie maar ook met de gemeente en andere professionals van andere organisaties. Een voorbeeld is dat Evelyn een hele tijd contact heeft onderhouden met een schoolmaatschappelijke werker uit Rotterdam. Het contact is via Twitter ontstaan en waaruit op gegeven moment een werkbezoek voort is gekomen waardoor je kennis met elkaar deelt. Het zijn twee hele grote steden tegen dezelfde problematiek aan.

Een ander voorbeeld is dat de wethouder een Tweet de wereld instuurt waarop een aantal collega's op gereageerd hebben waardoor je een week later met elkaar aan tafel zit.

Wat is de rol van social media voor je organisatie?

De organisatie doet heel veel aan bewustwording, niet alleen maar met als insteek de medewerkers maar ook de gezinnen. De gezinnen die begeleidt worden hebben ook te maken met social media en hun kinderen maken er ook gebruik van. Om medewerkers bewust te maken van wat social media voor het werk kan betekenen, organiseren de managers en leidinggevenden veel workshops en bijeenkomsten.

Wordt het gebruik van social media ondersteund door je leidinggevenden?

De organisatie heeft twee raads van besturen, beide zijn heel actief in social media. Het is een manier om je kennis te delen en de gezinnen hebben daar ook mee te maken. En als het hoofd van je leidinggevende daar veel gebruik van maakt, dan geeft het indirect een signaal van het mag. Succesfactoren zijn de mensen die ermee bezig zijn te stimuleren en te laten zien dat het gewaardeerd wordt om een onderdeel te maken van je dagelijkse werk.

Welke rol zou social media in het programma 'Om het kind' kunnen spelen?

De kunst zit in van het digitale verleiden, dat is het belangrijkste. Hoe Evelyn op Pleio terecht komt is altijd via Twitter. Op het moment dat ze via Twitter account 'Om het kind' een bericht ziet wat belangrijk is, dan is het voor Evelyn een reden om te gaan kijken. Evelyn komt nooit zomaar op het online forum Pleio, het is altijd met een aanleiding. Mensen moeten dus verleid worden om op Pleio een kijkje te gaan nemen.

Ben jij zelf actief op social media? Welke social media kanalen gebruik jij?

Evelyn is iemand die social media veelvuldig gebruikt Twitter, LinkedIn, Facebook, Yammer, Spirit intranet en WhatsApp maakt onderdeel uit van haar dagelijkse leven. Via deze kanalen probeert Evelyn te laten zien waar ze tegen aanloopt en om aandacht te vragen voor bepaalde situatie van een cliënt. Soms om duidelijk te maken hoe bepaalde situaties gaan in de jeugdzorg waarvan je denkt hoe dat nou kan en om te laten zien waarmee ze bezig is.

Hoe kom je bijvoorbeeld op zo'n Twitter bericht? Ga je daar zelf actief naar zoeken?

Evelyn volgt een aantal organisaties via Twitter om kennis binnen te halen en om op de hoogte te blijven van wat er speelt. Op Twitter en LinkedIn volgt Evelyn ook allerlei gemeentelijke instantie en ambtenaren zoals 'Om het kind' op Twitter en jeugd2.0 op LinkedIn.

Ben je bekend met het online forum van 'Om het kind' Pleio? En Wat vind je ervan?

Evelyn is bekend met Pleio maar ze denkt dat heel veel mensen binnen Spirit niet eens weten dat zo'n online forum bestaat. Dat ze ook niet het idee hebben van dat er ook een online forum is waar ze kennis kunnen halen, een vraag kunnen stellen maar ook waar ze kritisch kunnen en mogen zijn. Volgens Evelyn is er weinig gedaan aan de persoonlijke benadering om mensen daar naartoe te wijzen. Het schrikt mensen ook af om te gaan reageren, omdat die stukken die online staan te bestuurlijk zijn. Het is veel ambtenaren taal en veel beleidstukken, waardoor ze zich niet aangetrokken voelen om te reageren.

Voel jij je vrij om dingen te zeggen en te schrijven op de online kanalen?

Evelyn is altijd bewust van wat ze schrijft, soms wordt een bericht een paar keer gelezen voordat het de wereld in wordt gezonden. Maar over het algemeen voelt ze wel vrij om te schrijven op online kanalen.

Door welke andere manieren van sturen kan het programma 'Om het kind' meer aandacht creëren om ambtenaren en professionals dichterbij elkaar te brengen en met elkaar in discussie te gaan?

Toch nog even meer persoonlijke contact, mensen moeten iets een paar keer gezien hebben om zich aangesproken te voelen. Dus je zou ergens een soort gemeenschappelijke banden moeten hebben en die ontstaat door het persoonlijke contact. Dat merkt ze zelf heel goed, want voor haar is het aangaan van discussies via social media veel makkelijker als je tijdens een bijeenkomst elkaar gesproken hebt of elkaar gezien hebt.

Diepte interview met Barbera Olthof**Opvoed adviseur - Mediaccoach - Trainer**

Barbera heeft pedagogie gestudeerd, het werk wat zij doet is opvoedingsondersteuning. Zij is opvoed adviseur in een buurthuis voor Stichting Combiwel. Barbera helpt alle ouders met lichte opvoedingsvragen, niet per se hele zware. Het is preventie wat Barbera doet, voorkomen dat er problemen ontstaan door van tevoren in te grijpen. De ouders en kinderen die Barbera helpt worden verwezen, maar komen wel op eigen initiatief. Wat de ouders kunnen verwachten van Barbera is bijvoorbeeld advies, dat doet ze met "Triple P" methode. Triple P is een methode waarin ouders een positieve opvoedstijl aanleren. Hierdoor verminderen gedragsproblemen bij kinderen. Barbera voert dus gespreken met ouders en geeft adviezen, cursussen, thema bijeenkomsten en voorlichting aan ouders maar ook wel aan professionals.

Hoe zie jij je eigen verantwoordelijkheid voor de jeugdzorg? En wat wordt er van je verwacht op het gebied van jeugdzorg?

De stichting waarvoor wordt gewerkt maakt deel uit van het OKC ouder- en kindcentrum. Van haar en de hele organisatie wordt verwacht dat zij gewoon goede netwerk partners moeten hebben en samenwerken. Als het nodig is de mensen naar de juiste partners verwijzen. Barbera geeft aan dat ze met preventie heel ver komt, doordat de preventie wel werkt voorkomt het dat de mensen hulpverlening nodig hebben. Als lichte problemen opgelost worden, wordt het vaak geen groot probleem en dan hoeven mensen en de kinderen niet massaal de hulpverlening in. Dat is wat er van haar wordt verwacht en ze is van mening dat di wel regelmatig gebeurt.

Hoe is jouw communicatie met de andere ambtenaren en professionals? En hoe gaat die communicatie die er op dit moment dan al wel is?

De communicatie met andere ambtenaren en professionals vindt Barbera eigenlijk wel goed. In Amsterdam Noord hebben Barbera en haar organisatie een heel goed netwerk en goede samenwerkingsverbanden. Haar team van opvoedingsondersteuning proberen het contact met andere professionals zoveel mogelijk actief te onderhouden. Zij gaan naar andere organisaties toe om zichzelf voor te stellen en om te kijken hoe zij samen kunnen werken. Of zij worden uitgenodigd om langs te gaan. Dat is heel erg belangrijk, want ons organisatie is ook heel erg afhankelijk van verwijzingen. Het team bestaat uit vijf opvoed adviseurs in Amsterdam Noord en er zijn meerdere verspreid over de andere delen van Amsterdam.

Ben je tevreden over hoe die communicatie nu verloopt?

Barbera is tevreden over hoe de communicatie nu verloopt, maar het kan nog altijd beter. Dat probeert ze ook zelf nog altijd een aandeel in te hebben, men moet steeds wel in gesprek blijven met het netwerk partners.

En jouw band met het programma 'Om het kind' voor een betere jeugdzorg? Wat heb jij met het programma tot nu toe..?

Barbera gaf aan dat ze niet wist van het bestaan van het programma 'Om het kind', voordat er een prijsvraag kwam, de crowdsourcing actie voor het bedenken van een nieuwe naam voor de opvoedingsondersteuners. Barbera wist wel van transitie jeugdzorg en allerlei dingen daarom heen, maar echt specifiek 'Om het kind' daar heeft ze nog nooit van gehoord. De prijsvraag heeft ze dus via de e-mail gezien, die ze vervolgens van haar leidinggevende heeft gekregen. Barbera denkt dat haar leidinggevende waarschijnlijk over de prijsvraag te weten is gekomen via het stadsdeel of van een ambtenaar door heeft gekregen.

Praat jij met andere mensen over de zorg voor de jeugd dan de mensen van het programma team?

Er wordt regelmatig met anderen gepraat over de transitie, omdat het nu heel erg aan de orde is en er ontzettend veel veranderingen plaats gaan vinden. De gesprekken gaan nu heel erg over de functie van ouder en kind adviseur en wie dat gaat worden. Omdat het nog niet duidelijk is en ook omdat zij dat niet zelf bepalen, maar zij kunnen wel mensen aandragen en Barbera wil het ook heel graag doen.

Wat vind je van de samenwerking tussen de ambtenaren en professionals? Hoe is de samenwerking?

De samenwerking tussen haar en andere professionals gaat goed. Iedereen is vaak wel goed op de hoogte van wat iedereen doet. Alhoewel Barbera soms zich wel afvraagt of anderen wel weten van wat ze zelf doet. Met de ambtenaren in Amsterdam Noord is er ook heel goed contact mee en het samenwerken gaat prima. Verder heeft ze een manager en een leidinggevende boven haar zitten die dat soort dingen regelen en veel communiceren met ambtenaren. In contact komen met ambtenaren is niet zo heel relevant voor Barbera, maar wel voor haar leidinggevende. Want ze heeft een uitvoerende rol en dat is toch wel anders.

Ben je bekend met sociale media?

Barbera is absoluut bekend met social media, sinds ze met de crowdsourcing (de prijsvraag) een Ipad heeft gewonnen. Barbera is heel actief en ze is ook mediacoach, daarvoor heeft ze een opleiding gevolgd.

Welke associatie heb jij bij het begrip social Media? En welke mogelijkheden zie je erin?

Barbera associeert social media als communiceren. Daarbij denkt ze aan online platformen. Binnen haar werk zijn er veel mogelijkheden voor social media, maar zij doet er nog niet veel mee. Barbera geeft aan dat zij nu eindelijk bij Combiwel met Yammer zijn begonnen, maar dat is werk gerelateerd volgens haar en verder wordt er veel te weinig iets mee gedaan. De mogelijkheden van social media is het sneller communiceren met andere professionals over het aanbieden van een passende hulp aan de ouders en kinderen. Ook hoe mensen terecht komen waar ze terecht moeten komen. Maar ook communiceren over de inhoud van het werk als men een themabijeenkomst geeft. Ze ziet ook de mogelijkheid om via de social media kanalen meer met de ouders en kinderen te willen communiceren. Barbera vindt dat social media absoluut een verbetering zal zijn voor haar werkzaamheden.

Het programma 'Om het kind' wil voor de hervorming jeugdzorg optimaal gebruik gaan maken van social media. Hierbij kun jij denken aan een website, Twitter, Facebook, Hyves, Google + etc.

Wat zijn de ervaringen met social media in jouw werkzaamheden?

De effectiviteit van social media in haar werkzaamheden worden minimaal benut. Barbera is privé heel erg actief en ze ziet ook de meerwaarde, maar ze vindt wel moeilijk om dat over te hevelen naar haar werk. Ook omdat je hele organisatie daarachter moet staan, want dan komen de regels en je mag niet zomaar allerlei dingen de wereld in sturen.

Op welke manier denk jij dat het actief zijn op social media kanalen een positieve bijdrage kan leveren aan jouw werk? Waarom? En kun jij hier voorbeelden van noemen?

Actief zijn op social media kanalen maakt mensen veel meer toegankelijker. Als een organisatie daar niet op inspeelt, dan heb je als organisatie helemaal mis als je denkt dat social media geen invloed zou hebben. Want tegenwoordig gebruiken ontzettend veel mensen social media. Ze is van mening dat organisaties op zijn minst moeten proberen om op social media actief te zijn. Bijvoorbeeld social media inzetten naast het geven van een cursus, mensen gaan op cursus omdat ze graag met anderen informatie en kennis uit willen wisselen. Zo'n cursus houdt op na acht keer, maar de mensen hebben nog steeds de behoefte om informatie uit te blijven wisselen. Als je dan een bepaalde groep zou hebben op een online kanaal waarin mensen met elkaar nog steeds informatie kunnen uitwisselen.

Waar ook een professional bij zit die daarin ook iets kan betekenen, dan heeft social media hier veel meer meerwaarde dan alleen het geven van een cursus. Ze geeft aan dat LinkedIn en Twitter ook erg belangrijk zijn om daar in groepjes te zitten, want je kunt hierdoor op de hoogte blijven en kom je eerder erachter wat er allemaal speelt.

Welke rol zou social media in het programma 'Om het kind' kunnen spelen?

'Om het kind' zou via optimaal benutten van social media nog veel meer bekendheid kunnen krijgen. Het programmateam kan social media beter aan pakken, want aangezien ze van de naam 'Om het kind' nog niet gehoord had wil dat ook zeggen dat de naam nog niet heel bekend is bij de professionals. Terwijl Barbera wel erg actief is op social media. Om veel meer professionals en ambtenaren aan te spreken, denkt ze dat er veel meer moet gebeuren dan het programmateam nu doet. Ze denkt dat het ook op Twitter account van 'Om het kind' en het online forum uitgebreider zou kunnen, ze geeft aan dat ze niet heel veel kon vinden als ze 'Om het kind' of jeugd020 zoekt.

Ben jij zelf actief op social media kanalen?

Barbera is zelf vooral actief op Twitter, Facebook en LinkedIn. Dat zijn voor haar de drie grootste social media kanalen op dit moment. Ze heeft twee Twitter accounts een persoonlijk en een zakelijk. Ze wil graag privé en zakelijk gescheiden houden. LinkedIn gebruikt ze vooral als ze opzoek is naar een nieuwe baan. Barbera gebruikt social media niet alleen persoonlijk, maar ook om in contact te komen met anderen professionals.

Hoe kom je bijvoorbeeld op een Twitter bericht? Ga je daar zelf actief naar zoeken?

Barbera zoekt zelf naar de berichten op social media kanalen, ook geeft ze aan dat soms heel lastig is om de juiste informatie te vinden en moet ze allerlei zoek worden proberen. Ze volgt ook veel regionale en lokale organisaties op Social media kanalen, die vooral met de jeugd en opvoedingsondersteuning te maken hebben. Wat Barbera vooral doet besluiten om een organisatie te volgen is bijvoorbeeld de inhoud die de organisaties plaatsen, of ze er iets mee kan en of dat haar werkveld aanraakt. Barbera zoekt en leest vooral veel informatie op social media, en als het gaat om informatie delen dan is ze daar niet erg in op actief.

Ben je bekend met het online forum van 'Om het kind' Pleio?

Barbera is onlangs bekend geworden met het online forum 'Om het kind'. Ze heeft nog geen account, omdat ze het niet wist dat het kon. Ook heeft Barbera zich niet aangemeld voor de nieuwsbrief, maar heeft wel interesse in de nieuwsbrief. Wel heeft ze het online forum 'Om het kind' Pleio bezocht. Barbera vindt het platform belangrijk, en geeft aan dat het een mooie manier is waar het programmateam mee bezig is. Ze vindt de site goed en overzichtelijk.

Hoe vind jij dat het programma 'Om het kind' zich moet gedragen om de ambtenaren en de professionals aan te spreken?

Om ambtenaren en professionals aan te spreken denkt Barbera dat het programmateam 'Om het kind' actief mensen moet aansporen. Ze geeft aan dat als het programmateam wil dat de ambtenaren en professionals in discussie raken, dan moet het programmateam meer actiever zijn op de ingezette online kanalen. Want anders doen de mensen niet mee. Daarbij is heel belangrijk dat voor de mensen duidelijk moet zijn van wat het programmateam doet en wat de bedoeling is. Barbera geeft aan dat als mensen persoonlijk iets komen vertellen, werkt het vaak heel erg goed.

Barbera geeft ook aan dat ze ook erg op prijs zou stellen als het programmateam 'Om het kind' ook in weekenden op vragen moet kunnen reageren en actief moet zijn.

Het programmateam is echter op dit moment bezig om het online forum Pleio van 'Om het kind' aantrekkelijker te maken voor ambtenaren en professionals door middel van echte verhalen op te zetten. Dus niet alleen informatie aan bieden, maar meer mensen te stimuleren om hun ervaringen en meningen met elkaar te delen en in discussie te gaan. Ik ben aan het onderzoeken via welke digitale communicatiekanalen we ambtenaren en professionals kunnen motiveren om het heft in eigen handen te nemen en in discussie gaan met elkaar. Stel, je zou deze verhalen (frisse blik) niet aangeboden krijgen via je organisatie. Zou je deelnemen als dit via social media aan jou wordt gecommuniceerd?

Barbera geeft aan dat ze wel wil deelnemen aan de discussies op social media, als dat aan haar wordt gecommuniceerd. Want dat geeft duidelijkheid, mensen moeten ook weten waar je mee bezig bent. Hoe meer informatie je kunt geven hoe beter dat is en hoe meer je actief betrokken bent, hoe meer jezelf ook weet. Ze geeft wel aan dat ze een beetje zoekende is naar de juiste manier van actief zijn op social media en dat ze ook niet altijd goed weet wat ze wel en niet moet zeggen op social media. Barbera geeft aan dat social media ook wel riskant kan zijn omdat het helemaal openbaar is. Soms is het lastig, omdat je heel professioneel moet zijn in wat je zegt. Barbera zou liever direct zeggen in wat ze persoonlijk zou vinden, maar als professional kan dat niet altijd.

Heb je zelf nog toevoegingen die je naar aanleiding van dit interview wil delen over het optimaal benutten en inzetten van social media voor een betere zorg voor de jeugd?

Door persoonlijk aanpak kan het programma 'Om het kind' meer aandacht creëren om ambtenaren en professionals dichterbij elkaar te brengen en met elkaar in discussie te laten gaan. Ze geeft aan dat als mensen je gezicht erbij zien en dan het verhaal horen werkt het altijd beter.

Diepte interview met Tristan Schenk

Zorgcoördinator bij Barlaeus Gymnasium en Hyperion Lyceum

Tristan is in dienst als zorgcoördinator voor de school Barlaeus Gymnasium. Hij is in eerste instantie verantwoordelijk voor het regelen van zaken als het mis dreigt te lopen. Als een leerling door een of andere reden naar hem verwezen wordt, dan wordt van hem verwacht dat hij een oplossing zoekt. Tristan koppelt ook ouders en leerlingen aan externe professionals. Ook zorgt hij ervoor dat de kleine problemen klein blijven en de kinderen die risico's lopen in de gaten worden gehouden. Tristan heeft veel contact met de mentoren, want de mentoren signaleren veel. Hij maakt deel uit het zorg advies team en hij houdt de trends en de schoolleiding in de gaten zoals wat er gaande is en wat de risico's zijn die er kunnen ontstaan. Kortom Tristan heeft een signalerende, opvoedende en een doorverwijzende taak.

Hoe zie jij je eigen verantwoordelijkheid voor de jeugdzorg?

Tristan is van mening dat wanneer hij zijn werk goed doet, de problemen op tijd worden gesignaleerd. Ook merkt hij dat als hij het werk niet doet, dat hij te laat bij problemen komt waardoor ze groter worden en gevaarlijke situaties optreden. Dat ziet Tristan als zijn belangrijkste verantwoordelijkheid. Van Tristan wordt verwacht dat hij kennis heeft over problematiek, diagnostiek, dat hij sterk moet zijn in gesprek en dat hij snel moet handelen. Het belangrijkste is dat hij snel bereikbaar moet zijn, want als er nood is moeten maatregelen direct genomen worden.

Hoe is jouw communicatie met de andere ambtenaren en professionals?

De communicatie tussen professionals en ambtenaren loopt volgens Tristan niet altijd gemakkelijk, daar is hij zelf ook deel van. Hij merkt dat soms irritaties ontstaan wanneer een professional niet op tijd op een e-mail reageert. Omdat bijvoorbeeld een e-mail voor de ene persoon heel dringend is en voor de ander iets waar je ook een of twee weken kan wachten. Als hij een bericht of een e-mail minder belangrijk vindt dan laat hij het liggen, terwijl de ander heel erg zit te wachten op een antwoord. Tristan vindt dat bellen vaak heel snel is, maar er wordt vaak niet gedocumenteerd en moet men vaak dingen opschrijven waardoor je wel eens dingen gaat vergeten. Tristan heeft ook een samenwerkingsverband met de ambtenaren, er wordt veel heen en weer gemaild. Wat Tristan lastig vindt is soms als hij iemand wilt hebben zeker bij organisaties als jeugdzorg dan heeft hij heel erg geluk als die persoon hem zijn mobiele nummer heeft gegeven. Maar heel vaak wordt er vanaf een onbekend nummer gebeld en als je die oproep mist, dan is het heel erg moeilijk om weer die persoon te bereiken. In dat geval is het voor Tristan erg fijn als de communicaties ook via online kanalen gaan. Tristan vindt dat er wel behoefte is aan contact met de andere professionals en ambtenaren. Waar het mis loopt is volgens Tristan dat iedereen met een te hoge werk druk zit en dat er ieder jaar weer nieuwere situaties ontstaan.

En jouw band met het programma 'Om het kind' voor een betere jeugdzorg? Wat heb jij met het programma tot nu toe..?

Tristan had voordat ik contact met hem opnam nog nooit van het programmateam en 'Om het kind' gehoord. Tristan geeft aan dat hij daarna via internet naar 'Om het kind' en het online forum heeft gezocht. Tristan geeft aan dat hij nog nooit behoefte heeft gehad om te zoeken, en er heeft ook nooit iemand aangegeven wat het programma 'Om het kind' is. Wel vraagt Tristan zegt af wat de winst voor hem en voor de school is als hij zeg meer verdiept in andere dingen dan de taken die hij op dit moment uitvoert. Dit heeft hij met 'Om het kind' ook, hij weet niet precies in wat voor situatie hij 'Om het kind' kan inschakelen waardoor de situatie voor hem beter op zal worden.

Praat jij met andere mensen over de zorg voor de jeugd dan de mensen van het programma team?

AMK (algemene meldkamer kinder mishandeling), jeugdzorg, spirit, GGD en leerplicht ambtenaar. Dat zijn de meeste partners waarmee Tristan contact mee heeft, en die wekelijks met elkaar om tafel komen. Soms komt Tristan ook in aanraking met politie, buurtregisseur en psychologen, maar dat zijn meest de secundaire partners die alleen via de telefoon contact mee wordt gemaakt.

Wat vind je van de samenwerking tussen de ambtenaren en professionals? Hoe is de samenwerking?

De samenwerking tussen de professionals en ambtenaren vindt Tristan goed, wel vindt hij dat het een nadeel is dat niet iedereen in het zelfde gebouw zit. Er wordt per jaar zes keer met elkaar vergaderd en er is vaak met al deze.

Ben je bekend met sociale media? En welke associatie heb jij bij het begrip social media?

Tristan is bekend met social media en associeert social media met elkaar op de hoogte houden van zaken waar je op dat moment mee bezig bent. Volgens Tristan kan je op social media trends ontdekken, men kan achterhalen wat er allemaal aan het gaande is. Op Facebook heeft hij goede collega's waar hij altijd mee omgaat, en op Twitter volgt hij mensen die vaak ook iets ernaast doen.

Welke mogelijkheden zie je dan social media? En zou social media een verbetering kunnen zijn voor je werkzaamheden?

De grootste mogelijkheid van social media voor Tristan is in contact blijven met de kinderen die hij ondersteunt en de professionals waarmee hij samenwerkt. Tristan vindt ook dat er voor de professionals en ambtenaren ook goed is om via social media op de hoogte blijven op wat er allemaal speelt. Maar als Tristan een vraag heeft van hoe moet hij omgaan met een situatie, dan vindt hij dat Twitter of Facebook te openbaar wordt. Omdat Tristan alleen maar vertrouwelijke informatie heeft, is hij bang dat als hij een online kanaal gebruikt dat die vertrouwelijke informatie openbaar zal worden.

Het programma 'Om het kind' wil voor de hervorming jeugdzorg optimaal gebruik gaan maken van social media. Hierbij kun jij denken aan een website, Twitter, Facebook, Hyves, Google + etc. Wat zijn jouw ervaringen met social media in het onderwijs?

Tristan is niet zo'n actieve gebruiker, hij vindt het leuk om te zien waar anderen mee bezig zijn. Ook op te hoogte en in contact blijven met vrienden en kennissen vindt Tristan erg belangrijk. Tristan geeft aan dat zijn leidinggevende social media als een middel gebruikt om te communiceren, vooral met de leerlingen. De collega's en docenten gebruiken ook Facebook, maar het gaat niet over werk. Het stimuleert Tristan niet om zich te mengen met de discussies. Volgens Tristan komt het doordat het weinig wordt gestuurd vanuit de leidinggevende.

Op welke manier denk jij dat het actief zijn op social media kanalen een positieve bijdrage kan leveren aan jouw werk? Waarom?

Als professionals bepaalde veranderingen in beleid, programma's of cursussen op een plek online krijgen, dan zou social media een positieve bijdrage leveren aan zijn werk. Want Tristan geeft aan dat hij vaak via online kanalen dingen krijgt die hij als spam ziet en niet van belang is voor zijn werk. Hij is van mening dat als er een online platform is voor de professionals vooral de zorgcoördinatoren, en af en toe kan kijken wat er aan de gang is dan zou hij zeker volgen. Want Tristan denkt dat als hij weet wat er speelt, dat het hem beter maakt in zijn werk. Social media kan ook een positieve bijdrage leveren als je de juiste mensen aan je weet te binden.

Welke social media kanalen gebruik jij? Op welke manier gebruik jij die? Is dat persoonlijk, of ook voor je werk?

Tristan is zelf actief op Twitter, Facebook en heel lang geleden nog op Hyves. Hij heeft in het begin heel duidelijk werk en privé gescheiden gehouden. Nu wil Tristan met zijn Facebook alleen maar vrienden zijn met mensen die hij kan vertrouwen met informatie, en dat is met leerlingen wat hem betreft geen goede zaak. Verder gebruikt Tristan nu op dit moment social media vooral voor persoonlijke belangen en doeleinden en om contact te houden met vrienden en kennissen.

Hoe kom je bijvoorbeeld op een Twitter bericht? Ga je daar zelf actief naar zoeken?

Voor Tristan is het niet meer dan een vrij tijdbezigheid, hij loopt er gewoon doorheen. Als Tristan iets ziet wat hem aanspreekt dan gaat hij het lezen, maar verder mengt hij zich bijna nooit met een discussie. Wel eens krijgt Tristan via een e-mail iets opgestuurd, wat te maken heeft met zijn werk. Maar via de social media wordt hij nooit benaderd met een vraag voor de jeugd. Voor Tristan zou het wel handig zijn als hij via online kanalen herinnering krijgt voor bijeenkomsten of cursussen, want vaak vergeet hij dingen die hij op papier heeft genoteerd. Ook geeft Tristan aan dat als hij opzoek is naar een goede bijles docent voor een kind, dat hij ook op social media makkelijk zou kunnen vinden.

Volg je ook organisaties op een LinkedIn of Twitter of andere online kanalen? Wat vind je belangrijk dan, wat doet jou besluiten om iets te volgen of niet?

Op Twitter volgt Tristan vooral organisaties die hem echt persoonlijk interesseren en die hij kan vertrouwen, maar heel weinig organisatie die te maken hebben met zijn werk behalve een aantal onderwijzers. Wel is Tristan van mening dat hij nadenkt om binnenkort een zakelijke Twitter account aan te maken, dan zou hij organisatie zoals onderwijsvernieuwing, positieve en initiatieven organisatie volgen die hulpverlening beter en leuker willen maken. Maar ook organisatie die hun diensten gratis aanbieden, want dat is ook aantrekkelijk voor het onderwijs.

Ben je bekend met het online forum van 'Om het kind' Pleio?

Tristan is niet bekend met het online forum van 'Om het kind' Pleio en heeft nooit van de naam gehoord. Wel geeft aan dat hij door ons gesprek te weten gekomen waar het forum voor dient. Naar aanleiding van het interview heeft Tristan de site opgezocht. Tristan geeft aan dat hij niet gelijk kon vinden wat 'Om het kind' is, voor hem was het een beetje vaag wat het was. Verder kent Tristan het platform niet goed genoeg, om verdere vragen te beantwoorden.

Het programmateam is echter op dit moment bezig om het online forum Pleio van 'Om het kind' aantrekkelijker te maken voor ambtenaren en professionals door middel van echte verhalen op te zetten. Dus niet alleen informatie aan bieden, maar meer mensen te stimuleren om hun ervaringen en meningen met elkaar te delen en in discussie te gaan. Ik ben aan het onderzoeken via welke digitale communicatiekanalen we ambtenaren en professionals kunnen motiveren om het heft in eigen handen te nemen en in discussie gaan met elkaar. Stel, je zou deze verhalen (frisse blik) niet aangeboden krijgen via je organisatie. Zou je deelnemen als dit via social media aan jou wordt gecommuniceerd?

Nee. Wat is daar de reden van? Tristan zou het niet zo snel in discussie gaan met anderen, omdat hij geen discussie man is en nooit behoefte aan heeft gehad. Zijn mening is dat hij de tijd die hij heeft zo goed mogelijk aan de kinderen wil spenderen, en de drempel is dat hij niet altijd even nuttig ervaart.

Zou jij het verhaal zelf via social media of andere kanalen verspreiden als je dit gemakkelijk kunt doen door middel van een hulpmiddel (bijvoorbeeld door twee keer klikken iets doorsturen)?

Verspreiden vindt Tristan altijd wel goed, want er zijn nog zat mensen die wel graag willen lezen en in discussie willen gaan.

Door welke andere manieren van sturen kan het programma 'Om het kind' meer aandacht creëren om ambtenaren en professionals dichterbij elkaar te brengen en met elkaar in discussie te gaan?

Bijeenkomsten of samenwerkingsverband is volgens Tristan goede plekken voor het programmateam 'Om het kind' om meer aandacht te creëren en om ambtenaren en professionals dichterbij elkaar te brengen. Vaak als je mondeling een goed verhaal houdt over een project, dan worden de mensen daardoor sneller beïnvloed. En als dan gezegd wordt je kunt het project op social media volgen, komen mensen sneller met een vraag en nemen sneller deel in een discussie. Door persoonlijke contacten wordt er vertrouwen en meer interesse gecreëerd. Volgens Tristan zijn de professionals en ambtenaren allemaal mensen die nieuwe ideeën willen horen, maar het zijn ook hele drukke mensen en zij gaan er vaak zelf niet naar opzoek naar informatie.

Heb je zelf nog toevoegingen die je naar aanleiding van dit interview wil delen over het optimaal benutten en inzetten van social media voor een betere zorg voor de jeugd?

Verder is Tristan benieuwd wat het onderzoek oplevert, want volgens hem is het een lastige kwestie ook omdat het vaak om privé zaken van ouders en kinderen gaat. Vooral ook omdat er heel veel partijen met de jeugdzorg mee te maken hebben en dat social media niet hellemaal leeft binnen deze partijen. Wel geeft Tristan aan dat als er via social media gericht informatie komt en dat als mensen weten dat social media meerwaarde heeft, dat dan er wel volgers komen waardoor ook interactie ontstaat.

Bijlage II: Diepte interviews ambtenaren

Diepte interview met Judith Suurmond

Programmamanager proeftuinen en lerend ontwikkelen bij DMO Gemeente Amsterdam

Judith is programmamanager van het programma 'Om het kind'. In het programma 'Om het kind' heeft Judith twee rollen. Projectmanager lerend systeem daarbij is zij een leerlijn voor de ouder en kind- adviseurs aan het opzetten, en ook aan het onderzoeken wat er allemaal in de praktijk zich afspeelt. En de andere rol is, dat zij adviseur veranderstrategie is.

Wat wordt er van je verwacht op het gebied van jeugdzorg?

Er is een visie geschreven voor de transitie jeugdzorg, en die visie die bepaalt hoe je tot een betere zorg voor de jeugd kan komen onder verantwoordelijkheid van de Gemeente Amsterdam. De visie gaat uit van een aantal principes. Bijvoorbeeld dat er meer gebruikt gemaakt gaat worden van de eigen kracht van de ouders en meer van inbreng van ouders. Wat er van Judith verwacht wordt is om met de professionals te kijken van hoe kan je nou voor zorgen dat ze hun werk zo goed mogelijk doen, dat het uiteindelijk voor ouders zo goed mogelijke zorg voor de jeugd oplevert.

Praat jij met andere mensen over de zorg voor de jeugd dan de mensen van je eigen programma team?

Er wordt heel veel met het management van de instellingen gepraat, maar soms ook met de cliënten organisaties. Het zijn vooral de professionals, en er wordt ook met eigen collega's en collega's van de andere gemeenten en stadsdelen over de zorg voor de jeugd gepraat. Er wordt vaak via de e-mail heen en weer gesproken, maar er worden ook bijeenkomsten georganiseerd.

Hoe is de communicatie op dit moment?

De professionals die Judith spreekt, daar is de communicatie eigenlijk goed mee. Omdat Judith samen met de professionals een manier hebben gevonden van veranderen en communiceren die heel erg aansluiten bij hun wereld. En dat werkt, want ze merkt dat de professionals dat prettig vinden. Judith vindt dat de professionals het gevoel hebben dat ze niet van boven af door de gemeente allerlei dingen opgelegd krijgen, waar zij zich naar moeten gedragen. Maar dat een wisselwerking is dat je eigenlijk gezamenlijk een nieuw proces vorm geeft.

De communicatie met de stadsdelen vindt Judith beetje stroef. Dat komt omdat het nu zoveel onduidelijkheid is over positie rollen en taken dat mensen daar geprikkeld door raken. De samenwerking lukt nog wel, maar wordt daardoor wel moeilijker. Dat komt omdat het programmateam met heel veel mensen werkt waardoor soms ook onduidelijk is van wie nou wat doet. Of dat sommige mensen door heel veel mensen benaderd worden vanuit het programma 'Om het kind'. Als het dan ook weer de vraag is van ja, wat krijg ik nou voor terug. Soms zijn er dingen niet goed geregeld, of is de communicatie niet duidelijk genoeg van waar we nou allemaal over communiceren zoals er wordt verwacht. Zeker rondom de nieuwe projecten waarvan allerlei mensen vragen hebben en dat er men eigenlijk niet weet op welk moment die nou door wie beantwoord moeten worden.

Ben je bekend met sociale media?

Judith is bekend met social media. Ze associeert social media als, vluchtig, snel, republiek en innovatief. Ze ziet er de mogelijkheid om met social media veel mensen te prikkelen, te bereiken en om ook andere mensen te bereiken dan de mensen die ze kent. Verder dacht ze om er informatie op te halen, maar dat denkt ze nu niet meer. Want ze vindt dat het wel vluchtig is, volgens haar kun je stellingen voorleggen en je krijgt reactie maar geen diep gesprek.

Het programma 'Om het kind' wil voor de hervorming jeugdzorg optimaal gebruik gaan maken van social media. Hierbij kun jij denken aan een website, Twitter, Facebook, Hyves, Google + etc.

Wat zijn de ervaringen met social media in jouw werkzaamheden?

Met Twitter ziet Judith wel wat er aan de ene kant allemaal rond gaat en dat het inspirerend kan zijn waardoor je nieuwe impulsen krijgt en nieuwe dingen ophaalt. En aan de andere kant ziet Judith ook dat je het allemaal heel erg moet laten zien van wie je bent en wat je meemaakt. En dat het ook wel een beetje is van wie het grootste ego heeft die ook het meest volgers heeft. Het is haar ook een beetje tegen gevallen, omdat ze het soms ook ziet als zien en gezien worden.

Op LinkedIn is Judith met twee groepen lid geworden. Want daar is net een beetje meer de verhouding tussen werk en privé. Het wordt meer over het werk gediscussieerd, de discussie die over het werk gevoerd wordt vindt Judith goed werken. Judith ziet verder in Facebook en Hyves geen verbetering in voor haar werkzaamheden, omdat ze het als persoonlijke profielen ziet.

Op welke manier denk jij dat het actief zijn op social media kanalen een positieve bijdrage kan leveren aan jouw werk?

Het positieve in social media is dat als men bijvoorbeeld een bericht plaatst op een medium, dan kan het iets oproepen waardoor je daarop een reactie krijgt en wordt er interactie ontstaan. Je wordt ermee toegankelijker en opener, het is dus erg belangrijk dat de gemeente meer laagdrempeliger wordt. Het gebruik van social media wordt dus door de gemeente steeds meer beter gestimuleerd. Want heel veel ambtenaren hebben nu een Ipad gekregen om beter bereikbaar te zijn en het werk overal te kunnen uitvoeren. Er wordt ook vaak meer over social media verteld tijdens de bijeenkomsten en er wordt workshops en trainingen gegeven. Judith vindt dat de gemeente social media niet heel veel moet stimuleren, want het is uiteindelijk de keuze van de ambtenaar om meer actief te zijn of juist niet.

Welke rol zou social media in het programma 'Om het kind' kunnen spelen?

Je kunt via social media achter komen wat de behoeftes zijn van de mensen met wie je te maken hebt en je pakt eerder signalen op van wat er speelt. Het enige wat als nadeel gezien wordt is als het gebruik van social media een doel opzicht wordt, dus dat je als persoon veel tijd in besteedt alleen maar omdat je het moet doen. Het is dus een nieuwe uitdaging, want als je door social media wel problemen ondervindt, dan moet je als organisatie een manier vinden om daarmee om te gaan.

Ben jij zelf actief op social media?

Judith maakt wel gebruik van social media, maar is niet echt actief. Ze gebruikt Twitter door elkaar zowel privé als zakelijk. LinkedIn gebruikt ze ook maar vooral persoonlijk, en ze gebruikt ook het online forum Pleio voor het werk. De organisaties die er gevold worden door Judith zijn niet zo heel veel, maar het zijn vooral organisaties die voor haar werk belangrijk zijn zoals Jeugd2.0, en veel bestuurders van grote instellingen. Als een organisatie op Twitter of LinkedIn veel volgers heeft of belangrijke inhoudt deelt, dan is het voor Judith interessant en gaat ze de organisatie volgen om beter op de hoogte te zijn.

Voel jij je vrij om dingen te zeggen en te schrijven op de online kanalen?

Judith gebruikt Twitter voor zakelijk en privé en vaak als het om zakelijke berichten gaat dan moet ze wel goed oppassen wat ze wel en niet moet zeggen. Want je kunt ermee in lastige situaties terecht komen. Bijvoorbeeld vroeger mochten de beleidsambtenaren nooit met journalisten praten en nu kun je door iedereen gevolgd worden op social media. En als je zo open de media gebruikt dan heeft het een effect op de manier van communiceren.

Ben je bekend met het online forum van 'Om het kind' Pleio? En wat vind je ervan?

Haar ervaring met Pleio is bijvoorbeeld dat iedereen doet alsof het een heel nieuw interactief middel is, maar wat ze merkt is dat het eigenlijk gewoon te saai is voor ambtenaren en dat het helemaal niet vernieuwd is. Volgens haar een echte uitwisseling vindt niet plaats op Pleio en mensen kijken daar ook verder niet op. Ze gaat er bijna nooit op Pleio en zou helemaal geen discussie op gaan starten. Judith vindt Pleio een heel gesloten ambtelijk medium en de drempel is vrij hoog. Ook omdat er allerlei links en codes nodig zijn om erop te komen waardoor de gebruikers heel snel geïrriteerd raken en afhaken. Ze heeft een account aangemaakt omdat er ook allerlei programmamanagers ook een account aan hebben gemaakt. Om meer van Pleio gebruik te maken wil Judith graag dat ook andere mensen hun documenten delen en meer gezamenlijke gesprekken voeren.

Maar volgens haar is het voor iedereen een te grote moeite om allerlei documenten te delen en gesprekken voeren, daarom gebeurt er niets op het online forum Pleio.

Vind je dat 'Om het kind' dan ook in weekenden moet reageren of actief moet zijn?

Het programmteam 'Om het kind' hoeft niet in het weekend actief te zijn of op dingen te reageren. Als je een hulpdienst zou zijn dan is het belangrijk om altijd bereikbaar te zijn. Maar als het gaat om ambtelijk werk, dan kan het ook op maandag gereageerd worden.

Hoe vind jij dat het programmteam zich moet gedragen om de ambtenaren en de professionals aan te spreken?

Judith vindt dat je gelijkwaardig moet gedragen, dat je als programmteam moet laten zien dat je niet zonder elkaar kunt. Als je als de gemeente richtlijnen gaat maken of offertes dan is het voor een professional ook belangrijk om dit als eerste te weten. Dit zorgt ook ervoor dat de gemeente vanuit de professionals snel de juiste informatie krijgt, zodat het proces goed blijft lopen. En aan de andere kant moet het programmteam goed luisteren naar wat er in de praktijk speelt en niet denken dat ze beter weten. Je moet als programmteam laten zien dat je een uitvoegende houding hebt en dat je goed luistert naar wat de andere zegt en een respectvolle gedraag hebt.

Door welke andere manieren van sturen kan het programma 'Om het kind' meer aandacht creëren om ambtenaren en professionals dichterbij elkaar te brengen en met elkaar in discussie te gaan?

Wat Judith interessant vindt voor het programmteam om te weten is de vraag of de professionals ook hun meerwaarde zien. En als het zo is wat zij daar dan in zouden willen. Voor het programmteam is cruciaal om erachter te komen waar de professionals behoefte aan hebben en wat zij nog niet krijgen die ze eigenlijk willen. Als het programmteam daar zicht op krijgt, dan vindt Judith dat het programmteam daar aandacht aan moet besteden.

Diepte interview met Osger Mellink

Strategisch adviseur voor het programma 'Om het kind' bij DMO Gemeente Amsterdam

Osger is strategisch beleidsadviseur binnen het programmteam 'Om het kind'. De afgelopen tijd is Osger bezig geweest met het schrijven van het koersbesluit (in het koersbesluit staat hoe het nieuwe jeugdstelsel wordt ingericht). Vervolgens zorgt hij ervoor dat het koersbesluit netjes bij het college van burgemeesters en wethouders ligt. Hij is ook bij het programmaplan en risico rapportages van 'Om het kind' betrokken geweest. Nu is Osger vooral bezig met een aantal strategische taken zoals een meerjarig beleidsplan schrijven. Dat heeft te maken met de nieuwe jeugd wet die de verantwoordelijkheid van de gemeente in het jeugdzorgdomein beschrijft. Hij is daarnaast ook bezig met het vaststellen van een document, daarin staan de regels van wanneer je in aanmerking komt voor welke zorgvoorziening. Dat document is bedoeld voor de burgers om duidelijk te maken dat ze straks niet alleen aan een willekeurig ambtenaar vastzitten, daarin staat wanneer iemand wel of niet voor een zorgvoorziening in aanmerking komt. Maar dat de burgers ook ergens terug kunnen lezen in welke situatie men voor iets in aanmerking komt, en hoe je daar bijvoorbeeld bezwaar tegen aan kunt tekenen.

Praat jij met andere mensen over de zorg voor de jeugd dan de mensen van je eigen programma team?

Praten met andere instanties of instellingen is daadwerkelijk nog niet gebeurd. Maar er wordt een heel plan opgesteld van hoe de anderen kunnen worden betrokken voor de zorg voor de jeugd. In plaats van alleen maar met een beperkt aantal mensen hier op het kantoor, en er wordt over nagedacht om professionals maar ook ouders erbij te betrekken. De eerste ideeën staan al op papier van cliënten organisatie tot grote zorg instellingen, en er wordt over nagedacht wie er als eerste erbij wordt betrokken. Dus er wordt over nagedacht van wanneer en hoe dat moet gebeuren, en vervolgens aan de wethouder voorleggen voor de goedkeuring van het plan.

Hoe is de communicatie op dit moment?

Volgens Osger is het programma 'Om het kind' een behoorlijke grote programma met veel mensen. Deze mensen zijn allemaal heel erg druk bezig, de informatie uitwisseling tussen deze groep van wat er allemaal wordt gedaan is heel erg beperkt. En de communicatie van het programma naar buiten toe zoals naar andere instelling is ook redelijk beperkt. Het programma heeft het online forum Pleio, en daar komen maar heel weinig mensen naartoe. Er is ook een digitale nieuwsbrief wat wel wordt gelezen, maar die komt heel weinig uit. Er is informatie genoeg om elke week een nieuwsbrief de deur uit te doen, en dat zou ook heel goed zijn om te laten zien wat we doen.

Er wordt dus alleen de echte hoogte punten zoals het vaststellen van het koersbesluit aangegrepen om een nieuwsbrief van te maken.

Ben je bekend met sociale media?

De bekendheid van social media is heel beperkt. Bekende social media kanalen zijn onder andere Twitter en Facebook en verder zijn er geen uitgebreide beelden meer bij. Wat er af en toe van wordt gezien en gehoord is het online forum Pleio. Je ziet dat er eigenlijk heel slecht lukt om mensen daar op het forum aan de praat te krijgen en aan de andere kant zie je ook dat een enkeling op zo'n forum die wel actief is heel dominerend is en kleur bepalend is. Verder heeft Osger ook de ervaring gehad met de 'crowdsourcing' voor het kiezen van een passende naam voor de ouder- en kind adviseur. Daar was hij veel bij betrokken met reageren op de vragen van mensen.

Het programma 'Om het kind' wil voor de hervorming jeugdzorg optimaal gebruik gaan maken van social media. Hierbij kun jij denken aan een website, Twitter, Facebook, Hyves, Google + etc.

Wat zijn de ervaringen met social media in jouw werkzaamheden?

Er wordt veel gebruik gemaakt van de e-mail om even dingen te vragen, bij sommige werkt dat heel goed en bij de anderen heel slecht. Bij sommige collega's krijg je binnen een minuut een antwoord en bij sommige duurt het een dag of hoor je nooit meer iets van. Verder wordt er weinig gebruik gemaakt van de andere online middelen.

Op welke manier denk jij dat het actief zijn op social media kanalen een positieve bijdrage kan leveren aan jouw werk?

De voorbeelden die tot nu toe gebruikt zijn, hebben geen bijdrage geleverd voor het werk. Want als er op het account van Twitter een tweet uitgezonden wordt over de blogs op het online forum Pleio dan komen bijna geen reactie binnen. De enige reacties die er binnen gekomen zijn op de blogs en stellingen, is een reactie van een collega en de andere reactie van iemand van de jeugdzorg.

Die persoon heeft gereageerd omdat hij toevallig in een vergadering zat en iemand hem specifiek had gevraagd. Op Twitter zie je ook tot nu toe helemaal geen zichtbaar resultaat, dus hij moet nog eerst overtuigd worden over het nut van social media.

Voel jij je vrij om dingen te zeggen en te schrijven op de online kanalen?

Osger voelt zich over het algemeen vrij om bijvoorbeeld dingen op Pleio te posten, hij vindt het ook heel leuk om te doen. Wat er wel soms in de weg staat, zijn de reacties die hij krijgt op een bepaald onderwerp. Dat vindt hij wel lastig om daar op een goede manier op te gaan reageren, want vaak wordt je in een discussie ingetrokken waar jij je niet prettig bij voelt.

Ben je bekend met het online forum van 'Om het kind' Pleio? En wat vind je ervan?

Osger heeft een account op Pleio, maar hij heeft het idee dat Pleio niet heel bekend is onder de professionals en ambtenaren. Dat komt omdat er op Pleio niet iets te halen is waar men behoefte aan heeft. Wat Osger terug hoort op het veld is dat mensen behoefte hebben om te weten hoe het programmateam in elkaar zit. Bij wie kan men met welke vraag terecht. Het zou Pleio iets meer aantrekkelijke maken als er wat meer functionaliteiten in worden gebouwd. Er zijn nu op dit moment op Pleio heel veel documenten te vinden, het is ook niet makkelijk toegankelijk. Pleio is niet gebruiksvriendelijk, vooral als je naar een document opzoek bent. Men heeft behoefte in een heldere overzichtelijke site waar je in een oogopslag dingen kunt vinden.

Heb je zelf nog toevoegingen die je naar aanleiding van dit interview wil delen over het optimaal benutten en inzetten van social media voor een betere zorg voor de jeugd?

Osger heeft niet het gevoel dat het helemaal niets gebeurd of te weinig gebeurd. Wel merkt hij dat er steeds heel veel druk ontstaat. Als ambtenaar heb je op een dag heel veel e-mails te verwerken, niet alle informatie is gelijkwaardig. De oplossing hiervoor is om even naar zichzelf te kijken van hoe je als ambtenaar die informatie binnen wilt krijgen. Als het programmateam, Pleio zo zou om kan bouwen dat het inderdaad voor de professionals een filter zou zijn van wat er in Amsterdam aan ontwikkelingen zijn rondom de jeugdzorg. Dan denkt Osger dat het programmateam daardoor veel mensen op Pleio kan trekken. Er is nu te weinig geïnvesteerd om het waar te kunnen maken, het kost ongelooflijk veel tijd en er moet iemand constant mee bezig zijn om het draaiende te houden.

Diepte interview met Sytske Tjeerdema

Beleidsadviseur voor programma 'Om het kind' en team jeugd bij DMO Gemeente Amsterdam

Sytske is algemeen beleidsadviseur. Ze werkt twee dagen voor het programma 'Om het kind' en twee dagen voor team jeugd. Daarin heeft ze verschillende taken, het accent ligt op zorg voor de jeugd en eigen kracht.

Wat wordt er van je verwacht op het gebied van jeugdzorg?

De belangrijkste taak is om mee te helpen bedenken van hoe straks de zorg voor de jeugd eruit zal gaan zien. En welke taken er in de ouder- en kind teams in 2015 belegd moeten worden. Ook het inleveren van advies gedurende de gehele procedure.

Praat jij met andere mensen over de zorg voor de jeugd dan de mensen van je eigen programma team?

Het grootste van het werk is heel veel praten, mensen met elkaar verbinden en proberen om iedereen dezelfde kant op te laten denken. Er worden veel bijeenkomsten georganiseerd, soms heb je een bijeenkomst met vijftig mensen tegelijk. Maar er worden ook een op een gesprekken gevoerd op verschillende niveaus. De organisaties waarmee er mee wordt gepraat zijn verschillend, het zijn kleine en grote organisatie. Bij kleine organisatie wordt ook wel eens gepraat met de directeur, en bij grotere organisatie met de beleidsadviseurs, jeugdarts en verpleegkundige. Paar weken geleden was Sytske bij een werkgroep van de GGD aanwezig. Het ging van hoe het werken straks uit moet zien, het moderniseren van de taken pakket. Sytske zat vanuit het programmteam in die werkgroepen en er waren ook beleidsadviseurs, verpleegkundigen en jeugdartsen bij aanwezig. Dus dan zet je rechtstreeks met deze mensen te discussiëren en er worden vanuit allerlei kanten input geleverd.

Hoe is de communicatie op dit moment?

De communicatie gaat nu stukken beter dan voor 1 januari 2013. Het komt omdat Sytske als team jeugd een plek heeft gekregen in het programmteam en ze is nu goed op de hoogte van de laatste ontwikkelingen. Het gaat allemaal zo snel dat als je een week er niet bent, dan loop je al achter. Ze probeert zelf ook om vaker van haar werkplek te wisselen om ook van andere collega's te horen wat er allemaal speelt. Want tijdens een vergadering hoor je ook niet altijd alles, er gaan ook soms dingen voorbij of komen niet aan de orde. Het programmteam 'Om het kind' is onder verdeeld in twee teams. Volgens Sytske weten de mensen niet vaak van elkaar wie waar mee bezig is.

Er wordt ook veel door elkaar heen gecommuniceerd, het is veel prettiger als je elkaar persoonlijk ziet. Wat Sytske wel merkt is dat mensen heel erg in hun eigen onderwerp zitten en dat niet delen met elkaar. Wat er nu wordt gedaan bij het teamoverleg is dat iedereen een eigen presentatie geeft over hun taken en waar ze mee bezig zijn, dan hoor je het ook waarmee iedereen mee bezig is. Want Sytske zit vaak in overleg met organisaties, en die stellen soms vragen over de transitie jeugdzorg. Als je niet goed met elkaar communiceert, dan kan het zijn dat ieder individuele ambtenaar een ander antwoord geeft op sommige vragen.

Ben je bekend met sociale media? En wat voor mogelijkheden zie je erin voor je werk?

Laatst is Sytske aanwezig geweest bij een bijeenkomst met GGD, thema was hoe kinderen op te voeden met social media. Als volwassen is Sytske ook niet opgevoed met social media, ze wordt er alleen mee geconfronteerd. Er zitten meer mogelijkheden in social media dan Sytske het nu gebruikt. Ze maakt er te weinig gebruik van, er wordt geprobeerd om voortaan wat meer gebruik van te maken. Door social media heb je de mogelijkheid om snel dingen tot je te nemen. Want soms hoor je dingen waarvan je al lang had moeten weten en als je dan meer actiever bent op social media ben je daarvan sneller op de hoogte. Het gaat uiteindelijk meer om de snelheid waarop je die informatie krijgt. Sytske ziet er ook de mogelijkheid dat je door social media minder vaak gebombardeerd zou gaan worden. Want nu kost het veel tijd om al die informatie te gaan filteren die relevant zijn voor het werk.

Wordt het gebruik van social media ondersteund door je leidinggevenden?

Nee, die moedigen je niet aan en er is geen indruk dat ze daar ook iets mee doen. Waant de leidinggevenden doen het zelf ook niet. Haar vorige leidinggevende was daar beter in, je werd gestimuleerd om het meer te gaan gebruiken. Dat komt omdat er niemand is die echt in social media gespecialiseerd is en kennis heeft. Je moet mensen de ruimte geven om met social media te experimenteren, volgens Judith wordt binnen de afdeling communicatie wel gedaan maar heel voorzichtig. Als je resultaat wilt behalen, moet je als organisatie ook veel tijd in steken en expert in worden.

Ben jij zelf actief op social media?

Sytske zit een beetje tussenin, ze is niet echt actief op de social media kanalen. Ze gebruikte vroeger Facebook en Hyves, maar deze gebruikt ze nu inmiddels niet meer. Volgens haar zijn er veel mensen die veel gebruik van maken en veel delen, alleen hoort ze daar nog niet bij. Wel gebruikt Sytske nog Twitter en LinkedIn, alleen is ze nu van mening dat deze kanalen ook niet meer nuttig zijn voor haar. Twitter had Judith aangemaakt met het idee om meer voor het werk te gaan gebruiken, maar er wordt daarvoor nog niet veel voor ingezet. Een van haar collega gebruikt wel meer Twitter voor haar werk en voor haar werkt het wel erg goed. Bij het volgen van een organisatie op Twitter of LinkedIn is het belangrijk, om te weten wat zo'n organisatie te bieden heeft waardoor het werk die er is gemakkelijker maakt. Sytske is ook meer geïnteresseerd in die afgeschermdde groepen, zodat je kunt bepalen wie met wie iets deelt.

Voel jij je vrij om dingen te zeggen en te schrijven op de online kanalen?

Sytske voelt zich niet vrij om dingen te schrijven op online kanalen. Een tijdje geleden heeft ze een weblog geschreven voor het online forum Pleio, daaruit is het gebleken dat je als ambtenaar helemaal niet vrij in bent. Omdat je een ambtenaar van de gemeente bent, moet je heel goed opletten wat je schrijft.

Wat vind je van het online forum Pleio?

Volgens Sytske wordt er te weinig op Pleio gekeken, er ligt een hoge drempel voor de externen om op het online forum in discussie te raken. Het staat er te veel op waardoor het onoverzichtelijk is geworden, ondanks dat het de laatste tijd meer opties bij zijn gekomen en verbeterd is geworden. Maar als je kijkt naar de website van Amsterdam.nl dan is dat veel overzichtelijker, welk thema je ook bekijkt dan is het heel gebruiksvriendelijk en kan je heel snel je informatie ervan af halen.

Als Sytske in een gesprek zit en er is nog behoefte naar meer informatie en beleidsstukken, dan is Pleio wel erg makkelijk om mensen naartoe te wijzen. Dan hoeft ze dat niet allemaal zelf op te zoeken en te mailen en dan hoor je ook wel dat mensen het ook gebruiken en informatie op Pleio ophalen. Sytske krijgt toch alle informatie maar heeft zich ook ingeschreven voor de nieuwsbrief van 'Om het kind', omdat ze wilt voorkomen dat externe organisatie iets wel weten wat ze dan nog niet weet. Als iemand van buiten het programma gaat vertellen wat het programmateam doet, dan kom je onprofessioneel over.

Hoe vind jij dat het programmateam zich moet gedragen om de ambtenaren en de professionals aan te spreken?

Volgens Sytske wordt er op dit moment veel te veel gepraat met de grotere organisatie, waardoor

men vergeet dat er ook de kleine organisatie belangrijk zijn om bij de verandering van de jeugd te betrekken. Daarvan vindt ze dat iedereen een vaste relatie moet hebben met allerlei organisaties, deze manier is voor hun prettig waardoor je beter input kunt krijgen van verschillende kanten. Om betere relaties op te bouwen moet je als organisatie open zijn (een persoonlijk gezicht hebben) en vertrouwen opbouwen. Ook als je sommige organisatie niet meer nodig hebt, dan is het ook nog netjes om nog aanspreek punt te blijven en ze af en toe bijpraten. Al die uitvoerende organisaties zijn en blijven een belangrijke partner voor de gemeente en het programmateam.

Bijlage III: Digitale enquête

Het doel van deze enquête is om zicht te krijgen op hoe het programma 'Om het kind', social media en het online forum Pleio optimaal kan inzetten en benutten voor een betere jeugdzorg. Het invullen van de enquête duurt maximaal 3 minuten.

* Verplichte vraag

1 van 16: Wat is uw functie? *

2 van 16: Voor welke organisatie bent u werkzaam? *

3 van 16: Bent u zelf actief op social media? *

- ☐ Ja
- ☐ Nee
- ☐ Heel weinig

4 van 16: Wat zou volgens u de belangrijkste redenen kunnen zijn om het gebruik van online platformen en sociale media toe te passen in uw werk? * (meerdere opties mogelijk)

- ☐ Snellere en bredere antwoord op een vraag
- ☐ Kennis delen
- ☐ Netwerken van nieuwe relaties
- ☐ De buitenwereld naar binnen hallen
- ☐ Beter op de hoogte zijn van nieuwe ontwikkelingen
- ☐ Anders

5 van 16: Wat zijn voor u de hindernissen om online platformen en sociale media toe te passen in uw werk? * (meerdere opties mogelijk)

- ☐ Angst voor negatief effect van open communicatie
- ☐ De 'oncontroleerbare' aard van het medium
- ☐ Veiligheidsproblematiek
- ☐ Risico voor reputatieschade
- ☐ Te weinig kennis
- ☐ Te ingewikkeld systeem
- ☐ Anders

6 van 16: Heeft u de intentie om in de (nabije) toekomst meer gebruik te gaan maken van social media? *

- ☐ Ja

- ☐ Nee
- ☐ Misschien

7 van 16: Van welke social media maakt u gebruik voor uw werk? * (meerdere opties mogelijk)

- ☐ Twitter
- ☐ LinkedIn
- ☐ Facebook
- ☐ YouTube
- ☐ Yammer
- ☐ Pleio
- ☐ Geen
- ☐ Anders

8 van 16: Welke belangrijkste voor- en nadelen ziet u als ambtenaar of professional in het gebruik van social media? * *U wordt gevraagd om een top 3, uiteraard staat het u vrij om eventueel een vierde of vijfde punt toe te voegen.*

9 van 16: Bent u bekend met het programma 'Om het kind'? *

- ☐ Ja (ga door met vraag 10)
- ☐ Nee (ga naar vraag 13)

10 van 16: Welke online kanalen en media volgt u om geïnformeerd te blijven over de decentralisatie van de jeugdzorg? *

11 van 16: Bent u bekend met het online forum Pleio van 'Om het kind'? *

- ☐ Ja (ga door met vraag 12)
- ☐ Nee (ga naar vraag 15)

12 van 16: Wat vindt u van het online forum van 'Om het kind' Pleio? * (meerdere opties mogelijk)

- ☐ Overzichtelijk
- ☐ Ingewikkeld in gebruik
- ☐ Niet toegankelijk
- ☐ Te weinig inhoudelijke informatie
- ☐ Anders

13 van 16: Kunt u de informatie die u zoekt op het platform 'Om het kind' Pleio gemakkelijk vinden? *

- ☐ Ja
- ☐ Soms
- ☐ Nee

14 van 16: Welke online kanalen en media van 'Om het kind' volgt u nog meer? * (meerdere opties mogelijk)

- ☐ Twitter
- ☐ Amsterdam.nl/omhetkind
- ☐ Nieuwsbrief

- ☐ Geen
☐ Anders

15 van 16: Wilt u via de e-mail op de hoogte worden gehouden over het programma van 'Om het kind'? *

- ☐ Ja (ga door met vraag 16)
☐ Nee (einde)

16 van 16: wat is uw e-mail?

Einde enquête

U hebt zojuist vragen beantwoord die ons helpen om inzicht te krijgen op het gebruik van social media bij de decentralisatie van de jeugdzorg in Amsterdam.

Hebt u nog vragen of opmerkingen over de enquête?

Bijlage IV: Resultaten digitale enquête

Overzicht 95 reacties

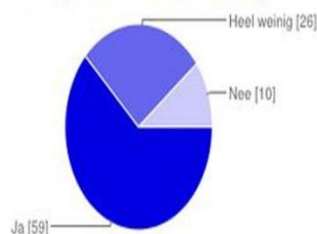
1 van 16: Wat is uw functie?

JMW en pedagogische adviseur OKC gz-psycholoog/systeemtherapeut senior beleidsadviseur jeugd Teamhoofd Leerlingenvervoer preventiewerker ggz programmaleider onderzoek gespecialiseerd thuisbegeleider secretaris Raad van Bestuur Communicatieadviseur Schoolmaatschappelijk werker communicatieadviseur Manager beleidsadviseur Leerplichtambtenaar manager GGZ Jeugd Beleidsadviseur xxxx Jeugdverpleegkundige directeur adviseur Vindbaar Amsterdam (AGA) programmamanager coördinator Intern begeleider Communicatieadviseur teamleider beleidsmedewerker Beleidsadviseur schoolmaatschappelijk werker directeur beleidsadviseur Consulent preventiewerker Begeleidster verstandelijk gehandicaptenzorg Manager vrijwilligersorganisatie adviseur stadsdelen hoogleraar-onderzoeker Leerplicht Plusambtenaar projectleider Senior groepsleider/projectleider beleidsadviseur maatschappelijk werker Jeugdbeschermer verpleegkundige Manager Projectleider beleidsadviseur Onderzoeker jeugd maatschappelijk werker directeur Arts medewerker beleidsrealisatie beleidsmedewerker Projectmanager zelfstandig ontwikkelaar / onderzoeker / trainer Beleidsadviseur Orthopedagoog Trainer Financieel beleidmedewerker stagiaire team jeugd trainer van professionals verloskundige zorgcoördinator projectleider Triple P, Positief Opvoeden Webredacteur ouder- en kindadviseur Innovatiemanager en transitieverantwoordelijke Programmamanager senior beleidsadviseur onderwijs projectleider Jeugd Maatschappelijk Werkster Ketenregisseur Sociaal Domein Thuisbegeleiding leidinggevende Opvoedondersteuning manager jeugdzorg trainer/adviseur/vertrouwenspersoon Ontwikkelaar interventies perinatale voorlichting Sr.Beleidsadviseur onderzoeker Directeur bestuurder duoraadslid Orthopedagoog Teamleider directeur directeur Teamleider samenDOEN Schoolmaatschappelijk Werk Implementatie manager school maatschappelijkwerk adviseur werkontwikkeling Beleidsadviseur Teamhoofd Beleidsmedewerker Zorg coördinator beleidsadviseur

2 van 16: Voor welke organisatie bent u werkzaam?

Spirit en OKC-dynamo amsterdam oost geen stadsdeel zuid Dienst Maatschappelijke Ontwikkeling, Gemeente Amsterdam prezens PI Research Cordaan de Bascule DWI Spirit BIZ Noord-Brabant Gemeente DMO DMO Arkin DMO xxxx SAG Streetcornerwork AGA Hogeschool van Amsterdam samenwerkingsverband primair onderwijs Oost/Diemen De Archipel (asko) Samen DOEN in de buurt GGD Service.jz DMO Spirit abc dmo Cordaan Jellinek/ punt p Cordaan Verniging Humanitas stadsdelen VU en Verwey-Jonker Instituut DMO DMO Koraal groep DMO Bureau Jeugdzorg Bureau Jeugdzorg GGD Jeugdzorgaanbieder Dmo DMO Universiteit spirit ABC Praktijk AMK DMO stadsdeel Centrum DMO SAG Dmo IJsselgroep Spirit SRA DMO dmo spirit verloskundige praktijk GGD Stichting SO&T GGD stadsdeel centrum Spirit Gemeente Amsterdam DMO OSA Spirit Stadsdeel Oost - gemeente Amsterdam Cordaan Combiwel/Ouder-en KindCentrum altra Spirit Jeugdzorg Crébas CC + G (Communicatie Cultuur en Gezondheid) Gemeente amsterdam stadsdeel West MEE Amstel en Zaan groenlinks zuidoost Spirit GGD abc abc Stadsdeel oost/programma samenDOEN Doras Stadsdeel Oost Doras Blijf Groep Dmo DMO Dienst Maatschappelijke Ontwikkeling Barlaeus Gymnasium stadsregio

3 van 16: Bent u actief op social media?

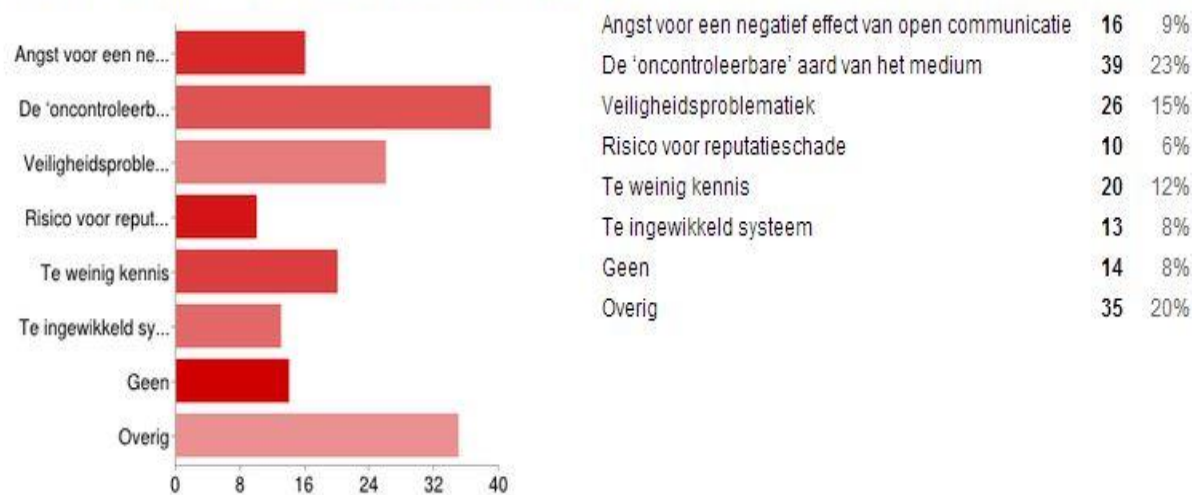


Ja	59	62%
Heel weinig	26	27%
Nee	10	11%

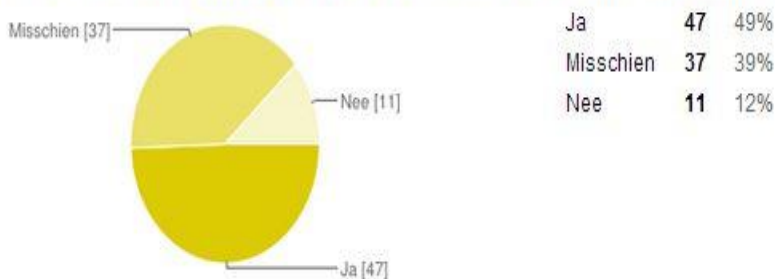
4 van 16: Wat zijn volgens u de belangrijkste redenen om het gebruik van online platformen en social media toe te passen in uw werk?



5 van 16: Wat zijn voor u de hindernissen om online platformen en social media toe te passen in uw werk?



6 van 16: Heeft u de intentie om in de (nabije) toekomst meer gebruik te gaan maken van social media?



7 van 16: Van welke social media maakt u gebruik voor uw werk?

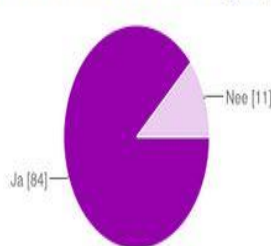


8 van 16: Welke belangrijkste voor- en nadelen ziet u als ambtenaar of professional in het gebruik van social media?

snele en grote breik - nadeel: privacy voor de klant en voor mij als professional bewaken. - nadeel: vaardiger worden in het gebruik Momenteel heb ik geen werk Voordeel: direct contact met bewoners en professionals

Voordeel: direct delen van kennis, netwerken en inzichten Nadeel: vluchtig, geen diepte Nadeel: spreken wel namens de politiek, dus kunnen weinig vrijuit spreken 1) kan veel tijd in gaan zitten 2) platform voor en door professionals lijkt mij een goed punt. 3) voor burgers zijn we via email en telefonisch te bereiken. Dat vind ik eigenlijk vooralsnog voldoende. moet goed gecoördineerd gebeuren vanuit een instelling Gedragesregels w.b. contact met klanten via social media, Voordelen: snel een groot bereik Voordelen: 1. netwerk opbouwen en onderhouden 2. snel informatie verspreiden over dingen die je als instelling bezig houden 3. zichtbaarheid voor de buitenwereld Nadelen: 1. Informatieoverload! Het is bijna niet meer bij te houden. 2. Je neemt snel alles als waar aan, terwijl iedere gek een berichtje kan plaatsen via social media 3. Men verwacht sneller reactie Je moet goed weten met wie je communiceert Privacyschending kan heel snel gebeuren Dat de regels van social media soms zo snel aangepast worden dat bep zaken wel of juist niet meer kunnen/mogen waardoor bep functies wegvallen zie eerder Voordelen - kennis delen/op de hoogte blijven - breder netwerk krijgen Nadelen - te veel verschillende kanalen, wachtwoorden onthouden Voor voordelen zie eerder. Nadelen: Nog meer dat gedaan/bijgehouden moet worden. Verlies van overzicht (mailtjes, berichten etc. op verschillende plekken). - snel - kennis delen en samenwerking - monitoren wat er speelt, signaleren, dialoog aangaan - privacywetgeving belemmert gebruik SoMe in clientcontacten (onvoldoende beveiliging) - oncontroleerbaarheid communicatie - gebrek aan (technische) kennis over SoMe in sector en angst over wat het kan oproepen. 1. Kennis en expertise vergaren 2. Contacten leggen met andere deskundigen 3. Volgen nieuwe ontwikkelingen Voordelen - je kunt makkelijker/snel met alle betrokkenen communiceren. - Nadelen: - privacy 1 Dat er teveel in een primair stadium al wordt gedeeld 2 Dat iedereen zijn soms "vervuilde" mening direct op het platform kwijt kan. 3 Onbeheersbaarheid groot bereik 1. Verder kijken dan je eigen organisatie 2. Snel contact met burgers 3. Snel in contact met collega's in andere organisaties. 4. Snel beeld van nieuwe, need to know publicaties. 5. Nieuwe mensen leren kennen, met gedeelde interesse. 6. Tegenspraak bijhouden. Voordelen: laagdrempeligheid, snelheid, Nadeel: privacy Voordeel: 1 contact met netwerk 2. volgen en melden actualiteit 3. contact met doelgroepen 4. ontvangen en geven van informatie en hulpvragen Nadeel: 1 vermenging werk en privé 2 oncontroleerbaarheid met kans op (reputatie) schade Zie mijn vorige antwoorden. Er zijn uiteraard ook voordelen: - toegang tot informatie - mensen weten te vinden nadelen: 1. connected vs disconnected (uitsluiting); 2. informatie uit context te halen / reputatieschade voor organisaties voordelen: 1. Samenwerking tussen instellingen (onderwijsinstellingen en gemeente) 2. kennisdelen (actuele onderwerpen) en communities opbouwen voordelen: toegang tot brede kennis, kan zelf bepalen wat belangrijk voor me is. interactief karakter ervan. nadelen: kan veel tijd kosten, niveau van discussie vaak te laag. Voordelen Netwerk opbouwen gaat snel en je hebt snel contact Nadelen Veiligheid: Wie leest mee? Welke info deel je met wie? Te informeel Voordelen: 1. weinig tot geen kosten 2. actualiteit 3. gebruiksgemak Nadelen: 1. niet iedereen (lees: doelgroep) gebruikt sociale media 2. niet iedereen is positief over sociale media 3. specifiek vwb Pleio: traagheid in het gebruik bij o.a. stadsdelen stimuleert het gebruik niet voordeel: snel op de hoogte van ontwikkelingen, nieuws Vragen stellen via sociale media: meer kans dat iemand antwoord heeft. Nadeel: antwoorden bij bijvoorbeeld medische vragen, moeten algemeen blijven, je hebt onvoldoende informatie om specifiek te worden. snel een grote groep mensen bereiken interactie centraal bereik buiten eigen netwerk zie vorige vraag (snelheid van nieuws, delen van kennis, etc) voordelen: - snel, open en transparant veel info beschikbaar - mogelijk om snel te reageren, dialoog -

9 van 16: Bent u bekend met het programma Om het kind?

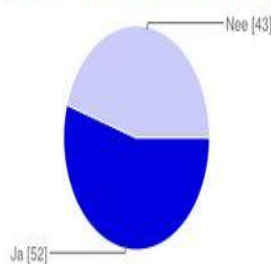


Ja 84 88%
Nee 11 12%

10 van 16: Welke online kanalen en media volgt u om geïnformeerd te blijven over de decentralisatie van de jeugdzorg?

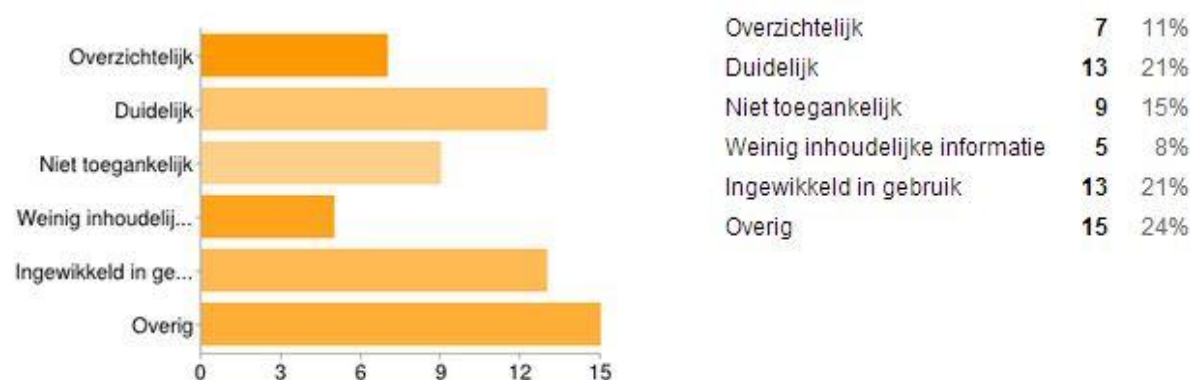
linkedin, kranten, tv, intranet jeugdzorg 02, NJI, nieuws via gemeente amsterdam info. van beroepsver.: NVO e.d. pleio, NJI site, VWS nu, geen helaas. email, pleio Nieuwsbrieven, internetsites, vaktijdschriften
twitter, cordaanpost, het reguliere nieuws, in voor zorg te veel om op te noemen Twitter Intranet twitter, pleio, websites Verschillende pleio en enkele groepen van linked inn heel minimaal internet Pleio
nieuwsbrief Twitter, Linked In, bepaalde websites uiteraard. Nieuwsbrief van bv capsiz, app van CJG etc Pleio, internet algemeen en twitter nieuwsbrieven (oa om het kind), af en toe staat er iets op amsterdam.nl
deze + twitter + online nieuwsbrieven, blogs, posts nieuwbrieven, pleio Nieuwsbrief via mail Pleio, digitale nieuwsbrieven en websites o.a. Binnenlands Bestuur, Linked In groepen, nieuwsbrief Om het Kind Pleio, Om
het kind, Websites ministerie, website beroepsgroep artsen twitter, pinterest, linkedin twitter internet stad amsterdam, pleio, twitter, pleio geen Nieuwsbrief dit topic zie ik voornamelijk via de mail twitter
Digitale nieuwsbrieven kranten, digitale nieuwsbrief Om het kind - www.voordejeugd.nl LinkedIn, Twitter, vgn, VOC, skipr ik werk in het programmateam, dus krijg heel veel informatie rechtstreeks Twitter en
LinkedIn Twitter krant, twitter, NJI, om het kind etc etc Twitter Www.voordejeugd.nl geen Twitter, internet, email twitter, nieuwssites, yammer div nieuwsbrieven Sites van Voordejeugd.nl, VNG, NJi, Overheid,
AJN, VVAK geen, slechts de nieuwsbrief om t kind internet Transitiebureau VWS, VNG, Agis, Plei, etc website Samen werken voor de jeugd, nieuwsbrieven NJi, NIP, Captise Pleio en nieuwsbrieven Om het kind,
algemene nieuws (NOS, nu.nl, etc.) Collega's, nieuwsbrieven, VNG, Voor de jeugd en NJi nvt nieuwsbrief twitter en yammer geen mail en internet Nieuwsbrieven Gemeente, NJi etc intranet amsterdam +
nji nieuwsbrieven bja en zorgaanbieders, pleio, nji, en dan door klikken e-nieuwsbrief om het kind en de landelijke van VWS Pleio, nieuwsbrief geen nieuwsbrief geen Nieuwsbrieven, Pleio, VNG-site,
Overheidssites, webkranten niet in principe pleio, maar komt er vaak niet van om te kijken. pleio020 yammer, twitter, op kleine schaal nieuwsbrief, Jong aan de Amstel weet ik nog niet Nieuwsbrieven en
onderlinge contacten intranet, e-nieuwsbrieven, mail Krant, nieuwsbrieven, overleggen, informatiebijeenkomsten nieuwsbrief, ouders en school, kranten nji site, gemeente amsterdam site, yammer, intranet
nieuwsbrief, bijeenkomsten, soms pleio twitter, pleio twitter, pleio Nieuwsbrieven, interne mails, bijeenkomsten blogs, (digitale) nieuwsbrieven, kranten e.d. pleio mail mail, google, linkedin, twitter
Nieuwsbrieven nji, trimbos, vng, etc website intranet, pleio geen google

11 van 16: Bent u bekend met het online forum 'Pleio' van Om het kind?

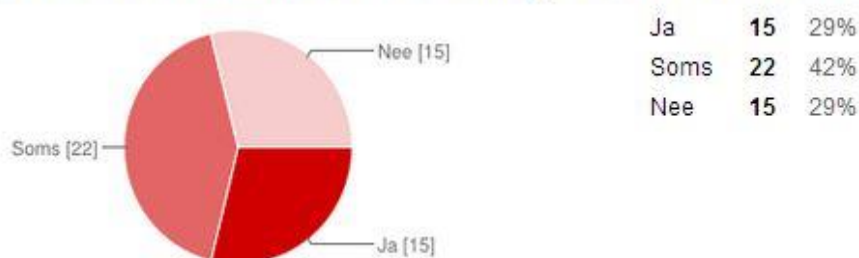


Ja 52 55%
Nee 43 45%

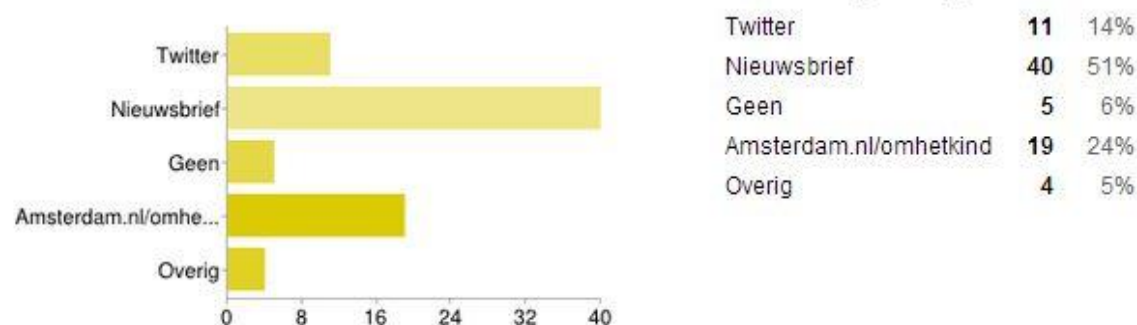
12 van 16: Wat vindt u van het online forum 'Pleio' van Om het kind?



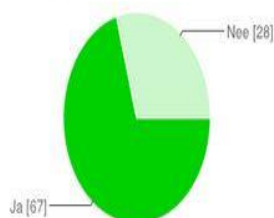
13 van 16: Kunt u de informatie die u zoekt op het online forum 'Pleio' van Om het kind gemakkelijk vinden?



14 van 16: Welke online kanalen en media van Om het kind volgt u nog meer?



15 van 16: Zou u informatie willen ontvangen over het programma Om het kind en 'Pleio'?



Ja 67 71%
Nee 28 29%

16 van 16: Wat is uw e-mail adres?

n.yildirim@spirit.nl en nyildirim@dynamo-amsterdam.nl wiekaltmer@gmail.com tengelfriet@zuid.amsterdam.nl w.van.amstel@amsterdam.nl m.goudriaan@prezens.nl i.berends@piresearch.nl
jolandabeuving@hotmail.com l.vanbommel@jeugdzorg-nb.nl harrywoltring@home.nl femia.dijk@arkin.nl lea@lekkerhuis.nl fdijkstra@SAG-amsterdam.nl r.debood@streetcornerwork.eu
p.e.van.beveren@hva.nl e.van.oers@askoscholen.nl c.hulsman@amsterdam.nl k.vermeulen@amsterdam.nl j.van.schaik@amsterdam.nl floor.van.bakkum@jellinek.nl ranada1967@hotmail.com
a.boode@humanitas.nl SPol@centrum.amsterdam.nl k.visscher@amsterdam.nl Pmarcic@gastenhof.koraalgroep.nl a.van.de.ruit@amkgelderland.nl dajb.peters@gmail.com ewiebrands@ggd.amsterdam.nl
E.spakman@elker.nl h.sachse@bjzhzh.nl a.van.leeuwaarde@amsterdam.nl jdijkstra@gmail.com j.domela@amsterdam.nl s.nossent@babywerk.net lotteheuff@hotmail.com j.vaessen@spirit.nl
w.hooyman@amsterdam.nl nvt s.Vervoort@spirit.nl annemiek@verloskundinwest.nl svls@ggd.amsterdam.nl e.vanhulst@kwalletinopvoeden.nl tzuilen@centrum.amsterdam.nl t.schut@spirit.nl
a.kat@osa-amsterdam.nl h.hosseinzadeh@spirit.nl d.steeagh@oost.amsterdam.nl izwanikken@cordaan.nl m.vanvessem@combiwel.nl y.mevisen@altra.nl aya.crebas@xs4all.nl
j.ponse@west.amsterdam.nl C.van.der.wal@meeaz.nl heero+1943@hotmail.com k.vanderhaagen@philadelphia.nl m.tams@doras.nl k.visser@oost.amsterdam.nl e.stolk@doras.nl c.weijns@blijfgroep.nl
O.mellink@amsterdam.nl tristschenschenk@gmail.com d.steenbekkers@amsterdam.nl

Einde enquête

Hebt u nog vragen of opmerkingen over de enquête?

ik mis goed bruikbaar informatief-materiaal over social media voor ouderbijeenkomsten op school. succes Er verscheen geen veld met de vraag of men momenteel een baan heeft nvt ben heel benieuwd wat Pleio is....en de toepasbaarheid ervan. Daarnaast de tip: mijn ervaring is dat veel mensen in de zorg een soort van "angst" voor computers hebben...of op zn minst het heel lastig vinden ermee om te gaan. Ik ben daarom heel benieuwd hoe je dit wil laten starten binnen de zorg;) Ik snapte de laatste vraag niet, ging het om informatie over OHK op Pleio, of over en en? Ik werk in Noord-Brabant, hopelijk kunnen jullie iets met mijn antwoorden. Ontvang de link via Twitter! Nee - in vraag 8 begreep ik niet dat je ook drie nadelen moets opnoemen. Dus daar twee vragen van maken. Bij de vraag 10 kon je geen rijtje maken. Kun je nog een vraag opnemen over waarom men niet veel reageert op Pleio (meer tweezijdige kennis, ervarings, meningsdeling); (beetje anders formuleren) Zijn er andere platforms waar men wel zelf reageert? Die uitnodigend zijn? Ik ben een beetje laat maar ik was op vakantie. Groet Jacqueline nee De vragen zijn niet altijd even helder. Zijn soms nog meer opties te bedenken. Wat betreft de laatste vraag, ik had ook Nee kunnen invullen, omdat ik nl. de informatie al ontvang. Maar dan geeft Nee niet weer wat ik bedoel. Succes met het onderzoek. Ben benieuwd naar de uitkomsten. Zonnige groeten, Caroline Hulsman nee nee Nee Neen Dat de gemeente van Amsterdam eerlijk en transparant is naar ouders. Nu worden ze op grote schaal voorgelogen over de Ouder-Kindadviseur die een verkapt vorm is van Jeugdzorg de school in loods en! Zie <http://jeugdzorg-darkhorse.blogspot.com> Er moet een site komen waar duidelijk beschreven staat wat de rechten zijn van ouders. zodra ze met het de OenKadviseur in aanraking komen. Ranada van Kralingen Nee - nvt Ik ontvang graag een terugkoppeling van de resultaten van de enquête. Wellicht geven deze inzicht en handvatten om binnen de eigen organisatie mee aan de slag te gaan. nee nee MVT Misschien beter om er een yammer groep van te maken. Daar zijn er inmiddels verschillende van. Via één toegang zijn de verschillende groepen dan gemakkelijker te raadplegen. Ik woon niet in de regio Amsterdam. Nee Het is mij niet duidelijk hoe pleio werkt en ook niet in welke mate allerlei mensen worden ingelicht over wat ik doe. Dus onbekendheid met het medium. Groet Wim Hooyman nvt vragen soms te onduidelijk, als je geen gebruik van iets maakt kan je ook niet aangeven of de info makkelijk te vinden is;-) nee nee - Succes met je opdracht de aankondiging "3 minuten" is wat optimistisch - zoals dat helaas met enquêtes vaker het geval is..... Nee Nee nee geen

Aantal dagelijkse reacties



Bijlage V: Organogram DMO

