



Memo

Van David Kok (Social Media Meetlat, Niels Loeffen en Ewoud de Voogd
(HowAboutYou en GemeenteBuzz.nl))
Onderwerp Analyse onderzoeksdata social media onderzoek gemeenten 2013
Datum oktober 2013

In de zomer van 2013 onderzochten GemeenteBuzz.nl en Social Media Meetlat voor de derde keer hoe gemeenten in Nederland sociale media gebruiken. Naast de vragenlijst die aan gemeenten is voorgelegd, analyseerde GemeenteBuzz.nl alle tweets van gemeenten van het derde kwartaal van 2013. Omdat 96% van de gemeenten inmiddels een Twitteraccount heeft, zorgt dit er, voor het eerst, voor dat we de eigen reacties van gemeenten kunnen aanvullen met harde cijfers op de prestaties. In dit memo de resultaten.

Het memo heeft de volgende opzet:

Onderzoeksopzet.....	2
Feiten uit de kwalitatieve onderzoeksdata: de antwoorden uit de vragenlijsten	3
Inzichten uit de vragenlijst	7
Feiten en inzichten uit de analyse van de Twitteraccounts van gemeenten.....	8
Gemeenten worden relatief veel, en ook steeds meer gevolgd.....	8
Waddeneilanden worden relatief veel gevolgd maar zijn niet bijzonder actief	8
Gemeenten volgen zelf weinig Twitteraars.....	9
Gemeenten verzenden een bericht per dag	9
Gemeenten blijven vooral zenden.....	10
Gemeenten reageren snel	10
Gemeente Zevenaar bovenaan?	11
Samenvatting in kengetallen.....	11
Over de publicatie Sociale gemeenten, de kracht van nieuwe media	11



Onderzoeksopzet

- in juli en augustus 2013 hebben Social Media Meetlat en GemeenteBuzz een vragenlijst uitgezet
- de vragenlijst van de 2012 editie van het onderzoek is aangevuld met actuele inzichten rond de inzet van sociale media door gemeenten
- de vragenlijst is naar 1.200 contacten en de algemene email-ingang van de 408 gemeenten gestuurd
- 274 respondenten, 232 gemeenten hebben de vragenlijst ingevuld: dat is 57%
- de vragen van het onderzoek laten aan de respondent om een waardering te geven voor de situatie in de betreffende organisatie
- de waardering is op een schaal van 1 tot 10 gegeven
- in de onderstaande uitwerking geven we of de percentages of gewogen gemiddelden op de schaal van 1 tot 10;
 - bij percentages is dat het aantal respondenten dat een bepaald antwoord heeft gegeven;
 - bij het gewogen gemiddelde is het een indicatie van de mate waarin de antwoord optie van toepassing is: bij een hoge score is de antwoordoptie zeer relevant; bij een lage score is het juist veel minder van belang
- met de online media monitor OBI4wan zijn de bijna 400 beschikbare Twitteraccounts van gemeenten over de periode 10 juli tot 10 oktober 2013 geanalyseerd op aantal ontvangen berichten, aantal verzonden berichten, het aantal reacties, het aantal retweets, het aantal volgers en het aantal volgend
- deze data is gecombineerd met eerder verzamelde aantallen inwoners en Twitteraars van gemeenten (van GemeenteBuzz.nl, maart 2013)

Feiten uit de kwalitatieve onderzoeksdata: de antwoorden uit de vragenlijsten

Vraag	Uitkomst / feiten
2. Kun je de huidige aanwezigheid en activiteiten van de gemeente op sociale media beoordelen?	- gemeenten geven zichzelf een 6,4 voor de aanwezigheid op sociale media (gewogen gemiddelde) 20% geeft zichzelf een 8 of hoger
3. Welke social media gebruikt de gemeente en wat zijn de officiële accounts?	97,4% Twitter 73,7% Facebook 54% LinkedIn 56,2% YouTube 10,6% GooglePlus 13,8% Pinterest 15,3% gebruikt ook andere media zoals Flickr (het vaakst), Yammer, Instagram, Hyves, Vimeo, nieuwsblogs, lokale platformen
4. Als je het gebruik van social media vergelijkt met 2012, maakt de gemeente dan in 2013 meer of minder gebruik van social media? En wat is de verwachting voor 2014?	94,62% gebruikt social media meer dan in 2012: - actiever geworden op Facebook en meer kanalen hebben geopend 96,42% verwacht ook meer te gaan doen met social media in 2014: - bewuster mee bezig - verder aan het ontwikkelen - sociale media krijgen een grotere rol - meer gebruik van Facebook - gemeente die steeds interactiever wordt
5. Luistert de gemeente naar vragen, signalen die via sociale media worden gesteld en geuit?	- gemeenten geven zichzelf een 7,4 voor het <i>luisteren naar aan de gemeente gestelde vragen</i>; 60% geeft zichzelf een 8 of hoger - gemeenten geven zichzelf een 6,8 voor het <i>luisteren naar hoe over de gemeente online wordt gesproken</i> - gemeenten geven zichzelf een 6,9 voor het <i>doorgeven van signalen die online worden geuit</i> - gemeenten geven zichzelf een 6,7 voor het <i>luisteren naar specifieke gesprekken rond politieke dossiers</i> - gemeenten geven zichzelf een 5,5 voor <i>omgevingsanalyses voor reputatiebeheer rond beleidsdossiers, de organisatie en bestuurders</i> - gemeenten geven zichzelf een 7,4 voor het <i>maken van omgevingsanalyses rond crisissituaties</i> - gemeenten geven zichzelf een 4,7 voor de <i>inzet van online media bij de beleidsvorming</i> - respondenten geven aan ook naar social media te luisteren voor het kijken naar letterlijke beelden, laagdrempelig en open contact creëren met inwoners, kijken naar lokale irritaties, voor participatie, steeds belangrijker dienstverleningskanaal



Vraag	Uitkomst / feiten
6. Met welk doel gebruikt de gemeente social media?	• Het is voor de gemeenten vooral een communicatiekanaal (8,0) • Het is een belangrijk instrument bij crisiscommunicatie (7,8) • Het is voor tweederde van de gemeente ook een kanaal om luchtigere onderwerpen te delen • De helft gebruikt sociale media ook bij evenementen om de logistiek in goede banen te leiden (routes, parkeren, afval, EHBO, programma etc.) • Sociale media worden nauwelijks gebruikt om meningen van individuele ambtenaren of bestuurders te delen • Het is voor tweederde (6,9) van de gemeenten een kanaal om klantvragen te beantwoorden • Er is een matige inzet van sociale media (4,7) om de discussie met bewoners en belanghebbenden aan te gaan • Er is een matige inzet van sociale media (4,7) voor participatie en beleidsvorming • Er is nog beperkte inzet van sociale media (3,9) voor co-creatie-trajecten
8. Wie gebruiken er social media in uw organisatie	• Collegeleden (6,0) • Burgemeester (4,7) • Fracties (5,6) • Individuele raadsleden (6,3) • Griffie (3,2) • Management (3,1) • Afdeling communicatie (8,0) • Klantcontactcentrum (3,4) • Individuele medewerkers (4,9) • Specifieke projecten (5,0)
9. Worden social media al ingezet binnen andere domeinen binnen de gemeentelijke organisatie zoals openbare ruimte, verkeer en infrastructuur, etcera?	• 58,9% verkeer en infrastructuur • 53,3% openbare ruimte • 52,1% openbare orde en veiligheid • 52,1% gemeenteraad • 46,6% besluitvorming en bestuur • 45,8% sport en recreatie (evenementen) • 40,1% wonen • 38,1% economische zaken • 33,5% cultuur en monumenten • 33,0% milieu • 32,2% jeugdbeleid • 27,1% zorg en welzijn • 19,5% onderwijs
10. Zijn jullie (als ambtelijke organisatie) van plan om social media actief in te zetten bij de verkiezingen in 2014 (eventueel met toelichting)?	• 55% is van plan sociale media in te zetten bij de verkiezingen • 15% is niet van plan sociale media in te zetten bij de verkiezingen • 30% geeft aan dat dat bij de griffie ligt



Vraag	Uitkomst / feiten
11. Wie is primair verantwoordelijk voor de organisatie /het beheer van de social media?	• 73% geeft aan dat de afdeling Communicatie is • 23% geeft aan dat de afdeling Communicatie dat samen met het klantcontactcentrum is • 4% geeft aan dat het KCC is • 8% geeft aan dat de organisatie rond veiligheid en crisis is • 4% geeft aan dat het bestuur/ management is • ook ligt de verantwoordelijkheid bij verschillende gemeenten bij aparte werkgroepen, programma-organisaties, vakafdelingen, het webteam en de wijkmanagers
12. Zet de gemeente social media in vanuit een strategie en/of richtlijn? Is deze gekoppeld aan bestaande visies en strategieën?	• 33% van de gemeenten heeft een aparte social media strategie • bij 56% zijn sociale media onderdeel van de communicatiestrategie • 43% van de gemeenten heeft een interne richtlijn voor het bestuur • bij 19% is het onderdeel van de dienstverleningsstrategie • bij 11% is het onderdeel van de participatiestrategie • bij 9% is het onderdeel van verschillende strategieën • er zijn ook gemeenten die zonder strategie en ad hoc werken
13. Zijn er middelen beschikbaar om social media in te zetten?	• bij 79% van de gemeenten gaat het om het budget van de afdeling Communicatie • bij 18% van de gemeenten gaat het nog om incidenteel budget • bij 12% van de gemeenten gaat het om het budget van het klantcontactcentrum • 5% van de gemeenten maakt budget voor komend jaar vrij • 2% van de gemeenten heeft structureel capaciteit voor sociale media/ webcare
14. Werkt de gemeente samen met (buur-)gemeenten op de inzet van sociale media?	• 31% van de gemeenten werkt op sociale media samen met de collega's in de veiligheidsregio • 26% van de gemeenten werkt daarbij op andere manieren samen • 17% van de gemeenten onderzoekt dit • vele gemeenten werken nog niet samen op de inzet van sociale media
15. Op welke manier(en) verwijst u bewoners naar uw sociale media kanalen (toelichting mogelijk)?	• 82% van de gemeenten verwijst vanaf de website naar haar social media accounts • 57% doet dat via buurkranten, 50% via projecten in de stad • 54% nodigt mensen actief uit hun te volgen • 38% zet hashtags in om belanghebbenden naar gesprekken op online media te verwijzen



Vraag	Uitkomst / feiten
16. Wie is primair verantwoordelijk voor webcare (toelichting mogelijk)?	• 77% geeft aan dat de afdeling Communicatie is • 28% geeft aan dat het Klantcontactcentrum/ dienstverlening is
17. Wat voor soort klantcontacten zijn er bij webcare?	• 72% geeft aan dat het eenvoudige dienstverleningsvragen betreft • 69% geeft aan dat het meldingen openbare ruimte betreft • 39% geeft aan dat het vragen over projecten betreft • 38% geeft aan dat het vragen over de politiek betreft • 26% geeft aan dat het complexe dienstverleningsvragen betreft
18. Gebruikt de gemeente servicenormen voor webcare?	• 28% heeft servicenormen voor de eerste lijn • 29% heeft servicenormen voor de tweede lijn/ vakafdelingen



Inzichten uit de vragenlijst

1. Gemeenten geven allemaal aan sociale media in 2013 meer in te zetten dan in 2012 en ook dat ze dit in 2014 meer gaan inzetten.
2. Twitter, Facebook en LinkedIn zijn de belangrijkste sociale media; andere media zoals Google+, Pinterest worden door 10-15% van de gemeenten ingezet.
3. Gemeenten geven zichzelf een 6,4 voor de inzet en het gebruik van sociale media. Ze vinden dat ze goed luisteren naar klantvragen (7,4) en redelijk luisteren naar signalen. Ook zijn sociale media voor gemeenten een belangrijk instrument bij crisissituaties.
4. Sociale media worden door de gemeenten matig ingezet voor het beheren van reputaties van bestuurders, de organisatie en politieke dossiers (4,7). Ook bij de beleidsvorming worden sociale media matig ingezet (5,5).
5. Sociale media zijn voor de gemeenten vooral een communicatiekanaal naast de andere kanalen. En dan gaat het vooral om de boodschap en interactie vanuit de organisatie; juist niet vanuit de individuele ambtenaren of bestuurders.
6. Tweederde van de gemeenten zet sociale media in voor het beantwoorden van klantvragen. Echter, wanneer de interactie verder gaat, namelijk het aangaan van discussies, voor de participatie en beleidsvorming of zelf co-creatie, dan is dat veel minder.
7. Sociale media worden vooral door de afdeling Communicatie (8,0), raadsleden (6,3) en collegeleden (6,0) gebruikt.
8. Management (3,1), het klantcontactcentrum (3,4) en de griffie (3,2) gebruiken sociale media het minst. Daarnaast valt op dat individuele medewerkers matig (4,7) sociale media gebruiken.
9. Sociale media worden daarnaast vooral binnen het gebruik van de openbare ruimte ingezet. Het bestuurlijke proces wordt ook vaak middels sociale media ondersteunt.
10. Rond wonen, zorg en welzijn, jeugdbeleid en onderwijs zijn de sociale media beperkt doorgedrongen.
11. Sociale media zal bij de meeste gemeenten worden ingezet rond de gemeenteraadsverkiezingen: 55% geeft dat aan en 30% geeft aan daar verwachtingen te hebben dat de griffie dit oppakt.
12. 33% van de gemeenten heeft een aparte social media strategie. Bij 56% van de gemeenten is dit onderdeel van de communicatiestrategie. 43% van de gemeenten heeft een richtlijn voor bestuurders voor de inzet van sociale media. Bij 19% van de gemeenten wordt in de dienstverleningsvisie richting gegeven aan sociale media. Bij 11% van de gemeenten is het onderdeel van de participatiestrategie.
13. Bij 79% van de gemeenten wordt de inzet van sociale media vanuit het budget van de afdeling Communicatie gefinancierd. Bij 12% gaat het om budget vanuit het klantcontactcentrum of de verbetering van de dienstverlening. Bij 18% van de gemeenten gaat het om incidenteel budget en bij 15% gaat het om budget vanuit het klantcontactcentrum of de verbetering van de dienstverlening.
14. De samenwerking op de inzet van sociale media speelt vooral in het verband van de veiligheidsregio. Een derde van de gemeente werkt zo samen. Een kwart van de gemeenten heeft andere verbanden waar ze in samenwerken op de inzet van sociale media.
15. De communicatiemiddelen buurtkranten en de website worden ingezet om sociale media te promoten. Daarnaast nodigt 54% van de gemeenten de bewoners en belanghebbenden uit de gemeente te volgen/ te *liken*.
16. Bij webcare geeft 72% van de gemeenten aan dat het om dienstverleningsvragen en klachten en meldingen (openbare ruimte) (69%). 39% geeft aan dat het om vragen over projecten en de politiek gaat. 26% geeft aan dat ook complexe dienstverleningsvragen via sociale media binnen komen.
17. 28% van de gemeenten heeft servicenormen voor de afhandeling van klantcontact via sociale media.
18. Meeste gemeenten nodigen mensen actief uit om hen te volgen, verwijzen door via website maar gebruiken ook traditionele media zoals buurtkranten om de inzet van sociale media bekend te maken.

Feiten en inzichten uit de analyse van de Twitteraccounts van gemeenten

Gemeenten worden relatief veel, en ook steeds meer gevolgd

Gemiddeld worden gemeenten door 18% van hun aantal inwoners gevolgd. Uiteraard bestaan deze volgers niet alleen uit inwoners. Veel pers en bedrijven / instellingen volgen gemeenten, maar wellicht ook veel bewoners uit andere steden. Van de helft van de gemeenten volgt minder dan 5% van het inwoneraantal het account. Er van uitgaand dat 1 op de 10 inwoners van Nederland twittert, is dat dus de helft. En gemiddeld wordt de gemeenten met 18% dus relatief veel gevolgd. Gemiddeld werden de gemeenten in maart gevolgd door 1.485 accounts. Dat is in vier maanden gestegen naar 1.879.

Voornamelijk de grote plaatsen zijn vertegenwoordigd in de top 10 van gemeenten met de meeste volgers. Op drie gemeenten na is de top 20 gevuld met gemeenten met meer dan 100.000 inwoners. Van de 100.000+ gemeenten hebben naar verhouding de gemeente Groningen (plaats 67), Zaanstad (plaats 70) en Haarlemmermeer (plaats 86) weinig volgers. Gemeente Assen (67.208 inwoners) heeft met een 20e plek opvallend veel volgers (6.011).

gemeente	volgers
Den Haag	21.096
Amsterdam	16.423
Utrecht	13.925
Enschede	11.440
Tilburg	10.757
Zwolle	9.102
Nijmegen	8.937
Rotterdam	8.820
Leiden	8.753
Amersfoort	8.439

Tabel 1: top 10 meest gevolgde gemeenten

Waddeneilanden worden relatief veel gevolgd maar zijn niet bijzonder actief

Omdat het voor grote steden uiteraard makkelijker is om meer volgers te krijgen (meer inwoners, meer aantrekkingskracht van buiten de gemeente (mensen die gaan winkelen), meer pers aandacht) is het goed om te kijken naar het aantal volgers in verhouding tot het aantal inwoners van de gemeente. Dan zien we een andere top tien.

In deze top 10 staan vier Waddeneilanden: Vlieland (1), Ameland (2), Terschelling (4) en Schiermonnikoog (5). De Waddeneilanden blijken dus populair om te volgen, waarschijnlijk ook door mensen die deze Waddeneilanden bezoeken. Opvallend is echter dat de Waddeneilanden vooral zenden. Vlieland, Terschelling en Schiermonnikoog hebben in het derde kwartaal geen zichtbare reacties verstuurd en ook niets geretweet. De gemeente Terschelling heeft zelfs maar 3 tweets gestuurd. Het aantal volgers is dus blijkbaar geen maat voor de activiteit op Twitter.

gemeente	inwoners	volgers	%	t.o.v. maart (%)
Vlieland	1.105	514	47	+17
Ameland	3.526	968	27	+17
Strijen	8.848	1.837	21	+ 6
Terschelling	4.748	888	19	+5
Schiermonnikoog	932	172	18	Nieuw
Renswoude	4.822	771	16	+5
Hattem	11.805	1.813	15	+4
Marum	10.413	1.515	15	+5
Lemsterland	13.564	1.965	14	Nieuw
Oostzaan	9.097	1.232	14	+4

Tabel 2: top 10 meest gevolgde gemeenten in vergelijking tot het aantal inwoners

Gemeenten volgen zelf weinig Twitteraars

Gemeenten willen weten wat er speelt, maar volgen zelf weinig Twitteraars. Dit concludeerden we al in maart en dat blijft onveranderd. Gemeenten volgen gemiddelde 253 Twitteraars, dat was in maart nog 177. Elf gemeenten volgen niemand, maar worden zelf wel gevolgd. 227 gemeenten (56%) volgen minder dan 100 accounts.

gemeente	volgend
Leiden	3.939
Zevenaar	3.404
Rotterdam	2.924
Schouwen-Duiveland	2.904
Leeuwarden	2.876
Sittard-Geleen	2.768
Haaksbergen	2.713
Vlaardingen	2.692
Oud-Beijerland	2.325
Soest	2.172

Tabel 3: Top 10 gemeenten die de meeste twitteraars volgen

Kijken we naar het aantal gevolgde accounts per gemeente in verhouding tot het aantal inwoners van de gemeente dan verschijnt een andere top 10.

gemeente	inwoners	volgend	%	t.o.v. maart
Lemsterland	13.564	1.972	14	Nieuw
Haaksbergen	24.419	2.713	11	+17
Zevenaar	32.429	3.404	11	+ 6
Oud-Beijerland	23.415	2.325	10	+5
Schouwen-Duiveland	34.151	2.904	9	Nieuw
Strijen	8.848	734	8	+5
Schijndel	23.016	1.882	8	+4
Skarsterlan	27.520	1.972	7	+4
Marum	10.413	738	7	Nieuw
Voorst	23.719	1.554	7	+4

Tabel 4: top 10 gemeenten die de meeste twitteraars volgen in vergelijking tot het aantal inwoners

Gemeenten verzenden een bericht per dag

Gemiddeld verzonden gemeenten in het derde kwartaal 109 berichten. Dat is dus iets meer dan 1 bericht per dag. 17 gemeenten hebben in het derde kwartaal van 2013 geen bericht verzonden via Twitter. De helft van de gemeenten in de top 10 die de meeste tweets hebben verzonden, zijn 100.000+ gemeenten. De nummer 1 (Rotterdam) verstuurde in drie maanden 646 tweets, dat is ongeveer zeven berichten per dag.

gemeente	verzonden
Rotterdam	646
Den Haag	633
Utrecht	586
Zevenaar	543
Almere	532
Veere	457
Hendrik-Ido-Ambacht	454
Spijkenisse	436
Eindhoven	434
Valkenswaard	406

Tabel 5: Top 10 steden die de meeste tweets verzonden

Alle gemeenten uit deze top tien gebruiken Twitter om te zenden en te reageren. Van de top 20 gebruikt 1 gemeente het account enkel om te zenden (Gemeente Eijsden-Margraten, 1 reactie). De tweets van Rotterdam bestonden ongeveer voor een derde uit conversatiestarters, een derde uit retweets en voor een derde uit reacties.

Ook hier kunnen we kijken naar het aantal verzonden tweets in verhouding tot het aantal inwoners van de gemeente.

gemeente	inwoners	tweets	%
Alphen-Chaam	9.525	308	3
Veere	21.959	457	2
Oudewater	9.850	175	2
Westervoort	15.294	265	2
Zevenaar	32.429	543	2
Hendrik-Ido-Ambacht	28.257	454	2
Strijen	8.848	139	2
Eijsden-Margraten	24.994	375	2
Montfoort	13.601	201	1
Lemsterland	13.564	198	1

Tabel 6: top 10 gemeenten die de meeste tweets verzonden in vergelijking tot het aantal inwoners

Gemeenten blijven vooral zenden

Gemiddeld was bijna driekwart van de berichten die gemeenten stuurden in het derde kwartaal een conversatiestarter (73%), slechts 11% was een reactie op een andere tweet. De meeste gemeenten zijn dus nog vooral aan het zenden. Eindhoven is de gemeente die het meest reageert: 84% van hun tweets zijn reacties. Er waren 120 gemeenten die 0% reacties hadden ten opzichte van hun verzonden berichten.

gemeente	verzonden	% reacties	% conversatiestarters	% retweets	% niet herleidbaar
Eindhoven	434	84	12	3	1
Utrecht	586	75	22	1	2
Almere	532	68	24	3	4
Delft	242	63	32	3	2
Arnhem	184	57	33	8	3
Apeldoorn	208	56	32	6	6
Oss	252	54	42	4	1
Castricum	284	54	40	6	0
Den Haag	633	53	40	4	3
Leeuwarden	213	53	32	14	2

Tabel 7: top 10 gemeenten met de meeste reacties t.o.v. het aantal verzonden berichten

Gemeenten reageren snel

De gemiddelde reactiesnelheid van een gemeente op een tweet is 19 minuten. De top 10 gemeenten doet het nog (veel sneller). De gemeente Veere presteert het zelfs om op de 68 vragen die zij kregen in de drie gemeten maanden gemiddeld binnen 1 minuut te reageren.

gemeente	reacties	gem. (sec.)	gem. (minuten)
Veere	68	59	1
Strijen	22	130	2
Hendrik-Ido-Ambacht	71	268	4
Spijkenisse	54	312	5
Hoogeveen	21	299	5
Zevenaar	220	359	6
Rotterdam	189	381	6
Terneuzen	49	365	6
Valkenswaard	63	416	7
Middelburg	29	428	7

Tabel 8: top 10 gemeenten met gemiddeld de hoogste reactiesnelheid

Voor deze top tien is gekeken naar gemeenten die in de onderzochte periode 20 of meer reacties hebben verstuurd op Twitter. In dat geval is de gemiddelde tijd iets representatiever dan een gemeente die een enkele keer een tweet heeft verstuurd. Uiteraard verdienen de 6^e en 7^e plek voor Zevenaar en Rotterdam een bijzondere vermelding. Zij reageren gemiddeld binnen zes minuten op een zeer groot aantal vragen.

Gemeente Zevenaar bovenaan?

Uiteraard willen we graag een conclusie trekken welke gemeente het nu op basis van deze objectieve cijfers het beste doet. Maar wat is beste bij sociale media? Het aantal volgers, het aantal berichten dat je stuurt, het aantal dialogen dat je aangaat, het aantal twitteraars in de gemeente of bepaalt de slimme inzet van sociale media in projecten dat je het goed doet? Of het aantal social media ondernemers in je gemeenten? En hoe meet je dat vervolgens, zowel praktisch als objectief?

Met de inzichten die we nu hebben, zijn dus lijstjes te maken. Wanneer we de optelsom van de 'ranking' per lijstje optellen, dan doe je het als gemeente bij minder punten beter dan bij meer punten. Wij laten ons verleiden tot de optelsom van de volgende prestaties van de gemeenten:

- de gemiddelde reactietijd;
- het aantal volgers ten opzichte van het aantal inwoners;
- het aantal verzonden tweets ten opzichte van het aantal inwoners;
- het aantal reacties ten opzichte van het aantal inwoners.

In de tabel hieronder staat per punt de plek in de ranglijst. Deze plek telt op tot een eindsom en deze bepaalt de plek in de overall ranglijst.

gemeente	reactietijd	volgers	verzonden	reacties	totaal
Zevenaar	6	29	5	19	59
Strijen	2	2	7	95	106
Lisse	21	48	30	12	111
Veere	1	27	2	102	132
Oud-Beijerland	16	15	43	108	182
Goes	30	35	84	33	182
Lemsterland	100	8	10	67	185
Oegstgeest	12	106	50	34	202
Hendrik-Ido-Ambacht	3	105	6	96	210
Oost Gelre	41	72	48	57	218

Tabel 9: top 10 sociale media gemeenten in Nederland

Samenvatting in kengetallen

- gemeenten zenden één bericht per dag; daarvan is 73% echt zenden en 11% een reactie; de top is 84% reacties, 12% zenden en 3% retweets
- de reactietijd is gemiddeld 19 minuten, de top is gemiddeld 1 minuut
- gemeenten volgen gemiddelde 253 Twitteraars, de top is 14% van het aantal inwoners volgend
- gemiddeld worden gemeenten door 18% van hun aantal inwoners gevolgd, dat is gemiddeld 1.879 volgers, de top is 47% van het aantal inwoners als volgend

Over de publicatie Sociale gemeenten, de kracht van nieuwe media

In de nieuwe publicatie *Sociale gemeenten, de kracht van nieuwe media* brengt David Kok als redacteur de nieuwste inzichten op het gebied van sociale media voor de overheid bij elkaar. Voor de derde keer onderzocht hij het gebruik van sociale media door gemeenten. Dit jaar is het samen met GemeenteBuzz.nl uitgevoerd. Bijna 60% van alle gemeenten (239) werkten mee aan het onderzoek. Daarnaast zijn dertig inhoudelijke hoofdstukken opgenomen over thema's als de kracht van online, het nieuwe communiceren, Social Cities en democratie 2.0.



Net als in *Sociaal kapitaal, de meerwaarde van sociale media voor gemeenten* (Eburon, 2012), schreven ambtenaren, sociale media adviseurs, mensen uit het bedrijfsleven en mensen uit het wetenschappelijk onderwijs de hoofdstukken. Het boek biedt daarmee een breed perspectief en is daarom ook interessant voor mensen die niet bij de overheid werken.

David Kok werkt sinds 1 juli 2013 bij de gemeente Almere als social media manager van de gemeenteraad. Daarvoor werkte hij elf jaar in verschillende functies binnen de gemeente Amsterdam. Hij schreef dit boek op persoonlijke titel.

Sinds 2012 werkt hij samen met HowAboutYou aan GemeenteBuzz.nl. GemeenteBuzz.nl brengt de inspanningen van gemeenten op sociale media in kaart. HowAboutYou ondersteunt overheden bij het benutten van de kansen die sociale media bieden. HowAboutYou hielp bij de realisatie van het boek.

Voor aanvullende vragen kunt u contact opnemen met David Kok: 06 514 73 087, David@socialmediameetlat.nl.

Voor het aanvragen van een recensie-exemplaar kunt u terecht bij Karin de Zwaan van Uitgeverij Eburon. U kunt haar bereiken via kdezwaan@eburon.nl of 015 213 14 84.

Het boek is tevens als PDF te downloaden vanaf de website www.socialmediameetlat.nl. Cijfers per gemeente zijn te vinden op www.GemeenteBuzz.nl

In maart publiceerden we op Frankwatching een artikel met de titel: gemeente, je inwoner twittert wel! (<http://www.frankwatching.com/archive/2013/03/04/gemeente-je-inwoner-twittert-wel-infographic/>).

David Kok (Social Media Meetlat en redacteur "Sociale gemeenten, de kracht van nieuwe media")
Niels Loeffen (HowAboutYou)
Ewoud de Voogd (GemeenteBuzz.nl)