

Web 2.0 & Social Media; Kansen voor de publieke sector?

Verslag van het HEC-symposium Web 2.0 & Social Media op 27 januari 2011

Web 2.0 & Social Media is momenteel een snel groeiende trend in de informatiesamenleving. De impact hiervan op de maatschappij en het openbaar bestuur is echter nog niet helemaal duidelijk. Wel is zeker dat organisaties in de publieke sector niet meer om het fenomeen Social Media heen kunnen. De vraag is dan ook hoe publieke organisaties het best met deze trend kunnen omgaan? Wat kunnen overheidsorganisaties van gebruikers en van elkaar leren? En hoe kunnen zij Social Media succesvol toepassen in hun beleid om doelgroepen te bereiken? Kortom, wat zijn de mogelijkheden op het gebied van Web 2.0 en Social Media?

Deze vragen hebben de experts van Het Expertise Centrum (HEC), Rijkswaterstaat, UWV en andere publieke organisaties tijdens het symposium geprobeerd te beantwoorden, en zij hebben hun visie op het onderwerp met andere geïnteresseerden gedeeld. Ook werd tijdens de bijeenkomst concreet ingegaan op enkele best practices en werd er een bredere context geschetst waarbinnen deze ervaringen behulpzaam kunnen zijn. Efficiency, omgevingsgerichtheid, consequenties voor ambtenaren en technologische innovatie waren belangrijke thema's. Het delen van kennis en de mogelijkheid tot het stellen van (kritische) vragen stond dan ook centraal.

Dit verslag geeft een korte beschrijving van de gepresenteerde inhoud en biedt de lezer inzicht in de uitkomsten van de gestelde vragen en gevoerde discussies. Tot slot is een aantal aanbevelingen benoemd.

Samenvatting

In een overvolle en zeer toepasselijke locatie, namelijk het Museum voor Communicatie in Den Haag, opent HEC-ROI directeur Leo Smits het symposium door iedereen te vragen zijn mobiele telefoon juist **niet** uit te zetten en volop te gebruiken voor de *twitterfountain* op de grote schermen. Leo Smits stelt hierbij dat Social Media een ontwikkeling is die over ons heen komt denderen en dat de publieke sector deze trend aandacht dient te geven, omdat het kansen kan bieden om zaken anders en beter te doen.

Wanneer de eerste real-time *tweets* van deelnemers binnenstromen, presenteert Sohela Naghib-Bukman de papernote *Web 2.0 & Social Media - Kansen voor de publieke sector?* De papernote is aan het eind van de dag in gedrukte vorm te verkrijgen of met een heuse *QR-code* via internet te downloaden. Om het gebruik van Social Media bij deelnemers in de zaal te polsen stelt Sohela Naghib-Bukman enkele vragen aan het publiek. De antwoorden laten zien dat de deelnemers ruim boven het gemiddelde zitten als het gaat om bloggen, commentaar leveren op fora, het beluisteren van podcasts of het participeren op sociale netwerksites. Volgens Sohela Naghib-Bukman heeft de publieke sector Social Media nog niet volledig omarmd. In de papernote worden in de vorm van best practices, do's & dont's en lessons learned handreikingen gegeven om met Social Media aan de slag te gaan. De volgende vragen staan in de papernote centraal: Hoe stel je de gebruiker centraal? Zijn goede voorbeelden voor handen? Hoe ziet het veranderproces eruit? Kun je sturen in relatie tot web 2.0 en Social Media? Top-down of juist bottom-up? De papernote biedt handvatten om hiermee om te gaan waarbij organisaties zelf op basis van hun doelstelling, rol en cultuur een vertaalslag kunnen maken naar de eigen situatie. Daarbij geldt: there is no "one size fits all".

Nadat Sohela Naghib-Bukman de papernote besproken heeft, geeft HEC-adviseur Philippe Raets (dagvoorzitter), het woord aan Kim Spinder, gekozen tot de meest invloedrijke vrouw binnen de lokale overheid op dit moment. Als oprichter van 'Ambtenaar 2.0' grapt Davied van Berlo hier achteraan dat hij dan de meest invloedrijke man zou moeten zijn. Kim Spinder houdt een enthousiast betoog over het Nieuwe Werken en wat daar allemaal bij komt kijken voor publieke organisaties.

Kim Spinder definieert kortweg het Nieuwe Werken als *efficiënter, effectiever en leuker werken*. In de presentatie gebruikt zij voorbeelden van nieuwe trends zoals Seats2Share.com, LiftDeck, maar plaatst zij ook een treffende opmerking over het feit dat mensen tegenwoordig betere ICT thuis tot hun beschikking hebben dan op hun eigen werkplek. Drie van de vuistregels die bij het Nieuwe Werken i.c.m. Social Media horen zijn volgens haar:

- *Werken aan i.p.v. werken bij*; de grenzen tussen afdelingen, organisaties en zelfs sectoren vervagen.
- *Fysiek miniem, virtueel optimum*; de virtuele wereld maakt het mogelijk om locatie- en tijdonafhankelijk te werken.
- *'It is not a information overload, it is a filter failure'*; de exponentieel groeiende hoeveelheid informatie vraagt van de gebruiker een goede wijze van filteren van deze informatie.

Tot slot laat ze met burgerinitiatieven zoals dagjelesgeven.nl en politieonderzoeken.nl zien, dat burgerparticipatie in publieke taken kan toenemen door de opkomst van social media.

'Burgers betrekken bij de maatschappelijke taak van Rijkswaterstaat'

Vervolgens laat Arnold Koning (Rijkswaterstaat) zien hoe Rijkswaterstaat Social Media inzet om haar doelen te bereiken, en geeft een nieuwe betekenis aan het financiële begrip ROI (Return On Investment), namelijk Return On *Influence*. Social Media is voor Rijkswaterstaat o.a. een middel om snel kennis en ervaring binnen de organisatie bij elkaar te brengen. Gestreefd wordt naar *low cost*, *high value* en *high tech*. Op Youtube is een animatie te zien waarin dit duidelijk wordt.

'Wees eerlijk, duidelijk en treedt in contact.'

Als laatste spreker in de rij laat Jeroen Bakker (UWV) zien hoe het Webcare team van UWV via Social Media klanten heeft benaderd op Twitter, discussiefora en websites waar veel van hun klanten informatie opvragen en ervaringen delen. De uitdagingen en leerpunten onderweg naar het huidige gebruik van Social Media waren talrijk. Jeroen Bakker deelt onder andere de volgende tips met ons:

- Bepaal je doel; dit geeft richting.
- Start compact, dichtbij en hanteer een goede timing.
- Organiseer de rode draad.
- Laat voorbeeldgedrag zien.

Tenslotte sluit hij af met de opmerking dat indien je niet geïnteresseerd bent in je klanten of medewerkers, je niets te zoeken hebt op Social Media.

Paneldiscussie

De deelnemers starten de discussie meteen met een aantal kritische opmerkingen over de inzet van Social Media. Volgens Sohela Naghib-Bukman ontbreekt de bestuurlijke inbedding en strategie in alle drie de presentaties. Marcel Thaens voegt daaraan toe dat hij de kritische reflectie in de presentaties mist, wat betekent dit nou concreet voor de overheid? Het Nieuwe Werken is bijna een doel op zichzelf geworden, maar wat levert het nou op? Met de beantwoording van onderstaande vragen uit het publiek werd de discussie verrijkt en uitgebreid...

Vragen uit het publiek

Vanuit het publiek waren er ook verschillende kritische vragen over hoe de overheid het beste met Social Media kan omgaan en inzetten.

Zo vroeg Rein Jonkmans (VWS) zich af of Web 2.0 niet alleen goed is voor het aanhalen van banden met de burgers, maar of de burgers ook de overheid kunnen helpen? Biedt Social Media een kans voor directe democratie? Volgens Marcel Thaens kan de burger helpen bij maatschappelijke taken en het verzamelen van ideeën, maar zorgt het er tegelijkertijd ook voor dat de verwachtingen van de burger ten aanzien van de overheid erg hoog gespannen zijn. Daarnaast zijn de reacties van deze burgers geen representatieve afspiegeling van de samenleving. De vraag is hoe je daar als overheid goed op kan inspelen.

Enkele deelnemers uit het publiek vinden echter dat meer burgerparticipatie door middel van Social Media een positieve ontwikkeling is, zo vroeg Edo Plantinga (ICTU) zich hardop af of de overheid altijd meer kennis heeft dan de burger. Er zijn veel gevallen waarin burgers meer specialistische kennis hebben dan overheden. Zo laat bijvoorbeeld de Gemeente Rotterdam door 200 studenten van de Erasmus Universiteit *apps* ontwikkelen, omdat de gemeente hier geen tijd of budget voor heeft en er veel kennis ook buiten de gemeente zit. Bert Mulder was het hier niet helemaal mee eens, volgens hem heeft de overheid vaak wel meer kennis dan een individuele burger. Davied van Berlo is het echter wel met Edo Plantinga eens. Ook buiten de overheid zit veel kennis volgens hem, maar die bevindt zich meer in specifieke groepjes, het begrip 'de burger' vindt hij te vaag. Als de overheid transparanter gaat werken, dan weet je wel de juiste mensen te vinden en te bereiken. Volgens Sohela Naghib-Bukman staat dit haaks op het *'wisdom of the crowd'* idee. Door informatie breder beschikbaar te stellen of toegankelijk te maken, bereik je de juiste mensen. Marcel Thaens sluit zich hierbij aan, maar voegt er aan toe dat door juist actief mensen zelf op te gaan zoeken, zoals het UWV doet, men ook de doelgroep bereikt in plaats van weer iets nieuws te maken.

Paul Suikerbuik (ICTU):
"Social media is er binnen organisaties, dat kan je niet implementeren, dat overkomt je."

Bert Mulder:
"Werkelijkheid is altijd een mix tussen geslotenheid en transparantie."

Nanne Wams (HEC trainee) constateert dat er binnen de overheid selectief omgegaan wordt met informatie, informatie is selectief beschikbaar. Social media leidt tot meer transparantie, maar is transparantie de absolute norm? Davied van Berlo gaat hierop in door te stellen dat Social Media inderdaad dit kan bevorderen en de mens centraal kan stellen, maar tegelijkertijd ook zijn grenzen kent. Qua techniek kan heel veel en lijken grenzen te vervagen. Het is dan ook aan onszelf om de grenzen te gaan bepalen.

Daarna reageert Sohela Naghib-Bukman ook op kritische vragen over de onduidelijke financiële voordelen van het gebruik van Web 2.0 en Social Media. Zij beargumenteert dat voordelen zoals

invloed, participatie en betrokkenheid lastig te kwantificeren zijn en dus moeilijk in geld uit te drukken is.

Philippe Raets beëindigt ten slotte de paneldiscussie en stelt voor de discussie via Social Media zelf voort te zetten. Wat gezien het aantal tweets over het symposium de dagen erna zeker gehoor heeft gekregen.