



Onderzoek Boeien en Binden in Holland Rijnland met sociale media

Onderzoek Boeien en Binden in Holland Rijnland met sociale media

Plaats en datum	Leiden, 15 juni 2011
Auteur	Maarten van Vessem
Studentennummer	s1014006
Opdrachtgever	Holland Rijnland i.o. Klaas Verschuure & Joke Willemsen Schuttersveld 9
Begeleiding namens HS Leiden	Banoyi Zuma & Arjan Schellinkhout
Beoordeling namens HS Leiden	Banoyi Zuma & Monica Wigman
Datum presentatie en afronding	14 juni 2011

Abstract

This research has been done at Holland Rijnland. Holland Rijnland is a partnership between fifteen municipalities in the middle of the Randstad, a conurbation in the Netherlands. The municipalities are working together on labor, housing, nature and landscape, traffic & transportation, society and welfare.

Objective

The objective of this study is to research *if* and *how* social media can contribute to the collaboration and solidarity between municipalities in their partnership Holland Rijnland to enhance the social cohesion.

Methodology

Based on desk research, organizational characteristics hypothesis has been formulated. This is: The use of social media has a positive impact on the relationship between social cohesion, solidarity and cooperation within a partnership.

This hypothesis was tested through quantitative research. A online questionnaire was distributed amongst the council members, mayors and aldermen of the fifteen municipalities of Holland Rijnland. These questions were about the knowledge and use of social media. There were also questions about the perceptions on the partnership of Holland Rijnland and social media.

Results and conclusion

166 respondents completed the online questionnaire and 73 percent told that they are using social media. The conclusion is that social media contributes to the collaboration, solidarity and cohesion of the partnership of Holland Rijnland. Based on these findings it is recommended to create a social platform. This can be done on existing social media or by creating your own social platform. The other recommendations were to organize a workshop about social media and a survey about the functionality of the current communication mix.

Samenvatting

In dit onderzoek wordt bekeken *of* en *hoe* sociale media de samenwerking en solidariteit van de samenwerkende gemeenten in Holland Rijnland kunnen verbeteren zodat de sociale cohesie kan worden vergroot.

Profiel van Holland Rijnland

Holland Rijnland is een samenwerkingsverband tussen vijftien gemeenten in het midden van de Randstad. De gemeenten werken samen op uiteenlopende thema's: wonen, werken, natuur & landschap, verkeer & vervoer, samenleving en welzijn. Holland Rijnland wordt bestuurd door een algemeen bestuur en een dagelijks bestuur.

Probleemformulering

In het hoofdstuk probleemformulering wordt aandacht besteed aan de aanleiding, probleemstelling en doelstelling van dit onderzoek. De aanleiding voor het uitvoeren van dit onderzoek is een aanbeveling van de werkgroep *Boeien en Binden*. Aan de hand van deze aanleiding is de volgende probleemstelling geformuleerd:

(Hoe) kunnen sociale media de onderlinge samenwerking en solidariteit tussen raadsleden en bestuurders van de gemeenten binnen de regio Holland Rijnland onderling versterken zodat de sociale cohesie kan worden vergroot?

Theoretisch kader

In het theoretisch kader wordt eerst de communicatietheorie *Adaptive Structuration Theory* van Desanctis en Poole (1994) behandeld. In deze theorie wordt gekeken naar de combinatie van de organisatorische context met de technologische context (dus de inzet van sociale media). Zo kan een uitspraak worden gedaan over het effect en het gebruik van sociale media.

Hiernaast worden de termen samenwerking, solidariteit en cohesie verklaard. Hierin het kort de betekenis per term:

- Samenwerking: er is sprake van samenwerking als een groep mensen of partijen gemeenschappelijke doelen nastreeft. Ook moeten alle partijen een constructieve bijdrage leveren.
- Solidariteit: de concrete gevoelens en gedraging die tot binding kunnen leiden.
- Cohesie: de kleefkracht tussen mensen uit een sociaal netwerk.

Ook wordt er ook aandacht besteed aan sociale media. Sociale media zijn online platformen waar de gebruikers, zonder of met weinig tussenkomst van een professionele redactie, de inhoud verzorgen.

Het gebruik van sociale media kan van invloed zijn op de samenwerking, solidariteit en cohesie binnen een sociaal netwerk. Zo zijn sociale media onder andere geschikt voor het creëren van ontmoetingen, altruïsme, het delen van kennis en het aangaan van discussies. Ook kan het leiden tot een sterkere binding en identiteit binnen een organisatie.

Methoden van onderzoek

In dit onderzoek is ervoor gekozen om een online vragenlijst uit te zetten en op basis daarvan enkele telefonische nagesprekken te organiseren ter controle. De vragenlijst werd uitgezet onder alle raadsleden en bestuurders van de vijftien gemeenten uit de regio Holland Rijnland.

Onderzoeksresultaten

Voor de online vragenlijst zijn 407 uitnodigingen verzonden naar raadsleden en bestuurders. Uiteindelijk zijn er 166 vragenlijsten zijn volledig ingevuld.

In de online vragenlijst gaf 73 procent van de respondenten aan sociale media te gebruiken. LinkedIn en Twitter zijn de meest gebruikte sociale media.

57 procent van de respondenten geeft aan deze in te zetten om op de hoogte te blijven van wat er zich in andere gemeenten afspeelt. Daarnaast is ook 46 procent van de respondenten is van mening dat sociale media de gemeenten uit Holland Rijnland dichterbij elkaar kan brengen.

Aanbevelingen

Bij dit onderzoek zijn de volgende aanbevelingen geformuleerd:

- Zet een sociaal platform op of richt een sociaal platform in op de nu bestaande sociale media (bijvoorbeeld LinkedIn, Facebook). Ook voor het inrichten van een sociaal platform zijn er diverse mogelijkheden.
- Organiseer workshops of trainingen over het gebruik van sociale media. Dit kan ook op het regiocongres als aparte activiteit worden georganiseerd.
- Onderzoek en evalueer de informatievoorziening over de besluitvormingsprocessen binnen Holland Rijnland naar colleges en de raden. Pas eventueel op basis hiervan deze informatievoorziening aan. Mogelijk is het van belang om dit periodiek te herhalen.

Voorwoord

Voor u ligt het onderzoek 'Boeien en Binden in Holland Rijnland met sociale media' uitgevoerd bij de regio Holland Rijnland. Bij dit onderzoek luidt de probleemstelling:

(Hoe) kunnen sociale media de onderlinge samenwerking en solidariteit tussen raadsleden en bestuurders van de gemeenten binnen de regio Holland Rijnland onderling versterken zodat de sociale cohesie kan worden vergroot?

Via dit onderzoek wordt een eerste oriëntatie gedaan naar de mogelijkheden die sociale media bieden om de probleemformulering te beantwoorden. Er wordt onder andere aandacht besteed aan de organisatie van de regio Holland Rijnland. In het theoretisch kader wordt aandacht besteed aan de onderlinge verhouding tussen solidariteit, cohesie en samenwerking en het landschap van sociale media.

Betrokkenen

Dit onderzoek is uitgevoerd als afstudeerscriptie door Maarten van Vessem, Communicatiestudent aan de Hogeschool Leiden. De begeleiding vanuit de hogeschool is gedaan door mevrouw Banoyi Zuma. Eerder was dit de heer Arjan Schellinkhout.

Vanuit Holland Rijnland zijn de heer Klaas Verschuure en mevrouw Joke Willemsen betrokken. De heer Verschuure is hoofd van de stafafdeling Bestuurs- en Managementondersteuning en mevrouw Willemsen is beleidsadviseur Communicatie & Strategie.

Dankwoord

Op deze plaats wil ik graag iedereen bedanken die op een of ander manier betrokken is geweest bij de totstandkoming van dit onderzoek. In het bijzonder wil ik graag mevrouw Banoyi Zuma willen bedanken. Ook als het proces onder druk kwam te staan was ze er om mij verder te helpen. Ze motiveerde en nuanceerde, en dit kwam ten goede aan het eindresultaat.

Daarnaast bedank ik Klaas Verschuure en Joke Willemsen voor de begeleiding vanuit uit Holland Rijnland. Ik wil hen graag bedanken voor hun steun en vertrouwen.

Ook wil mijn lieve vriendin Lotte Roelandse bedanken voor haar steun. Als laatste bedank ik Joep Thijssen en Marloes Freke voor het nalezen van mijn onderzoek en de verbeteringen waar nodig.

--

Maarten van Vessem
15 juni 2011

Inhoudsopgave

Abstract.....	1
Samenvatting.....	2
Voorwoord.....	4
1 Inleiding.....	7
2 Organisatieomschrijving.....	9
1.2 Wat is Holland Rijnland?.....	9
1.3 Organisatie Holland Rijnland	10
1.4 De deelnemende gemeenten	12
1.5 Communicatiemix.....	13
2 Probleemformulering	16
2.1 Aanleiding	16
2.2 Probleemstelling.....	17
3 Theoretisch kader	19
3.1 Adaptive Structuration Theory.....	19
3.2 Samenwerking	20
3.3 Solidariteit.....	21
3.4 Sociale cohesie.....	21
3.5 Vier aspecten van solidariteit en cohesie	22
3.6 Sociale media	22
3.7 Synthese	25
3.8 Conceptueel model.....	26
4 Methoden van onderzoek.....	28
4.1 Onderzoeksmodel.....	28
4.2 Onderzoeksmateriaal	29
4.3 Populatie/steekproef	30
4.4 Online vragenlijst.....	30
4.5 Telefonische nagesprekken	31
4.6 Activiteiten	31
5 Onderzoeksresultaten	32
5.1 Opkomst en respondenten	32
5.2 Welke verschillende sociale media worden gebruikt?	32
5.3 Waarom worden sociale media gebruikt?	33
5.4 Waarom worden er geen of enkele sociale media gebruikt?	33
5.5 Percepties op samenwerking	34
5.6 Percepties op sociale media en Holland Rijnland	34
5.7 Telefonische nagesprekken	35
6 Conclusies	38

Onderzoek Boeien en Binden in Holland Rijnland met sociale media

6.1	Beantwoording van de deelvragen	38
6.2	Beantwoording van de probleemstelling.....	40
7	Aanbevelingen.....	41
7.1	Platform vs. zelfregulering	41
7.2	Training en voorlichting.....	41
7.3	Verder onderzoek	41
	Gebruikte literatuur	42
	Bijlage A: Implementatieplan	44
	Bijlage B: Organisatie van Holland Rijnland	46
	Bijlage C: Gemeenten Holland Rijnland	47
	Bijlage D: Het sociale media landschap	48
	Bijlage E: Uitnodigingen online vragenlijst	49
	Bijlage F: Online Vragenlijst	51
	Bijlage G: Resultaten online vragenlijst.....	56

1 Inleiding

Het gebruik van sociale media wordt steeds populairder. Voor steeds meer mensen is het gebruik van sociale media een belangrijke manier om in contact te treden met hun sociale omgeving. Ook de mogelijkheden breiden zich snel uit en het aantal sociale media groeit. Veel mensen maken gebruik van bijvoorbeeld Hyves, Facebook of Twitter. Voor het onderhouden van zakelijke relaties is het hebben van een LinkedIn-profiel een vereiste.

Uiteraard heeft het gebruik van sociale media ook gevolgen voor organisaties. Verschillende organisaties gebruiken sociale media om personeel te werven, te communiceren met klanten of burgers, of om onderling te communiceren. Het gebruik van sociale media kan ervoor zorgen dat er zowel binnen als buiten de organisatie samenwerking en binding ontstaat.

Het is belangrijk om te kijken of een organisatie als Holland Rijnland baat kan hebben bij het gebruik van sociale media. Deze organisatie is namelijk erg complex. Er zijn vijftien gemeenten aangesloten bij Holland Rijnland en deze bestaan uit honderden bestuurders en raadsleden. Deze gemeenten zijn allemaal in bepaalde mate betrokken bij het besluitvormingsproces. Daarnaast is er maar in beperkte mate de gelegenheid om bij elkaar te komen.

In dit onderzoek wordt gekeken of sociale media kunnen bijdragen aan de samenwerking, de solidariteit en sociale cohesie tussen de verschillende gemeenten. Hierbij wordt gekeken naar de huidige stand van zaken. Wie van de raadsleden of bestuurders zijn bijvoorbeeld al actief op sociale media? En wat doen zij met sociale media?

Om het onderzoek wat meer structuur te geven wordt gebruik gemaakt van een communicatietheorie. In dit geval is dat de *Adaptive Structuration Theory* van Desanctis en Poole (1994). In deze theorie wordt onder andere gekeken naar de context van de organisatie en de gedachte achter de technologie, dat zijn in dit geval sociale media. Welke gebruikersmogelijkheden hebben sociale media bijvoorbeeld. Dit zijn de factoren die een rol spelen in het gewenningsproces van gebruikers van sociale media. Hierna kan een uitspraak worden gedaan over de nieuw ontstaande sociale structuren en de effecten op solidariteit, samenwerking en cohesie.

Op basis van eerder onderzoek en een online vragenlijst, die is uitgezet onder de raadsleden en bestuurders van Holland Rijnland, wordt de context van de organisatie beschreven. Daarnaast wordt aandacht besteedt aan sociale media. In de onderstaande leeswijzer staat de opzet van dit onderzoek.

Leeswijzer

Organisatieomschrijving	Hier komt de organisatie van Holland Rijnland aan bod. Er wordt aandacht besteed aan de historie en organisatie van Holland Rijnland, de deelnemende gemeenten en de communicatiemix.
Probleemformulering	In dit hoofdstuk wordt na een korte aanleiding een probleemstelling geformuleerd. Op basis hiervan volgen de deelvragen, een doelstelling en de kaders van dit onderzoek. Ook worden een aantal definities gegeven van belangrijke termen.

Theoretisch kader	In het theoretisch kader wordt als eerste de Adaptive Structuration theory beschreven. Daarna worden belangrijke termen gedefinieerd die te maken hebben met de probleemstelling en is er aandacht voor sociale media.
Methoden van Onderzoek	Hierna volgt een hoofdstuk waarin de aanpak van de veldonderzoek wordt beschreven. Hierin wordt duidelijk welke keuzes zijn gemaakt, die hebben geleid tot de uitvoering van een online vragenlijst.
Onderzoeksresultaten	In het hoofdstuk onderzoeksresultaten volgt de uitkomst van de online vragenlijst. Hierin aandacht voor de bevindingen van de online vragenlijst.
Conclusie	Vervolgens worden op basis van het theoretisch kader en de online vragenlijst conclusies getrokken over de deelvragen en de probleemstelling bij dit onderzoek.
Aanbevelingen	In het laatste hoofdstuk aandacht voor een aantal aanbevelingen die gemaakt zijn op basis van de conclusies.

2 Organisatieomschrijving

In dit hoofdstuk wordt de organisatie van Holland Rijnland toegelicht. Allereerst volgt een korte beschrijving van Holland Rijnland met daarbij aandacht voor haar historie. Vervolgens wordt de organisatie van de regio Holland Rijnland omschreven. Hierna komen de deelnemende gemeenten aan bod. Tot slot volgt een beschrijving van de communicatiemiddelen die worden ingezet door Holland Rijnland om bestuurders en raadsleden te bereiken.

1.2 Wat is Holland Rijnland?

Holland Rijnland is een samenwerkingsverband van vijftien gemeenten in het midden van de Randstad. Het bevindt zich tussen de sterk verstedelijkte regio's van Den Haag, Utrecht en Rotterdam en ligt onder de rook van Schiphol. De gemeenten werken samen aan de regionale ontwikkelingen op het gebied van wonen, werken, natuur & landschap, verkeer & vervoer, samenleving en welzijn.

Holland Rijnland heeft als taak de gemeenschappelijke, regionale belangen te behartigen bij het rijk, de provincie en andere invloedrijke overlegstructuren. Ook wil het samenwerkingsverband de deelnemende gemeenten een platform bieden. Zo wil men de coördinatie en afstemming tussen de gemeenten bevorderen door het vaststellen van gemeenschappelijk en strategisch regionaal beleid. Verder voert Holland Rijnland enkele taken uit die aan het samenwerkingsorgaan zijn overgedragen: de Regiotaxi, de Urgentiecommissie Woonruimte en het Regionaal Bureau Leerplicht.¹

1.2.1 Ontstaansgeschiedenis Holland Rijnland

Holland Rijnland is opgericht in 2004 door het samengaan van het samenwerkingsorgaan Leidse Regio en het samenwerkingsverband Duin- en Bollenstreek.² Op 1 juli 2010 heeft het Rijnstreekberaad zich hierbij aangesloten. Hieronder in het kort de historie.

Eind jaren '90 ontstond bij de gemeenten uit de Leidse regio en de Duin- en Bollenstreek het besef dat samenwerking nodig was voor de aanpak van regionale vraagstukken. Ook was de gedachte dat een sterk regionaal samenwerkingsorgaan de belangen van de regio als geheel en de belangen van de gemeenten afzonderlijk beter kon behartigen.³

Op basis van een inhoudelijke analyse leidde dit in 2002 tot een Programma van Afspraken en later tot een concreet Uitvoeringsprogramma. Daarin is onder meer gekozen voor één woonvisie, één woonruimteverdeling, één bouwscenario, één bedrijventerreinenstrategie, één regionaal verkeers- en vervoersplan en het gezamenlijk oppakken van de regionale ontwikkeling op het terrein van natuur en landschap.⁴

Uiteindelijk leidde dit in 2004, met instemming van alle zestien gemeenten uit beide regio's, tot de Gemeenschappelijke Regeling Holland Rijnland. De oude samenwerkingsorganen uit de regio werden per direct ontbonden.

Holland Rijnland bestaat sinds 2004 uit de volgende gemeenten: Alkemade (later opgegaan in de gemeente Kaag en Braassem), Hillegom, Katwijk (voorheen Katwijk, Valkenburg en Rijnsburg), Leiden, Leiderdorp, Lisse, Noordwijk, Noordwijkerhout, Oegstgeest, Teylingen (voorheen Sassenheim, Voorhout, Warmond), Voorschoten en Zoeterwoude. Na de gemeentelijke herindelingen van 2006 en 2009 bestond Holland Rijnland uit twaalf gemeenten.⁵

¹ (Holland Rijnland, 2010, p. 1)

² (Holland Rijnland, 2007, p. 1)

³ (Hoekstra, 2002, pp. 2-4)

⁴ (SDB/SLR, 2004)

⁵ (Holland Rijnland, 2004, p. 1)

Aansluitingsverzoek Rijnstreekberaad

Vanaf 2006 werd gekeken naar een eventueel toetreden van het Rijnstreekberaad. Er werden diverse notities gemaakt over de inhoudelijke raakvlakken tussen de beide regio's. Men kwam tot de conclusie dat de toetreding een logische verbreding van de samenwerking was.⁶

Voordat het besluit tot aansluiting werd genomen gaf het Algemeen Bestuur eerst het Dagelijks Bestuur van Holland Rijnland de opdracht tot:⁷

- het uitvoeren van een bestuurlijke evaluatie van vier jaar Holland Rijnland (zie volgende paragraaf) en
- het met het Dagelijks Bestuur van het Rijnstreekberaad opstellen van de contourenschets *aansluiting Rijnstreek gemeenten bij Holland Rijnland*.

Op basis van deze twee opdrachten volgde een schriftelijke consultatieronde bij alle twaalf gemeenteraden in Holland Rijnland. In deze consultatieronde werd gevraagd of de raden inhoudelijke raakvlakken zien en wat eventueel aandachtspunten zouden kunnen zijn bij het opstellen van een gezamenlijke en inhoudelijke agenda.

Aan de hand van deze drie onderzoeken en de gezamenlijke regionale strategische agenda van de Rijnstreek gemeenten die werd in opgesteld, werd tot aansluiting van de gemeenten uit het Rijnstreekberaad overgegaan.

Het Rijnstreekberaad bestond, voor de aansluiting bij Holland Rijnland uit de gemeenten: Alphen aan den Rijn, Jacobswoude (samengegaan met Alkemade in de nieuwe gemeente Kaag en Braassem), Nieuwkoop en Rijnwoude.⁸ Sinds 1 april 2010 bestaat Holland Rijnland dus uit vijftien gemeenten.

Evaluatie samenwerkingsverband

Naar aanleiding van het aansluitverzoek van het Rijnstreekberaad werd Holland Rijnland (toen dus nog exclusief de Rijnstreek gemeenten) geëvalueerd door Holland Consultancy. In dit evaluatieonderzoek werden 150 raadsleden, bestuurders en regionale betrokkenen geïnterviewd die op verschillende wijze te maken hebben met Holland Rijnland. Hierop volgde het rapport "Evaluatie Samenwerkingsverband Holland Rijnland".⁹

Op het gebied van bestuurlijke relaties kwam Holland Consultancy met een aantal conclusies. Zo gaven de respondenten aan dat Holland Rijnland meer moet *Boeien en Binden*. Men vond dat de onderlinge betrokkenheid tussen de gemeenten en ook met Holland Rijnland moest worden verbeterd. Ook de regionale solidariteit was, volgens de respondenten (nog) niet goed genoeg.

Aan de hand van deze evaluatie werd de werkgroep *Boeien en Binden* opgericht. Deze werkgroep ging met de conclusies aan de slag en kwam met veertien aanbevelingen voor het verbeteren van het samenwerkingsverband. Een hiervan leidde tot de uitvoering van dit onderzoek. In het hoofdstuk probleemformulering wordt de werkgroep verder toegelicht.

1.3 Organisatie Holland Rijnland

Holland Rijnland wordt bestuurd door een Algemeen Bestuur en een Dagelijks Bestuur. De gemeenteraden benoemen de leden van het Algemeen Bestuur, dat uit haar midden een Dagelijks Bestuur aanwijst. De manier waarop dit wordt georganiseerd, is bepaald in het besluit *Geconsolideerde Gemeenschappelijke Regeling Holland Rijnland*. Dit besluit is genomen op basis van

⁶ (PriceWaterhouseCoopers, 2006, p. 24)

⁷ (Holland Rijnland, 2008, p. 1)

⁸ (Holland Rijnland, 2009, p. 1)

⁹ (Holland Consultancy, 2008)

de wet gemeenschappelijke regelingen. Zie bijlage A voor een organogram van de regio Holland Rijnland.¹⁰

1.3.1 Algemeen Bestuur

Holland Rijnland kent een 'gemengd bestuursmodel'. Dat betekent dat gemeenten zelf kiezen of zij collegeleden, raadsleden of een combinatie daarvan afvaardigen in het Algemeen Bestuur. Elke gemeente vaardigt minimaal twee personen af. Daarnaast mogen gemeenten die meer dan 20.000 inwoners hebben, per 20.000 inwoners een extra vertegenwoordiger aanwijzen. Het aantal leden in het Algemeen Bestuur is echter niet van invloed op de stemverhouding. Voor elke 10.000 inwoners (afgerond naar boven) wordt één stem uitgebracht, vermenigvuldigt met factor twee. Daardoor kan het aantal stemmen per gemeente variëren van twee stemmen (voor kleine gemeenten) tot 24 (Leiden).

1.3.2 Dagelijks Bestuur

Het Dagelijks Bestuur van de regio wordt aangewezen door de leden van het Algemeen Bestuur en kan alleen bestaan uit bestuurders. Voor de raadsperiode 2010-2014 heeft het Algemeen Bestuur bepaald dat de huidige voorzitter aan het nieuwe Algemeen Bestuur een voordracht doet voor samenstelling van het nieuwe Dagelijks Bestuur. Het nieuwe Dagelijks Bestuur bestaat uit zes leden en een voorzitter. De voordracht van de voorzitter is gedaan in nauw overleg met de colleges van burgemeester en wethouders van de vijftien deelnemende gemeenten. Uit de drie clusters (Duin- en Bollenstreek, de Leidse Regio en de Rijnstreek) worden elk twee leden voorgedragen.¹¹ Elk lid van het Dagelijks Bestuur is portefeuillehouder voor een of meerdere beleidsvelden.¹²

Het Dagelijks Bestuur doet na advisering door het Portefeuillehoudersoverleg voorstellen aan het Algemeen Bestuur of de colleges van burgemeester en wethouders. Ook is het Dagelijks Bestuur belast met de uitvoering van besluiten van het Algemeen Bestuur.

1.3.3 Portefeuillehoudersoverleggen

Holland Rijnland kent naast een Portefeuillehoudersoverleg Bestuur & Middelen vier inhoudelijke Portefeuillehoudersoverleggen:

- Ruimte
- Verkeer en Vervoer
- Sociale Agenda
- Economische Zaken

Elk college van burgemeester en wethouders is in ieder Portefeuillehouderoverleg vertegenwoordigd; dit is dé tafel waar de vijftien portefeuillehouders elkaar treffen en waar feitelijk 'zaken' worden gedaan. In de besturingsfilosofie van Holland Rijnland is het politiek primaat in deze Portefeuillehoudersoverleggen gelegd. De gemeentelijke vertegenwoordigers spreken in de Portefeuillehoudersoverleggen dan ook niet op persoonlijke titel, maar namens de eigen gemeente.

Alle voorstellen die in het Algemeen Bestuur worden geagendeerd, zijn eerst in het Portefeuillehoudersoverleg besproken. De Portefeuillehoudersoverleggen zijn openbaar en bevinden zich telkens in een ander gemeentehuis in de regio.¹³

1.3.4 Rollen van Holland Rijnland

De rollen van Holland Rijnland zijn onderverdeeld in vijf categorieën. Elke rol vraagt een andere betrokkenheid van de raden en colleges.

¹⁰ (Holland Rijnland, 2004)

¹¹ Deze clusters zijn niet formeel vastgelegd.

¹² (Holland Rijnland, 2004, p. 6)

¹³ (Holland Rijnland, 2010)

Richtinggevende rol – Samenwerken bij onderwerpen waarvan de gemeenten met elkaar vinden dat deze een aanpak op de schaal van Holland Rijnland vereist. De gemeenten doen hierbij via het Algemeen Bestuur richtinggevende uitspraken. Deze activiteiten passen in het basispakket van Holland Rijnland.

Platformfunctie – Er zijn twee manieren waarop het samenwerkingsorgaan de rol van platform kan vervullen:

- Een 'uitgeklede secretariaatsfunctie'. Een of meer gemeenten willen een onderwerp op de regionale agenda plaatsen. Deze gemeenten werken het onderwerp zelf verder uit. De regio zet het alleen op de agenda.
- Onderwerpen die het Dagelijks Bestuur op de agenda wil zetten en waarvan men ook zelf de voorbereiding doet.

Efficiency – Dit zijn taken waarvan de gemeenten met elkaar vinden dat het efficiënt is deze op de schaal van Holland Rijnland uit te voeren, omdat dit beter en/of goedkoper is.

Op verzoek van derden – Regelmatig zien andere partijen (provincie, maatschappelijke organisaties) een rol/taak voor het samenwerkingsverband weggelegd. De regio kan zo'n taak/rol oppakken als die goed past in de primaire taak van het samenwerkingsverband. In elk geval moet de vraag worden beantwoord of de samenwerkende gemeenten zo'n taak/rol ook zouden oppakken als een derde dit niet zou hebben gevraagd.

Bedrijfsvoering – Projecten en activiteiten die van belang zijn voor de bedrijfsvoering van Holland Rijnland vallen onder deze categorie.¹⁴

1.3.5 Ambtelijke organisatie

De ambtelijke organisatie Holland Rijnland voert beleidstaken uit en ondersteunt het regionaal bestuur. Zo ondersteunt de organisatie het bestuur bij het ontwikkelen van beleid en strategie en behartigt het de belangen bij andere overheden, organisaties en overlegorganen. Het is ook verantwoordelijk voor enkele uitvoeringstaken: de Regiotaxi, de Urgentiecommissie Woonruimte en het Regionaal Bureau Leerplicht Holland Rijnland.¹⁵

1.4 De deelnemende gemeenten

In deze paragraaf staan de raads- en collegeleden van de gemeenten in Holland Rijnland centraal. Allereerst wordt gekeken hoe de gemeenteraden en colleges zijn samengesteld. Daarna wordt de relatie tussen de raads- en collegeleden onderling en de relatie met Holland Rijnland belicht.

Gemeenteraden

Momenteel zijn er in de regio 339 gemeenteraadsleden. Een grafiek met een overzicht van de verschillende partijen in de gemeenteraden uit de regio Holland Rijnland bevindt zich in bijlage B: gemeenten Holland Rijnland.¹⁶

Colleges

Momenteel zijn er in de regio 54 wethouders. Een overzicht van de colleges is te vinden in de bijlage B: gemeenten Holland Rijnland.¹⁷

Cultuur Holland Rijnland

Uit de evaluatie van Holland Consultancy uit 2008 kwam naar voren dat er cultuurverschillen zijn tussen de raadsleden van de verschillende gemeenten uit de voormalige Duin- en Bollenstreek en de

¹⁴ (Holland Rijnland, 2010, p. 4)

¹⁵ (Holland Rijnland, 2009, p. 3)

¹⁶ (Holland Rijnland, 2010, p. 60)

¹⁷ (Holland Rijnland, 2010, p. 60)

Leidse regio. Men zoekt elkaar voornamelijk op bij uitvoerende taken en de voorbereiding van besluitvorming. Deze cultuurverschillen zorgen soms voor vertraging in de besluitvorming.¹⁸

Door de komst van Holland Rijnland en de aansluiting van Alphen aan den Rijn, Nieuwkoop en Rijnwoude is de oude verdeling wat minder vanzelfsprekend geworden. Voornamelijk de kleinere gemeenten herkennen elkaars wensen en trekken naar elkaar toe.

De cultuurverschillen die uit de evaluatie naar voren zijn gekomen, zijn voor dit onderzoek relevant. Ze kunnen namelijk van invloed zijn op de samenwerking, solidariteit en cohesie tussen de deelnemende gemeenten in Holland Rijnland.

Proactieve houding Holland Rijnland

In het onderzoek van Holland Consultancy valt op dat men verschillend aankijkt tegen de proactieve houding van Holland Rijnland. De bestuurders vinden, in grote lijnen, dat Holland Rijnland geen proactieve houding heeft. En de raadsleden zien juist wel een proactieve houding van Holland Rijnland. Een proactieve houding kan Holland Rijnland 'meer gezicht' geven en versterkt zodanig het gemeenschappelijke geluid.¹⁹

Lokaal sentiment

De overgrote meerderheid van de respondenten geeft voorrang aan lokaal denken boven regionaal denken. Het regionale besef moet de komende jaren groeien. Een citaat van een collegelid en raadslid ter illustratie:

"Men moet voor het grotere geheel gaan, ook al doet het lokaal pijn."

Gemeenten zijn nog te weinig bezig met de regionale agenda wat het gemeenschappelijk geluid van de regio niet ten goede komt.²⁰

1.5 Communicatiemix

Binnen Holland Rijnland worden met verschillende communicatiemiddelen, bestuurders en raadsleden van de deelnemende gemeenten geïnformeerd, zoals de website, de nieuwsbrief *Holland Rijnland Berichten* en het magazine *Samengevat*. Dit zijn vaste, terugkerende media.

1.5.1 De website

In de communicatiemix van Holland Rijnland speelt de website een centrale rol. Op de website van Holland Rijnland is informatie te vinden over;

- de verschillende projecten en beleidsonderwerpen;
- de vergaderschema's en notulen van het Dagelijks Bestuur, het Algemeen Bestuur en de portefeuillehoudersoverleggen;
- en de organisatie van Holland Rijnland.

De voornaamste doelgroep van de website zijn de bestuurders en de raadsleden van de deelnemende gemeenten. Via de website worden zij op de hoogte gehouden over wat er speelt binnen Holland Rijnland. De secundaire doelgroep zijn belangenorganisaties, andere overheden en overige geïnteresseerden.

De onderdelen van de website zijn:

- Holland Rijnland: informatie over historie, strategische agenda, praktische informatie van de regio.

¹⁸ (Holland Consultancy, 2008, p. 18)

¹⁹ (Holland Consultancy, 2008, p. 18)

²⁰ (Holland Consultancy, 2008, p. 19)

- Bestuur en organisatie: hier is informatie te vinden over hoe Holland Rijnland werkt en wie er deelnemen in de verschillende besturen.
- Ruimtelijke agenda: hier worden de verschillende aspecten van de ruimtelijke agenda behandeld zoals economische zaken, wonen, milieu of natuur en landschap.
- Sociale agenda: hier staat informatie over de sociale agenda zoals cultuur, participatie of leerplicht.
- Hiernaast heeft Holland Rijnland een website voor Regionaal Bureau Leerplicht en levert ze content aan externe partners zoals Woonzicht en de RijnGouwelij. ²¹

Op de website van Holland Rijnland staan ook persberichten, bekendmakingen en officiële publicaties. Daarnaast staat er ook informatie over de openbare agenda's van het Algemeen Bestuur en de Portefeuillehoudersoverleggen. De link naar de website is: www.hollandrijnland.net.

1.5.2 Holland Rijnland Berichten

Iedere twee weken wordt de digitale nieuwsbrief 'Holland Rijnland Berichten' verspreid. Hierin staat een samenvatting van de laatste agenda's en notulen van het Algemeen Bestuur, het Dagelijks Bestuur en de Portefeuillehoudersoverleggen. Daarnaast wordt aandacht besteed aan actualiteiten binnen de regio. Bestuurders, raadsleden en andere geïnteresseerden kunnen zich aanmelden voor de nieuwsbrief via de website van Holland Rijnland. ²²

De opzet van de *Holland Rijnland Berichten* is om neutraal te berichten over de actualiteit binnen de regio Holland Rijnland.

1.5.3 Magazine Samengevat

'Samengevat' is een regiomagazine, dat zich verdiept in actuele regionale thema's. In het magazine staan onder andere interviews en achtergrondartikelen. De onderwerpen die aan de orde komen, hebben vaak een relatie met de aankomende vergadering van het Algemeen Bestuur. Dit blad verschijnt viermaal per jaar en wordt gestuurd naar raads- en collegeleden. Daarnaast wordt dit blad ook naar andere stakeholders gestuurd, zoals: provincies, ministeries, de Tweede Kamer, bibliotheken en maatschappelijke organisaties. ²³

In het magazine worden regionale onderwerpen verder verdiept, onderzocht en uitgelicht. Daarvoor worden er interviews, achtergrondartikelen en andere artikelen in geplaatst.

1.5.4 Regiocongres

Ieder jaar wordt er binnen de regio Holland Rijnland een regiocongres georganiseerd met als primaire doel te informeren. Het regiocongres geeft bestuurders en raadsleden de mogelijkheid elkaar beter te leren kennen en gedachten met elkaar uit te wisselen. Het thema van het regiocongres is ieder jaar anders.

In 2010 stond het jaarlijkse regiocongres bijvoorbeeld in het teken van kennismaking. Dit was in verband met de gemeenteraadsverkiezingen eerder dat jaar. In diverse workshops droegen de leden van het voormalig Dagelijks Bestuur hun kennis en ervaring over aan de pas aangetreden raads- en collegeleden. Ook kregen raads- en collegeleden een introductie over hoe men het beste op hoogte kan blijven over regionale zaken en hoe men het regionale beleid kan sturen en beïnvloeden. ²⁴

Naast de regiocongressen worden ook themabijeenkomsten georganiseerd met een specifiek karakter.

²¹ Hiermee wordt niet naar de doelgroep gecommuniceerd. Beide websites zijn dan ook niet relevant voor dit onderzoek.

²² (Holland Rijnland, 2010, p. 4)

²³ (Holland Rijnland, 2010, p. 4)

²⁴ (Holland Rijnland, 2010, p. 4)

1.5.5 Regiocontactambtenaren

In de deelnemende gemeenten zijn regiocontactambtenaren aangesteld voor regiozaken. De regiocontactambtenaren zijn binnen de gemeente het aanspreekpunt voor de regio Holland Rijnland. Zij ontvangen alle correspondentie die wordt verzonden vanuit het regiokantoor.

De regiocontactambtenaar bewaakt alle informatiestromen tussen de stakeholders in de regio en lost zo nodig problemen daarin op. Hij of zij zorgt voor een optimale toegang en bundeling van informatie. Ook kijkt hij of de advisering over regiovraagstukken onderling goed bij elkaar past en aansluit bij lokale vraagstukken.²⁵

²⁵ (Holland Rijnland)

2 Probleemformulering

In dit hoofdstuk wordt aandacht besteed aan de probleemformulering van dit onderzoek. In de aanleiding wordt er verteld over de werkgroep *Boeien en Binden*. Deze werkgroep ging aan de slag met de conclusies van Holland Consultancy uit het rapport *Evaluatie samenwerkingsverband Holland Rijnland*. Zij kwamen uiteindelijk met veertien aanbevelingen. Op basis van één van deze aanbevelingen vindt dit onderzoek plaats.

Vervolgens volgt de probleemstelling van dit onderzoek. Deze sluit zo goed en zo helder mogelijk aan bij de aanbeveling. Aan de hand hiervan volgen de doelstelling, de deelvragen en de kaders van dit onderzoek. Ook worden enkele begrippen gedefinieerd.

2.1 Aanleiding

Na de evaluatie van de samenwerking in Holland Rijnland werd de werkgroep *Boeien en Binden* opgericht. Deze werkgroep bestond uit een aantal raadsleden, bestuurders en ambtenaren van de verschillende gemeenten. Zij onderzochten hoe de relaties tussen de gemeenten onderling en met Holland Rijnland konden worden verbeterd.²⁶

De werkgroep Boeien en Binden heeft in haar rapport "Wat boeit het !?" drie sporen gekozen waarlangs invulling wordt gegeven aan haar opdracht:²⁷

1. *Verbetering van de interne werkwijze inzake informatievoorziening en communicatie. Dit is onder andere vertaald in het door de regiocontactambtenaren opgestelde handboek "best practices regio" over de wijze waarop binnen Holland Rijnland, gemeenteraden en colleges regionale onderwerpen kunnen worden voorbereid en uitgewerkt;*
2. *Mogelijke wijzigingen in de structuur van het regiobestuur (democratische legitimatie, verhouding monisme-dualisme enz.). De subwerkgroep "regiostructuur" heeft in samenwerking met de griffierskring een inventarisatie over de modellen opgesteld (zie bijlage 3).*
3. *Overige instrumenten genoemd door de werkgroep "Boeien en Binden" en aan de orde gesteld in de werkgroepvergaderingen.*

In het derde spoor bevindt zich de veertiende aanbeveling van de werkgroep die leidde tot de uitvoering van dit onderzoek. Deze luidt: *Holland Rijnland: Onderzoek de mogelijkheden de democratische actieradius van raadsleden en bestuurders te vergroten door gebruik te maken van nieuwe technologische en innovatieve mogelijkheden (e-participatie, sociale media, online raadscommunity, Holland Rijnland 2.0).*

De leden van de werkgroep Boeien en Binden gaven in het eindrapport ook een aantal reacties bij deze aanbeveling. Zo werden onder andere de volgende opmerkingen gemaakt:

- *Hoe ingewikkeld is het om dit technisch voor elkaar te krijgen?*
- *Verfrissend nieuw*
- *Meer betrokkenheid van diverse partijen*
- *Een heel innovatief en modern middel om samenwerking te bewerkstelligen*
- *Gigantische klus om dit alleen technisch al mogelijk te maken*
- *Aandacht voor kwaliteitsbevordering*
- *Ondersteuning*
- *Of digitaal de relaties kunnen worden versterkt is de vraag*

²⁶ (Holland Rijnland, 2009)

²⁷ (Holland Rijnland, 2009, p. 7)

- *Is er voldoende discipline om blijvend deel te nemen aan bijv. een digitaal platform. Hoe maak je het voldoende interessant ook op langere termijn.*
- *Complexiteit*
- *Kenniskloof: tussen meer en minder mediawijze raadsleden/burger.*

2.2 Probleemstelling

In dit onderzoek wordt gezocht naar een antwoord voor de aanbeveling zoals eerder vermeldt uit het eindrapport 'Wat boeit het !?' van de werkgroep Boeien en Binden.

Er is gezocht naar een heldere probleemformulering die zo goed mogelijk aansluit bij deze aanbeveling. Daarbij is gelet op een zo duidelijk mogelijke afbakening van zowel de term democratische actieradius als de termen nieuwe technologische en innovatieve mogelijkheden.

In de aanbeveling wordt gepraat over nieuwe technologische en innovatieve mogelijkheden. Hierbij worden verschillende voorbeelden genoemd, zoals e-participatie, online raadscommunity en Holland Rijnland 2.0. Deze voorbeelden vallen allemaal onder de term sociale media. Daarom is in de probleemformulering gebruikgemaakt van deze term.

2.2.1 De evaluatie van het samenwerkingsverband

In de aanbeveling is niet helemaal duidelijk welke factoren bijdragen aan de democratische actieradius. Om dit helder te krijgen is gekeken naar wat aan deze aanbeveling ten grondslag ligt, namelijk de evaluatie van Holland Rijnland door Holland Consultancy.

In de evaluatie staat dat er meer accent gelegd moet worden op het creëren van betrokkenheid tussen gemeenten onderling en met Holland Rijnland zelf. Ook gaven de respondenten aan dat de regionale solidariteit nog niet voldoende is en dat men meer moet boeien en binden.

Betrokkenheid, solidariteit, binding. Het zijn allemaal termen die te maken hebben met de sociale cohesie tussen de samenwerkende gemeenten in Holland Rijnland. Sociale cohesie staat voor de bindingskracht in en tussen sociale groepen zoals bijvoorbeeld in Holland Rijnland.²⁸

Sociale cohesie wordt versterkt door solidariteit, dat staat voor wederzijds begrip tussen de verschillende gemeenten. Ook de invloed van sociale media op de relatie tussen sociale cohesie en solidariteit is belangrijk. Welke bijdrage kunnen sociale media leveren om het wederzijdse begrip te versterken?

En als laatste wordt de term samenwerking in de probleemformulering gebruikt. Daar gaat het immers om binnen Holland Rijnland. Welke invloed heeft samenwerking bijvoorbeeld op de solidariteit en de cohesie en andersom? En welke invloed heeft het gebruik van sociale media op de mate van samenwerking?

Uit vooronderzoek komt naar voren dat solidariteit staat voor de concrete gevoelens en gedragingen die tot binding (sociale cohesie) kunnen leiden.²⁹ Daarnaast bepaalt de mate van positieve interdependentie (samenwerking) de waargenomen eenheid binnen een groep, de mate waarin een groep als samenhangend geheel wordt gezien en de mate waarop leden zich met elkaar verbonden voelen (sociale cohesie).

Na dit te hebben overwogen is de volgende probleemformulering geformuleerd:

(Hoe) kunnen sociale media de onderlinge samenwerking en solidariteit tussen raadsleden en bestuurders van de gemeenten binnen de regio Holland Rijnland onderling versterken zodat de sociale cohesie kan worden vergroot?

²⁸ (Aafke Komter, 2004)

²⁹ (Aafke Komter, 2004)

2.2.2 Definities

Sociale media: Dit zijn online platformen waar de gebruikers, zonder of met weinig tussenkomst van een professionele redactie, de inhoud verzorgen.³⁰

(Sociale) cohesie: onderlinge samenhang of kleefkracht.³¹

Solidariteit: gevoel van een-zijn met anderen; saamhorigheid.³²

Samenwerking: een proces waar twee of meer personen of organisaties samen gemeenschappelijke doelen realiseren.³³

Sociaal netwerk: Een sociaal netwerk, dat in het spraakgebruik als "netwerk" wordt aangeduid, is een netwerk van mensen of groepen mensen.³⁴

2.2.3 Deelvragen

Om de probleemstelling zo goed mogelijk te kunnen beantwoorden is een aantal deelvragen geformuleerd. De deelvragen bij dit onderzoek zijn:

1. Hoe verloopt het communicatieproces tussen het bestuur van Holland Rijnland en de raads- en collegeleden?
2. Wat zijn sociale media?
3. Wat is solidariteit en sociale cohesie?
4. Hoe verloopt nu de samenwerking tussen de raadsleden en bestuurders van de verschillende gemeenten in Holland Rijnland?
5. Wat zijn de percepties van raadsleden en bestuurder op het gebruik van sociale media en samenwerking?
6. Welke sociale media kunnen een rol spelen bij het versterken van solidariteit en samenwerking?
7. Wat zijn de randvoorwaarden voor het gebruik van sociale media binnen Holland Rijnland?

2.2.4 Doel

Voor dit onderzoek is het volgende doel geformuleerd:

Het doel van dit onderzoek is om te komen tot een advies waarin antwoord wordt gegeven op de vraag of en hoe sociale media de onderlinge samenwerking en solidariteit tussen raads- en collegeleden van de gemeenten binnen Holland Rijnland onderling versterken zodat dit de sociale cohesie vergroot.

2.2.5 Kaders

Dit onderzoek kent een aantal kaders. De doelgroep van dit onderzoek zijn de raadsleden en bestuurders van de deelnemende gemeenten uit Holland Rijnland. Onder de doelgroep wordt bekeken hoe men aankijkt tegen het gebruik van sociale media en wat de percepties zijn op de samenwerking, solidariteit en de cohesie in Holland Rijnland.

De aandacht gaat uit naar het gehele spectrum van sociale media. Op voorhand worden dus niet een of meerdere sociale media uitgesloten.

³⁰ (Wikipedia, 2011)

³¹ (van Dale)

³² (van Dale)

³³ (Wikipedia, 2011)

³⁴ (Wikipedia, 2011)

3 Theoretisch kader

In dit onderzoek is een literatuurstudie gedaan naar verschillende relevante theorieën en informatie op het gebied van samenwerken, solidariteit, cohesie en sociale media. Dit theoretisch kader dient als basis voor verder empirisch onderzoek.

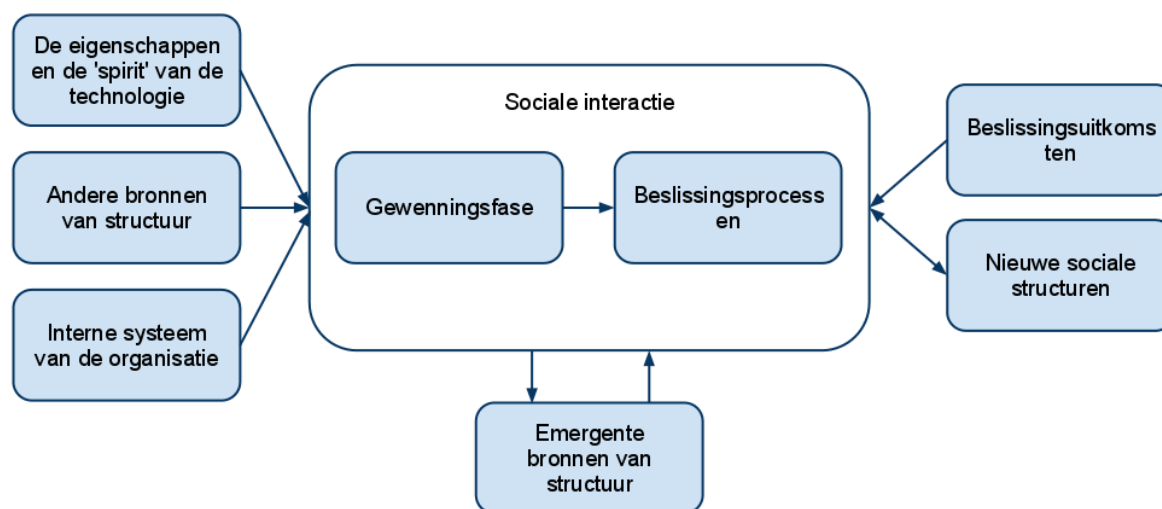
Allereerst wordt de *Adaptive Structuration Theory* geïntroduceerd. Deze communicatietheorie vormt het raamwerk voor verder onderzoek. Daarna volgt de duiding van de begrippen samenwerking, solidariteit en (sociale) cohesie. Wat betekenen deze begrippen en wat is hun onderlinge verhouding?

Vervolgens worden de sociale media nader bekeken. Wat zijn sociale media en welke verschillende sociale media zijn er? Aangezien het een groot aantal betreft, wordt enkel ingegaan op de meest essentiële vormen.

3.1 Adaptive Structuration Theory

Voor dit onderzoek wordt de *Adaptive Structuration Theory* gebruikt van Desanctis en Poole (1994). Deze theorie bestaat uit een raamwerk die het mogelijk maakt om op een overzichtelijke wijze naar de realiteit te kijken. De theorie is specifiek bedoeld om de invoering van nieuwe technologie, zoals sociale media te analyseren. Het voordeel van deze theorie is dat er niet alleen wordt gekeken naar de karakteristieken van de technologie, maar ook naar de context waarin deze wordt gebruikt.

Hieronder de schematische weergave van de theorie:



In de theorie zijn er drie factoren van invloed op de interactie via sociale media: Allereerst de eigenschappen van de technologie. Wat kan er met de technologie gedaan worden en wat niet? En wat is het idee achter de technologie (de spirit)? Ten tweede kunnen ook andere bronnen van structuur van invloed zijn op het eigen maken van de nieuwe vorm van interactie. Deze bronnen hebben echter niets met de technologie te maken. Denk hierbij bijvoorbeeld aan de taak of rol van de gebruiker of de beschikbaarheid van faciliteiten. Als laatste is het interne systeem van invloed op de interactie. Hoe zijn de leden van de groep ingedeeld en zijn er bijvoorbeeld subgroepen? En is de organisatie formeel of juist informeel?

Deze drie factoren hebben invloed op de wijze waarop interactie plaatsvindt via sociale media. Maar ook de sociale interactie verloopt in fasen. De eerste fase is de gewenningsfase. In deze fase leert de gebruiker het sociale medium te gebruiken en begint eraan te wennen. Uit deze fase ontstaan ook weer bepaalde acties (emergente bronnen van structuur). Denk hierbij aan een gewijzigde aanpak in een dergelijke situatie. Deze bronnen hebben weer invloed op het gewenningsproces. Daarna volgt

een voortschrijdend beslissingsproces. In het geval van sociale media kan dit proces vele vormen aannemen. Denk hierbij aan participatie, het vormen van nieuwe ideeën of discussies.

Het resultaat van de sociale interactie is tweeledig. Als eerste zijn er de beslissingsuitkomsten. Dit is het effect van de sociale interactie. Daarnaast ontstaan er nieuwe sociale structuren.³⁵

3.2 Samenwerking

3.2.1 Wat is samenwerking

Voor het begrip samenwerken of samenwerking bestaan vele definities. Bijna alle definities gaan er van uit dat mensen samenwerken om gemeenschappelijke doelen te bereiken. Ook is er van samenwerking sprake als alle partijen een constructieve bijdrage leveren.

De reden waarom mensen of organisaties samenwerken, is omdat zij samen een bepaald doel willen bereiken. Een tweede reden om te gaan samenwerken is zelfhandhaving. Mensen of organisatie willen graag hun positie blijven behouden ondanks veranderingen in hun omgeving.³⁶

Interdependentie

Samenwerking tussen mensen of organisaties ontstaat niet zomaar. Zij moeten op een bepaalde manier afhankelijk zijn van elkaar. Dit gebeurt door een of meerdere gebeurtenissen waardoor mensen of organisaties afhankelijk worden van elkaar. Dit heet interdependentie. De definitie van deze term volgens Fred Fiedler luidt:³⁷

'Een verzameling individuen die een gemeenschappelijk lot delen, dat wil zeggen, individuen die wederzijds afhankelijk zijn van elkaar, in die zin dat een gebeurtenis niet één, maar alle individuele leden beïnvloedt.'

3.2.2 Samenwerken tussen organisaties

Als organisaties besluiten om te gaan samenwerken is het belangrijk om draagvlak te creëren bij de leden van de organisatie. Een nieuwe samenwerking aangaan, betekent dat organisatie te maken krijgt met de cultuur van de andere organisatie.³⁸ Daarom is het creëren van draagvlak voor de samenwerking erg belangrijk. Zo moet de communicatie over de samenwerking altijd open, eerlijk en duidelijk verlopen. En dit moet gebeuren tussen alle niveaus van de organisatie.

De vier fasen van samenwerking

Een samenwerking tussen de leden van verschillende organisaties verloopt succesvol in deze vier fasen:³⁹

1. Het nemen van initiatief voor de samenwerking.
2. Het bepalen van de gezamenlijke richting.
3. Ontdekken door te doen.
4. Daadwerkelijk samenwerken.

In fase drie en vier leren de leden van een organisatie met elkaar samen te werken. Dit doen zij door met elkaar een project of een vraagstuk aan te pakken. Samen met de leden van de andere organisatie ontdekken zij wat de best werkzame vorm is van de samenwerking. Hierbij is het belangrijk voor de leden om kwetsbaar en open te zijn en ook het vertrouwen van de tegenpartij niet te beschadigen. Hierna kan een sterker fundament gelegd worden en kan de samenwerking breder in de organisatie worden uitgezet.

³⁵ (DeSanctis & Poole, 1994)

³⁶ (Coppoolse, 1997)

³⁷ (Johnson & Johnson, 2009)

³⁸ (Luuk de Groot, 2006)

³⁹ (Luuk de Groot, 2006)

3.3 Solidariteit

Uit de evaluatie van het samenwerkingsverband blijkt dat er binnen de regio nog niet voldoende sprake is van solidariteit.⁴⁰ Men vindt dat Holland Rijnland meer moet boeien en binden. Maar wat houdt het begrip solidariteit nu precies in en wat zijn daarbij belangrijke voorwaarden en aspecten?

Solidariteit staat voor de concrete gevoelens en gedragingen die tot binding kunnen leiden. De ene zienswijze is dat de leden het vermogen moeten hebben om met tegenspraak en conflicten om te kunnen gaan.⁴¹ Dit heeft dus veel te maken met begrip voor de andere entiteiten uit het sociale netwerk. Als de leden hier goed mee om kunnen gaan dan is er sprake van solidariteit.

De andere zienswijze is juist dat de leden van het sociale netwerk op zoek moeten gaan naar normatieve consensus.⁴² Er moet dus niet alleen begrip zijn voor de andere entiteiten, maar er moet ook nog eens overeenstemming zijn over de agenda van de groep.

Uit beide zienswijzen valt te herleiden dat er gewerkt moet worden naar een acceptabele situatie voor de verschillende entiteiten in een sociaal netwerk voordat solidariteit kan ontstaan. En bij beide standpunten gaat het erom dat de leden bepaalde competenties moet bezitten om solidariteit te bereiken.

3.3.1 Formele en informele solidariteit

Er zijn vele vormen van solidariteit. Twee hoofdcategorieën zijn formele solidariteit en informele solidariteit. Deze twee vormen van solidariteit hebben een complementaire relatie met elkaar. Als de ene vorm afneemt dan neemt de andere vorm toe. Bij Holland Rijnland gaat bijvoorbeeld een gezamenlijke regionale strategische agenda door als formele solidariteit. Als echter blijkt dat de leden niet via deze weg de belangen van de gemeenten kunnen bereiken, zullen zij andere manieren zoeken om dit toch te bereiken.⁴³

3.4 Sociale cohesie

Sociale cohesie is een begrip dat wordt gebruikt om de mate van binding aan te geven in een sociaal netwerk. Het wordt ook wel de 'kleefkracht' tussen mensen in sociale netwerken genoemd. Volgens het Sociaal Cultureel Planbureau betekent sociale cohesie:

*"Sociale cohesie is de mate waarin mensen in hun gedrag en beleving uitdrukking geven aan hun betrokkenheid bij maatschappelijke verbanden in hun persoonlijke leven, als burger in de maatschappij en als lid van de samenleving."*⁴⁴

3.4.1 Drie componenten van sociale cohesie

Sociale cohesie bestaat uit drie componenten. Deze componenten geven de mate van sociale cohesie aan in een groep of organisatie.

- Gedeelde opvattingen: bij gedeelde opvattingen gaat het om de mate waarin opvattingen over normen en waarden in een groep gelijk zijn. Hierbij is de betrokkenheid van mensen essentieel.
- Sociale participatie: in hoeverre nemen mensen deel aan de maatschappij en gaan zij met elkaar om?
- Identificatie: in hoeverre kunnen mensen zich identificeren met de groep of gemeenschap? Het gaat hierbij om de gevoelens verbonden te zijn met de ander en deel uit te maken van de groep.⁴⁵

⁴⁰ (Holland Consultancy, 2008)

⁴¹ (Aafke Komter, 2004)

⁴² (Aafke Komter, 2004)

⁴³ (Aafke Komter, 2004)

⁴⁴ (Sociaal en Cultureel Planbureau, 2008)

De eerste twee componenten laten zien dat sociale cohesie sterk verbonden is aan samenwerking en solidariteit. De invloed van samenwerking en solidariteit heeft dus een sterke invloed op de sociale cohesie binnen een sociaal netwerk.

3.5 Vier aspecten van solidariteit en cohesie

Bij zowel de solidariteit van een groep als de onderlinge binding zijn vier aspecten van belang. Deze vier aspecten zijn de voorwaarden om solidariteit en onderlinge binding te bewerkstelligen. Deze aspecten zijn:

- De verschillende eenheden of maatschappelijke niveaus die kunnen worden onderscheiden.
- In hoeverre zijn mensen ertoe bereid elkaar te kunnen en willen verstaan.
- Wat zijn motieven van mensen om bij te dragen aan cohesie door solidair gedrag te vertonen.
- De mate van sociale orde of juist wanorde.

Hieronder worden kort de aspecten toegelicht.

Bij het eerste aspect draait het om de verschillende eenheden of maatschappelijke niveaus die zijn te onderscheiden. Bij dit aspect is de grootte van het sociale netwerk (in dit geval Holland Rijnland) van belang met de daarbij behorende interne groepsverhoudingen. Denk hierbij aan de verhoudingen tussen de verschillende sociale groepen (gemeenten, raadsleden, besturen enz.) ten opzichte van elkaar.

Het tweede aspect draait om begrip. Hierbij gaat het om de vraag in hoeverre mensen ertoe bereid zijn elkaar te kunnen en willen begrijpen. Gedeeld begrip leidt namelijk tot communicatie en wederzijds vertrouwen. Dit is onderhevig aan diversiteit en veranderingen in machtsrelaties. Mensen zijn namelijk gevoelig voor veranderend gedrag. Het is dus van belang dat verhoudingen zoveel mogelijk stabiel zijn.

Daarnaast zijn de motieven van mensen essentieel voor een bijdrage aan de cohesie en het vertonen van solidair gedrag. Wat zijn de drijfveren van mensen om bij te dragen aan de groep? Dit is natuurlijk wel onderhevig aan het eigen belang.

Het laatste aspect is de mate van sociale orde van belang. Dit heeft alles te maken met de weerbaarheid van de groep. Hoe gaat de groep bijvoorbeeld om met conflicten of sociale veranderingen? ⁴⁶

3.6 Sociale media

Wat zijn nu sociale media? En wat kun je ermee? Dit zijn vragen die worden beantwoord in deze paragraaf. Ook wordt er een beeld geschetst van het landschap van sociale media. Sociale media bestaan immers in vele soorten en maten.

3.6.1 Internet en sociale contacten

In de jaren '90 werd veel gespeculeerd over wat voor impact het internet zou hebben op sociale contacten en sociale netwerken. Er werd zowel positief als negatief over geschreven. Zo zou het internet een ware revolutie ontketenen en sociale relaties compleet over de kop gooien. Ook zou het internet de teloorgang voor sociale relaties betekenen.

Anno nu blijkt juist dat de online wereld in grote mate is vervlochten met de offline wereld. De revolutie is niet gekomen en online communicatiemiddelen hebben niet geleid tot de ondergang van sociale relaties. Het blijkt dat het internet een aanvulling is op de verschillende

⁴⁵ (Nationaal Kompas Volksgezondheid, 2009)

⁴⁶ (Aafke Komter, 2004)

communicatiemiddelen om sociale contacten te onderhouden. Ook de contacten die online worden onderhouden, bestaan in belangrijke mate uit familie en vrienden uit de offline wereld.

Het blijkt ook zo te zijn dat internet sociale relaties kan versterken. Maar dit lukt alleen als het initiatief hiertoe online en offline goed is geregeld. Denk hierbij bijvoorbeeld aan de integratie van allochtonen. Als zij in de echte wereld relatief veel contacten hebben met autochtonen dan zoeken zij online ook makkelijker contact. Dit leidt dus tot een versterking van sociaal contact.⁴⁷

Hechte relaties veranderen niet of nauwelijks door de komst van internet. Alleen de relaties die online worden aangegaan en wat minder hechte relaties veranderen sterk. Dit zijn sluimerende relaties waarin plotseling interactie kan ontstaan. Er kan zelf worden bepaald wanneer er interactie plaatsvindt.⁴⁸

Volgens onderzoek van Haythornthwaite (2002) zal in een hechte relatie eerder gebruik gemaakt worden van (sociale) media om zo de wijze van expressie te verbreden. Daarbij worden meerdere soorten communicatiemiddelen gebruikt om een relatie te onderhouden. In een hechte relatie worden ook sociale media eerder gebruikt. Als de banden minder hecht zijn dan zullen sociale media logischerwijs minder snel gebruikt worden en zal de adoptiewaarde lager zijn. Er wordt dan alleen gebruik gemaakt van de afspraken en middelen die zijn gefaciliteerd door de organisatie.⁴⁹

3.6.2 Wat zijn sociale media?

Sociale media zijn online platformen waar de gebruikers, zonder of met weinig tussenkomst van een professionele redactie, de inhoud verzorgen. Voorbeelden van sociale media zijn fora, weblogs, sociale netwerken zoals Facebook, Hyves of LinkedIn. Ook diensten zoals Twitter of YouTube vallen hieronder.

3.6.3 Het sociale media landschap

Inmiddels is er een uitgebreid landschap ontstaan van sociale media. Fred Cavazza, een internetconsulent uit Frankrijk, heeft dit sociale media landschap in kaart gebracht. In bijlage C is op een schematische wijze te zien welke verschillende soorten sociale media er zijn en wat hun onderlinge relatie is.

Het sociale media landschap van Fred Cavazza bestaat uit vier clusters en deze komen samen in het cluster sociale platformen. Hieronder worden deze clusters toegelicht:⁵⁰

- Expressie; toepassingen waarmee gebruikers hun mening kunnen geven, kunnen discussiëren over onderwerpen en samen kunnen komen.
- Netwerken; toepassingen waarmee gebruikers op zoek kunnen gaan, in contact kunnen treden en interactie kunnen hebben met anderen mensen met dezelfde interesses.
- Delen; toepassingen waarmee gebruikers allerlei verschillende soorten content kunnen publiceren of delen. Bijvoorbeeld tekst, video, afbeeldingen en muziek. Daarnaast kunnen ook ervaringen worden gedeeld, zoals reiservaringen en productervaringen.
- Games; met deze online toepassingen kunnen gebruikers met elkaar allerlei verschillende online spellen spelen, zoals: World of Warcraft, kaartspellen of Mahong.

Op sociale platformen, zoals Facebook en Hyves, kunnen gebruikers elkaar vinden. Ook kunnen gebruikers verschillende sociale media integreren in hun eigen profiel. Daarom staan de sociale platformen in het centrum van het sociale media landschap.⁵¹

⁴⁷ (Sociaal en Cultureel Planbureau, 2008)

⁴⁸ (Sociaal en Cultureel Planbureau, 2008)

⁴⁹ (Haythornthwaite, 2002)

⁵⁰ (Cavazza, 2009)

⁵¹ (Cavazza, 2009)

3.6.4 Welke sociale media zijn er?

Op dit moment zijn er vele initiatieven op het gebied van sociale media. En al deze sociale media worden gebruikt voor uiteenlopende onderwerpen die de mens bezig houdt. Hieronder worden de verschillende categorieën uiteengezet, inclusief enkele voorbeelden.

Een weblog (Expressie)

Een weblog is een website waarop met regelmaat berichten geplaatst worden. Deze berichten bestaan uit tekst, foto's, video of geluid. Een weblog kan gezien worden als een soort dagboek waar de schrijver zijn bezigheden in opschrijft. Daar reageren bezoekers dan op. Een weblog wordt geïnitieerd door zowel particulieren als bedrijven. Voorbeelden van websites waar weblogs kunnen worden aangemaakt zijn:

- Blogger: blogger.com
- Wordpress: wordpress.com
- Tumblr: tumblr.com
- Twitter: twitter.com

Twitter is ten opzichte van de andere voorbeelden een uitzondering op de regel. Het is namelijk een microblog waarop je berichten kunt plaatsen, die niet langer zijn dan 140 tekens. Deze berichten, ook wel tweets genoemd, kunnen bestaan uit zowel tekst als afbeeldingen, hyperlinks, video en geluid.

Een wiki (Expressie)

Een wiki is een website waarop gebruikers gezamenlijk webpagina's kunnen aanmaken en bewerken. Ook hierbij kunnen zowel tekst, foto's en videomateriaal worden toegevoegd. Een wiki is een handige toepassing om bijvoorbeeld kennis of andere informatie te omsluiten. Goede voorbeelden hiervan zijn:

- Wikipedia: wikipedia.nl
- Google sites: sites.google.com

Google Sites is een uitgebreide vorm van een Wiki. Alleen heeft Google in de loop der jaren vele functies toegevoegd. Zo kan men op een Google site nu video's van Youtube insluiten, een agenda toevoegen, foto's insluiten en een aangepaste Google Map invoegen.

Content delen (Delen)

Het wordt op het web steeds makkelijker om video's, foto's en audio met elkaar te delen. YouTube is daarvan een van de bekendste voorbeelden. Hier worden per dag miljoenen video's bekeken. Daarnaast zijn er ook nog vele andere websites waar content gedeeld kan worden. Voorbeelden hiervan zijn:

- YouTube: youtube.com
- Flickr: flickr.com
- Picasa: picasaweb.google.com
- Dropbox: dropbox.com

Deze kanalen zijn sociale media, omdat ze beschikken over sociale eigenschappen. Bij al deze kanalen kan bijvoorbeeld gediscussieerd worden over content. Er is een mogelijkheid tot reageren, delen of stemmen.

Alle websites die hierboven genoemd zijn, staan vol met verschillende soorten content. Op Flickr staan bijvoorbeeld vijf miljard foto's. De eigenaar bepaalt de toegang en het beheer van de content.

Sociale netwerken (Netwerken)

En dan als laatste de sociale netwerken op het web. Deze sociale netwerken hebben een sterke groei doorgemaakt de afgelopen jaren. Er bestaan veel verschillende sociale netwerken. Sommige hiervan zijn opgericht met een specifiek doel. Een voorbeeld hiervan is LinkedIn. Hier kun je als gebruiker een eigen netwerk opbouwen met je zakelijke relaties. Daarnaast kun je met Yammer of Ning zelf een sociaal netwerk opzetten voor een groep mensen of een organisatie. Voorbeelden van sociale netwerken zijn:

- Facebook: facebook.com
- Ning: ning.com
- Hyves: hyves.nl
- LinkedIn: linkedin.com
- Yammer: yammer.com

3.6.5 Sociale media specifiek voor de overheid

Naast deze sociale media bestaan er ook verschillende sociale media voor overheden in Nederland. Op het gebied van sociale netwerken bestaan onder andere Pleio, Ambtenaar 2.0 en Gemeente.nu. Op Pleio.nl kun je als overheidsorganisatie een eigen sociaal netwerk opzetten.⁵² Ambtenaar 2.0 en Gemeente.nu zijn specifiek bedoeld voor ambtenaren.

3.6.6 Sociale media en solidariteit, samenwerking en cohesie

Op het gebied van samenwerken, solidariteit en cohesie is veel onderzoek gedaan. Zo heeft onder andere Barnouw (2010) onderzoek gedaan naar de relatie tussen sociale media en samenwerking. Volgens haar bepaalt de mate van waardering voor een sociaal medium of deze geschikt is om in te zetten voor samenwerking. Ook concludeert zij dat de inzet van e-mail het minst geschikt wordt bevonden voor samenwerking.⁵³

Daarnaast concludeert Barnouw dat zowel vaardige als niet-vaardige sociale media gebruikers vinden, dat sociale media geschikt zijn voor het creëren van ontmoetingen en altruïsme. Er is sprake van altruïsme wanneer iemand behulpzaam is naar iemand anders, met geen of nauwelijks eigenbelang. Dit in tegenstelling tot de wat intensievere contacten als face-to-face contact.

Maar sociale media blijken ook breder inzetbaar te zijn. Door De Laat (2010) is in een literatuurstudie gedaan naar de kracht van sociale media voor de interne communicatie. Wat betreft samenwerken kunnen sociale media ervoor zorgen dat informatie makkelijker beschikbaar wordt. Door het gebruik van sociale media wordt het delen van informatie en het voeren van een discussie gemakkelijker.⁵⁴

Ook op andere vlakken kent het gebruik van sociale media voordelen voor een organisatie. Volgens het literatuuronderzoek van De Laat dragen sociale media bij aan efficiënte en snelle communicatie, de trots en verbinding van de organisatie en kan het de identiteit van de organisatie versterken. Ook zijn er door de komst van sociale media nieuwe mogelijkheden op het gebied van beleidscommunicatie. Dialogen tussen personen van verschillende organisaties kunnen gemakkelijker plaatsvinden en worden zo inzichtelijker. Hierdoor ontstaat meer participatie in de beleidsontwikkeling.

3.7 Synthese

Allereerst de onderlinge relatie tussen solidariteit, cohesie en samenwerking. Het blijkt dat deze factoren een onderlinge afhankelijkheid hebben.

⁵² (Berlo, 2011)

⁵³ (Barnouw, 2011, pp. 49-50)

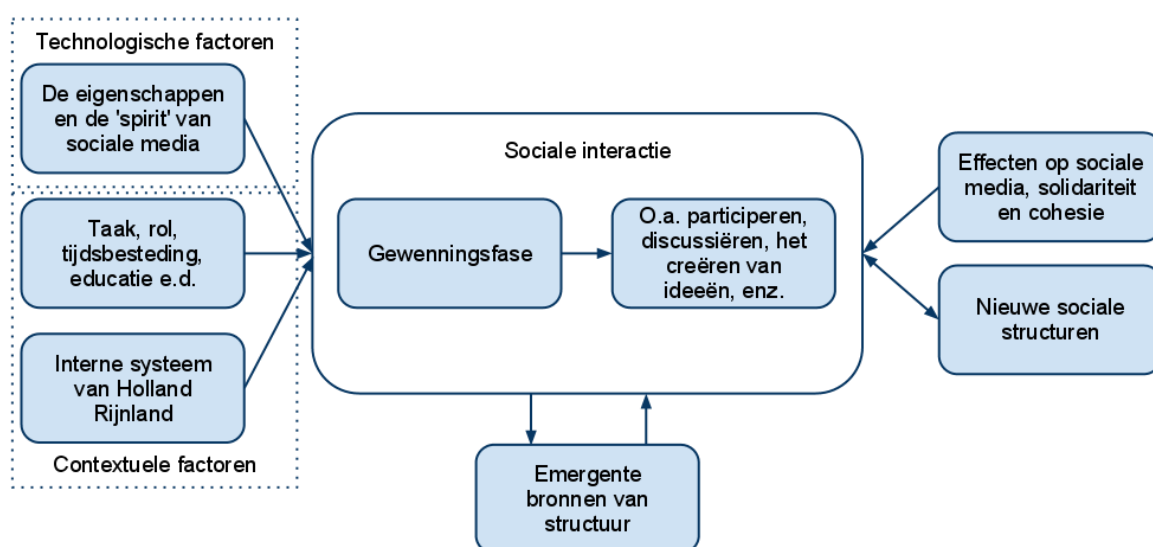
⁵⁴ (De Laat, 2010, pp. 15-17)

Het ontbreken van een van deze factoren heeft gevolgen voor de andere factoren. De factoren kunnen dus elkaar versterken of verzwakken.

Er is niet gebleken dat de ene factor een voorwaarde moet zijn voor de andere factoren. Wel kunnen solidariteit, samenwerking en cohesie niet zonder elkaar ontstaan. Mocht bijvoorbeeld de solidariteit wegvallen dan kan dit nadelige gevolgen hebben voor de samenwerking. Men kan zich bijvoorbeeld minder hard inzetten om een bepaald doel te bereiken.

Sociale media kunnen van invloed zijn op de relatie tussen samenwerking, solidariteit en cohesie. De sociale media blijken eigenschappen te bevatten die het mogelijk maken om elkaar te leren kennen, begrip voor elkaar te krijgen en over bepaalde onderwerpen te discussiëren.

Een succesvol gebruik van sociale media is echter wel afhankelijk van een aantal factoren zoals te zien in het schema van de *Adaptive Structuration Theory*. Hieronder opnieuw het schema zoals van toepassing op Holland Rijnland.



Aan de linkerkant de input voor de sociale interactie. Dit bestaat allereerst uit de gedachten achter en de eigenschappen van de verschillende sociale media, oftewel de technologische factoren. Daaronder staan de contextuele factoren weergegeven. Deze bestaan uit de structuur van Holland Rijnland (opbouw, verhoudingen, wijze van communiceren) en andere bronnen die van invloed zijn zoals tijdsbesteding, de rol of de beschikbare faciliteiten.

Daarna volgt weer het proces van interactie. Hierin zit een gewenningsfase en vervolgens de processen die in deze situatie daarop volgen. In het geval van sociale media kunnen er uiteenlopende processen ontstaan, zoals het vormen van discussies, het creëren van ideeën, een bepaalde mate van participatie en andere uiteenlopende processen.

De uitkomst van deze sociale interactie heeft een bepaald effect op de solidariteit, sociale cohesie en samenwerking binnen Holland Rijnland. Daarnaast kunnen ook nieuwe sociale structuren ontstaan.

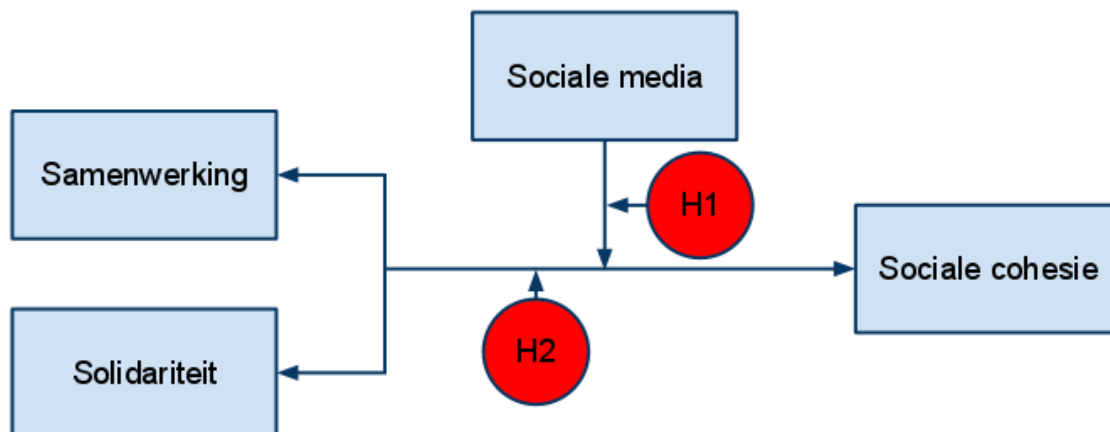
3.8 Conceptueel model

Aan de hand van het conceptueel model zijn twee hypothesen geformuleerd. Deze twee hypothesen kunnen worden gebruikt bij het opstellen van de vragenlijst voor de doelgroep. Hieronder de twee hypothesen:

1. Het gebruik van sociale media heeft een positieve invloed op de relatie tussen sociale cohesie, samenwerking en solidariteit binnen een samenwerkingsverband.

2. Solidariteit, samenwerking en sociale cohesie binnen een samenwerkingsverband hebben invloed op elkaar.

Het conceptueel model ziet er nu zo uit:



Voor dit onderzoek is het onderzoeken van de eerste hypothese het meest relevant. Om deze vraag te kunnen is er een antwoord nodig op de volgende vragen:

1. Wat weten bestuurders en raadsleden over sociale media?
2. Welke sociale media gebruiken raadsleden en bestuurders?
3. Voor welke doeleinden gebruiken raadsleden en bestuurders sociale media?
4. Wat zijn voor raadsleden en bestuurders drempels om sociale media te gebruiken?
5. Gebruiken raadsleden en bestuurders sociale media om te communiceren met raadsleden en of bestuurders uit andere gemeenten uit Holland Rijnland?
6. Wat zijn de percepties van raadsleden en bestuurders omtrent sociale media m.b.t. de solidariteit, samenwerking en sociale cohesie binnen Holland Rijnland?

4 Methoden van onderzoek

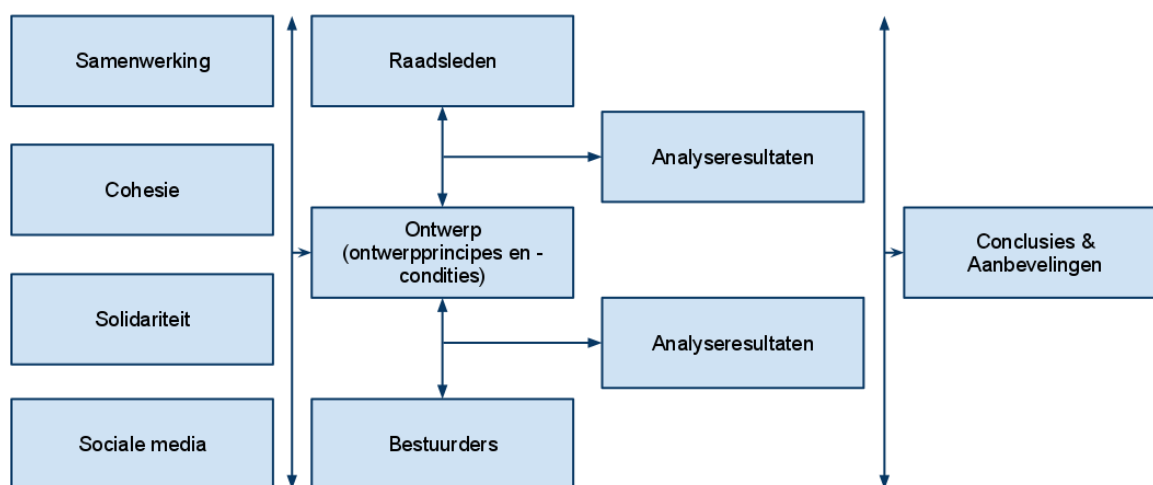
Bij de probleemstelling zijn de volgende onderzoeksvragen geformuleerd:

1. Hoe verloopt het communicatieproces tussen het bestuur van Holland Rijnland en de raads- en collegeleden?
2. Wat zijn sociale media?
3. Wat zijn solidariteit en sociale cohesie?
4. Hoe verloopt nu de samenwerking tussen de raadsleden en bestuurders van de verschillende gemeenten in Holland Rijnland?
5. Wat zijn de percepties van raadsleden en bestuurder op het gebruik van sociale media en samenwerking?
6. Welke sociale media kunnen een rol spelen bij het versterken van solidariteit en samenwerking?
7. Wat zijn de randvoorwaarden voor het gebruik van sociale media binnen Holland Rijnland?

In de organisatieomschrijving is de eerste deelvraag deels beantwoord. Hierin is beschreven welke middelen Holland Rijnland inzet om de raadsleden en bestuurders uit de verschillende gemeentes te bereiken. Verder onderzoek moet vaststellen hoe raadsleden en bestuurders dit ervaren.

In het theoretisch kader zijn vraag 2, 3 en 4 beantwoord. Eerst wordt op basis van het theoretisch kader een onderzoeksmodel weergegeven. Ook wordt de keuze van dit ontwerp toegelicht. Daarna wordt aandacht besteed aan de onderbouwing van de gekozen populatie en steekproef.

4.1 Onderzoeksmodel

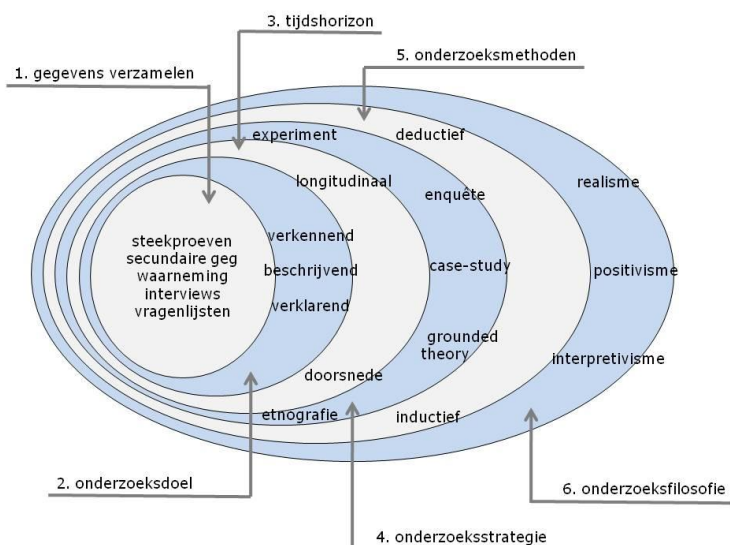


In het onderzoeksmodel is op een schematische wijze weergegeven welke stappen nodig zijn om tot conclusies en aanbevelingen te komen. Het theoretisch kader leidt tot ontwerpprincipes en -condities (zie conceptueel model). Hier worden de antwoorden op de vragen voor de bestuurders en raadsleden aan toegevoegd. Dit levert dan, na de analyse van de resultaten een aantal aanbevelingen op.

4.1.1 Beschrijving en verantwoording van het onderzoeksinstrument

Bij het type ontwerpgericht onderzoek, moeten naast het bestuderen van de bestaande literatuur, ook de wensen en voorwaarden van de toekomstige stakeholders worden meegewogen. Dit is duidelijk een andere aanpak dan bij andere onderzoekstypes. Hier wordt alleen gekeken of een

bepaalde theorie van toepassing is op situatie. De theorie en praktijk zijn dus verweven met elkaar.



Om te bepalen welke aanpak het beste past bij het vraagstuk is de onderzoeks-ui van Saunders e.a. (2006) gebruikt.⁵⁵ Door vanuit de kern naar buiten te werken is de keuze voor een onderzoeksvorm logisch gemaakt.

- Onderzoeksfilosofie: Uitgangspunt is het interpretivisme. De situatie is uniek en complex te noemen. De doelgroep kent verschillende opvattingen over het probleem.
- Onderzoeksmethode: Argumenten voor het doen van conclusies en aanbevelingen moeten worden gevonden bij de doelgroep. Het gaat dus om *inductief* onderzoek.
- Onderzoeksstrategie: Het gaat om een vrij grote groep respondenten en de vragen voor hen zijn hetzelfde. Daarom is gekozen voor een evaluatie.
- Tijdshorizon: De online vragenlijst en het telefonische nagesprekken wordt eenmalig uitgezet. Het gaat dus om een momentopname.
- Onderzoeksdoel: In dit onderzoek wordt er *verkend* wat de percepties zijn van raadsleden en bestuurders rond het gebruik van sociale media en de samenwerking.
- Verzameling van gegevens: Gekozen is voor online vragenlijsten, ondersteunt door telefonische nagesprekken om de onderzoeksdata te valideren en te controleren.

29

4.1.2 De telefonische nagesprekken bij de online vragenlijst

Aan de hand van de online vragenlijst kan worden afgeleid wat de percepties zijn van raadsleden en bestuurders op het gebied van sociale media en de huidige samenwerking.

Om de uitslag van de online vragenlijst te checken zijn telefonische nagesprekken georganiseerd. Ook zijn de telefonische nagesprekken bedoeld om de onderzoeksresultaten van een aantal opmerkingen te voorzien. Respondenten voor deze telefonische nagesprekken zijn geworven in de online vragenlijst. Er zijn negen telefonische nagesprekken gehouden.

4.2 Onderzoeksmateriaal

Het onderzoeksmateriaal voor dit onderdeel is te verdelen in twee bronnen, namelijk de onderzoekssubjecten en de literatuur. Vanuit deze verdeling valt op een overzichtelijke wijze een overzicht te maken van het onderzoeksmateriaal.

Op de volgende pagina een tabel met het onderzoeksmateriaal voor het veldwerk.

⁵⁵ (Schop)

Bronnen	Soort/ aantal	Ontsluiting
Personen	Raadsleden	Vragenlijst/nagesprekken
	Bestuurders	Vragenlijst/nagesprekken

4.3 Populatie/steekproef

Voor dit onderzoek zal gebruik gemaakt worden van de gestratificeerde steekproef. Dit wil zeggen dat de onderzoekspopulatie wordt verdeeld in meerdere groepen. In het geval van Holland Rijnland zijn dat twee groepen, namelijk de bestuurders en de raadsleden.

Per deelpopulatie wordt een enkelvoudige aselechte steekproef getrokken. In iedere deelpopulatie heeft dus iedereen evenveel kans om in de steekproef te komen.

Voor het bepalen van de steekproefgrootte van de deelpopulaties is een steekproefcalculator gebruikt. Deze steekproefcalculator kijkt naar de grootte van de populatie, de betrouwbaarheid van het onderzoek en de nauwkeurigheid van de resultaten.

Meer informatie is te vinden op de website van Alles over marktonderzoek punt NL:
<http://goo.gl/IfWFI>.

4.3.1.1 De raadsleden

Steekproefmarge	5%
Betrouwbaarheidspercentage	95%
Grootte van de populatie	339
Verwachte uitkomst (vertekening van het resultaat)	50%
Steekproefgrootte	181

4.3.1.2 De bestuurders

Steekproefmarge	5%
Betrouwbaarheidspercentage	95%
Grootte van de populatie	68
Verwachte uitkomst (vertekening van het resultaat)	50%
Steekproefgrootte	58

4.4 Online vragenlijst

Om de hypothese te falsificeren dan wel te verifiëren zijn bij het conceptueel model een aantal vragen gesteld. Deze vragen dienen als input voor de online vragenlijst. Allereerst volgen een aantal algemene vragen (leeftijd, geslacht, partij, rol en gemeente). Daarna volgen categorische vragen over welke sociale media de respondenten kennen, welke zij gebruiken, waarom zij sociale media wel of niet gebruiken en met wie zij communiceren via sociale media.

Hierna volgen stellingen waarin gevraagd wordt naar de percepties over de solidariteit, de cohesie en de samenwerking binnen het samenwerkingsverband. Ook is er gevraagd naar de percepties over de bijdrage van sociale media binnen het samenwerkingsverband. Bij deze vragen konden de respondenten kiezen tussen Helemaal eens, Eens, Neutraal, Oneens, Helemaal oneens.

Deze vragenlijst is door de onderzoeker opgesteld en getoetst en waar nodig aangescherpt in overleg met de begeleider van Holland Rijnland, Klaas Verschuure. Daarna zijn de respondenten middels e-mail uitgenodigd om deel te nemen aan de online vragenlijst. Ook is op de helft van de onderzoeksperiode een herinnering gestuurd via de e-mail alsmede een uitnodiging via de nieuwsbrief van Holland Rijnland.

De vragenlijst is afgenomen op via Limesurvey, open-source software voor het afnemen van vragenlijsten. Zie <http://www.limesurvey.org>. Hierna is de onderzoeksdata geëxporteerd naar SPSS, versie 19. Aan de respondent is ook gevraagd of hij of zijn wil deelnemen aan een telefonisch nagesprek. Hier hebben 68 respondenten positief op gereageerd.

De categorische data zijn in dit onderzoek als aantallen en percentages in tabellen weergegeven. Zo wordt de onderzoeksdata gepresenteerd in een aantal kruistabellen en grafieken.

Om te toetsen of de eerder beschreven hypothese geverifieerd of gefalsificeerd kan worden, werd door middel van een Chi-kwadraat test onderzocht of er statistische verschillen zijn in het gebruik en de perceptie ten opzichte van sociale media tussen raadsleden en bestuurders. Een P-waarde $< 0,05$ wordt als statistisch significant beschouwd. Alle statistische analyses zijn uitgevoerd met SPSS software (versie 19.0, SPSS Inc., Chicago, Illinois).

4.5 Telefonische nagesprekken

Na de online vragenlijst is er een korte analyse gedaan naar de onderzoeksdata. In deze korte analyse zijn de relevante en opmerkelijke resultaten van de online vragenlijst op een rij gezet. Aan de hand daarvan heeft de onderzoeker een vragenlijst opgesteld. Deze vragenlijst is in samenspraak met Klaas Verschuure opgesteld en getoetst en waar nodig aangescherpt.

Hieronder de vragen die in deze telefonische nagesprekken zijn gesteld:

- Heeft het gebruik van sociale media consequenties voor hoe u tegen Holland Rijnland aankijkt?
- Hoe komt u aan uw informatie over wat er in Holland Rijnland gebeurt? *Alleen gesteld als de respondent geen sociale media gebruikt.*
- Hoe belangrijk vindt u de regionale samenwerking?
- Wordt er in uw gemeente verschillend tegen regionale samenwerking aangekeken?
- Hoe kunnen sociale media bijdragen aan de informatievoorziening in Holland Rijnland? Wat zou de rol van Holland Rijnland hierin kunnen zijn? En welke sociale media zijn hiervoor het meest geschikt?
- Wat zouden voorwaarden kunnen zijn voor het gebruik van sociale media, bijvoorbeeld trainingen, workshops of andere voorwaarden?

De gesprekken duurden ongeveer tien tot twintig minuten. Er zijn geen significante verschillen tussen de verschillende gemeenten, tussen raadsleden of bestuurders en onderling of tussen de verschillende partijen in de online vragenlijst. Daarom zijn de respondenten willekeurig benaderd.

De gesprekken zijn opgenomen met audioapparatuur de opmerkingen bij de vragen zijn opgeschreven. Alle opmerkingen zijn per vraag gesorteerd. Zo zijn de verschillen tussen de antwoorden op een overzichtelijke wijze weergegeven.

4.6 Activiteiten

Hieronder een lijst van alle activiteiten gedaan in de onderzoeksperiode:

Taken	Data
Voorbereidingen online vragenlijst:	18 april 2011
Start online vragenlijst, uitnodiging verzenden:	21 april 2011
Herinneringsuitnodiging:	28 april 2011
Einde online vragenlijst:	06 mei 2011
Verwerken online vragenlijst	7 mei – 9 mei 2011
Opstellen vragenlijst telefonische nagesprek	10 mei 2011
Uitvoeren telefonische nagesprekken	12 mei – 13 mei, 18 mei 2011
Verwerking telefonische nagesprekken	19 mei 2011

5 Onderzoeksresultaten

In dit hoofdstuk aandacht voor de onderzoeksresultaten van de online enquête en de daarop volgende telefonische enquête. De vragen die gesteld zijn bij de telefonische enquête zijn op basis van de online enquête. In dit hoofdstuk worden de belangrijkste resultaten weergegeven. Een uitgebreid overzicht van de onderzoeksresultaten is in bijlage E opgenomen.

5.1 Opkomst en respondenten

Er zijn 140 raadsleden die de online vragenlijst hebben ingevuld, dit is een respons van 41,3 procent. Bij de bestuurders is de respons net iets lager. Uit deze groep hebben 26 respondenten de enquête ingevuld, dit komt neer op een respons van 38,2 procent.

Allereerst iets over de opkomst per gemeente, onderverdeeld in raadsleden en bestuurders. De grootste gemeenten, Alphen aan den Rijn, Leiden en Katwijk scoren hoog. Ook de gemeente Teylingen (2^{de} plaats) en de gemeente Kaag en Braassem scoren komen voor in de top vijf.

Respons per rol en gemeente

Gemeente	Raadsleden	Bestuurders	Totaal
Alphen aan den Rijn	12 (8,6%)	3 (11,5%)	15 (9,0%)
Hillegom	8 (5,7%)	3 (11,5%)	11 (6,6%)
Kaag en Braassem	10 (7,1%)	4 (15,4%)	14 (8,4%)
Katwijk	14 (10,0%)	1 (3,8%)	15 (9,0%)
Leiden	21 (20,0%)	2 (7,7%)	23 (13,9%)
Leiderdorp	9 (6,4%)	2 (7,7%)	11 (6,6%)
Lisse	8 (5,7%)	1 (3,8%)	9 (5,4%)
Nieuwkoop	6 (4,3%)	1 (3,8%)	7 (4,2%)
Noordwijk	5 (3,6%)	1 (3,8%)	6 (3,6%)
Noordwijkerhout	9 (6,4%)	0 (0,0%)	9 (5,4%)
Oegstgeest	9 (6,4%)	1 (3,8%)	10 (6,0%)
Rijnwoude	9 (6,4%)	2 (7,7%)	11 (6,6%)
Teylingen	13 (9,3%)	4 (15,4%)	17 (10,2%)
Voorschoten	2 (1,4%)	0 (0,0%)	2 (1,2%)
Zoeterwoude	5 (3,6%)	1 (3,8%)	6 (3,6%)
Totaal	140	26	166

Bij de respons per partij scoort de VVD met 25,9 procent het beste. Daarna volgt het CDA als tweede partij. De Partij van de Arbeid en de lokale partijen hebben een gedeelde plaats met beide 12,7 procent van het totaal.

Respons per partij

Partij	Aantal respondenten (N=166)
Lokale partij	21 (12,7%)
VVD	43 (25,9%)
CDA	34 (20,5%)
D66	17 (10,2%)
PvdA	21 (12,7%)
ChristenUnie	7 (4,2%)
SGP	4 (2,4%)
Progressieve combinaties	5 (3,0%)
GroenLinks	9 (5,4%)
SP	3 (1,8%)

5.2 Welke verschillende sociale media worden gebruikt?

Totaal gebruikt 73,5 procent van de respondenten sociale media. De Chi kwadraat toets wijst uit dat er geen verschillen zijn tussen bestuurders en raadsleden. LinkedIn is verreweg het meest gebruikte sociale medium door zowel raadsleden als bestuurders. Het wordt gebruikt door 81 raadsleden, wat

neerkomt op 57,9 procent. Ook bij de bestuurders scoort LinkedIn hoog. Daar gebruiken 18 respondenten LinkedIn, wat neer komt op 69,2 procent.

Als tweede komt Twitter uit de bus. Bij de raadsleden twitteren 66 respondenten en bij de bestuurders doen dit 14 respondenten. Dit komt neer op respectievelijk 47,1 procent en 53,8 procent van het totaal.

Welke sociale media worden gebruikt	Raadsleden (N=140)		Bestuurders (N=26)	
Twitter	66	47,1%	14	53,8%
Facebook	55	39,3%	11	42,3%
LinkedIn	81	57,9%	18	69,2%
Weblog	25	17,9%	9	34,6%
Wiki	9	6,4%	1	3,8%
Yammer	10	7,1%	6	23,1%
Hyves	41	29,3%	7	26,9%
Partijgebonden website met weblog of discussiemogelijkheden	42	30,0%	0	0,0%
Anders	0	0,0%	0	0,0%

De percentages zijn op basis van 140 raadsleden en 26 bestuurders.

5.3 Waarom worden sociale media gebruikt?

Sociale media worden het meest gebruikt om te netwerken. Ruim de helft van de respondenten geeft dit aan te doen via sociale media. Daarnaast wordt er via sociale media ook veel aan kennisdeling gedaan en aan discussie.

Reden om sociale media te gebruiken	Raadsleden (N=101)	Bestuurders (N=21)
Het delen van kennis	69 (68,3%)	13 (61,9%)
Het aangaan van discussies	60 (59,4%)	7 (33,3%)
Elkaar beter leren kennen	38 (37,6%)	2 (9,5%)
Netwerken	88 (87,1%)	16 (76,2%)
Anders	24 (23,8%)	7 (33,3%)

33

Sociale media worden het meest ingezet om in contact te treden met burgers. Bij zowel de raadsleden als de bestuurders is dit de voornaamste doeleinde. Daarnaast is het voor zowel raadsleden als bestuurders een belangrijk middel om het eigen standpunt bekend te maken.

Doeleinden voor gebruik sociale media	Raadsleden (N=101)	Bestuurders (N=21)
Om in contact te treden met burgers	76 (75,2%)	13 (61,9%)
Om in contact te treden met (potentiële) kiezers	54 (53,5%)	8 (38,1%)
Om het eigen standpunt bekend te maken	65 (64,4%)	12 (57,1%)
Om in contact te treden met politici binnen de eigen gemeente	59 (58,4%)	11 (52,4%)
Om in contact te treden met politici uit andere gemeenten	49 (48,5%)	12 (57,1%)
Om in contact te treden met politici van de eigen partij	55 (54,5%)	9 (42,9%)

5.4 Waarom worden er geen of enkele sociale media gebruikt?

Bij de online vragenlijst is ook gevraagd waarom respondenten geen of slechts enkele sociale media willen gebruiken. Hierbij werd aangegeven dat gebrek aan tijd de belangrijkste reden is om sociale media niet of in beperkte mate te gebruiken.

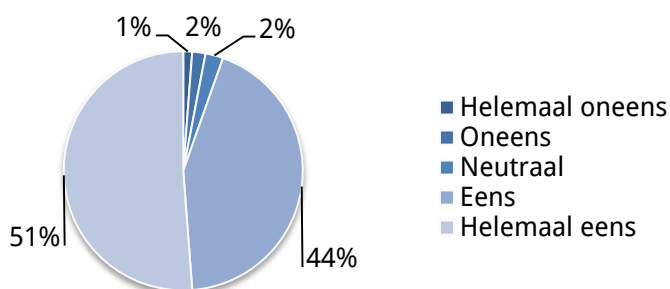
Waarom geen sociale media?	Raadsleden (N=37)	Bestuurders (N=5)
Ik zie het nut niet in van sociale media	10 (27,0%)	0 (0%)
Ik weet weinig van sociale media af	10 (27,0%)	1 (20%)
Ik heb weinig tijd om sociale media te gebruiken	14 (37,8%)	4 (80%)
Anders	6 (16,2%)	1 (20%)

Waarom gebruikt u slechts enkele sociale media? Alleen gesteld bij gebruik van een of twee sociale media.	Raadsleden (N=17)	Bestuurders (N=4)
Ik zie het nut niet in van andere sociale media	2 (11,8%)	1 (25%)
Ik weet te weinig van andere sociale media af	2 (11,8%)	0 (0,0%)
Ik heb te weinig tijd om andere sociale media te gebruiken	11 (64,7%)	3 (75%)
Anders	2 (11,8%)	0 (0,0%)

5.5 Percepties op samenwerking

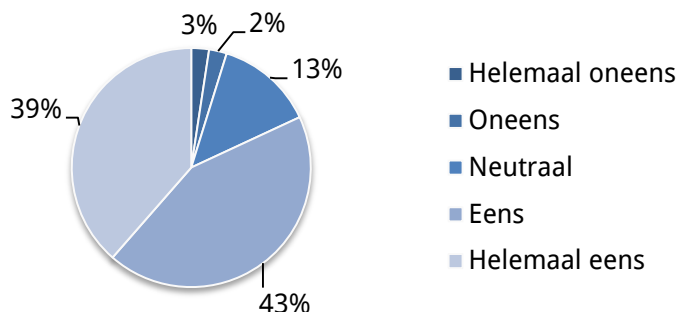
Verreweg de meeste respondenten vinden het belangrijk dat er sprake is van een goede samenwerking tussen de gemeenten van de regio Holland Rijnland. 95 procent van de respondenten is het eens met de onderstaande stelling.

Het is belangrijk dat er tussen de gemeenten binnen Holland Rijnland sprake is van een goede samenwerking



Ook bij de vraag of het belangrijk is om te investeren in regionale verbondenheid is men erg positief. 82 procent van de respondenten geeft aan het belang hiervan in te zien.

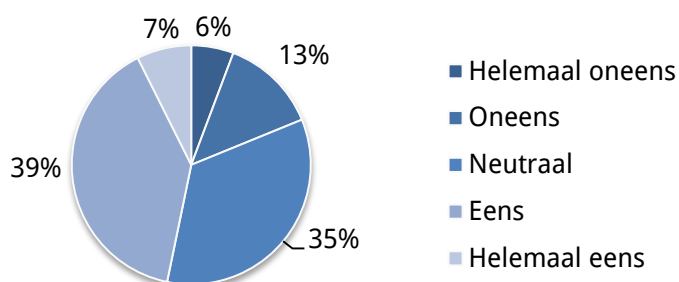
5.5.1.1 Het is erg belangrijk te investeren in regionale verbondenheid



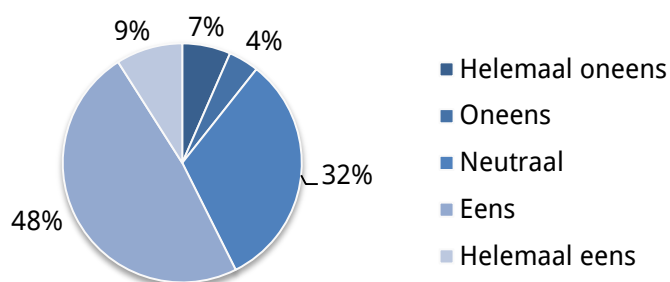
5.6 Percepties op sociale media en Holland Rijnland

In de online vragenlijst is een aantal stellingen opgenomen over sociale media en Holland Rijnland. Bij alle stellingen gaat het merendeel van de respondenten er vanuit dat sociale media kunnen bijdragen aan de solidariteit, cohesie en samenwerking binnen Holland Rijnland.

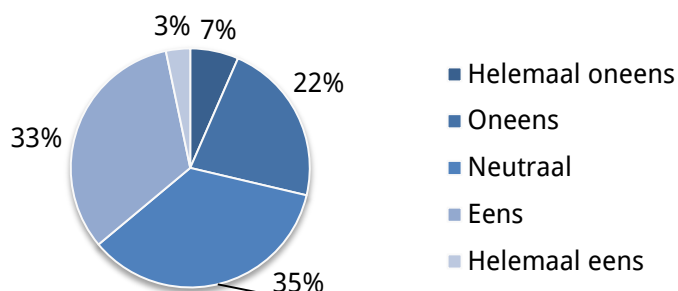
Sociale media kunnen de gemeenten in Holland Rijnland dichter bij elkaar brengen



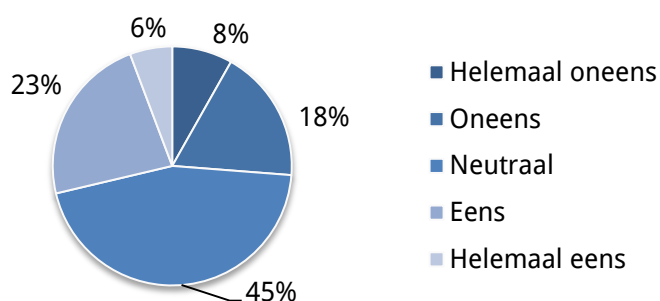
Door het gebruik van sociale media krijg ik meer inzicht in wat er gebeurt in andere gemeenten



Het gebruik van sociale media kan bijdragen aan de solidariteit tussen gemeenten in Holland Rijnland



De samenwerking tussen gemeenten kan sterk verbeterd worden door het gebruik van sociale media



5.7 Telefonische nagesprekken

In navolging van de online vragenlijst zijn er telefonische nagesprekken georganiseerd. Deze zijn bedoeld om de onderzoeksresultaten te controleren en van extra opmerkingen te voorzien.

Voor de telefonische nagesprekken zijn negen respondenten benaderd uit de online vragenlijst. Deze groep bestaat alleen uit raadsleden en zij zijn lid van diverse gemeenten. De deelnemers aan de nagesprekken komen uit Alphen aan den Rijn (1), Kaag en Braassem (1), Katwijk (1), Leiden (3), Leiderdorp (2), Nieuwkoop (1), Oegstgeest (1).

De respondenten geven aan dat het gebruik van sociale media geen consequenties heeft voor hoe men tegen sociale media aankijkt. Men gaat eerder uit van de percepties die er al waren over het samenwerkingsverband.

De respondenten die aangaven geen sociale media te gebruiken, hebben andere manieren om aan hun informatie te komen over Holland Rijnland. Het voornaamste medium hiervoor is e-mail, daarnaast wordt ook de website van Holland Rijnland bezocht en ontvangt men de stukken via de diverse vergaderingen.

De respondenten die zijn ondervraagd, geven aan dat zij belang hechten aan regionale samenwerking. Dit geldt ook voor het samenwerkingsverband Holland Rijnland (in de regio zijn er ook nog andere samenwerkingsverbanden). De respondenten gaven aan echter wel bezorgd te zijn over de democratische legitimiteit die bij regionale samenwerking komt kijken.

"Ik zit er dubbel in. Het is belangrijk dat je dingen afstemt. Maar dit moet niet ten koste gaan van de autonomie van de gemeente. En daar lijkt het soms op." - raadslid Kaag en Braassem.

"Regionale samenwerking is gewoon een must." - raadslid Nieuwkoop.

Volgens de respondenten worden er, binnen hun gemeente, verschillend aangekeken tegen regionale samenwerking. Zij zijn van mening dat sommige partijen *intern gericht* zijn en weinig aandacht hebben voor Holland Rijnland.

Voor wat betreft de informatievoorziening vanuit via sociale media Holland Rijnland zien alle respondenten een rol weggelegd voor Holland Rijnland. Meerdere malen werd de suggestie gedaan om een soort digitaal platform op te zetten. Ook werd aangegeven dat Holland Rijnland meer moet doen met Twitter. Dit wordt op dit moment alleen gebruikt voor mededelingen voor wijzigingen op de website. De respondenten zijn van mening dat hier meer uit te halen is.

"Holland Rijnland kan de opinievormende rol innemen. Bijvoorbeeld via Twitter om zo een openbare discussie te creëren." - raadslid Leiden

De respondenten gaven ook aan dat zij nog niet helemaal tevreden zijn met de informatievoorziening vanuit Holland Rijnland. Ze zouden graag meer op de hoogte gehouden willen worden van de (tussentijdse) ontwikkelingen binnen Holland Rijnland.

"Jullie gaan allemaal veel te hard. Wij zouden graag een politiek inhoudelijk debat willen voeren" - raadslid Katwijk

Daarnaast vertelde sommige respondenten dat Holland Rijnland zich juist afzijdig moet houden voor wat betreft sociale media. Volgens hen moet op een wat meer organische manier begonnen worden met sociale media. De keuze voor het gebruik van sociale media, in welke hoedanigheid dan ook, ligt volgens hen bij de raadsleden en bestuurders zelf.

"Ik zou geen cursus ervoor gaan geven en geen aparte website oprichten en ook niemand ervoor in vaste dienst nemen. Ik zou het overlaten aan de ontwikkelingen. Als je investeert in het ene medium en iedereen gebruikt een ander medium dan heb je een misinvestering gedaan." - raadslid Leiderdorp

“Er is niet echt een rustig platform waar je afgewogen beschouwingen kunt lezen met reacties daarop. Ik vind dat dit ontbreekt. Holland Rijnland zou dat zeker kunnen initiëren.” – raadslid Leiden

Op de vraag welke voorwaarden de respondenten zouden stellen aan sociale media gaven een aantal respondenten aan wel iets te voelen voor educatie of voorlichting. Volgens hen is dit bijvoorbeeld in de vorm van een workshop bij een regiocongres of een andere bijeenkomst te verwezenlijken.

6 Conclusies

Als belangrijkste hoofdstuk van dit onderzoek worden hier de conclusies getrokken en de probleemstelling beantwoord. Hier volgt eerst de probleemstelling waarna de deelvragen worden beantwoord:

(Hoe) kunnen sociale media de onderlinge samenwerking en solidariteit tussen raadsleden en bestuurders van de gemeenten binnen de regio Holland Rijnland onderling versterken zodat de sociale cohesie kan worden vergroot?

En de deelvragen:

1. Hoe verloopt het communicatieproces tussen het bestuur van Holland Rijnland en de raads- en collegeleden?
2. Wat zijn sociale media?
3. Wat is solidariteit en sociale cohesie?
4. Hoe verloopt nu de samenwerking tussen de raadsleden en bestuurders van de verschillende gemeenten in Holland Rijnland?
5. Wat zijn de percepties van raadsleden en bestuurder op het gebruik van sociale media en samenwerking?
6. Welke sociale media kunnen een rol spelen bij het versterken van solidariteit en samenwerking?
7. Wat zijn de randvoorwaarden voor het gebruik van sociale media binnen Holland Rijnland?

De conclusies zijn gebaseerd op de organisatieanalyse, het theoretisch kader en het veldonderzoek.

6.1 Beantwoording van de deelvragen

1. Hoe verloopt het communicatieproces tussen het bestuur van Holland Rijnland en de raads- en collegeleden?

Binnen Holland Rijnland wordt een uitgebreide communicatiemix ingezet om raadsleden en bestuurders te bereiken. Er wordt gebruik gemaakt van onder andere een website, een nieuwsbrief en een magazine. Daarnaast wordt ieder jaar een regiocongres georganiseerd.

Naast deze communicatiemiddelen zoekt men elkaar op via verschillende sociale media. Zo gebruiken raadsleden en bestuurders veel sociale media om met elkaar te netwerken en standpunt aan elkaar duidelijk te maken. De twee voornaamste sociale media die daarvoor gebruikt worden zijn LinkedIn en Twitter.

De respondenten van de telefonische nagesprekken zijn van mening dat er in de communicatie vanuit Holland Rijnland ruimte is voor verbetering. Zij zouden graag meer betrokken willen worden over de wat er binnen Holland Rijnland speelt.

2. Wat zijn sociale media?

In het theoretisch kader is een uitgebreide beschrijving terug te vinden van de belangrijkste sociale media en de verschillende vormen van sociale media. Voor overheidsorganisaties zijn er specifieke sociale media zoals Pleio.nl, Gemeente.nu en Ambtenaar 2.0.

Naast een duiding van de verschillende sociale media is er ook gekeken naar het gebruik ervan. Het blijkt dat sociale media geschikt zijn voor het creëren van ontmoetingen en altruïsme. Ook blijkt het gebruik van sociale media een belangrijke bijdrage te kunnen leveren aan het verspreiden van informatie, een versterkte binding aan een organisatie en een versterkte identiteit van de organisatie.

3. *Wat is solidariteit en sociale cohesie?*

In het theoretisch kader worden solidariteit en sociale cohesie gedefinieerd. Beide termen hebben veel met elkaar te maken en zijn dan ook belangrijke voorwaarden voor het samenwerkingsverband Holland Rijnland.

Solidariteit wordt bekeken vanuit twee verschillende zienswijzen. Bij de ene zienswijze is er sprake van solidariteit als er binnen een groep personen of tussen organisaties consensus is bereikt. De andere zienswijze gaat er vanuit dat solidariteit ontstaat als conflicten en tegenspraak zijn weggenomen. Natuurlijk moet er de bereidheid of de wil zijn om dit gedrag te tonen.

Sociale cohesie is min of meer een gevolg van deze solidariteit en deze bestaat uit de kleeftkracht tussen personen en of leden van organisaties. Daarbij gaat om de mate van gedeelde opvattingen en de mate van sociale participatie.

4. *Hoe verloopt nu de samenwerking tussen de raadsleden en bestuurders van de verschillende gemeenten in Holland Rijnland?*

Uit de online vragenlijst blijkt dat 37 procent van de respondenten sociale media gebruiken om contact te hebben met politici uit andere gemeenten. Dit doen zij om kennis te delen, discussies aan te gaan en om te netwerken. Er is geen significant verschil tussen raadsleden en bestuurders met betrekking tot het gebruik van sociale media en ook niet tussen de gemeenten.

De respondenten uit de telefonische nagesprekken geven ook aan op andere manieren met elkaar te samenwerken. En dit gebeurt soms ook buiten de context van Holland Rijnland. Dit onderzoek sluit echter niet uit of het hier gaat om specifieke en incidentele contacten. De onderzoeksgroep is daarvoor te klein.

5. *Wat zijn de percepties van raadsleden en bestuurder op het gebruik van sociale media en samenwerking?*

Uit de online vragenlijst blijkt dat al een behoorlijk aantal respondenten positief staan tegenover het gebruik van sociale media in Holland Rijnland. Uit de respons van de online vragenlijst blijkt namelijk dat:⁵⁶

- 57 procent van de respondenten geeft aan deze in te zetten om op de hoogte te blijven van wat er zich in andere gemeenten afspeelt.
- 46 procent van de respondenten is van mening dat sociale media de gemeenten uit Holland Rijnland dichterbij elkaar kan brengen.

Daarnaast is er bij de stellingen door de respondenten ook veel neutraal gestemd. Dit geeft aan dat de groep respondenten die positief zijn zou kunnen oplopen. Hier kan Holland Rijnland een rol in spelen.

Uit de telefonische nagesprekken kwam naar voren dat de meningen varieerden over de rol van Holland Rijnland bij het gebruik van sociale media. Sommige respondenten gaven aan dat Holland Rijnland op het gebied van sociale media een digitaal platform zou moeten creëren. Enkele respondenten gaven juist aan dat dit meer organisch moet groeien en dat Holland Rijnland zich niet moet bemoeien met het sociale mediagebruik.

6. *Wat zijn de randvoorwaarden voor het gebruik van sociale media binnen Holland Rijnland?*

Uit de online vragenlijst kwam naar voren dat tijd een van de belangrijkste drempels is om sociale media te gebruiken. 42,9 procent van de respondenten die geen sociale media te gebruiken doen dit

⁵⁶ Deze percentages zijn op basis van 122 personen die aangaven sociale media te gebruiken.

niet door tijdgebrek. Bij de respondenten die een of enkele sociale media gebruiken is dit 66,7 procent.

Sommige respondenten bij de telefonische nagesprekken gaven aan dat educatie belangrijk kan zijn om meer aandacht te vestigen op sociale media. Al stellen deze respondenten dit niet als een belangrijke voorwaarde. Er werden suggesties gedaan zoals het organiseren van workshops of trainingen, bijvoorbeeld op het regiocongres of op apart georganiseerde bijeenkomsten.

6.2 Beantwoording van de probleemstelling

De probleemstelling: (Hoe) kunnen sociale media de onderlinge samenwerking en solidariteit tussen raadsleden en bestuurders van de gemeenten binnen de regio Holland Rijnland onderling versterken zodat de sociale cohesie kan worden vergroot?

Uit het theoretisch kader en de onderzoeksresultaten is gebleken dat sociale media inderdaad kunnen bijdragen aan de onderlinge samenwerking en solidariteit. Op dit moment wordt dit al gedaan, 36,7 procent van de respondenten gaf aan contact te hebben met politici uit andere gemeenten. Men gebruikt sociale media voornamelijk om te netwerken (62,5 procent), om discussies aan te gaan (40,4 procent) en om kennis met elkaar te delen (49,4 procent). In totaal geeft 74,7 procent van de respondenten aan sociale media te gebruiken

Bij de stellingen over het gebruik van sociale media wordt minder positief gereageerd. Dit kan te maken hebben met de beeldvorming van de respondenten. Het valt namelijk op dat er ook veel respondenten voor veel neutraal hebben gekozen. Toch laten de cijfers zien dat er draagvlak is voor het gebruik van sociale media. En dit is ontstaan zonder dat Holland Rijnland hierop actie heeft ondernomen.

Door de respondenten werden diverse ook suggesties gedaan zoals: het oprichten van een LinkedIn groep, het gebruik van Twitter voor discussies en het bekend maken van elkaars standpunt en het creëren van een eigen sociaal platform.

In de telefonische nagesprekken waren respondenten echter wel verdeeld over de rol van Holland Rijnland bij het gebruik van sociale media. Sommige respondenten gaven aan dat Holland Rijnland zich niet moet bezig houden met sociale media en dat dit *organisch* moet ontstaan. Anderen gaven aan daar juist wel behoefte aan te hebben.

Holland Rijnland kan, volgens de respondenten van de telefonische nagesprekken, ook een rol spelen in het verstrekken van (contact)gegevens over alle raadsleden en bestuurders van de regio.

Concluderend kan gesteld worden dat sociale media de samenwerking en de solidariteit tussen raadsleden en bestuurders kan versterken en de sociale cohesie kan worden vergroot. In hoofdstuk 7 volgen een aantal aanbevelingen hiervoor.

7 Aanbevelingen

7.1 Platform vs. zelfregulering

Uit het onderzoek komt naar voren dat een deel van de respondenten wat betreft sociale media een rol zien weggelegd voor Holland Rijnland. Ze kan een leidende rol spelen in het creëren dan wel uitbreiden, van haar platformfunctie op het web. Aan de andere kant geeft een ander deel van de respondenten aan dat Holland Rijnland zich juist niet moet bemoeien met sociale media. Dit omdat zij vinden dat het gebruik van sociale media organisch moet ontstaan.

Toch kan het verstandig zijn om op het web de platformfunctie van Holland Rijnland uit te breiden. Aangezien veel respondenten aangeven geen sociale media te gebruiken, zou dit een extra stimulans kunnen zijn. Daarnaast zijn bestaande sociale media gemakkelijk te integreren binnen een sociaal platform.

Aanbeveling 1: richt een virtueel sociaal platform op

Zet een sociaal platform op of richt een sociaal platform in op de nu bestaande sociale media (bijvoorbeeld LinkedIn, Facebook). Ook voor het inrichten van een sociaal platform zijn er diverse mogelijkheden. Dit moet dan wel gebruikt worden in combinatie met andere sociale media.

Een van de mogelijkheden voor het starten van een eigen sociaal platform is Pleio.nl. Hier kunnen overheidsorganisaties gratis een deelsite aanvragen. Op deze deelsite kan een community worden ingericht, specifiek voor Holland Rijnland. Zo kan het thema worden aangepast, is er de mogelijkheid om een profiel aan te maken en kunnen groepen worden gevormd (open of gesloten).

Het voordeel van een deelsite op Pleio.nl is dat het een afgeschermd omgeving is, waaraan je alleen kan deelnemen als je bent uitgenodigd. Er kan dus vrij worden gesproken. Een belangrijk voordeel is ook dat Holland Rijnland, door Pleio.nl te gebruiken, niet afhankelijk is van LinkedIn of Twitter (overigens zijn deze wel te integreren). En de gegevens staan opgeslagen op servers die eigendom zijn van de overheid. Naast Pleio.nl kan ook gebruik gemaakt worden van LinkedIn of een ander platform. Dit om ook een dialoog met burgers, belangenorganisaties en andere overheden in stand te houden. Zie voor meer informatie het implementatieplan in de bijlage van dit onderzoek.

41

7.2 Training en voorlichting

Uit het onderzoek blijkt dat er al veel raadsleden en bestuurders vertegenwoordigd zijn op sociale media. Toch is het gebruik van sociale media voor veel respondenten nog erg nieuw. Voor hen kan een training of een workshop over het gebruik van sociale media handig zijn. Hierin kan aandacht besteedt worden aan het toe-eigenen van sociale media. Hierbij gaat het niet alleen om het gebruik zelf, maar ook om de vraag hoe sociale media in te zetten om een bepaald doel te bereiken.

Aanbeveling 2:

Organiseer workshops of trainingen over het gebruik van sociale media. Dit kan zowel op het regiocongres als aparte activiteit worden georganiseerd.

7.3 Verder onderzoek

Uit de resultaten van de telefonische nagesprekken blijkt dat veel raadsleden opmerkingen hadden over de informatievoorziening vanuit Holland Rijnland. Zij zouden graag meer geïnformeerd willen worden over de besluitprocessen die zich afspelen bij Holland Rijnland.

Aanbeveling 3:

Houdt een lezersonderzoek onder de bestuurders en raadsleden van de vijftien gemeenten. Toets of de communicatiemix nog wel effectief wordt ingezet. Pas zo nodig de communicatiemix van Holland Rijnland aan.

Gebruikte literatuur

- Aafke Komter, J. B. (2004). *Het cement van de samenleving*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Barnouw, A. (2011). *Sla met een steeltje*. Breukelen: Nyenrode Business Universiteit.
- Berlo, D. v. (2011, April 4). *Introductie over Pleio: waar de overheid samenwerkt*. Retrieved juni 5, 2011, from Pleio: <https://www.pleio.nl/pg/blog/read/98052/introductie-over-pleio-waar-de-overheid-samenwerkt>
- Cavazza, F. (2009, april 10). *Social Media Landscape Redux*. Retrieved februari 26, 2011, from FredCavazza.net: <http://www.fredcavazza.net/2009/04/10/social-media-landscape-redux/>
- Coppoolse, P. (1997). *Doelgericht samenwerken* (1e ed.). Baarn: H. Nelissen B.V.
- De Laat, S. (2010). *De kracht van social media voor interne communicatie*. Eindhoven: TU Eindhoven.
- DeSanctis, G., & Poole, M. S. (1994). Capturing the Complexity in Advanced. *Organization Science*, 121 - 147.
- Haythornthwaite, C. (2002). Strong, Weak, and Latent Ties and the Impact of New Media. *The Information Society*, 385 - 401.
- Hoekstra, T. (2002). *Werkplan samenvoeging SLR – SDB*. Samenwerkingsverband Duin- en Bollenstreek.
- Holland Consultancy. (2008). *Evaluatie samenwerkingsverband Holland Rijnland*. Amsterdam: Holland Consultancy.
- Holland Rijnland. (2004). *Gemeenschappelijke regeling Holland Rijnland*. Leiden: Holland Rijnland.
- Holland Rijnland. (2007). *Toelichting bij gemeenschappelijke regeling Holland Rijnland*. 2007: Holland Rijnland.
- Holland Rijnland. (2008, maart 26). *Voorstel/besluit evaluatie intergemeentelijke samenwerking in Holland Rijnland*. Leiden.
- Holland Rijnland. (2009). *Organisatieverordening Holland Rijnland 2009*. Leiden: Holland Rijnland.
- Holland Rijnland. (2009). *Persbericht: Algemeen Bestuur adviseert aansluiting van de gemeenten Alphen a/d Rijn, Nieuwkoop en Rijnwoude, 29 oktober 2009e*. Leiden: Holland Rijnland.
- Holland Rijnland. (2009). *Wat boeit het!? Werkgroep Boeien en Binden*. Leiden: Holland Rijnland.
- Holland Rijnland. (2010). *Hoe besturen vijftien gemeenteraden en vijftien colleges de regio?* Leiden.
- Holland Rijnland. (2010). *Kerncijfers Holland Rijnland 2010-2011*. Leiden: Holland Rijnland.
- Holland Rijnland. (n.d.). *Regiocontactambtenaren*. Retrieved maart 12, 2011, from Holland Rijnland: <http://www.hollandrijnland.net/bestuur-en-organisatie/holland-rijnland-in-uw-gemeente/regiocontactambtenaren>
- Johnson, D., & Johnson, F. (2009). *Groepsdynamica* (2e ed.). Amsterdam: Pearson Education Benelux BV.
- Luuk de Groot, A. R. (2006). Samenwerken tussen organisaties. *Incrowd*, 24-25.

Nationaal Kompas Volksgezondheid. (2009, juni 22). *Wat is sociale cohesie?* Retrieved maart 12, 2011, from Nationaal Kompas Volksgezondheid:
<http://www.nationaalkompas.nl/gezondheidsdeterminanten/omgeving/leefomgeving/sociale-cohesie/wat-is-sociale-cohesie/>

PriceWaterhouseCoopers. (2006). *Discussiedocument inhoudelijke raakvlakken*.
PriceWaterhouseCoopers.

Schop, G.-J. (n.d.). *Onderzoeks-ui*. Retrieved april 24, 2011, from Managementmodellen:
http://www.gertjanschop.com/modellen/onderzoeks_ui.html

SDB/SLR. (2004). *Beslisdocument Integratie SDB/SLR*. Leiden: Samenwerkingsverband Duin- en Bollenstreek/Samenwerkingsorgaan Leidse Regio.

Sociaal en Cultureel Planbureau. (2008). *Betrekkelijke betrokkenheid*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.

van Dale. (n.d.). *Woordenboek*. Retrieved februari 26, 2011, from van Dale:
<http://www.vandale.nl/vandale/zoekService.do?selectedDictionary=nn&selectedDictionaryName=Nederlands&searchQuery=solidariteit>

van Dale. (n.d.). *Woordenboek*. Retrieved februari 26, 2011, from van Dale:
<http://www.vandale.nl/vandale/zoekService.do?selectedDictionary=nn&selectedDictionaryName=Nederlands&searchQuery=cohesie>

Wikipedia. (2011, februari 23). *Collaboration*. Retrieved maart 12, 2011, from Wikipedia:
<http://en.wikipedia.org/wiki/Collaboration>

Wikipedia. (2011, maart 23). *Sociaal netwerk*. Retrieved april 24, 2011, from Wikipedia:
http://nl.wikipedia.org/wiki/Sociaal_netwerk

Wikipedia. (2011, februari 26). *Social media*. Retrieved februari 27, 2011, from Wikipedia:
http://en.wikipedia.org/wiki/Social_media

Wikipedia. (2011, februari 1). *Web 2.0*. Retrieved februari 26, 2011, from Wikipedia:
http://nl.wikipedia.org/wiki/Web_2.0

Bijlage A: Implementatieplan

Bij aanbeveling 1: een virtueel sociaal netwerk op richten, is een implementatieplan opgesteld. Hierin wordt weergegeven welke activiteiten nodig zijn om een virtueel sociaal netwerk te starten en in te richten. Denk hier aan de financiering en ambtelijke inzet.

In de aanbeveling is er voor Pleio.nl gekozen. Hier kan een deelsite worden aangevraagd. Dit is ook het uitgangspunt in dit implementatieplan, al is het plan ook te gebruiken voor het opzetten van een ander sociaal platform.

Het opzetten van een sociaal platform op internet kan in in het begin best arbeidsintensief zijn, want er moeten allerlei aspecten worden geregeld. Denk hierbij aan de techniek of de manier waarop het sociale platform onder de aandacht wordt gebracht. Daarnaast moet ook worden nagedacht over de rol die het sociale platform gaat spelen in de organisatie. Dit plan doet daarvoor een eerste aanzet.

In dit plan wordt een korte aanpak beschreven over hoe een sociaal netwerk op te zetten. Voor het opzetten van een sociaal platform is 1) een degelijk een plan van aanpak en 2) een goede evaluatiemethode nodig. Beide worden hieronder kort beschreven.

Plan van aanpak

In het plan van aanpak moet je als organisatie gaan nadenken over de vraag hoe het sociale platform in te zetten. Wie krijgen er bijvoorbeeld toegang tot het platform? En hoe zet je de mogelijkheden van het sociale platform het beste in? Op de deelsite van Pleio.nl kun je bijvoorbeeld je groepen aanmaken. Wie kunnen dat dan doen? Alleen de beheerders of alle leden? Het zijn basale vragen, maar hier moet wel over nagedacht worden. Hieronder staan een aantal aspecten die van belang zijn bij het opzetten van een sociaal platform:

- Doel van het sociaal platform; wat moet er mee bereikt worden? Maak deze SMART.
- Hoe past het sociale platform in de organisatie? Heeft dit gevolgen voor de processen binnen Holland Rijnland? Je kunt een dergelijk platform bijvoorbeeld ook gebruiken voor het delen van bestanden.
- Wie is verantwoordelijk voor het beheer; dit moet wel iemand zijn die affiniteit heeft met techniek, maar ook goed met communicatie. Welke competenties zou een beheerder moeten hebben?
- Hoe wordt de discussie op een website aangejaagd? Wordt er gebruik gemaakt van een redactie of worden ambassadeurs ingezet?
- Hoe is het met de veiligheid gesteld? Wie is er verantwoordelijk, worden er regelmatig back-ups gemaakt. Hoe wordt de toegang gecontroleerd?

Als deze onderwerpen in beeld zijn dan bewaar dit plan dan goed. Dit is het uitgangspunt van het sociale platform. Pas het plan eventueel aan als dat blijkt uit de evaluatie.

Evaluatiemethode

Naast het plan van aanpak is ook belangrijk om een evaluatiemethode te ontwikkelen. Met deze evaluatiemethode wordt getest, aan de hand van gebruikerservaringen, het functioneren van het sociale platform. Laat de volgende aspecten aan bod komen:

- Test of de techniek van het sociale netwerk goed werkt.
- Vraag de gebruikers of ze de meerwaarde uit het sociale platform halen die ze voor ogen hadden.
- Vraag gebruikers of er verbeteringen of veranderingen aan het sociale platform noodzakelijk zijn.

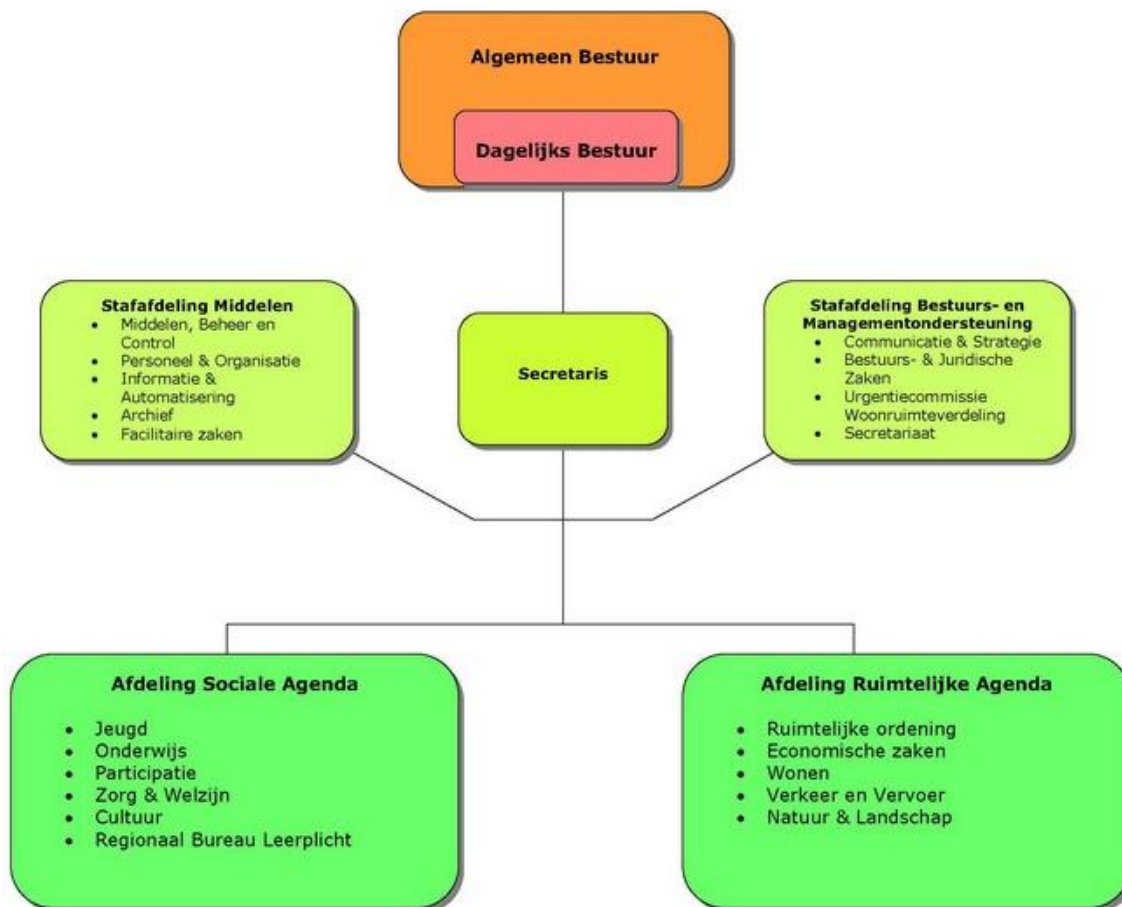
Evalueer periodiek met online enquêtes. Creëer daarnaast een open groep op het sociale platform waar gebruikers hun ervaringen en suggesties kunnen deponeren.

Financiering en ambtelijke inzet

Het opzetten van een deelsite op Pleio.nl levert vooralsnog geen kosten op voor Holland Rijnland. Maar dan is de organisatie wel gebonden aan de mogelijkheden die Pleio.nl biedt. Mocht Holland Rijnland extra mogelijkheden willen dan is men afhankelijk van de modules die beschikbaar zijn. Pleio.nl maakt gebruik van de open-source software van Elgg. Op de website van Elgg (zie www.elgg.com) zijn veel vrij te gebruiken modules te vinden. Het is ook mogelijk om een specifieke module te ontwikkelen. Daar zijn dan wel kosten aan verbonden.

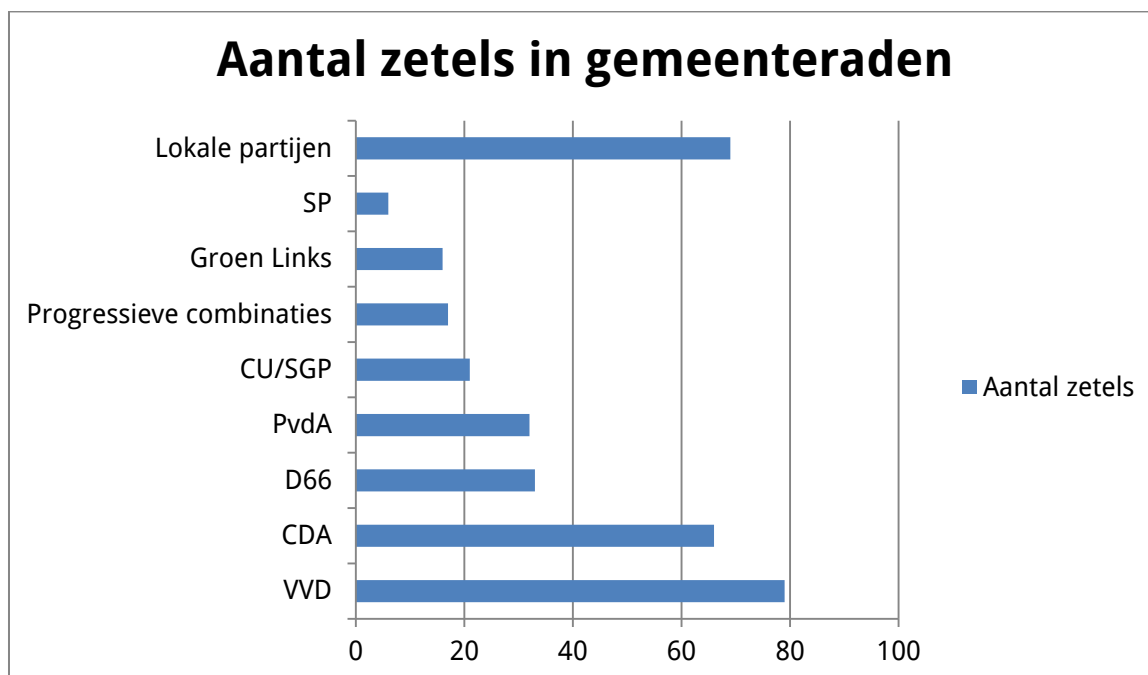
Verwacht wordt dat het onderhouden van de deelsite enige ambtelijke inzet vereist. Voor het wijzigen van de structuur op de deelsite is het van belang dat hier regie over wordt gevoerd. Ook is het belangrijk om een aanspreekpunt te hebben voor de eventuele problemen.

Bijlage B: Organisatie van Holland Rijnland



Bijlage C: Gemeenten Holland Rijnland

Overzicht raadsleden

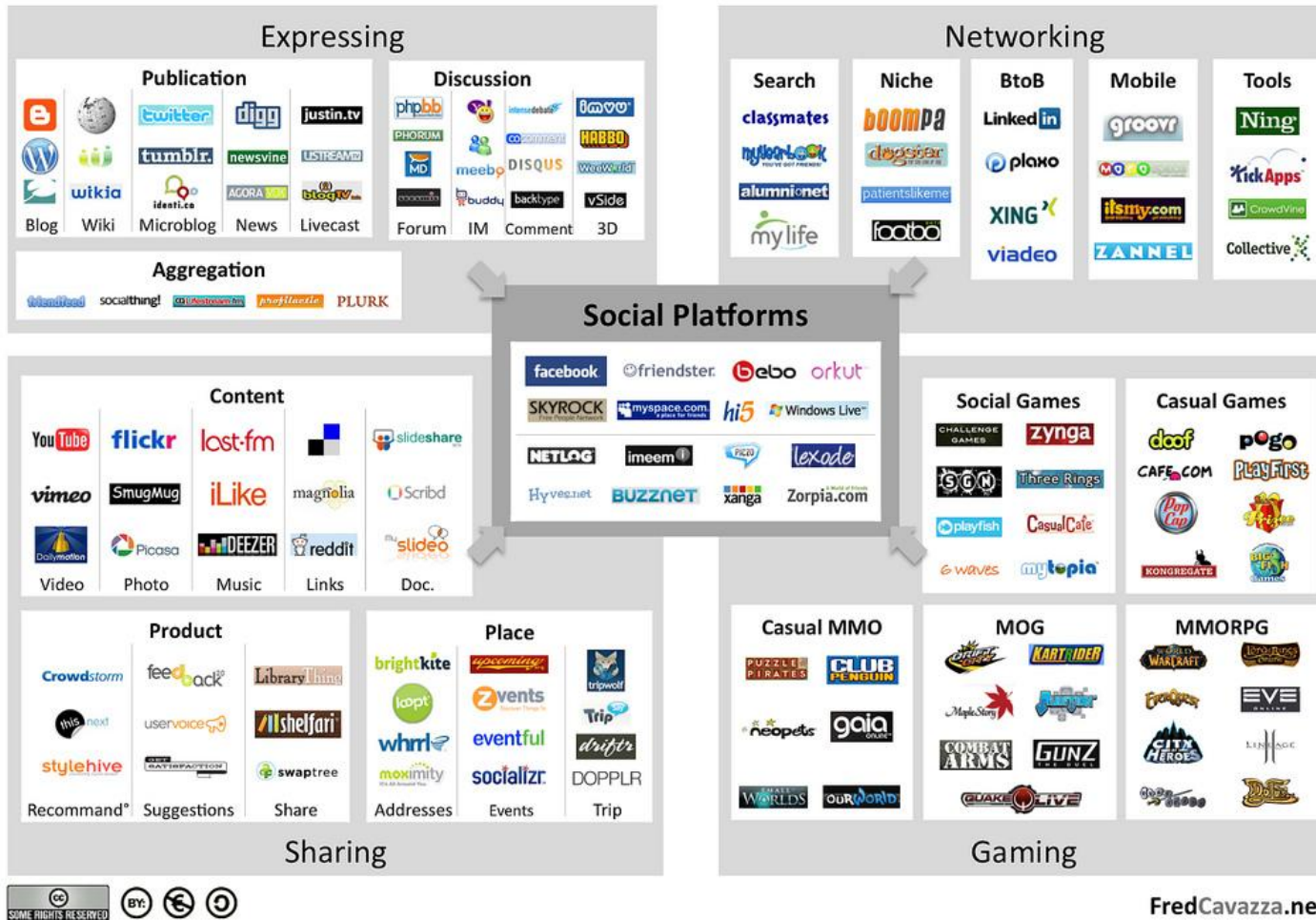


Overzicht wethouders

	Holland Rijnland	Alphen aan den Hillegom	Kaag en Braassem	Katwijk	Leiden	Leiderdorp	Lisse	Nieuwkoop	Noordwijk	Noordwijkerhout	Oegstgeest	Rijnwoude	Teylingen	Voorschoten	Zoeterwoude	
Wethouders totaal	5 4	5	4	3	4	5	4	3	4	4	3	4	3	4	2	2
VVD*	1 7	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1		
CDA	9	1	1	2	1			1	1				1		1	
D66	8		1		2	1	1	1				1	1			
PvdA	5	1	1	1						1		1				
ChristenUnie	2	1		1												
GroenLinks	2					1				1						
SP	1				1											
Progressief Oegstgeest	2										2					
Puur Noordwijk	2								2							
Bloeiend Hillegom / Lijst van Aken	1	1														
Nieuw Lisse	1						1									
Ons Voorschoten	1													1		
Progressief Nieuwkoop	1							1								
Progressief Zoeterwoude	1														1	
Samen Beter Nieuwkoop	1							1								

Bijlage D: Het sociale media landschap

Social Media Landscape



Bijlage E: Uitnodigingen online vragenlijst

Uitnodiging voor deelname

Beste {FIRSTNAME},

Sociale media zijn sterk in opkomst. Twitter, Facebook, Hyves, LinkedIn, het zijn uiteenlopende sociale media die steeds populairder en intensiever worden gebruikt. Ook politici in Holland Rijnland maken steeds vaker gebruik van sociale media.

Maar wat kunnen sociale media betekenen voor het samenwerkingsverband Holland Rijnland? Kunnen sociale media voordelen opleveren voor de samenwerking tussen de gemeenten in Holland Rijnland? En wat betekent dit voor de verbondenheid tussen gemeenten? Dit zijn allemaal interessante en belangrijke vragen.

Naar aanleiding van de aanbevelingen van de werkgroep boeien en binden wordt hier door mij onderzoek naar gedaan. Dit doe in het kader van mijn afstuderen voor mijn opleiding Communicatie aan de Hogeschool in Leiden

Ik zou u, raadslid of bestuurder van Holland Rijnland, graag willen uitnodigen deel te nemen aan een online enquête naar sociale media.

U kunt de enquête bereiken via deze link: {SURVEYURL}

De resultaten van dit onderzoek worden na afloop van dit onderzoek naar u teruggekoppeld. Alvast bedankt.

Met vriendelijke groet,

Maarten van Vessem

Student Communicatie Hogeschool Leiden

Als u deze vragenlijst niet wilt invullen en ook geen nieuwe uitnodigingen wilt ontvangen, klik dan a.u.b. op de volgende link: {OPTOUTURL}

Herinnering deelname

Beste {FIRSTNAME},

Eerder heb ik u gevraagd deel te nemen aan een online enquête over sociale media. Volgens mijn gegevens heeft u tot op heden nog niet deelgenomen. Het kan zijn dat het u is ontgaan en daarom wil ik alsnog uitnodigen deel te nemen.

In dit onderzoek bekijk ik wat sociale media kunnen betekenen voor het samenwerkingsverband Holland Rijnland. Kunnen sociale media bijvoorbeeld voordelen opleveren voor de samenwerking tussen de gemeenten in Holland Rijnland? En wat betekent dit voor de verbondenheid tussen gemeenten? Dit zijn allemaal interessante en belangrijke vragen.

Naar aanleiding van de aanbevelingen van de werkgroep boeien en binden wordt hier door mij onderzoek gedaan. Daarvoor zou ik u, raadslid of bestuurder van Holland Rijnland graag willen uitnodigen deel te nemen aan een online enquête naar sociale media.

U kunt de enquête bereiken via deze link: {SURVEYURL}

Maarten van Vessem, 15 juni 2011

Onderzoek Boeien en Binden in Holland Rijnland met sociale media

De resultaten van dit onderzoek worden na afloop van dit onderzoek naar u teruggekoppeld. Alvast bedankt.

Met vriendelijke groet,

Maarten van Vesseem

Student Communicatie Hogeschool Leiden

Als u deze vragenlijst niet wilt invullen en ook geen nieuwe uitnodigingen wilt ontvangen, klik dan a.u.b. op de volgende link: {OPTOUTURL}

Bijlage F: Online Vragenlijst

De vragenlijst duurt ongeveer 10 minuten.

Scherm 1: Algemene vragen

1. Uit welke gemeente bent u afkomstig?
 - Alphen aan den Rijn
 - Hillegom
 - Kaag en Braassem
 - Katwijk
 - Leiden
 - Lisse
 - Nieuwkoop
 - Noordwijk
 - Noordwijkerhout
 - Oegstgeest
 - Rijnwoude
 - Teylingen
 - Voorschoten
 - Zoeterwoude

2. Welke rol vervult u daar?
 - Raadslid
 - Bestuurder

3. Wat is uw geslacht?
 - Man
 - Vrouw

4. Vanuit welke politieke partij vervult uw functie?
 - Lokale partij
 - VVD
 - CDA
 - D66
 - PvdA
 - ChristenUnie
 - SGP
 - Progressieve combinaties
 - Groen Links
 - SP
 - Partij voor de Dieren
 - Trots op Nederland

5. Wat is uw hoogst genoten opleiding?
 - Lager onderwijs / Lager Beroepsonderwijs (zoals LEAO), VBO
 - MAVO, MULO, ULO
 - HAVO, HBS
 - VWO, Atheneum, Gymnasium
 - Middelbaar Beroeps Onderwijs (MTS/MEAO)
 - Hoger Beroeps Onderwijs (HTS/HEAO)
 - Universiteit

6. Tot welke leeftijdscategorie behoort u?
 - Van 18 tot 30 jaar
 - Van 30 tot 40 jaar
 - Van 40 tot 50 jaar
 - Van 50 tot 60 jaar

- 60 jaar en ouder

Scherm 2: Wat weten bestuurders en raadsleden over sociale media?

7. Welke van de volgende sociale media kent u? Al is het alleen maar van naam? (Meerdere antwoorden mogelijk)

- Twitter
- Facebook
- LinkedIn
- Weblog
- Wiki
- Yammer
- Hyves
- Ik ken geen sociale media

Deze vragen worden gesteld indien de respondent aangeeft de onderstaande sociale media te kennen.

8. U gaf aan Twitter te kennen. Weet u waarvoor u Twitter kunt gebruiken?

- Dat weet ik niet
- Dat weet ik redelijk
- Dat weet ik goed

9. U gaf aan Facebook te kennen. Weet u waarvoor u Facebook kunt gebruiken?

- Dat weet ik niet
- Dat weet ik redelijk
- Dat weet ik goed

10. U gaf aan LinkedIn te kennen. Weet u waarvoor u LinkedIn kunt gebruiken?

- Dat weet ik niet
- Dat weet ik redelijk
- Dat weet ik goed

11. U gaf aan de term weblog te kennen. Weet u waarvoor u een weblog kunt gebruiken?

- Dat weet ik niet
- Dat weet ik redelijk
- Dat weet ik goed

12. U gaf aan de term Wiki te kennen. Weet u waarvoor u een Wiki kunt gebruiken

- Dat weet ik niet
- Dat weet ik redelijk
- Dat weet ik goed

13. U gaf aan Yammer te kennen. Weet u waarvoor u Yammer kunt gebruiken

- Dat weet ik niet
- Dat weet ik redelijk
- Dat weet ik goed

14. Gebruikt u sociale media?

- Ja
- Nee

Bij Ja, volgende scherm. Bij Nee, scherm 6.

Scherm 3: Welke sociale media gebruiken raadsleden en bestuurders?

15. Welke sociale media gebruikt u? (Meerdere antwoorden mogelijk)

- Twitter

- Facebook
- LinkedIn
- Weblog
- Wiki
- Yammer
- Hyves
- Partijgebonden website met weblog of discussiemogelijkheden
- Andere, namelijk:

Scherf 4: Voor welke doeleinden gebruiken raadsleden en bestuurders sociale media?

16. Waar gebruikt u sociale media voor? (Meerdere antwoorden mogelijk)

- Het delen van kennis
- Het aangaan van discussies
- Elkaar beter leren kennen
- Netwerken
- Anders, namelijk:

Scherf 5: Gebruiken raadsleden en bestuurders ook sociale media om te communiceren met raadsleden en of bestuurders uit andere gemeenten?

17. Om welke reden maakt u gebruik van sociale media? (Meerdere antwoorden mogelijk)

- Om in contact te treden met burgers
- Om in contact te treden met (potentiele) kiezers
- Om eigen standpunt bekend te maken
- Om in contact te treden met politici binnen mijn gemeenten
- Om in contact te treden met politici uit in andere gemeenten
- Om in contact te treden met politici van de eigen partij
- Voor privédoeleinden
- Voor een andere reden, namelijk:

Bij klik op *Om in contact te treden met politici uit in andere gemeenten* naar scherm 8.
Bij de andere opties naar scherm 9.

Scherf 6: Wat is de reden dat sommige raadsleden en bestuurders geen sociale media gebruiken?

18. Waarom maakt u geen gebruik van sociale media? (meerdere antwoorden mogelijk)

- Ik zie het nut niet van sociale media
- Ik weet te weinig van sociale media af
- Ik heb te weinig tijd om sociale media te gebruiken
- Andere reden, namelijk:

19. U gaf aan dat u onvoldoende kennis heeft van sociale media. Zou u meer over sociale media willen leren?

- Ja
- Nee
- Weet niet

20. U gaf aan dat u weinig tijd heeft om sociale media gebruiken. Zou u als u meer tijd zou hebben sociale media willen gebruiken?

- Ja
- Nee
- Weet niet

Nu naar scherm 8 en daarna 10.

Scherf 7: Wat is de reden dat sommige raadsleden en bestuurders maar één enkel sociaal medium gebruiken?

21. U maakt alleen gebruik van één sociaal medium. Waarom gebruik u geen andere sociale media (meerdere antwoorden mogelijk)
- Ik zie het nut niet in van andere sociale media
 - Ik weet te weinig van de andere sociale media af
 - Ik heb te weinig tijd om de andere sociale media te gebruiken
 - Andere reden, namelijk:
22. U gaf aan dat u onvoldoende kennis heeft van de andere sociale media. Zou u meer over deze sociale media willen leren?
- Ja
 - Nee
 - Weet niet
23. U gaf aan dat u weinig tijd heeft om de andere sociale media gebruiken. Zou u als u meer tijd zou hebben de andere sociale media willen gebruiken?
- Ja
 - Nee
 - Weet niet

Nu naar scherm 8.

Scherf 8: Waarom gebruiken sommige raadsleden en bestuurders slechts een of enkele sociale media?

Onderstaande vragen worden samengevoegd in een antwoordtabel. Dus de antwoorden worden slechts eenmaal gegeven.

24. Het is belangrijk dat er tussen de gemeenten binnen Holland Rijnland sprake is van een goede samenwerking
- Helemaal oneens
 - Oneens
 - Neutraal
 - Eens
 - Helemaal mee eens
25. Het is erg belangrijk te investeren in regionale verbondenheid.
- Helemaal oneens
 - Oneens
 - Neutraal
 - Eens
 - Helemaal mee eens

Scherf 9: Wat zijn de percepties van raadsleden en bestuurders op sociale media m.b.t. de solidariteit, samenwerking en sociale cohesie?

Onderstaande vragen worden samengevoegd in een antwoordtabel. Dus de antwoorden worden slechts eenmaal gegeven.

26. De samenwerking tussen gemeenten kan sterk verbeterd worden door het gebruik van sociale media.
- Helemaal oneens
 - Oneens
 - Neutraal
 - Eens
 - Helemaal mee eens

27. Door het gebruik van sociale media krijg ik meer inzicht in wat er gebeurt in andere gemeenten.

- Helemaal oneens
- Oneens
- Neutraal
- Eens
- Helemaal mee eens

28. Sociale media kunnen de gemeenten in Holland Rijnland dichterbij elkaar brengen.

- Helemaal oneens
- Oneens
- Neutraal
- Eens
- Helemaal mee eens

29. Het gebruik van sociale media kan bijdragen aan de solidariteit tussen de gemeenten in Holland Rijnland

- Helemaal oneens
- Oneens
- Neutraal
- Eens
- Helemaal mee eens

Scherm 10: Slot

30. Zou u eventueel willen meewerken aan een telefonisch interview? Dit interview duurt maximaal 10 minuten.

- Ja
- Nee

31. Wat is uw naam?

Invulvak

32. Wat is uw telefoonnummer?

Invulvak

33. Welk moment van de dag heeft u voorkeur?

- 's ochtends
- 's middags
- 's avonds

34. Heeft u nog vragen of opmerkingen over deze enquête?

Invulvak

Bedankt voor uw medewerking aan deze enquête. U wordt aan het einde van dit onderzoek geïnformeerd over de resultaten.

Bijlage G: Resultaten online vragenlijst**Algemene informatie respondenten**

Gemeente	Raadsleden	Bestuurders	Totaal
Alphen aan den Rijn	12 (8,6%)	3 (11,5%)	15 (9,0%)
Hillegom	8 (5,7%)	3 (11,5%)	11 (6,6%)
Kaag en Braassem	10 (7,1%)	4 (15,4%)	14 (8,4%)
Katwijk	14 (10,0%)	1 (3,8%)	15 (9,0%)
Leiden	21 (20,0%)	2 (7,7%)	23 (13,9%)
Leiderdorp	9 (6,4%)	2 (7,7%)	11 (6,6%)
Lisse	8 (5,7%)	1 (3,8%)	9 (5,4%)
Nieuwkoop	6 (4,3%)	1 (3,8%)	7 (4,2%)
Noordwijk	5 (3,6%)	1 (3,8%)	6 (3,6%)
Noordwijkerhout	9 (6,4%)	0 (0,0%)	9 (5,4%)
Oegstgeest	9 (6,4%)	1 (3,8%)	10 (6,0%)
Rijnwoude	9 (6,4%)	2 (7,7%)	11 (6,6%)
Teylingen	13 (9,3%)	4 (15,4%)	17 (10,2%)
Voorschoten	2 (1,4%)	0 (0,0%)	2 (1,2%)
Zoeterwoude	5 (3,6%)	1 (3,8%)	6 (3,6%)
Totaal	140	26	166

Leeftijdscategorieën	Raadsleden	Bestuurders	Totaal
Van 18 tot 30 jaar	11	0	11
Van 30 tot 40 jaar	22	3	25
Van 40 tot 50 jaar	34	8	42
Van 50 tot 60 jaar	43	8	51
60 jaar en ouder	30	6	36
Geen antwoord	0	1	1
Totaal	N=140	N=26	N=166

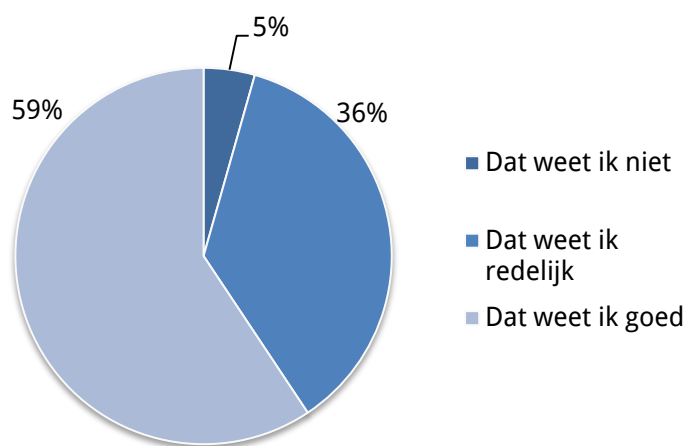
Partij	Aantal respondenten (N=166)
Lokale partij	21 (12,7%)
VVD	43 (25,9%)
CDA	34 (20,5%)
D66	17 (10,2%)
PvdA	21 (12,7%)
ChristenUnie	7 (4,2%)
SGP	4 (2,4%)
Progressieve combinaties	5 (3,0%)
GroenLinks	9 (5,4%)
SP	3 (1,8%)

Opleidingsniveau	Aantal respondenten (N=162)
Lager onderwijs / Lager Beroepsonderwijs (zoals LEAO), VBO	2 (1,2%)
MAVO, MULO, ULO	8 (4,9%)
HAVO, HBS	5 (3,8%)
VWO, Atheneum, Gymnasium	3 (1,9%)
Middelbaar Beroeps Onderwijs (MTS/MEAO)	16 (9,9%)
Hoger Beroeps Onderwijs (HTS/HEAO)	49 (30,4%)
Universiteit	79 (48,8%)

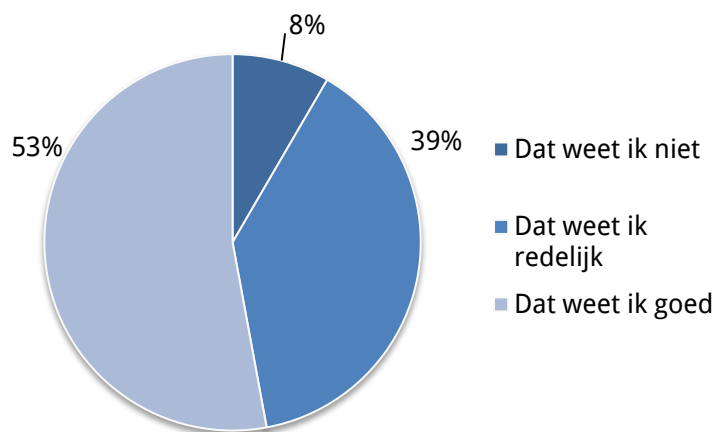
Wat weten respondenten over sociale media

Welk sociaal medium kent u?	Aantal respondenten (N=166)
Twitter	160 (96,4%)
Facebook	155 (93,4%)
LinkedIn	151 (91,0%)
Weblog	115 (69,3%)
Wiki	67 (40,4%)
Yammer	49 (29,5%)
Hyves	154 (92,8%)
Ik ken geen sociale media	2 (1,2%)
Anders sociale media	7 (4,2%)

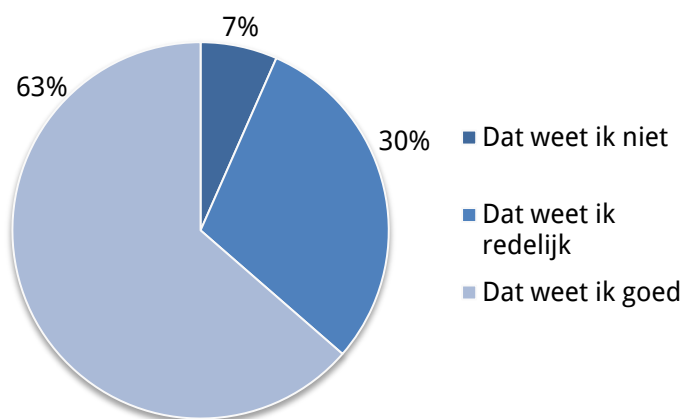
Weet u waarvoor u Twitter kunt gebruiken? (N=160)



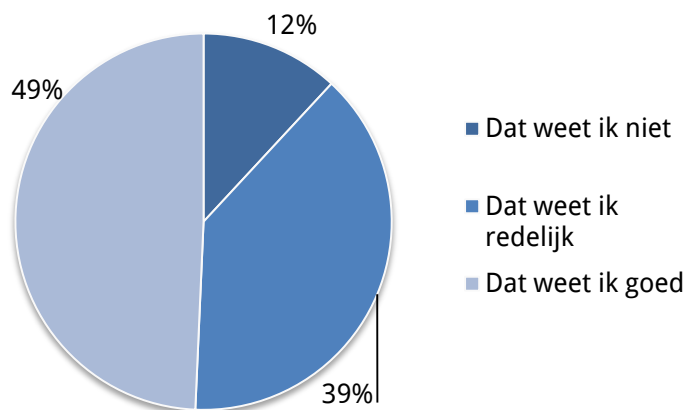
Weet u waarvoor u Facebook kunt gebruiken? (N=155)



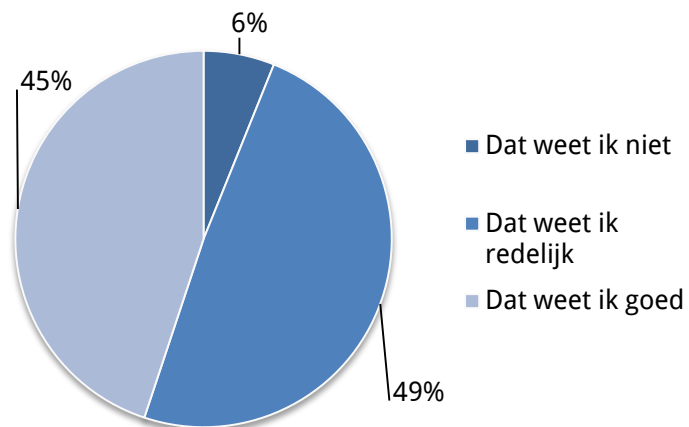
Weet u waarvoor u LinkedIn kunt gebruiken? (N=151)



Weet u waarvoor u een Wiki kunt gebruiken? (N=67)



Weet u waarvoor u Yammer kunt gebruiken? (N=49)



Welke sociale media gebruiken bestuurders en raadsleden

Wie maakt er gebruik van sociale media?	Raadsleden	Bestuurders	P-waarde	Totaal
Maakt gebruik van sociale media	101 (72,1%)	21 (80,8%)	0,417	122 (73,5%)
Maakt geen gebruik van sociale media	37 (26,4%)	5 (19,2%)		42 (25,3%)
Totaal	N=140	N=26		N=166

Welke sociale media worden gebruikt	Raadsleden (N=101)		Bestuurders (N=21)	
Twitter	66	65,3%	14	53,8%
Facebook	55	54,4%	11	42,3%
LinkedIn	81	80,2%	18	69,2%
Weblog	25	24,8%	9	34,6%
Wiki	9	8,9%	1	3,8%
Yammer	10	9,9%	6	23,1%
Hyves	41	40,6%	7	26,9%
Partijgebonden website met weblog of discussiemogelijkheden	42	41,6%	0	0,0%
Anders	0	0,0%	0	0,0%

Voor welke doeleinden worden sociale media gebruikt

Reden om sociale media te gebruiken	Raadsleden (N=101)	Bestuurders (N=21)
Het delen van kennis	69 (68,3%)	13 (61,9%)
Het aangaan van discussies	60 (59,4%)	7 (33,3%)
Elkaar beter leren kennen	38 (37,6%)	2 (9,5%)
Netwerken	88 (87,1%)	16 (76,2%)
Anders	24 (23,8%)	7 (33,3%)

Doeleinden voor gebruik sociale media	Raadsleden (N=101)	Bestuurders (N=21)
Om in contact te treden met burgers	76 (75,2%)	13 (61,9%)
Om in contact te treden met (potentiële) kiezers	54 (53,5%)	8 (38,1%)
Om het eigen standpunt bekend te maken	65 (64,4%)	12 (57,1%)
Om in contact te treden met politici binnen de eigen gemeente	59 (58,4%)	11 (52,4%)
Om in contact te treden met politici uit andere gemeenten	49 (48,5%)	12 (57,1%)
Om in contact te treden met politici van de eigen partij	55 (54,5%)	9 (42,9%)

Waarom worden er door sommige raadsleden en bestuurders geen of enkele sociale media gebruikt?

Waarom geen sociale media?	Raadsleden (N=37)	Bestuurders (N=5)
Ik zie het nut niet in van sociale media	10 (27,0%)	0 (0%)
Ik weet weinig van sociale media af	10 (27,0%)	1 (20%)
Ik heb weinig tijd om sociale media te gebruiken	14 (37,8%)	4 (80%)
Anders	6 (16,2%)	1 (20%)

	Keuzemogelijkheden	Aantal
U gaf aan dat u onvoldoende kennis heeft van sociale media. Zou u meer over sociale media willen leren? (N=11)	Ja	4
	Nee	4
	Weet niet	3
U gaf aan dat u weinig tijd heeft om sociale media te	Ja	4

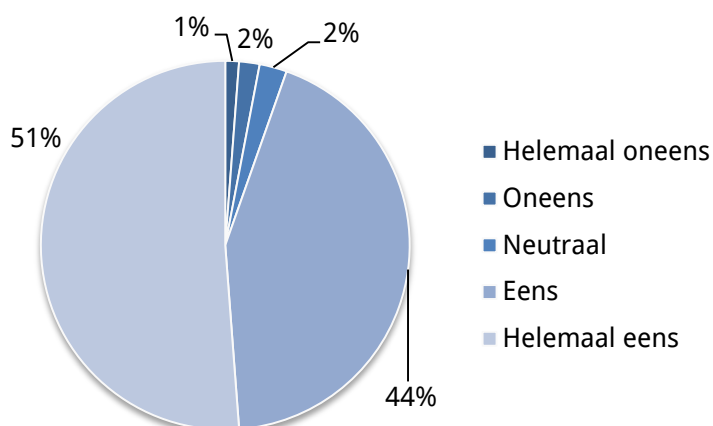
gebruiken. Zou u als u meer tijd zou hebben sociale media willen gebruiken? (N=18)	Nee	5
	Weet niet	9

Waarom gebruikt u slechts enkele sociale media? Alleen gesteld bij gebruik van een of twee sociale media.	Raadsleden (N=17)	Bestuurders (N=4)
Ik zie het nut niet in van andere sociale media	2 (11,8%)	1 (25%)
Ik weet te weinig van andere sociale media af	2 (11,8%)	0 (0,0%)
Ik heb te weinig tijd om andere sociale media te gebruiken	11 (64,7%)	3 (75%)
Anders	2 (11,8%)	0 (0,0%)

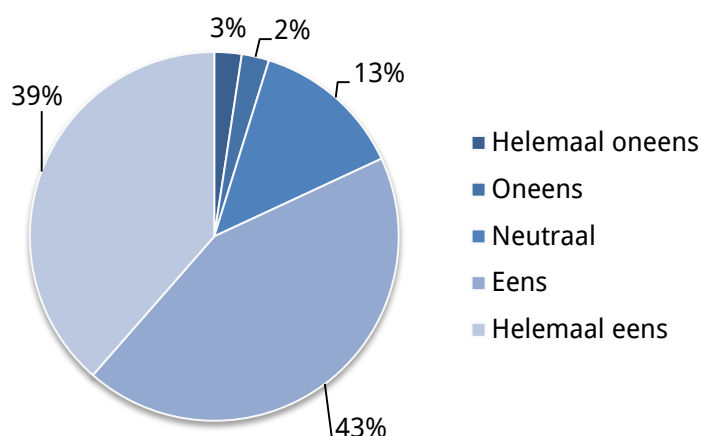
	Keuzemogelijkheden	Aantal
U gaf aan dat u onvoldoende kennis heeft van de andere sociale media. Zou u meer over deze andere sociale media willen leren? (N=2)	Ja	1
	Nee	0
	Weet niet	1
U gaf aan dat u weinig tijd heeft om andere sociale media te gebruiken. Zou u als u meer tijd zou hebben de andere sociale media willen gebruiken? (N=14)	Ja	6
	Nee	5
	Weet niet	3

Percepties samenwerking

Het is belangrijk dat er tussen de gemeenten binnen Holland Rijnland sprake is van een goede samenwerking. (N=166)



Het is erg belangrijk te investeren in regionale verbondenheid. (N=166)



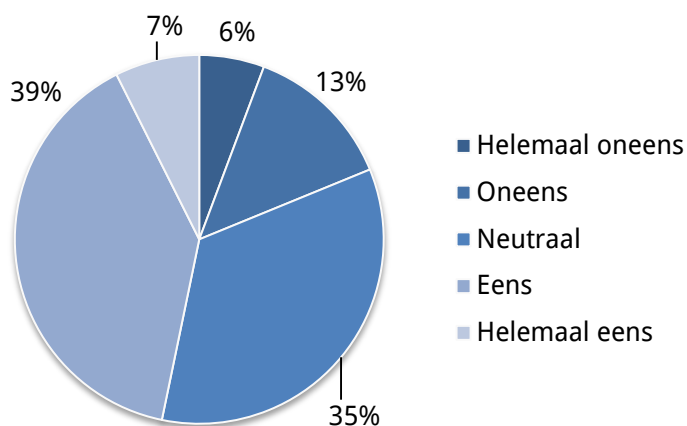
Perceptie op samenwerking en regionale verbondenheid naar regio		Duin- en Bollenstreek (N=81)	Leidse regio (N=52)	Rijnstreek (N=33)
Het is belangrijk dat er tussen de gemeenten binnen Holland Rijnland sprake is van een goede samenwerking	Helemaal oneens	2	0	0
	Oneens	1	2	1
	Neutraal	2	6	1
	Eens	33	21	17
	Helemaal eens	43	23	14
Het is erg belangrijk te investeren in regionale verbondenheid	Helemaal oneens	3	0	1
	Oneens	2	1	0
	Neutraal	11	1	5
	Eens	35	22	16
	Helemaal eens	30	28	11

61

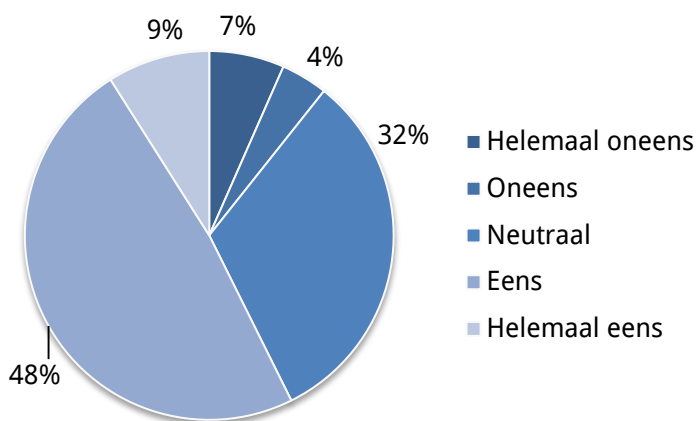
Percepties Holland Rijnland en sociale media

		Raadsleden (N=101)	Bestuurders (N=21)
Door het gebruik van sociale media krijg ik meer inzicht in wat er gebeurt in andere gemeenten.	Helemaal oneens	6	2
	Oneens	5	0
	Neutraal	31	8
	Eens	49	10
	Helemaal eens	10	1
Sociale media kunnen de gemeenten in Holland Rijnland dichterbij elkaar brengen.	Helemaal oneens	5	2
	Oneens	12	4
	Neutraal	33	9
	Eens	42	6
	Helemaal eens	9	0
Het gebruik van sociale media kan bijdragen aan de solidariteit tussen gemeenten in Holland Rijnland.	Helemaal oneens	5	3
	Oneens	23	4
	Neutraal	36	7
	Eens	33	7
	Helemaal eens	4	0
De samenwerking tussen gemeenten kan sterk verbeterd worden door het gebruik van sociale media.	Helemaal oneens	7	3
	Oneens	19	3
	Neutraal	45	10
	Eens	23	5
	Helemaal eens	7	0

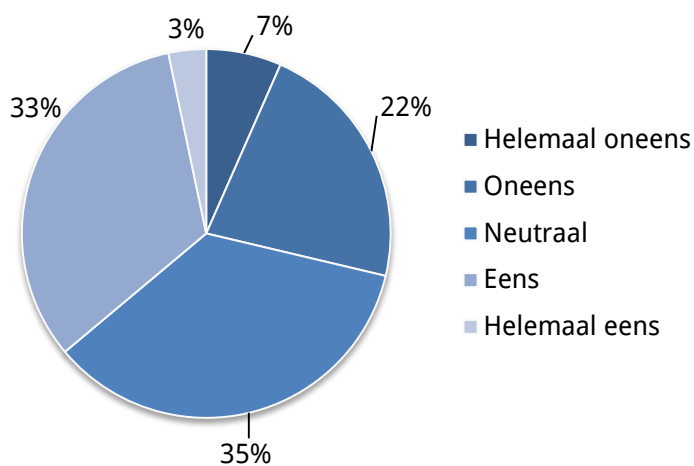
Sociale media kunnen de gemeenten in Holland Rijnland dichter bij elkaar brengen. (N=122)



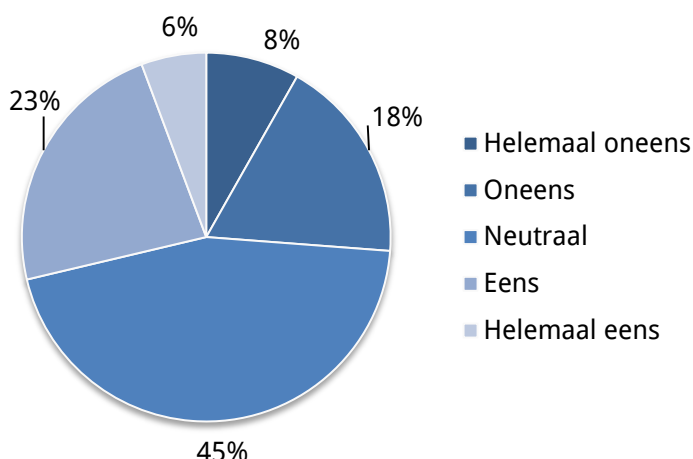
Door het gebruik van sociale media krijg ik meer inzicht in wat er gebeurt in andere gemeenten. (N=122)



Het gebruik van sociale media kan bijdragen aan de solidariteit tussen gemeenten in Holland Rijnland. (N=122)



De samenwerking tussen gemeenten kan sterk verbeterd worden door het gebruik van sociale media. (N=122)



Bij het selecteren van Eens of Helemaal eens werd de open vraag gesteld op welke manier dit volgens de respondent zou moeten gebeuren. Daar kwamen de volgende reacties op:

- Leren kennen, kennis uitwisselen, gedachten uitwisselen, begrip kweken.
- Makkelijker om informatie en ideeën uit te wisselen, te netwerken etc.
- Creëer een groep binnen LinkedIn, Hyves bijvoorbeeld. Kan dan lid worden en HR kan zich presenteren. Twitter als Holland Rijnland en volg alle relevante politici en bestuurders en plaats hen in 1 groep. Mensen gaan dan ook die groep volgen.
- Via Twitter kan je gemakkelijk op de hoogte blijven van wat er speelt in andere gemeenten wat je blik kan verruimen.
- Meer contacten onderling, uitwisseling kennis en standpunten, etc.
- Online discussie, op Twitter besluiten melden, elkaar leren kennen, netwerken, slagvaardigheid vergroten, betrokkenheid bewerkstelligen.
- Kennis delen over actuele discussies.
- D.m.v. het sneller/intensiever te weten komen hoe of wat er speelt in de overige gemeenten. En daardoor ook sneller/intensiever kennis delen.
- Het is heel simpel: "onbekend maakt onbemind", en dus "bekend maakt bemind". Naarmate mensen en organisaties meer van elkaar afweten en meer contacten hebben, groeit het respect en begrip voor elkaar. Sociale media binnen HR zouden dit proces kunnen versterken. Overigens denk ik wel dat het een persoon moet zijn die tweetert en niet zozeer een organisatie. Te afstandelijk, te onpersoonlijk. Daarnaast is er een groot aantal inhoudelijke voorwaarden te stellen aan de inhoud en de frequentie van de tweets om ze ook echt efficiënt in te kunnen zetten. Voorts een marketing campagne om bekend te maken dat men op Twitter zit om volgers te vergaren. etc.
- Meer berichten over HR achterlaten op de sociale media en elkaar actiever volgen. In het geval van Twitter zouden bestuursleden van HR vaker tweets aan HR kunnen wijden, bij voorkeur via een gemeenschappelijke hashtag bijv. #HR.
- Door Facebook in te zetten als discussie forum, elkaar op de hoogte houden van ontwikkelingen. Door LinkedIn in te zetten als netwerkmedium. Twitter vind ik over het algemeen tekort door de bocht, teveel onjuiste informatie bevatten. Als dat goed wordt ingezet zie ik meerwaarde.
- Door standpunten te verwoorden, vroeg te communiceren

- Door de inzet van sociale media kunnen bestuurders en volksvertegenwoordigers beter op de hoogte blijven van elkaars actualiteit. Daar kan vervolgens op gereageerd worden vanuit kennis en ervaring
- Meer kennis = meer begrip voor elkaars standpunten
- Discussietopics over relevante onderwerpen zoals RGL, RLR enz.
- vakgroep Holland Rijnland op LinkedIn - discussies en kennis delen via deze vakgroep
- Actuele zaken bekendmaken, stellingen doen
- Platform (beveiligde omgeving) creëren waar discussiepunten op komen te staan incl documenten waar alleen politici en bestuurders binnen het samenwerkingsverband op kunnen
- Er is daardoor een betere, snellere en effectievere informatieoverdracht.
- Een Twitter account van Holland Rijnland
- Er is eerder en informeler contact
- Delen kennis, elkaar leren kennen, netwerk.
- Dit moet groeien. Hoe meer politici en stakeholders media gebruiken des te meer dat deze voor samenwerking kunnen worden ingezet.
- Twitter is een goede manier om volgers op de hoogte te brengen van initiatieven en besluiten in de eigen gemeente. Volgers, met name raadsleden uit andere gemeenten, kunnen hierop reageren en wellicht gaan samenwerken.
- Allereerst komt het op de insteek en de intentie van politici aan - of men echt wil samenwerken! Als politici open staan voor de wensen en noden van anderen en hun eigen wensen en noden oprecht weergeven, dan kunnen sm erbij ondersteunend helpen om duidelijk te maken wat er speelt. Op die wijze verneem je wat meer van elkaar dan alleen op een PHO.
- Inzichtelijk maken welke politici uit HR actief zijn op Twitter etc. LinkedIn beter toepassen voor discussie, aankondiging netwerkbijeenkomsten, etc.