

Afstudeerrapport



Hoe kunnen sociale netwerken een bijdrage leveren aan de realisatie van de doelstelling rondom duurzaamheid?

Joyce Koops
Communicatiemanagement
Hogeschool Utrecht



Gemeente Zeist

Afstudeerrapport.

Hoe kunnen sociale netwerken een bijdrage leveren aan de realisatie van de doelstelling rondom duurzaamheid?

Communicatiemanagement
Hogeschool Utrecht
Afstudeerrichting: Communicatie in het publieke domein

Joyce Koops
Studentnummer: 1567433
E-mail: joyce.koops@student.hu.nl

Stagebegeleidster Hogeschool Utrecht:
Annette Kamerbeek



Gemeente Zeist
Postbus 513
3700 AM Zeist
Tel: 14 030
E-mailadres: zeist@zeist.nl

Stagebegeleidster Gemeente Zeist:
Annemieke van Geelen
Coördinator Communicatie

Stageperiode:
November 2012 – mei 2013

Opleverdatum:
3 juni 2013

Voorwoord.

Voor u ligt mijn afstudeerrapport wat een advies geeft over de inzet van sociale netwerken om de doelstelling rondom duurzaamheid te kunnen realiseren. Het advies is gericht aan de gemeente Zeist. Zij wil graag een advies over hoe sociale netwerken een bijdrage kunnen leveren om de doelstelling van duurzaamheid te realiseren, zodat zij dit ook kan toepassen rondom andere beleidsthema's.

Mijn dank gaat uit naar iedereen binnen de gemeente Zeist voor de fijne samenwerking. De vrijheid en verantwoordelijkheid die mij is geboden heeft voor een groot deel bijgedragen aan het succes van deze stageperiode en mijn afstudeerrapport. Het halfjaar is hierdoor voorbij gevlogen en ik vind het dan ook oprecht jammer afscheid te moeten nemen van deze organisatie.

Daarnaast wil ik ook mijn stagebegeleidster Annette Kamerbeek bedanken voor het prettige contact en de tijd die zij in mij heeft gestoken. Door de adviezen en feedback die ik heb gekregen heb ik dit afstudeerrapport tot een succes kunnen brengen.

Last but not least, wil ik de medewerkers van de gemeente Zeist, de adviseur van de Omgevingsdienst, de bewonersverenigingen en de gemeente Eindhoven, Utrecht, Amersfoort, Groningen, Haarlem, Koggenland, Leeuwarden, Nieuwegein, Rotterdam en Zwijndrecht bedanken voor hun bijdrage. Zonder de interviews hadden deze resultaten en aanbevelingen nooit uitgebracht kunnen worden.

Ik wens u veel leesplezier.

Joyce Koops



Management samenvatting.

Het doel van dit adviesrapport is om in juni 2013 een advies uit te brengen aan de gemeente Zeist. Dit advies omvat een aantal aanbevelingen over hoe sociale netwerken een bijdrage kunnen leveren om de doelstelling rondom duurzaamheid te realiseren. De beleidsvraag is: *"Hoe kunnen sociale netwerken een bijdrage leveren aan de realisatie van de doelstelling rondom duurzaamheid?"*

Met sociale netwerken wordt een groep mensen bedoeld die elkaar kennen of samenwerken rondom een bepaald thema. Dit kan zowel offline als online zijn. Met de doelstelling rondom duurzaamheid wordt de doelstelling rondom het icoon 'Duurzame buurten' bedoeld. Het beoogde doel hierbij luidt als volgt: in 2014 zijn in minimaal 10 wijken of buurten duurzame initiatieven gestart. Om de beleidsvraag te kunnen beantwoorden zijn er vier onderzoeksvragen (zie onderstaand) opgesteld die weer onderverdeeld zijn in 12 deelvragen. Voor de deelvragen verwijs ik u graag door naar hoofdstuk 3, paragraaf 3.

Om de onderzoeksvragen, deelvragen en uiteindelijk de beleidsvraag te beantwoorden zijn de volgende onderzoeksmethoden gebruikt:

- Deskresearch naar sociale netwerken.
- Gesprekken/interview met medewerker(s) gemeente Zeist.
- Interview met de adviseur van de Omgevingsdienst.
- Analyse van bestaande netwerken rondom duurzaamheid om kwaliteit te toetsen.
- E-mailcontact met initiatiefnemers van bewonersverenigingen in Zeist.
- Telefonische interviews met medewerkers van andere gemeentes binnen Nederland.

Op basis van de resultaten uit het onderzoek worden hieronder per onderzoeksvraag de belangrijkste conclusies en aanbevelingen beschreven. De onderzoeksvragen zijn eigenlijk verdeeld in vier thema's waar advies over uitgebracht wordt, namelijk: de bestaande sociale netwerken, de wijken/doelgroep, deelname aan sociale netwerken en de interne organisatie. Alle conclusies en aanbevelingen zijn beschreven met als uitgangspunt antwoord te kunnen geven op de beleidsvraag. Voor de volledige conclusies en aanbevelingen verwijs ik u graag door naar hoofdstuk 4.

1. Welke sociale netwerken bestaan er al rondom het thema duurzaamheid?

- De meerderheid van de wijken die tot nu toe duurzaamheidsinitiatieven zijn gestart beschikken al over een sociaal netwerk. Binnen dit sociaal netwerk ontmoeten de leden elkaar meer offline.
- Bewoners hebben geen behoefte aan deelname van de gemeente binnen hun netwerken. Het zou wel fijn zijn als de gemeente deze netwerken ondersteund in bepaalde zaken om doelstellingen te kunnen bereiken.
- Er bestaan ook veel landelijke sociale netwerken rondom het thema duurzaamheid waarbij bewoners van de gemeente Zeist zijn aangesloten. De kwaliteit van deze netwerken zijn niet allemaal even hoog, maar bij een aantal netwerken zijn ook veel bewoners uit de gemeente aangesloten.

Aanbevelingen:

- Ondersteun de bestaande sociale netwerken rondom duurzaamheid.
- Maak gebruik van de landelijke sociale netwerken die er zijn.

2. Welke wijken wil de gemeente Zeist bereiken in sociale netwerken rondom het thema duurzaamheid?

- Het liefst wil de gemeente Zeist alle wijken bereiken rondom het thema duurzaamheid. Op dit moment zijn er vier wijken die duurzaamheidsinitiatieven zijn gestart met behulp van zowel online als offline sociale netwerken.
- Als het thema duurzaamheid geen prioriteit heeft voor een bepaalde wijk heeft het ook weinig zin om sociale netwerken in te zetten om de bewoners uiteindelijk wel actief te maken. Als gemeente kan je het namelijk niet voor ze doen.
- De meeste bewoners die zich binnen sociale netwerken rondom duurzaamheid bevinden zijn volwassenen van half 30 tot half 50. De meeste hebben kinderen die iets ouder zijn dan het kleuter/peuter niveau. Zij hebben vaak een modaal inkomen of iets daarboven.

Aanbeveling:

- Richt je op de doelgroep die bereid is duurzaamheidsinitiatieven te starten.

3. Hoe kan de gemeente Zeist het beste deelnemen aan sociale netwerken rondom duurzaamheid?

- Sociale netwerken, zowel online als offline, zijn belangrijk om doelstellingen te kunnen bereiken.
- De belangrijkste bijdrage van sociale netwerken is dat er niet vanuit de gemeente de boodschap wordt geduwd van je moet verduurzamen, maar juist de initiatieven die er al zijn door middel van sociale netwerken zichtbaar te kunnen maken. En dat het wij-gevoel heerst waardoor bewoners niet als eenling aan de slag hoeven.
- Duurzaamheid is wel een uitzonderlijk thema waarbinnen gemeentes specifieke sociale netwerken hebben of gebruiken.
- Online sociale netwerken zijn meer bedoeld om informatie over te dragen of op te zoeken en offline sociale netwerken zijn meer bedoeld om dialoog aan te gaan.
- Voor de online sociale netwerken zetten de meeste gemeentes het gemeentelijk Twitteraccount in. Hierbij is duurzaamheid een onderdeel, maar niet de hoofdmoot. Naast Twitter zetten gemeentes ook het gemeentelijk Facebookaccount in.

Aanbevelingen:

- Maak een gemeentelijk Facebookaccount aan.
- Zet een mix van online en offline middelen in om doelstellingen te bereiken.
- Neem per sociaal netwerk een bijpassende rol aan.

4. Welke zaken moeten binnen de interne organisatie geregeld zijn om succesvol deel te kunnen nemen aan sociale netwerken?

- Het beheer van de gemeentelijke sociale netwerken (online) moet bij één afdeling of persoon liggen. Bij het grootste gedeelte van de geïnterviewde gemeentes ligt het beheer bij de communicatieafdeling. Wel is het belangrijk inhoudelijke mensen zoals projectleiders of programmamanagers zelf deel te laten nemen in netwerken rondom hun eigen thema. Wanneer dit door de communicatieafdeling wordt overgenomen, haal je dat stuk persoonlijk contact weg.
- Er moet een plan zijn waarin belangrijke organisatorische zaken worden opgenomen. Het beschrijft zaken als wie wat doet, wat wel en niet kan, wie de beheerder is en wij zijn of haar achtervang is.
- De interne organisatie moet overtuigd worden van het nut van sociale netwerken.

Aanbevelingen:

- Leg het beheer van de gemeentelijke sociale netwerken (online) bij de afdeling communicatie neer.
- Overtuig de interne organisatie van het nut van sociale netwerken.

Inhoudsopgave.

Inhoud	Pagina
■ Voorwoord ■ Managementsamenvatting ■ Inhoudsopgave ■ Inleiding ■ Hoofdstuk 1: Achtergrondinformatie 1.1 Organisatiebeschrijving 1.2 Organisatievisie 1.3 Communicatievisie 1.4 Coalitieprogramma 1.5 Problematiek en beleidsvraag ■ Hoofdstuk 2: Theoretisch kader 2.1 Wat is een sociaal netwerk precies? 2.2 Online en offline netwerken 2.3 Werken in een netwerksamenleving 2.4 Rollen voor gemeente in sociale netwerken 2.5 Kwaliteit van netwerken 2.6 Derde generatie burgerparticipatie ■ Hoofdstuk 3: Onderzoekopzet 3.1 Beleidsvraag en onderzoeksvragen 3.2 Deelvragen 3.3 Operationalisering van begrippen 3.4 Onderzoeksdoelgroep 3.5 Onderzoeksmethoden ■ Hoofdstuk 4: Resultaten onderzoek ■ Hoofdstuk 5: Conclusies en aanbevelingen 5.1 Conclusies 5.2 Advies ■ Literatuurlijst ■ Bijlagen 1 Uitgewerkt interview medewerkster gemeente Zeist 2 Uitgewerkt interview adviseur Omgevingsdienst 3 Uitgewerkte interviews andere gemeentes 4 Uitkomsten interviews andere gemeentes 5 Vragen bewonersverenigingen in Zeist (via de mail) 6 Kwaliteit van de sociale netwerken	3 4 6 7 8 8 9 10 11 12 14 14 14 15 16 17 18 19 19 20 20 20 20 21 23 33 33 37 39 41 42 45 50 102 107 109



Inleiding.

De vraag vanuit de gemeente Zeist is om een advies uit te brengen over hoe sociale netwerken een bijdrage kunnen leveren aan de realisatie van de doelstelling rondom duurzaamheid. Dit advies kan als handvat dienen rondom andere beleidsthema's van de gemeente. De beleidsvraag is: *"Hoe kunnen sociale netwerken een bijdrage leveren aan de realisatie van de doelstelling rondom duurzaamheid?"*

Om deze vraag te kunnen beantwoorden zijn er onderzoeksvragen opgesteld die weer onderverdeeld zijn in deelvragen. De onderzoeksvragen kunnen gezien worden als vier thema's waar uiteindelijk advies over wordt uitgebracht (zie onderstaand).

Om de onderzoeksvragen, deelvragen en uiteindelijk de beleidsvraag te beantwoorden zijn de volgende onderzoeksmethoden gebruikt:

- Deskresearch naar sociale netwerken
- Gesprekken/interview met medewerker(s) gemeente Zeist
- Interview met de adviseur van de Omgevingsdienst
- Analyse van bestaande netwerken rondom duurzaamheid om kwaliteit te toetsen
- E-mailcontact met initiatiefnemers van bewonersverenigingen in Zeist
- Telefonische interviews met medewerkers van andere gemeentes binnen Nederland

Deze onderzoeksmethoden hebben geleid tot een advies rondom vier thema's:

1. De bestaande sociale netwerken rondom duurzaamheid
2. De wijken in Zeist die zich in sociale netwerken bevinden rondom het thema duurzaamheid
3. Deelname aan sociale netwerken op basis van 'best practices' van andere gemeentes
4. Interne organisatie

Leeswijzer

Het eerste hoofdstuk geeft achtergrondinformatie over de gemeente Zeist. Hierin wordt de organisatie beschreven met daarbij de organisatievisie en communicatievisie. Vervolgens wordt er nog een stuk uit het coalitieprogramma toegelicht en tot slot wordt de problematiek en de beleidsvraag beschreven.

In het tweede hoofdstuk wordt de theorie rondom sociale netwerken behandeld. In de eerste paragraaf leest u wat een sociaal netwerk precies is. In de tweede paragraaf wordt het onderscheid tussen online en offline netwerken uitgelegd. Vervolgens worden er verschillende theorieën en rollen beschreven over hoe je als gemeente het beste kunt werken in een netwerksamenleving. In de laatste twee paragrafen wordt uitgelegd hoe de kwaliteit van netwerken gemeten kunnen worden en welke rol de netwerksamenleving heeft bij burgerparticipatie.

In het derde hoofdstuk worden de beleidsvraag, onderzoeksvragen en bijbehorende deelvragen beschreven. Daarna volgt een beschrijving van de onderzoeksdoelgroep en de onderzoeksmethoden.

Het vierde hoofdstuk bevat alle onderzoeksresultaten die per deelvraag worden beschreven. De resultaten komen voort uit het kwalitatief onderzoek wat is uitgevoerd, zoals beschreven in het derde hoofdstuk.

Het vijfde hoofdstuk bevat de conclusies op de onderzoeksvragen. De conclusies komen voort uit de resultaten van het kwalitatief onderzoek, zoals beschreven in het vierde hoofdstuk. Op basis van de conclusies worden er een aantal aanbevelingen gedaan voor de gemeente Zeist.

1.

Achtergrond informatie

Dit hoofdstuk geeft achtergrondinformatie over de gemeente Zeist. Hierin wordt de organisatie beschreven met daarbij de organisatievisie en communicatievisie. Vervolgens wordt er nog een stuk uit het coalitieprogramma toegelicht en tot slot wordt de problematiek en de beleidsvraag beschreven.

1.1 Organisatiebeschrijving

Zeist¹ is een gemeente en plaats in het midden van de Nederlandse provincie Utrecht. De gemeente telt 61.258 inwoners en heeft een oppervlakte van tegen de 50 km² (waarvan slechts een kleine hoeveelheid water). Zeist ligt in het bosrijke gebied van het Nationaal Park Utrechtse Heuvelrug en is daardoor een zeer groen gebied. Naast de hoofdplaats Zeist telt de gemeente vier dorpen: Austerlitz, Bosch en Duin, Den Dolder en Huis ter Heide. Vanwege het kasteel Slot Zeist wordt Zeist ook wel Slotstad genoemd.

Een gemeente² heeft een gemeenteraad, een college en een ambtelijke organisatie. De gemeenteraad is het hoogste orgaan van de gemeente. Zij neemt de belangrijkste beslissingen en stelt het beleid in grote lijnen vast. De gemeenteraad wordt bijgestaan door de griffier. De raadsgriffie is de schakel tussen gemeenteraad en de gemeentelijke organisatie.

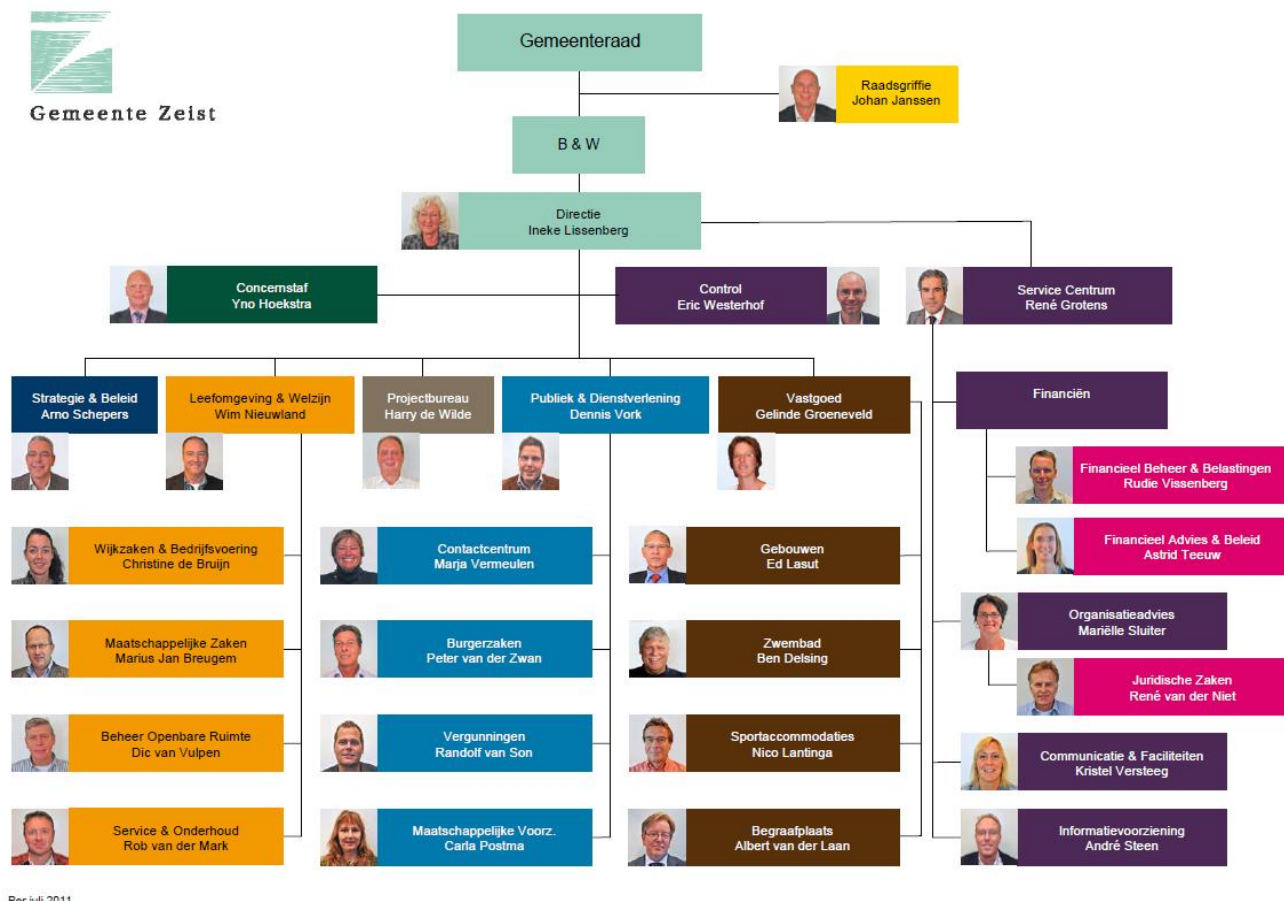
De uitvoering van de besluiten is in handen van het dagelijks bestuur: het college van burgemeester en wethouders. Zij geven via de gemeentesecretaris aan de ambtelijke organisatie de opdracht om het vastgestelde beleid uit te voeren. De gemeentesecretaris is de adviseur van het college en is eindverantwoordelijk voor de ambtelijke organisatie en voor de uitvoering en ontwikkelingen van het beleid waarover het college beslist.

De gemeenteraad wordt om de vier jaar gekozen door inwoners van de gemeente. Na deze verkiezing wordt een nieuw college van burgemeester en wethouders samengesteld. Zij stellen een nieuw coalitieakkoord op, hierin staan afspraken die de samenwerkende partijen met elkaar hebben gemaakt voor de komende vier jaar. In het collegeprogramma staat vervolgens beschreven hoe het college dit gaat uitvoeren.

¹ <http://nl.wikipedia.org/wiki/Zeist>

² Intern document: Hoe werkt de gemeenteraad?

De Gemeente Zeist³ heeft in totaal ongeveer 420 medewerkers in dienst van de raad tot aan de schoonmakers. Daarnaast vallen er ook een aantal buitendiensten onder de gemeente zoals: het zwembad, de begraafplaats en de gemeentewerven. In grote lijnen is hieronder het organogram van de Gemeente Zeist in beeld gebracht:



Per juli 2011

1.2 Organisatievisie

De organisatievisie⁴ van de Gemeente Zeist luidt als volgt: "Zeist, op weg naar verder". Dit is een toekomstbeeld (ontwikkelingsperspectief 2030) waarbij vier kernwaarden zijn geformuleerd die nu en in de toekomst richtinggevend zijn voor de ontwikkeling van Zeist, Austerlitz, Bosch en Duin, Huis ter Heide en Den Dolder:

- natuur en landschap
- cultuurhistorie
- duurzaam en zorgzaam
- kwaliteit van vijf kernen (dorpen) met een eigen identiteit.

Deze kernwaarden zeggen iets over de inhoud van het werken bij de Gemeente Zeist, maar het geeft nog onvoldoende richting aan de manier waarop de medewerkers in hun werk staan en hoe zij met elkaar omgaan. Op de werkvloer, maar ook met de inwoners. De gedeelde waarden zijn de samenbindende factor en bepalen de stijl, houding en gedrag. Daar gaat de organisatievisie over.

³ Organogram gemeente Zeist

⁴ Organisatievisie gemeente Zeist

De uitdaging voor de Gemeente Zeist is om partijen bij elkaar te brengen, nieuwe verbindingen te zoeken, energie en creativiteit vanuit de samenleving los te maken en de ruimte te geven. En niet denken vanuit de eigen vertrouwde instrumenten, systemen, regels en onmogelijkheden. Een overheid die klein en bescheiden durft te zijn dus. Zowel als organisatie als de rol in de samenleving. Wel moet de gemeente aanwezig blijven en betrokken zijn bij de samenleving. Dit kan door nabijheid, medeleven en inlevingsvermogen te tonen.

De gemeente zal in staat moeten zijn om mee te bewegen, zich aan te passen, nieuwe verbindingen te creëren en nieuwe samenwerkingsverbanden aan te gaan. Leren ontwikkelen en ontwikkelen leren. Minder opleggen, maar juist interactief werken samen met inwoners en belanghebbenden. Dit vergt heroriëntatie, training en oefening.

De gemeente laat in het gedrag en in de resultaten zien dat zij als overheid een stap vooruit doet en het zelf niet als beste weet. Dat zij het beste uit de samenleving wil halen, goed luisteren, verwonderen, faciliteren, mensen en instanties met elkaar in verbinding brengen en risico's durven te nemen. Om dit als organisatie en medewerkers te kunnen doen zijn drie basiswaarden nodig: vertrouwen, nabijheid en kracht.

1.Vertrouwen	▪ Zelfvertrouwen en vertrouwen als uitgangspunt van handelen ▪ Vertrouwen teruggeven om vertrouwen te kunnen krijgen ▪ Vertrouwen in oplossen vermogen van de samenleving ▪ Vertrouwen in de eigen verantwoordelijkheid van de Zeistenaar ▪ Partnerschap en vertrouwen ▪ Regels op basis van vertrouwen
2.Nabijheid	▪ De menselijke maat ▪ Betrokkenheid, inlevingsvermogen ▪ Naar de mensen toe ▪ Persoonlijke communicatie in plaats van achter het bureau ▪ Mensen in plaats van dossiers ▪ Dichtbij zijn ▪ Zichtbaarheid in wijken en buurten
3.Kracht	▪ Ondernemend gedrag ▪ Experimenteren ▪ Leiderschap ▪ Durf om los te laten ▪ Lef om open en eerlijk te communiceren; ook over moeilijke zaken ▪ Doorzetten tot resultaat (doen)

Deze visie brengt de gemeente tot andere verhoudingen, een andere stijl, een andere houding en een ander gedrag. Een andere kijk op het werk en een andere manier van werken. Dat zal een voortdurend ontwikkelingsproces zijn.

1.3 Communicatievisie

De titel van de communicatievisie⁵ luidt: "Communicatie in het DNA van de organisatie". Het team communicatie levert met deze visie een bijdrage aan de realisatie van de organisatievisie. De rode draad hierin is: een andere rolverdeling tussen samenleving en gemeente. Ontwikkelingen zijn van invloed op de samenleving en daarmee op de organisatie. Enkele ontwikkelingen die effect hebben op de samenleving, de gemeentelijke organisatie en de communicatie zijn: netwerksamenleving en digitalisering.

⁵ Communicatievisie gemeente Zeist

Netwerksamenleving

De netwerksamenleving is een ontwikkeling die effect heeft op de samenleving, de gemeentelijke organisatie en de communicatie. Bij de netwerksamenleving voeren niet langer grote bedrijven, instituties en overheden de regie over ontwikkelingen in de samenleving. Elke individu krijgt mogelijkheden om invloed uit te oefenen. Er vindt een verschuiving plaats van de overheid centraal naar de netwerksamenleving. Het gaat niet alleen meer om zenden, maar om interactie met de samenleving. Dit kan door interactief te werk te gaan en onderdeel te worden van de samenleving. Het grootste kenmerk van de netwerksamenleving is dat mensen zich niet vanuit één punt laten aansturen, maar zich bewegen in verschillende netwerken. Afhankelijk van het onderwerp, belang of interesse. Om deel uit te maken van een netwerksamenleving is het van belang om op de hoogte te blijven van wat er speelt en waar behoeften liggen. Deze externe oriëntatie is essentieel. Weten welke partners er in de samenleving actief zijn en kunnen bijdragen aan oplossingen. Kunnen inleven in wat een aanpassing, beleid of project betekent voor inwoners van de hele gemeente, een buurt of specifieke doelgroep.

Digitalisering

Digitalisering houdt in dat de samenleving intensief gebruik maakt van informatie en communicatietechnologie (ICT). ICT wordt voor steeds meer doelen ingezet en wordt steeds goedkoper. Het maakt het mogelijk om op bijna ieder moment toegang te krijgen tot de gewenste informatie. Het internet draagt bij aan het vergaren van kennis die eerder niet of moeilijk voorhanden was. Het internet maakt het bereiken van andere netwerken mogelijk en om in netwerken met weinig tijdsinvestering, actief en effectief te zijn. Sociale media laten tal van initiatieven zien waarin inwoners zelf een platform creëren rond om een bepaalde informatiebehoefte en de mogelijkheid om hun mening te geven.

Gemeente als bondgenoot

De Gemeente Zeist is een gemeente die naast haar inwoners staat. Die luistert, initiatieven stimuleert, faciliteert, die de samenleving begrijpt en die samenleving sterker maakt. Die bondgenoot is, dat wil zeggen een gelijkwaardige positie heeft en de kwaliteiten van de ander erkent. In praktische zin betekent dit: weet hebben wat de sterke kanten zijn van de Zeistersamenleving. Weten welke mensen, inwoners en groepen in de Zeistersamenleving verantwoordelijkheid dragen en weten welke verbanden zo sterk zijn dat zij een functie hebben voor de samenleving als geheel. De drie basiswaarden die in de organisatievisie beschreven zijn (vertrouwen, nabijheid en kracht), vormen de kern om in staat te zijn die nieuwe positie als bondgenoot in te nemen. Voor de communicatie is deze cultuuromslag van cruciaal belang, omdat de houding ten opzichte van de samenleving niet alleen van invloed is op het inhoudsniveau, maar vooral het betrekkningsniveau. Het wat en het hoe.

Dienstbaarheid

Een ander belangrijk uitgangspunt voor communicatie is dienstbaarheid. Van directe individuele dienstverlening naar een brede externe focus. De organisatievisie kleurt deze en bepaalt het hoe. De gemeente doet het op een interactieve, duurzame en verantwoorde manier en vanuit de basiswaarden vertrouwen, nabijheid en kracht. Om de organisatie meer deel uit te kunnen laten maken van de samenleving is het noodzakelijk dat zij meer van buiten naar binnen halen en van binnen naar buiten gaan. Een andere manier van werken (tijd en plaats onafhankelijk) en digitalisering is daarbij noodzakelijk. Dienstbaarheid is een voorwaarde voor iedereen die deel uitmaakt van de gemeentelijke organisatie.

Communicatiedoel

De samenleving ervaart in de communicatie en interactie met de Gemeente Zeist (medewerkers en bestuur) een bondgenoot. Dit wordt bepaald door een gevoel van vertrouwen, nabijheid en kracht. Het gedrag, de houding, activiteiten en besluiten van bestuur en medewerkers duiden hierop.

1.4 Coalitieprogramma

De partijen van VVD, D66, PvdA en GroenLinks hebben voor de bestuursperiode 2010 - 2014 het coalitieakkoord⁶ "Dichterbij"; Groen, Liberaal en Sociaal gesloten. Het college van burgemeester en wethouders heeft dit coalitieakkoord nader uitgewerkt. "Dichterbij" is een ambitieus programma geworden. Zeker als dit gezien wordt tegen de achtergrond van de economische recessie. Maar juist dan is ambitie en energie van groot belang. Met de twee rode draden in dat akkoord: "duurzaamheid" en "bestuursstijl/burgerparticipatie" kan de gemeente Zeist goed uit de voeten.

Het biedt uitdagingen en mogelijkheden voor de gemeente Zeist, waarmee de komende jaren goed vooruit gekeken kan worden. Op weg naar een duurzame samenleving. Medio 2014 wordt de eerste etappe daarvan afgesloten en een eerste balans opgemaakt. Het doel is dat Zeist dan in de wijde omtrek haar naam als "duurzame gemeente" heeft gevestigd.

Duurzaamheid is in het coalitieprogramma als het leidend thema en principe opgenomen, wat inhoudt dat alle gemeentelijke handelingen (beleid en uitvoering) in die context worden geplaatst. Duurzaamheid is een weids begrip dat in ieder geval de thema's duurzaam omgaan met menskracht (people), natuur en milieu (planet), welvaart (profit) en welzijn (prosperity) omvat. Een ieder zal, daarnaar gevraagd een andere invulling aan dit begrip geven. Daarom is het van belang, dat de medewerkers op een eigen wijze bepalen hoe het begrip 'duurzaamheid' ingevuld wordt en wat ieders rol daarbij is. Daarnaast wil Zeist zich onderscheiden als 'the place to be' voor duurzame bedrijven en een voorbeeldplaats zijn op het gebied van klimaat, ondernemerschap en winkelsamenstelling. Dit vraagt om een keuze hoe Zeist zich als duurzame plaats wil en kan profileren. Hiervoor is het programma 'Zeist Duurzaam' opgesteld die loopt van 2012 – 2016.

De doelstelling die binnen het programma 'Zeist Duurzaam'⁷ is opgenomen, is om in 2050 klimaatneutraal te zijn. Om deze doelstelling te behalen kiest de gemeente Zeist voor een drietal iconen en richt daar haar aandacht op. Het eerste icoon is 'Duurzame buurten', het tweede icoon is 'Zeist voor en door duurzame bedrijven' en het derde icoon is 'Zeist duurzaam werkende organisatie' (intern gericht). De gekozen iconen passen goed bij Zeist en dragen bij aan een duurzamer Zeist. Daarnaast zijn de iconen spraakmakend. De aanpak wil een voorbeeld zijn voor anderen om hen te inspireren. Binnen deze iconen zijn ook weer doelstellingen opgericht. Voor het onderdeel 'Duurzame buurten' luidt de doelstelling als volgt: in 2014 zijn in minimaal 10 wijken of buurten duurzame initiatieven gestart.

1.5 Problematiek en beleidsvraag

Uit de organisatievisie, communicatievisie en het coalitieprogramma is gebleken dat de gemeente Zeist een aantal dingen wil bereiken. In de organisatievisie is beschreven dat de gemeente het beste uit de samenleving wil halen door goed te luisteren, te verwonderen, te faciliteren, mensen en instanties met elkaar in verbinding te brengen en risico durven te nemen. Om dit als organisatie en medewerkers te kunnen doen zijn de volgende drie basiswaarden nodig: vertrouwen, nabijheid en kracht.

In de communicatievisie worden deze basiswaarden verder geoperationaliseerd. Om vertrouwen, nabijheid en kracht te bewerkstelligen, moet de gemeente Zeist zich opstellen als bondgenoot. Een gemeente die naast haar inwoners staat door te luisteren, initiatieven te stimuleren, te faciliteren en die de samenleving begrijpt (vertrouwen & nabijheid) en die samenleving sterker maakt (kracht). Dat betekent dat de gemeente onderdeel is van de samenleving en niet de regelkamer van alles is. Om meer deel uit te maken van de samenleving, is het noodzakelijk om meer van buiten naar binnen te halen en van binnen naar buiten te gaan. Dit betekent interactief werken.

⁶ Coalitieakkoord "Dichterbij" 2010-2014 Zeist

⁷ Programma 'Zeist Duurzaam' 2012-2016

Daarnaast worden er in de communicatievisie een aantal ontwikkelingen beschreven die effect hebben op de samenleving, de gemeentelijke organisatie en de communicatie, namelijk: de netwerksamenleving en digitalisering. De vraag vanuit de gemeente hierbij is: hoe speel je in op deze ontwikkelingen en op welke manier kunnen zij een bijdrage leveren aan de doelstelling om bondgenoot te zijn?

Het proces om naar de uiteindelijke beleidsvraag te komen heeft lang geduurd. In eerste instanties had de gemeente Zeist voorkeur voor een onderzoek naar de inzet van social media. Een kanttekening hierbij is dat er vanuit het middel wordt gedacht en niet vanuit het doel. De vraag achter de vraag moest naar voren komen. Door gesprekken te voeren met verschillende collega's, de organisatievisie, communicatievisie en webvisie door te lezen werd de echte vraag en het probleem steeds duidelijker. Het probleem is namelijk dat er allerlei maatschappelijke ontwikkelingen plaatsvinden zoals digitalisering en een verschuiving van de overheid centraal naar de netwerksamenleving en dat de gemeente niet goed weet hoe deze ontwikkelingen een bijdrage kunnen leveren aan het beleid en de bijbehorende doelstellingen. Één van die doelstellingen is dat de gemeente een bondgenoot wil zijn van de burger. Hiermee begon de beleidsvraag heel groot, namelijk: *"Hoe kan de gemeente Zeist het beste deelnemen in de netwerksamenleving, met als doel een bondgenoot te zijn?"*

Nadat deze vraag intern besproken was, kwamen we tot de conclusie dat dit veel te breed is. Door middel van onderzoek naar de netwerksamenleving, bleek dat er heel veel sociale netwerken zijn die zowel offline als online plaatsvinden. In de theorie kwam duidelijk naar voren dat de kern van deze sociale netwerken is dat mensen elkaar opzoeken en samen komen rondom een bepaald thema/onderwerp. Om deze reden is er besloten om het onderzoek op één specifiek thema te richten, zodat het ook als handvat gebruikt kan worden rondom andere thema's. Er is gekozen voor het thema duurzaamheid, omdat dit thema als leidraad naar voren is gekomen binnen het coalitieakkoord. Het thema duurzaamheid is daarbij ook weer erg breed. Zoals in de vorige paragraaf is besproken, is het programma duurzaamheid onderverdeeld in drie iconen. Er is besloten om het onderzoek op één icoon te richten, namelijk "Duurzame buurten" met de bijbehorende doelstelling dat in 2014 minimaal 10 wijken of buurten duurzame initiatieven zijn gestart.

Beleidsvraag

Naar aanleiding van de beschreven problematiek is de uiteindelijke beleidsvraag geworden: *"Hoe kunnen sociale netwerken een bijdrage leveren aan de realisatie van de doelstelling rondom duurzaamheid?"*

Met sociale netwerken wordt een groep mensen bedoeld die elkaar kennen of samenwerken rondom een bepaald thema. Dit kan zowel offline als online zijn. Met de doelstelling rondom duurzaamheid wordt de doelstelling rondom het icoon 'Duurzame buurten' bedoeld. Het beoogde doel hierbij luidt als volgt: in 2014 zijn in minimaal 10 wijken of buurten duurzame initiatieven gestart.

2.

Theoretisch Kader

In dit hoofdstuk wordt de theorie rondom sociale netwerken behandeld. In de eerste paragraaf leest u wat een sociaal netwerk precies is. In de tweede paragraaf wordt het onderscheid tussen online en offline netwerken uitgelegd. Vervolgens worden er verschillende theorieën en rollen beschreven over hoe je als gemeente het beste kunt werken in een netwerksamenleving. In de laatste twee paragrafen wordt uitgelegd hoe de kwaliteit van netwerken gemeten kan worden en welke rol de netwerksamenleving heeft bij burgerparticipatie.

2.1 Wat is een sociaal netwerk precies?

Een sociaal netwerk⁸ is een verzameling van mensen die elkaar kennen of organisaties die vaak samenwerken. Het werkwoord 'netwerken' is hier ook van afgeleid. Netwerken is tijdens een bepaald moment relaties onderhouden en opdoen. Een sociaal netwerk is niets nieuws, mensen zijn altijd al verbonden geweest met elkaar. Denk aan familiebanden, vriendschappen of een gezamenlijke interesse. Wat de huidige technologie mogelijk maakt is dat mensen wereldwijd verbindingen met elkaar aangaan. Sociale netwerksites spelen daarin een grote rol.

2.2 Offline en online netwerken

Een netwerk bouw je op, dit kan offline en online⁹. Je kunt als organisatie deel uit maken van een netwerk op bijvoorbeeld online platforms zoals Facebook, Twitter en LinkedIn. Daarnaast kan je als organisatie ook zelf een online netwerk opstarten. Er kan ook offline deel worden genomen aan een netwerk, door bijvoorbeeld aan te sluiten bij een bewonersvereniging of als gemeente zelf een groep mensen offline bij elkaar te brengen. Het blijkt dat mensen die je offline ontmoet eerder vertrouwen in jou krijgen. Ze kennen je, weten hoe jij als persoon bent en voelen een diepere band met je dan met diegene die af en toe een mail stuurt.

Sociale netwerksite¹⁰ is een internetdienst waarmee gebruikers een netwerk kunnen opstarten en onderhouden. Meestal gebeurt dit door het aanmaken van een profiel, die ze vervolgens kunnen koppelen aan de profielen van anderen. Dit kan op een website zijn, maar ook op social mediapagina's. Een sociaal netwerk kan bestaan uit een al bestaand offline (in real life) netwerk, maar kan ook bestaan uit internetgebruikers die elkaar nog nooit hebben ontmoet. Vaak heeft het netwerk een gemengd karakter. Sociale netwerksites worden gebruikt om bijvoorbeeld persoonlijke ervaringen, meningen, nieuws en andere informatie te delen met anderen.

⁸ <http://www.frankwatching.com/archive/2009/07/24/sociale-netwerken-de-basis/>

⁹ Berlo, van D. (2010) Ambtenaar 2.0, Programma Ambtenaar 2.0 (pagina 46) &

<http://www.ondernemeninternet.nl/weblog-over-ondernemen/offline-netwerken-is-springlevend.html>

¹⁰ <http://nl.wikipedia.org/wiki/Sociaalnetwerksite>

2.3 Werken in een netwerksamenleving

De nieuwe realiteit is dat we leven in een netwerksamenleving¹¹. Iedereen moet proberen om in die situatie en met die nieuwe middelen de juiste rol uit te voeren. Daarbij wordt je succes bepaald door hoe goed je die middelen in kunt zetten. Hoe je invloed kan uitoefenen in de netwerksamenleving, wordt door Boyd onderverdeeld in vier soorten netwerkkrachten. De netwerkkrachten zijn:

- **Networking power:** deze kracht heeft iedereen die in staat is zijn of haar boodschap te verspreiden binnen een netwerk. (actief zijn)
- **Network power:** deze kracht heeft de persoon/organisatie die bepaalt wat de spelregels zijn waarbinnen informatie verspreid mag worden. (spelregels beïnvloeden)
- **Networked power:** deze kracht heeft de persoon die de macht heeft om de juiste middelen in positie te brengen. Hierdoor kan een eigen onderwerp breed op de agenda komen. (meerdere netwerken invloed uitoefenen)
- **Network-making power:** deze kracht hebben mensen die de netwerken creëren en communicatiesystemen besturen. Degenen met networked power zijn dus weer van hen afhankelijk. (spelregels op platform bepalen)

Om een voorbeeld te geven: iedereen kan zijn mening opschrijven en publiceren in een relevant discussieforum (*networking power*). Daarbij moet men zich houden aan de kaders die door de eigenaren zijn opgesteld (*network power*). Sommige partijen kunnen thema's breed agenderen door bijvoorbeeld samenwerkingsverbanden aan te gaan (*networked power*). Daarbij zijn ze nog wel steeds afhankelijk van de eigenaren van mediakanalen (*network-making power*).

In de netwerksamenleving wordt er gewerkt via verbindingen. Deze verbindingen kunnen onderverdeeld worden in drie dimensie: cocreatieve, mediale en persoonlijke dimensie. Het is van groot belang dat een overheidsorganisatie in elke van deze dimensies meespeelt om iets tot stand te kunnen brengen in de netwerksamenleving.

- **Een cocreatieve dimensie:** bij deze dimensie moet er door de overheid verbindingen worden gelegd met andere relevante partijen en personen om samen te werken. Hiermee bereik je als overheid resultaat in de netwerksamenleving.
- **Een mediale dimensie:** bij deze dimensie moet er door de overheid verbindingen worden gelegd met relevante kanalen en netwerken. Hiermee kunnen onderwerpen bij een voldoende brede doelgroep geagendeerd worden (*networked power*)
- **Een persoonlijke dimensie:** bij deze dimensie moet er op persoonlijk niveau verbindingen worden gelegd met de doelgroep. Op deze manier creëer je betrokkenheid en commitment rondom een onderwerp of proces.

Bovenstaande houdt in dat een succesvolle overheidsorganisatie samenwerkt met andere partijen en netwerken in de samenleving, maar pas succesvol kan zijn wanneer de juiste partijen bij elkaar worden gebracht en betrokkenen het belang van het proces zien. Werken via netwerken vraagt het betrekken van mensen om samen iets te kunnen bereiken.

¹¹ Berlo, van D. (2012) Wij, de overheid, cocreatie in de netwerksamenleving, Programma Ambtenaar 2.0.

Ambtenaren en overheidsorganisatie moeten leren hoe de netwerksamenleving werkt, hoe netwerken werken en hoe zij kunnen werken via netwerken. Alleen dan kan een overheidsorganisatie effect hebben in de netwerksamenleving en reageren op initiatieven vanuit de samenleving. Om dit te kunnen begrijpen moet het idee losgelaten worden dat de samenleving overzichtelijk kan worden ingedeeld in structuren en dat grenzen bepalend zijn voor samenwerking.

Samenwerking wordt vaak gezien als het overbruggen van een kloof tussen twee partijen. In de netwerksamenleving ziet dat er anders uit. Partijen die samen willen werken komen juist in het midden bij elkaar en vullen op die manier de ruimte in. Werken in een netwerksamenleving vraagt om een ander perspectief. Er moet vanuit de volgende drie samenhangende blikken naar de wereld worden gekeken:

- **Denken in netwerken**, want niet de organisatie staat centraal, maar het onderwerp. Rond dat onderwerp komen betrokken mensen bij elkaar en leveren vanuit die betrokkenheid een bijdrage;
- **Denken van het individu**, want individuele medewerkers dragen bij aan cocreatie in netwerken. Zij zijn de ambassadeurs die de organisatie vertegenwoordigen en op basis daarvan hun rol invullen in het netwerk.
- **Denken in platformen**, want platformen maken de samenwerking in netwerken mogelijk. Er zijn namelijk plekken nodig waar die netwerken bij elkaar kunnen komen. Het creëren en faciliteren van platformen is een manier om cocreatie te stimuleren.

Om dus in een netwerksamenleving deel te kunnen nemen, moet je als overheidsinstelling uit bovenstaande perspectieven denken. Eerst moet bedacht worden over welk onderwerp een netwerk moet bestaan. Daarnaast moet de interne organisatie op orde zijn en hetzelfde uitstralen, omdat zij de ambassadeurs zijn. Als laatste moeten er (online) platformen opgezocht worden die geschikt zijn om de samenwerking in netwerken mogelijk te maken.

2.4 Rollen voor gemeente in sociale netwerken

Otto Thors¹² onderscheidt vier rollen voor een gemeente die actief is in sociale netwerken. Van invloed zijn:

- Waar een gesprek wordt gevoerd.
- Of dat gesprek intern of extern is.
- De mate van interactie
- Wie het initiatief neemt

Op basis hiervan zijn er vier soorten rollen te onderscheiden:

Redacteur (informereren); als content binnen een gesloten platform wordt gecreëerd en gepubliceerd, dan ligt de aandacht op het informeren via eigen media. Denk hierbij aan zelfgeschreven berichten op een eigen website. Zenden is het belangrijkste voor de redacteur, zonder altijd zicht te hebben op het effect ervan.

Marketeer (beïnvloeden); als zelfgeschreven content op externe platformen wordt gepubliceerd, is er sprake van marketing gericht betrekken van doelgroepen. Binnen deze rol is een organisatie zich ervan bewust dat de te bereiken doelgroep niet elke dag op de eigen website komt, maar wel regelmatig gebruik maakt van online platformen zoals Twitter en Facebook.

¹² Nieuwe media, kans voor dienstverlening en interactie. Met Antwoord in dialoog, oktober 2011. (pagina 26 t/m 33)

Regisseur (dialoog aangaan); als de inhoud en samenstelling van content een open karakter heeft, dan mogen deelnemers zelf informatie plaatsen en toevoegen binnen de online omgeving van de initiator. Dit dialoog kan bijvoorbeeld worden gevoerd binnen een forum van de gemeente waarbij deelnemers om hun mening of ervaringen wordt gevraagd over een specifiek onderwerp. De initiator is ook eigenaar van het platform en heeft sturingsmogelijkheden zodat hij kan bepalen of een platform in gebruik blijft.

Gast (cocreatie); als de inhoud en samenstelling van content een open karakter heeft en bovendien op een open platform online word gedeeld, zoals binnen een LinkedIngroep, dan is er sprake van cocreatie. De initiator is in dit geval geen eigenaar van het platform en heeft dus minder sturingsmogelijkheden. Bovendien staat het ieder vrij om informatie te plaatsen, toe te voegen of te wijzigen. Als een organisatie op een open platform de dialoog start, dan hoort daar de rol van gastheer bij. Als de discussie al gaande is binnen een online platform waarop de organisatie wil aansluiten dan beperkt de rol zich in eerste instantie tot die van gast.

2.5 Kwaliteit van netwerken

Volgens Guido Rijnjaard¹³ zijn er zes factoren, waarmee je netwerken kunt fileren, namelijk:

1. **Dichtheid:** de opeenhoping van typen personen.
2. **Nabijheid:** de afstand van de ene speler tot de andere (is de relatie waar je aan denkt een verre vriend of een dichte buur, hoe kort is jouw weg tot de ander, hoe kort de weg van de mensen om je heen tot elkaar?).
3. **Intensiteit:** de frequentie van het onderling verkeer (zoeken mensen elkaar regelmatig op of alleen als de nood aan de man is. Hoe *close* ben je met elkaar? Is er sprake van meeweten, meedenken of meebeslissen in de relatie?).
4. **Wederkerigheid:** de wisselwerking binnen het netwerk, is er sprake van interactie (het gaat hier om de bereidheid tot identificatie met de ander of een hoger doel en de mogelijkheden om tot een ruil of een vergelijk te komen).
5. **Diversiteit:** de mate waarin ruimte is voor meerdere perspectieven (waarbij wel gewezen wordt op het belang van legitimatie van die diversiteit, anders gaan partijen ondergronds of ze komen in verzet, het zogeheten Doornroosje-effect: dit verwijst naar de boze fee die niet op het geboortefeestje was uitgenodigd en vervolgens voor het prikje aan het spinnenwiel zorgde waardoor Doornroosje ging slapen. Heel essentieel: biedt het netwerk ruimte aan verscheidenheid of niet).
6. **Volume:** het aantal verbindingen kan van betekenis zijn. Het kan, want dat hangt samen met het doel: zowel een klein netwerk met een hoge dichtheid, nabijheid en intensiteit als een wijdvertakt netwerk van losse koppelingen kan een functie hebben.

¹³ Galjaardlezing 2012. Guido Rijnja: Contact!

2.6 Derde generatie burgerparticipatie

De derde generatie burgerparticipatie¹⁴ betreft het faciliteren van burgerinitiatieven door de overheid. Hier worden de rollen omgedraaid. Het initiatief ligt bij de burger en de overheid participeert. Het contact tussen burger en overheid is in deze derde generatie burgerparticipatie dan ook veel intensiever dan in de voorgaande generaties burgerparticipatie. Burgerparticipatie van de derde generatie heeft volgende kenmerken: burgers nemen zelf initiatief in het publieke domein. Dit initiatief is gericht op een algemeen belang met meerwaarde voor de gemeenschap, past binnen de globale doelstellingen van de overheid en wordt gefaciliteerd door de overheid.

De derde generatie burgerparticipatie komt niet in de plaats van de eerste of tweede maar vormt er een aanvulling op. Het idee achter de eerste generatie burgerparticipatie dat burgers worden betrokken op beslissingen door hen de kans te geven advies te verstrekken. Bij de tweede generatie gaat het om interactieve beleidsvorming met burgers. Het is dus geen of/of verhaal. De overheid moet aan de ene kant zelf initiatief nemen en aan de andere kant moet ze burgers stimuleren om initiatief te nemen. De derde generatie burgerparticipatie veronderstelt niet alleen iets van de kant van de overheid (het faciliteren van initiatief van de burger). Ook de burger zelf wordt uitgedaagd om zijn positie en houding te herzien. De overheid heeft dus niet langer alleen als taak het aansturen op wenselijke uitkomsten, maar dient ook tijd en energie te steken in het bevorderen van contexten waarin burgers, instituties en professionals verantwoordelijkheid kunnen opnemen voor probleemoplossing. De derde generatie burgerparticipatie ligt in verhouding met de netwerksamenleving, omdat niet meer de overheid centraal staat. De burgers starten zelf sociale netwerken rondom bepaalde thema's, waarbij de overheid hen faciliteert.

¹⁴ http://participatiewiki.be/wiki/index.php/Generaties_burgerparticipatie

3.

Onderzoeksopzet

Het doel is om in juni 2013 een advies uit te brengen aan de gemeente Zeist over hoe sociale netwerken een bijdrage kunnen leveren aan de realisatie van de doelstelling rondom duurzaamheid. Dit advies kan als handvat gebruikt worden rondom andere thema's binnen de gemeente. In dit hoofdstuk worden de beleidsvraag, onderzoeksvragen en bijbehorende deelvragen beschreven. Daarna volgt een beschrijving van de onderzoeksdoelgroep en de onderzoeksmethoden.

3.1 Beleidsvraag en onderzoeksvragen

De beleidsvraag is: *"Hoe kunnen sociale netwerken een bijdrage leveren aan de realisatie van de doelstelling rondom duurzaamheid?"*

Met sociale netwerken wordt een groep mensen bedoeld die elkaar kennen of samenwerken rondom een bepaald thema. Dit kan zowel offline als online zijn. Met de doelstelling rondom duurzaamheid wordt de doelstelling rondom het icoon 'Duurzame buurten' bedoeld. Het beoogde doel hierbij luidt als volgt: in 2014 zijn in minimaal 10 wijken of buurten duurzame initiatieven gestart.

Om de beleidsvraag te kunnen beantwoorden zijn er verschillende onderzoeksvragen opgesteld, die weer onderverdeeld zijn in deelvragen. De vier onderzoeksvragen, kunnen gezien worden als vier thema's waarover uiteindelijk advies wordt gegeven. Deze vragen zijn:

1. Welke sociale netwerken bestaan er al rondom het thema duurzaamheid?
2. Welke wijken wil de gemeente Zeist bereiken in sociale netwerken rondom het thema duurzaamheid?
3. Hoe kan de gemeente Zeist het beste deelnemen aan sociale netwerken rondom duurzaamheid?
4. Welke zaken moeten binnen de interne organisatie geregeld zijn om succesvol deel te kunnen nemen aan sociale netwerken?

Om de onderzoeksvragen te kunnen beantwoorden, zijn deelvragen opgesteld. In het vorige hoofdstuk zijn sociale netwerken beschreven in het theoretisch kader. In hoofdstuk één is een beschrijving van de organisatie opgenomen. De deelvragen geven antwoord op kwesties die nog niet in deze hoofdstukken behandeld zijn. Mede op basis van de onderzoeksresultaten wordt een advies uitgebracht aan de organisatie.

3.2 Deelvragen

Om de onderzoeksvragen te kunnen beantwoorden, zijn deelvragen opgesteld. De deelvragen sluiten aan op de bevindingen voortkomend uit het theoretisch kader, de onderzoeksvragen en de beleidsvraag vanuit de organisatie. In hoofdstuk 4 zijn de antwoorden op onderstaande vragen terug te vinden.

Welke sociale netwerken bestaan er al rondom het thema duurzaamheid?

1. Welke sociale netwerken zijn er offline en online? Lokaal en landelijk?
2. Welke sociale netwerken heeft de gemeente zelf rondom duurzaamheid?
3. Wat is de kwaliteit van die netwerken?

Welke wijken wil de gemeente Zeist bereiken in sociale netwerken rondom het thema duurzaamheid?

4. Welke wijken bevinden zich in sociale netwerken rondom dit thema?
5. Welke wijken worden door middel van sociale netwerken dan niet bereikt?
6. Hoe ziet de doelgroep binnen deze sociale netwerken eruit?

Hoe kan de gemeente Zeist het beste deelnemen aan sociale netwerken rondom duurzaamheid?

7. Welke manieren gebruiken gemeentes het meest om in contact te komen met bewoners?
8. Waarom zitten sociale netwerken hier wel/niet bij, wat is de bijdrage?
9. Aan welke sociale netwerken nemen andere gemeentes deel rondom dit thema?
10. Welke rol nemen andere gemeentes aan in deze sociale netwerken?
11. Bij welke andere beleidsthema's worden sociale netwerken ook succesvol ingezet?

Welke zaken moeten binnen de interne organisatie geregeld zijn om succesvol deel te kunnen nemen aan sociale netwerken?

12. Wat zijn de drie belangrijkste zaken die intern geregeld moeten worden om als gemeente succesvol deel te kunnen nemen aan sociale netwerken?

3.3 Operationalisering van begrippen

In deze paragraaf worden een aantal begrippen uit de deelvragen geoperationaliseerd.

Kwaliteit

Binnen dit onderzoek wordt met kwaliteit bedoeld, de mate waarin de sociale netwerken bruikbaar en zinvol zijn. De kwaliteit wordt gemeten aan de hand van een aantal factoren die door Guido Rijnjaard zijn vastgesteld. De zes factoren zijn: dichtheid (typen personen), nabijheid (afstand van ene tot andere speler), intensiteit (frequentie onderling verkeer), wederkerigheid (interactie), diversiteit (verschillende onderwerpen) en volume (het aantal verbindingen).

Rol

Binnen dit onderzoek worden de rollen bedoeld die in het theoretisch kader zijn beschreven. Otto Thors onderscheidt verschillende rollen die je als gemeente kunt aannemen binnen een netwerk. Het gaat dan om de rol van redacteur (informereren), marketeer (beïnvloeden), regisseur (dialoog aangaan) of gast (cocreatie).

3.4 Onderzoeksdoelgroep

De onderzoeksdoelgroep bestaat uit onderstaande groepen:

- Medewerkers gemeente Zeist
- Adviseur Omgevingsdienst
- Bewonersverenigingen rondom duurzaamheid binnen de gemeente Zeist
- Andere gemeentes binnen Nederland

3.5 Onderzoeksmethoden

De volgende methoden zijn ingezet bij het onderzoek:

- Deskresearch naar sociale netwerken
- Gesprekken/interview met medewerker(s) gemeente Zeist
- Interview met de adviseur van de Omgevingsdienst
- Analyse van bestaande netwerken rondom duurzaamheid om kwaliteit te toetsen
- E-mailcontact met initiatiefnemers van bewonersverenigingen in Zeist
- Telefonische interviews met medewerkers van andere gemeentes binnen Nederland

Er is tijdens dit onderzoek alleen gebruik gemaakt van kwalitatief onderzoek¹⁵. De gemeente Zeist is namelijk op zoek naar 'best practices' van andere gemeentes, zodat die als voorbeeld kunnen dienen voor de eigen organisatie op andere beleidsthema's. De interviews geven inzicht in welke sociale netwerken er zijn en hoe medewerkers, bewoners en andere gemeentes denken over de inzet van sociale netwerken rondom duurzaamheid. De resultaten zijn hierdoor indicatief en niet representatief.

Allereerst is er deskresearch gedaan naar sociale netwerken en de bijbehorende theorie om het theoretisch kader in beeld te krijgen. Er is in alle maanden van november t/m mei deskresearch gedaan. Hiervoor is internet als bron gebruikt, maar er zijn ook een aantal boeken bestudeerd over dit onderwerp. Voor de beantwoording van de deelvragen zijn er ook een aantal internetbronnen gebruikt. De volledige lijst van bronnen is te vinden op pagina 39.

Daarnaast zijn er een aantal gesprekken gevoerd met medewerkers van de gemeente Zeist. Deze gesprekken zijn gevoerd om een beeld te krijgen van de vraag en problematiek en om te kijken waar behoeftes liggen. Dit was in eerste instantie heel erg gericht op de online sociale netwerken. Het was de bedoeling dat daar in eerste instantie de nadruk op kwam te liggen. Deze gesprekken hebben plaatsgevonden in de maanden november en december. Toen de vraag definitief was vastgesteld is er gekeken naar welke interne medewerkers meer konden vertellen over de communicatie rondom duurzaamheid. Daar is één medewerker uit naar voren gekomen waar een face tot face interview mee is afgenomen. Deze medewerker is projectondersteuner van het programma duurzaamheid. Het interview is in april afgenomen en het uitgewerkte interview is terug te vinden in de bijlage op pagina 42.

Naast het interview met de projectondersteuner van het programma duurzaamheid is er ook een interview afgenomen met de adviseur van de omgevingsdienst. Zij adviseert de gemeente Zeist over klimaat, energie en duurzaam bouwen. Zij werkt nauw samen met de inwoners van Zeist, in hun buurt, aan een duurzame toekomst. Dit interview is in april afgenomen om te kijken in welke wijken er al duurzaamheidsinitiatieven bestaan, hoe de doelgroep eruit ziet, welke sociale netwerken er zijn, welke communicatiemiddelen er ingezet worden en om te kijken welke andere gemeentes al ver zijn op het gebied van duurzaamheid en het gebruik van sociale netwerken hierbij. Het uitgewerkte interview is terug te vinden in de bijlage op pagina 45.

Naar aanleiding van de interviews met de projectondersteuner van het programma duurzaamheid en de adviseur van de omgevingsdienst is er een analyse ingezet om de kwaliteit van de online sociale netwerken die er al op lokaal en landelijk niveau zijn te toetsen. Tijdens deze analyse is er gekeken naar de kwaliteit van de website, social mediapagina's en offline netwerken aan de hand van de factoren die door Guido Rijnjaard zijn opgesteld. De analyse van de bestaande netwerken (online/offline en lokaal/landelijk) is terug te vinden in de bijlage vanaf pagina 109. Hier staat ook welke websites en social mediapagina's precies zijn geanalyseerd. Om de kwaliteit van de offline netwerken te toetsen is er via de mail contact opgenomen met de initiatiefnemers van bewonersverenigingen. De vragen die aan hen zijn gesteld zijn terug te vinden op pagina 107. De analyse van de bestaande netwerken heeft plaatsgevonden in de maand april.

¹⁵ <http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/overheidscommunicatie/informatie-voor-professionals/omgevingsonderzoek/kwalitatief-onderzoek>

Nadat de sociale netwerken in kaart waren gebracht is er gekeken hoe andere gemeentes deelnemen aan sociale netwerken rondom duurzaamheid. De ervaringen van deze gemeentes dienen als 'best practices'. Er is via de mail contact opgenomen met de vraag of medewerkers van andere gemeentes open stonden voor een telefonisch interview. Van de 15 gemeentes die benaderd zijn, stonden 10 gemeentes hiervoor open. De gemeentes die mee hebben gedaan aan het onderzoek zijn: Amersfoort, Eindhoven, Groningen, Haarlem, Koggenland, Leeuwarden, Nieuwegein, Rotterdam, Utrecht en Zwijndrecht. Omdat de gemeentes zich over het hele land bevinden is er gekozen voor een telefonisch interview. De interviews hebben plaatsgevonden in de maand april. De gesprekken zijn opgenomen en in de bijlage vanaf pagina 50 helemaal uitgewerkt. Op pagina 102 zijn de uitkomsten van de interviews overzichtelijk op een rij gezet.

Onderstaande tabel laat zien welke onderzoeksmethode er bij welke deelvraag is gebruikt:

Deelvraag	Onderzoeksmethode
1. Welke sociale netwerken zijn er offline en online? Lokaal en landelijk?	- Interview met de adviseur van de Omgevingsdienst (vraag 8 en 9)
2. Welke sociale netwerken heeft de gemeente zelf rondom duurzaamheid?	- Interview medewerker gemeente Zeist (vraag 3) - Interview met de adviseur van de Omgevingsdienst (vraag 10 en 11)
3. Wat is de kwaliteit van die netwerken?	- Analyse van bestaande netwerken rondom duurzaamheid om de kwaliteit te meten (bijlage 5) - E-mailcontact met initiatiefnemers van bewonersverenigingen in Zeist (vraag 1 t/m 5)
4. Welke wijken bevinden zich in sociale netwerken rondom dit thema?	- Interview medewerker gemeente Zeist (vraag 5) - Interview met de adviseur van de Omgevingsdienst (vraag 3)
5. Welke wijken worden door middel van sociale netwerken dan niet bereikt?	- Interview medewerker gemeente Zeist (vraag 8) - Interview met de adviseur van de Omgevingsdienst (vraag 6 en 7)
6. Hoe ziet de doelgroep binnen deze sociale netwerken eruit?	- Interview met de adviseur van de Omgevingsdienst (vraag 4 en 5)
7. Welke manieren gebruiken gemeentes het meest om in contact te komen met bewoners?	- Interview andere gemeentes (vraag 3) - Deskresearch
8. Waarom zitten sociale netwerken hier wel/niet bij, wat is de bijdrage?	- Interview andere gemeentes (vraag 4)
9. Aan welke sociale netwerken nemen andere gemeentes deel rondom dit thema?	- Interview andere gemeentes (vraag 5/6/7)
10. Welke rol nemen andere gemeentes aan in deze sociale netwerken?	- Interview andere gemeentes (vraag 8)
11. Bij welke andere beleidsthema's worden sociale netwerken ook succesvol ingezet?	- Interview andere gemeentes (vraag 9) - Deskresearch
12. Wat zijn de drie belangrijkste zaken die intern geregeld moeten worden om succesvol deel te kunnen nemen aan sociale netwerken?	- Interview andere gemeentes (vraag 10)

4.

Resultaten Onderzoek

Dit hoofdstuk bevat alle onderzoeksresultaten die per deelvraag worden beschreven. De resultaten komen voort uit het kwalitatief onderzoek wat is uitgevoerd, zoals beschreven in het vorige hoofdstuk.

1. Welke sociale netwerken zijn er offline/online? Lokaal/landelijk?

Uit het interview met de adviseur van de Omgevingsdienst is gebleken dat er tot nu toe zeven wijken in Zeist zijn die duurzaamheidsinitiatieven zijn gestart. Van deze zeven wijken zijn er vier wijken die zowel online als offline sociale netwerken benutten om doelstellingen rondom duurzaamheid te behalen. De wijken met bijbehorende doelstellingen en sociale netwerken worden hieronder verder uitgewerkt. Vervolgens worden er een aantal lokale en landelijke sociale netwerken uitgewerkt.

Sociale netwerken per wijk

1. Wilhelminaparkbuurt Zeist

Deze wijk is in 2011 een duurzaamheidsinitiatief gestart. Dit initiatief is ontstaan door 10 buurtbewoners, waarbij zij zich hebben gericht op bewustwording in de wijk en daadwerkelijke besparing. Denk aan carsharing, witte daken (platte daken), collectieve inkoop groene stroom, zonnecollectoren en straatfeesten rondom duurzaamheid. Zij willen duurzaamheid als gedragsnorm in de wijk. De bewoners hebben een scherp aanbod voor zonnepanelen georganiseerd, versoepeling van vergunningsregeling voor het plaatsen van zonnepanelen, een buurtauto en zij zijn gestart met een buurtcentrale in samenspraak met basisschool het Spoor

Online netwerken	Offline netwerk
▪ http://www.wilhelminaparkzeist.nl/ (Website van buurtvereniging Rond het Wilhelminapark. Dit is een interactieve website waarmee bewoners/bedrijven actief kunnen meedoen en eigen energieverbruik kunnen meten en vergelijken)	▪ Buurtvereniging Rond het Wilhelminapark
▪ Twitteraccount: @bvzweist (De buurtvereniging 'Rond het Wilhelminapark' behartigt de belangen van de buurt en brengt buurtgenoten bij elkaar)	

2. Valkenbosch Zeist

Deze wijk is een duurzaamheidsinitiatief gestart op het gebied van actief groen (dieptetuin) en duurzaam veilig.

Online netwerken	Offline netwerken
▪ http://www.stichtinggroenvalckenbosch.nl (De website is van en voor bewoners uit de wijk Valkenbosch. Zorgen voor verkeersveiligheid, betere groen en speelvoorzieningen)	▪ Buurtvereniging Stichting Groen Valckenbosch
▪ http://www.dieptetuin.com/ (Dieptetuin: de 0,45 hectare grote Dieptetuin in de Zeister wijk Valkenbosch is een uniek voorbeeld van een verzonken tuin. Hij is in 1909 aangelegd in de zogenaamde formele Engelse stijl)	▪ Vrienden van de Dieptetuin
▪ Twitteraccount: @valckenbosch	
▪ Facebook: Stichting Groen Valkenbosch	

3. Hoge Dennen/Kerckebosch

Deze wijk is een duurzaamheidsinitiatief gestart om energie op te wekken en te besparen en duurzaam waterbeheer. De vereniging Hoge Dennen met zo'n 340 leden is actief in het verduurzamen van de wijk. De bewonersvereniging bestaat uit bewoners in het Noordelijke gedeelte van Kerckebosch en Hoge Dennen.

Online netwerk	Offline netwerk
▪ http://www.hogedennen.net/index.php/duurzaam (Website van de bewonersvereniging over onder andere duurzaamheid met onder andere een forum en een buurtradar. De buurtradar van Hoge Dennen laat zien welke bewoners actief zijn op een bepaald terrein)	▪ Bewonersvereniging Hoge Dennen

4. Pedagogebuurt

Het duurzaamheidsinitiatief wat in deze wijk plaats heeft gevonden is het plaatsen van zonnepanelen. Dit is tot nu toe gebeurd bij 18 woningen. Twee bewoners hebben hierin het initiatief genomen.

Online netwerk	Offline netwerk
▪ http://www.pedagogebuurtzeist.nl/	▪ Bewonerscommissie Pedagogebuurt Zeist

Lokale sociale netwerken

Naast de sociale netwerken per wijk, zijn er ook een paar lokale sociale netwerken in kaart gebracht. Deze sociale netwerken zijn voor alle inwoners binnen de gemeente Zeist bedoeld die iets met duurzaamheid willen.

1. Transition Towns Utrechtse Heuvelrug

Op de Utrechtse Heuvelrug zijn al meerdere TT kernen actief in Zeist, De Bilt, Doorn en Den Dolder. Transition Towns Heuvelrug is een samenwerkingsplatform voor iedereen die op de Utrechtse Heuvelrug met Transition Towns bezig is of aan de gang wil. Dit netwerk is specifiek gericht op het onderwerp duurzaamheid.

Online netwerken	
▪	Website: http://heuvelrug.transitiontowns.nl/
▪	Twitter: @TTHheuvelrug (Op zoek naar lokale kracht voor duurzame oplossingen voor de Utrechtse Heuvelrug)
▪	Facebook: Transition Towns Utrechtse Heuvelrug

2. Energieke Buurt

Dit netwerk helpt buurten, gemeenten en maatschappelijke organisaties bij het organiseren en benutten van buurtkracht. Zij brengen burgers bij elkaar om duurzame doelstellingen te realiseren, of om lokale zorgvragen in te vullen.

Online netwerken	
▪	Website: www.energiekebuurt.nl (EnergiekeBuurt is een initiatief van twee inwoners uit Zeist. Gedreven door de wens om hun kinderen een betere wereld na te laten, zijn zij in hun eigen buurt een programma gestart om deze duurzamer te maken)
▪	Twitteraccount: @energiekebuurt (Gemeenten en hun buurten helpen om duurzame kansen te herkennen en tot resultaat te brengen)

Landelijke sociale netwerken

Als laatste zijn er een aantal landelijke sociale netwerken rondom duurzaamheid in kaart gebracht. Er is gekozen om er vijf uit te halen, omdat dit in lijn ligt met het aantal sociale netwerken die lokaal en per wijk in kaart zijn gebracht.

1. Duurzame Buren

DuurzameBuren.nl geeft praktische informatie als het gaat om duurzame acties rond het eigen huis. Binnen dit netwerk hoor je van de doeners zelf wat werkt en wat niet! Duurzame Buren geven hun kennis graag door. Dit doen ze via DuurzameBuren.nl maar ook graag in real life. Er is ontzettend veel informatie over duurzaamheid beschikbaar: Van de overheid, van adviesbureaus en installateurs, maar dit netwerk gelooft dat mensen het liefst van een Duurzame Buur horen hoe ze het moeten aanpakken. Duurzame Buren is een project van de Organisatie voor Duurzame Energie (ODE). De vele leden van deze landelijke vereniging hebben samen veel kennis die zij graag willen delen. Daarbij zijn zij constant op zoek naar de nieuwste tips over energiebesparing en -productie in eigen beheer. DuurzameBuren.nl biedt een omgeving om deze uitwisseling te stimuleren.

Online netwerken

- Website: <http://www.duurzameburen.nl/>
(Er zijn 13 actieve burens uit de gemeente Zeist actief binnen dit netwerk. Dit is te zien op de landkaart die op de website staat)
- Twitter: @duurzameburen
(Een Twitter over duurzame pioniers die het gewoon dóen! Powered by ODE (Organisatie voor Duurzame Energie))
- Facebook: duurzameburen
- LinkedIn: duurzame burens

2. Spullen delen

Het idee achter Spullendelen.nl is dat we met z'n allen best veel spullen hebben die we nauwelijks gebruiken. Dat is eigenlijk best zonde. Vaak weten we echter niet van elkaar welke spullen we allemaal op zolder of in de kast hebben liggen. Spullendelen.nl maakt inzichtelijk wat er in je omgeving allemaal geleend kan worden en biedt een vertrouwde omgeving voor het lenen en uitlenen van spullen. Door spullen aan elkaar uit te lenen besparen we met z'n allen kostbare grondstoffen en energie die anders nodig zouden zijn voor de productie van nieuwe spullen. Spullen delen is daarom een stuk duurzamer! Mooie bijkomstigheden: we kunnen elkaar op deze manier veel geld besparen, we leren onze burens weer kennen en het is ook gewoon erg leuk!

Online netwerken

- Website: <http://www.spullendelen.nl/>
(Er zijn ongeveer 40 bewoners uit de gemeente Zeist actief binnen dit netwerk. Dit is te zien op de landkaart die op de website staat)
- Twitter: @spullendelen
(Waarom alles kopen als je ook kunt lenen? Via spullendelen.nl kun je spullen lenen en uitlenen aan je burens, vrienden, collega's enz.)
- Hyves: SpullenDelen

3. Peerby

Peerby is een klein bedrijfje met grote doelen. Zij geloven in "wij" en niet alleen maar "ik". Door mensen in contact te brengen en te laten delen proberen zij een alternatief te bieden voor de wegwerpcultuur. Wij zijn geen heilige boontjes. Zij vinden dat alles wat "goed" is ook makkelijk, leuk en voordelig mag zijn. Zo is goed voor de planeet, goed voor je buurt en goed voor ons ook gewoon goed voor jou.

Online netwerken

- Website: www.peerby.com
- Twitter: @peerby
- Facebook: Peerby

4. Nudge

Nudge is een organisatie die een duurzame samenleving sneller dichterbij wil brengen op een economisch verantwoorde manier. Om consumenteninitiatieven te versnellen zoeken zij de samenwerking met onderwijs, wetenschap, overheid en het bedrijfsleven. En voor duurzame initiatieven vanuit overheden of ondernemers zoeken zij consumenten die deze producten of diensten een kans willen geven.

Online netwerken

- Website: <https://www.nudge.nl/>
(Duurzaam consumentenplatform. In de gemeente Zeist zijn er al ruim 150 bewoners die een stip op de kaart hebben gezet en vinden dat het groener kan.)
- Twitter: @NudgeNL
(Nudge is een online platform met als doel het bevorderen van een duurzame samenleving. Door dialoog tussen consumenten en bedrijven bereiken zij maximale impact)
- Facebook: Nudge Nederland

5. Transition Towns Nederland:

Transition Towns Nederland is een netwerk van groepen burgers in steden, dorpen of buurten, die aan de slag gaan om hun manier van wonen, werken en leven minder olieafhankelijk, meer duurzaam en meer sociaal te maken. Piekolie, klimaatverandering en de hiermee samenhangende economische crises, zijn de belangrijkste drijfveren om in actie te komen.

Online netwerken

- Website: <http://transitiontowns.nl/>
- Twitter: @TTNederland
(Transition Towns versterken mensen en groepen, die lokaal aan de slag gaan om hun wonen, eten, werken en leven minder olie-afhankelijk en meer duurzaam te maken)
- Facebook: Transition Towns Nederland

2. Welke sociale netwerken heeft de gemeente Zeist zelf rondom duurzaamheid?

De gemeente Zeist stimuleert duurzame initiatieven uit de buurten en wijken. Van woningisolatie, tot gezamenlijke inkoop van groene elektriciteit tot het afkoppelen van regenwater en biologisch eten. De trekker van het onderdeel "Duurzame Buurten" is Corina Onderstijn. Corina werkt voor de Omgevingsdienst Regio Utrecht (voorheen Milieudienst) en adviseert gemeenten, waaronder Zeist, over klimaat, energie en duurzaam bouwen. Voor de gemeente Zeist werkt zij samen met de inwoners van Zeist, in hun buurt, aan een duurzame toekomst.

Duurzame buurten

Voor duurzame buurten is er gezegd dat de gemeente mensen actief willen hebben door dialoog aan te gaan en mensen op te zoeken. Dit is voornamelijk de taak van Corina, waardoor zij zich in verschillende offline netwerken bevindt. Naast deze offline sociale netwerken beheert Corina zelf ook een aantal online sociale netwerken:

Online netwerken

- Twitter: @DuBuZeist
(Duurzaamheid, dat doe je samen, vindt gemeente Zeist. Daarom hier leuke en informatieve tweets over duurzaamheid voor iedereen die woont in Zeist en omstreken.)
- LinkedIn: Duurzame Buurten
(Er zijn al veel initiatieven op het gebied van duurzaamheid in de Zeister samenleving. Deze initiatieven willen we bundelen, verbinden, delen en waar nodig faciliteren. Dit draagt niet alleen bij aan de ambitie om klimaatneutraal te worden, maar draagt ook bij aan sociale cohesie in de buurt.)

3. Wat is de kwaliteit van die netwerken?

De kwaliteit van bovenstaande netwerken (wijken, lokaal en landelijk) is gemeten aan de hand van de factoren: dichtheid, nabijheid, intensiteit, wederkerigheid, diversiteit en volume die door Guido Rijnjaard zijn vastgesteld. Hieronder worden een aantal resultaten toegelicht. De volledige analyse per netwerk kunt u in de bijlage vinden vanaf pagina 109.

Wijken: Uit de analyse is gebleken dat de kwaliteit van de offline netwerken groter is dan de kwaliteit van de online netwerken. Corina Onderstijn gaf in het interview aan dat er wel een verschuiving is te zien van offline naar online netwerken, maar dat de meeste bewoners elkaar toch offline ontmoeten. Voor de online sociale netwerken geldt dat de factoren intensiteit, wederkerigheid en volume laag scoren. Mensen zoeken elkaar niet zo vaak op online, er vindt weinig interactie plaats en er worden weinig verbindingen gelegd. Voor de offline netwerken is dit een ander verhaal. Daar zoeken de bewoners elkaar wel regelmatig op, discussiëren en brainstormen samen over verschillende zaken om doelstellingen te bereiken.

Er is ook aan de initiatiefnemers van deze sociale netwerken gevraagd of zij wel behoefte hebben aan deelname van de gemeente binnen hun netwerken. Zij gaven eigenlijk allemaal aan dat de bewonersvereniging een netwerk is voor bewoners en niet voor de gemeente. Zij zouden het wel erg fijn vinden als de gemeente hen ondersteunt in bepaalde zaken. Denk aan naamsbekendheid, kennis en capaciteit waar de gemeente aan kan bijdragen.

Lokaal: Er zijn twee lokale netwerken geanalyseerd, waarbij de kwaliteit van deze netwerken varieert. Bij het netwerk Transition Towns Utrechtse Heuvelrug zijn de sociale netwerken zowel online als offline van hoge kwaliteit. Via Facebook en Twitter worden er veel verbindingen gelegd met verschillende typen personen. Daarnaast worden er veel berichten geplaatst met betrekking tot duurzaamheid, alleen vindt er nog weinig interactie plaats. Het offline netwerk bestaat uit een kerngroep van zes personen die vaak samen komen om van gedachte te wisselen om uiteindelijk doelstellingen te behalen.

Voor het netwerk Energieke Buurt is dit een ander verhaal. De kwaliteit van de online netwerken zijn heel laag. De factoren intensiteit en wederkerigheid scoren erg laag. Er worden weinig berichten geplaatst, er vindt geen interactie plaats terwijl er wel relatief veel verbindingen worden gelegd. De kwaliteit van het offline netwerk is wel hoog. De initiatiefnemers komen vaak samen en proberen zoveel mogelijk offline verbindingen te leggen met bedrijven en gemeente om zaken voor elkaar te krijgen.

Gemeente Zeist: Voor het onderdeel "Duurzame buurten" heeft de gemeente Zeist twee online sociale netwerken, namelijk Twitter en LinkedIn. De kwaliteit van Twitter is hoger dan de kwaliteit van LinkedIn. Op Twitter scoren de factoren erg hoog. Er is een hoge intensiteit, dichtheid en volume. Er worden relatief veel verbindingen gelegd en de frequentie van het onderling verkeer is ook erg hoog. De kwaliteit van LinkedIn is daarentegen erg laag. Er worden weinig verbindingen gelegd en er vindt geen interactie plaats binnen dit netwerk.

Landelijke netwerken: De kwaliteit van de landelijke netwerken zijn erg verschillend. Voor deze categorie worden de resultaten dan ook per netwerk beschreven:

- *Duurzame Buren:* Uit de analyse is gebleken dat de kwaliteit van de website erg hoog is, maar de kwaliteit van de social media pagina's zoals Facebook, Twitter en LinkedIn erg laag zijn. De factoren nabijheid, intensiteit, wederkerigheid en volume scoren erg hoog op de website. Binnen de social media pagina's scoren deze factoren juist weer erg laag. Er vindt weinig interactie plaats, maar dat heeft ook te maken met het feit dat er weinig berichten geplaatst worden. Daarentegen worden er op deze pagina's wel weer veel verbindingen gelegd, maar zolang er verder geen interactie plaatsvindt hebben deze verbindingen weinig zin.
- *Spullen Delen:* Voor het netwerk Spullen Delen geldt eigenlijk hetzelfde als voor Duurzame Buren. De website is wel erg actief. Er worden veel verbindingen gelegd en de mensen binnen dit netwerk hebben veel en vaak contact met elkaar. Binnen de gemeente Zeist zijn er 40 personen actief binnen dit netwerk.

Daarentegen scoren de social media pagina's van dit netwerk zoals Twitter en Hyves erg laag op de kwaliteit. Er worden weinig verbindingen gelegd, er worden bijna geen berichten geplaatst en er vindt geen interactie plaats.

- *Peerby & Nudge:* Uit de analyse is gebleken dat alle online sociale netwerken van zowel Peerby als Nudge van hoge kwaliteit zijn. Alle netwerken worden erg goed bijgehouden. De netwerken scoren op alle zes de factoren hoog. Er bevinden zich veel personen binnen de netwerken, de frequentie van het onderling verkeer is erg hoog en er vindt bijna elke dag wel interactie plaats binnen deze online netwerken. Voor Nudge geldt dat er bijna 150 bewoners uit Zeist een stip op de kaart hebben gezet, omdat zij vinden dat het groener kan.
- *Transition Towns Nederland:* Uit de analyse is gebleken dat de online sociale netwerken redelijk scoren. Op bepaalde factoren scoren de netwerken hoog en op andere weer laag. Zo hebben de website, Twitter en Facebook allemaal een hoge intensiteit, dichtheid en nabijheid. Daarentegen vindt er binnen deze netwerken niet zo veel interactie plaats en worden er weinig verbindingen gelegd.

4. Welke wijken bevinden zich in sociale netwerken rondom dit thema?

Uit het interview met Corina Onderstijn (adviseur Omgevingsdienst) is gebleken dat er in de volgende wijken duurzaamheidsinitiatieven zijn gestart:

- Wilhelminapark
- Nijenheim
- Valckenbosch
- Hoge Dennen/Kerckebosch
- Pedagogebuurt
- Componistenbuurt
- Centrum-Brugakker

Daarnaast is Dichterswijk ook erg actief, alleen die waren al begonnen voordat het Programma duurzaamheid er was, dus die kan niet meegerekend worden. En in Den Dolder was ook een hele actieve wijk, alleen die zijn ermee gestopt omdat het niet zo aansloeg.

Bij de eerst deelvraag is al beschreven welke wijken zich binnen welke sociale netwerken bevinden. Het blijkt dat veel bewoners elkaar offline ontmoeten in de wijken en elkaar minder vaak online opzoeken. Van deze wijken zijn er vier die beschikken over een online sociaal netwerk, maar die doen daar vrij weinig tot niets mee.

5. Welke wijken worden door middel van sociale netwerken dan niet bereikt?

Er zijn een aantal wijken die nog niet bezig zijn met duurzaamheidsinitiatieven, maar die de gemeente wel graag wil bereiken. Het gaat hierbij om:

- Austerlitz
- Crosestein
- Griffensteyn
- Lyceumkwartier

De gemeente heeft het liefst alle buurten en wijken actief met duurzaamheid. De reden dat deze wijken en andere wijken niets met duurzaamheid doen, komt doordat het geen prioriteit heeft voor de bewoners. Zij zijn vaak bezig met andere onderwerpen zoals veiligheid en straatfeesten waardoor dit onderwerp dan later pas komt. Op het moment heeft de adviseur van de Omgevingsdienst ook niet genoeg tijd om erop uit te trekken naar buurten die nog niets doen. Uiteindelijk moeten de mensen het zelf wel willen en doen. Als gemeente kan je het niet voor ze doen.

6. Hoe ziet de doelgroep binnen deze sociale netwerken eruit?

De meeste bewoners die zich binnen deze sociale netwerken bevinden zijn volwassenen van half 30 tot half 50. De meeste hebben kinderen die iets ouder zijn dan het kleuter/peuter niveau. Zij hebben vaak een modaal inkomen of iets daarboven.

Er zijn ook een aantal groepen die niet bereikt zullen worden om duurzaamheidsinitiatieven te starten. Jongeren zijn bijvoorbeeld nog niet zo actief op dit vlak. Aan de andere kant ook niet heel veel ouderen, want sommige investeringen, zoals zonnepanelen verdienen zich pas na 10 jaar terug en als je dat nu betaald is het onzeker of je het nog wel terugverdient. Dit geldt ook voor veel starters tussen de 20 en 27 jaar. Die hebben vaak nog geen koopwoning en daar begint het voor de meeste initiatieven toch mee. De groep tussen de 27 en 35 zijn vaak een jong gezin die andere prioriteiten hebben. Deze groep is daarom ook niet echt heel actief. Vaak heeft de groep tot ongeveer 35 jaar ook niet de middelen om extra te investeren in duurzame maatregelen.

De categorie onder 20, of onder 18 jaar kan je natuurlijk ook weer op allerlei manieren onderverdelen. Basisonderwijs, voorgezet onderwijs etc. De Omgevingsdienst probeert wel bij scholen duurzame thema's onder de aandacht te brengen met bijvoorbeeld lespakketten, gastlessen en excursies. Daarnaast hebben scholen vaak al een overschat aan dingen die waardevol zijn om jongeren te leren, dus dit heeft niet altijd prioriteit. Er is een gebrek aan tijd en capaciteit om deze groep intensiever aan te pakken. Wel wordt er geprobeerd steeds meer aan te sluiten bij landelijke campagnes die aandacht besteden aan deze thema's. Bijvoorbeeld Earth Hour, warme truiendag, de dag van de duurzaamheid en solar kids. Als jongeren dan actief worden is het vaak in de gedragssfeer. Bij de volwassenen gaat het meer om maatregelen aan de woningen, dus als hier initiatieven uitkomen zullen deze anders van karakter zijn.

7. Welke manieren gebruiken gemeentes het meest om in contact te komen met bewoners?

1. Sociale netwerken worden het meest genoemd. Er wordt niet door iedereen een onderscheid gemaakt in offline en online, maar de meeste gemeentes geven toch aan dat offline sociale netwerken het belangrijkste zijn.
2. Op de tweede plaats worden verschillende traditionele communicatiemiddelen genoemd zoals, advertenties, posters, nieuwsbrieven, krant, maar ook de website.
3. Op de derde plaats worden social media genoemd en dan voornamelijk Twitter en Facebook.

Volgens de literatuur¹⁶ levert een mix van online en offline het beste resultaat op en wanneer je burgers tijdig betreft bij beleidsvorming. De inzet van online sociale netwerken, als het op de juiste manier wordt ingezet in combinatie met traditionele middelen, levert een belangrijke bijdrage aan bereik en participatie. De burger kan hierdoor namelijk online, tijd- en plaatsonafhankelijk met de bestuurder samenwerken aan beleid. Uit een praktijkvoorbeeld blijkt dat het als eerste belangrijk is om de bewoner te laten weten dat er een offline bijeenkomst of online sociaal netwerk is door middel van traditionele communicatiemiddelen. Zij moeten wel weten dat het bestaat, anders komen ze niet. Hierbij zijn dus traditionele middelen als persberichten, nieuwsbrieven en flyers van groot belang.

Vervolgens is het belangrijk een mix tussen online en offline te maken. Het blijkt dat een groot deel van de bewoners hun weg wel kunnen vinden in een online sociaal netwerk, maar minder snel naar offline bijeenkomsten gaan. Voor een deel geldt ook dat mensen elkaar juist wel offline willen ontmoeten om met elkaar verbonden te raken. In veel gevallen werken 1 of 2 fysieke bijeenkomsten in combinatie met de inzet van online sociale netwerken heel goed.

¹⁶http://www.frankwatching.com/archive/2013/04/24/offline-online-inspraak-9-tips-voor-succesvolle-burgerparticipatie/?utm_source=website&utm_campaign=wordtwit&utm_medium=web

8. Waarom zitten sociale netwerken hier wel of niet bij, wat is de bijdrage?

Bij de meeste gemeentes staat de inzet van sociale netwerken op de eerste plaats. De belangrijkste bijdrage voor de gemeente hierbij is dat er niet vanuit de gemeente de boodschap wordt geduwd van je moet verduurzamen, maar juist de initiatieven die er al zijn door middel van sociale netwerken zichtbaar te kunnen maken en daar als gemeente ondersteuning aan te geven en bij aan te sluiten. Daarnaast is een belangrijke bijdrage voor de gemeentes ook dat er daadwerkelijk wat gedaan wordt, doordat mensen zich verbonden voelen en samen hun schouders eronder zetten en niet als eenling aan de slag gaan.

Daarnaast zijn er ook een aantal gemeentes die sociale netwerken niet op de eerste plaats hebben gezet. De reden hiervoor is dat sommige gemeentes prima uit de voeten kunnen met andere manieren en die denken niet dat hun burgers daarmee bereikt worden en zich bevinden in sociale netwerken. Dan gaat het voornamelijk om de online sociale netwerken.

9. Aan welke sociale netwerken nemen andere gemeentes deel rondom dit thema?

Uit de interviews is gebleken dat de meeste gemeentes zowel offline als online sociale netwerken inzetten om doelstellingen te bereiken. De meeste offline netwerken bestaan uit bijeenkomsten rondom een bepaald thema waarbij de gemeente in gesprek gaat met burgers en of bedrijven. Voor de online sociale netwerken zetten de meeste gemeentes het gemeentelijk Twitteraccount in. Hierbij is duurzaamheid een onderdeel, maar niet de hoofdmoot. Naast Twitter zetten ook een aantal gemeentes het gemeentelijk Facebookaccount in. Er zijn maar een paar gemeentes die een Facebook en Twitterpagina hebben die zich specifiek richt op het thema duurzaamheid. LinkedIn en de ZonAtlas wordt ook nog een enkele keer genoemd.

Van deze online sociale netwerken geven een aantal gemeentes aan dat Twitter voornamelijk wordt gebruikt voor korte berichtjes om te informeren. Dit netwerk is meer gericht op nieuws en kennisuitwisseling. Een aantal gemeentes geven aan dat Facebook meer gebruikt wordt voor de 'fun' om leuke dingen te delen. Een paar gemeentes geven aan Facebook leuker te vinden, omdat daar ook echt mensen reageren en met ideeën komen. Daarentegen zijn er ook een paar gemeentes die aangeven dat Facebook nog redelijk in de kinderschoenen staat.

Naast de sociale netwerken die de gemeentes zelf beheren, is er ook gevraagd naar de deelname van de gemeentes in sociale netwerken die door de burger zijn geïnitieerd. Dit is een vorm van de derde generatie burgerparticipatie. Hieruit blijkt dat deelname aan online netwerken nog wat lastiger is dan in offline netwerken. Het overgrote gedeelte van de gemeentes geven aan dat de energieambassadeurs en wijkteams de bestaande netwerken wel opzoeken, maar er niet aan deelnemen. Die netwerken zijn echt van de bewoners. De gemeente wil wel helpen, ondersteunen en stimuleren, maar niet aan deelnemen. De burgers redden het namelijk ook steeds meer zelf, omdat het uitgaat van een intrinsieke motivatie.

Voor de online sociale netwerken geldt dat de meeste gemeentes actieve mensen rondom duurzaamheid opzoeken om daar online mee te praten. Dit doet een enkeling via Twitter, maar ook een aantal via Facebook. Zo zijn er bijvoorbeeld bewoners die een Facebookaccount hebben rondom een initiatief die de gemeente dan "liked" of daar een bericht plaatst. Ook zijn er een aantal gemeentes die aangeven dat niet te doen, omdat zij niet weten welke wijken een online netwerk hebben of daar gewoon nog niet zo mee bezig zijn.

De vraag of bewoners meer samenkomen in online of offline sociale netwerken, werd als een lastige vraag beschouwd. Omdat ze echt moesten kiezen, gaf de meerderheid van de gemeentes aan dat bewoners meer samen komen in offline netwerken. Mensen zoeken elkaar sneller offline op om vervolgens samen initiatieven te starten. Toch geeft ook een groot gedeelte aan dat de online en offline sociale netwerk elkaar ondersteunen en aanvullen. Wanneer mensen elkaar offline ontmoeten, zullen zij online verder gaan. Dit kan andersom ook. Het ligt ook heel erg aan je doel en doelgroep om te kunnen zeggen waar deze zich het meest bevinden.

10. Welke rol nemen andere gemeentes aan in deze sociale netwerken?

Tijdens de interviews is er gevraagd naar de belangrijkste redenen om sociale netwerken in te zetten rondom duurzaamheid, om vervolgens een bijpassende rol te formuleren. Het is gebleken dat de meeste gemeentes online netwerken gebruiken om informatie over te dragen of op te zoeken. Offline netwerken zijn meer geschikt om dialoog aan te gaan. Een paar gemeentes geven wel aan dat het dialoog ook online plaatsvindt, maar dat is niet de meerderheid. Een enkeling geeft beïnvloeding aan als doel, maar daarentegen geeft de meerderheid juist weer aan dat het vanuit de burger moet komen. Het gaat uit van een intrinsieke motivatie, waardoor je als gemeente niet meer hoeft te beïnvloeden. Als laatste geven een aantal gemeentes aan dat je door middel van sociale netwerken gericht en specifiek jouw doelgroep kunt bereiken en dat het goedkoop en toegankelijk is.

Op basis van bovenstaande resultaten kan er gekeken worden naar de rollen die gemeentes aannemen binnen sociale netwerken. In het theoretisch kader is beschreven dat Otto Thors vier rollen onderscheidt, namelijk: redacteur, regisseur, marketeer en gast. Het blijkt dat de meeste gemeentes de rol als redacteur (informer) aannemen voor de online sociale netwerken en de rol als regisseur (dialoog) aannemen voor de offline sociale netwerken. Toch zijn er ook een aantal gemeentes die de rol van marketeer (beïnvloeden) aannemen. Deze rol is gericht op het specifiek betrekken van de doelgroep op online platformen zoals Twitter en Facebook. De rol als gast (cocreatie) staat nog redelijk in de kinderschoenen. Deze rol gaat over het aansluiten binnen een al gaande discussie. Denk hierbij aan aansluiten op initiatieven die er al zijn op het gebied van duurzaamheid.

11. Bij welke andere beleidsthema's worden sociale netwerken ook succesvol ingezet?

Op deze vraag hadden de gemeentes geen eenduidig antwoord. Een aantal gemeentes gaven aan dat online sociale netwerken ook worden ingezet bij stadsbeheer zoals gladheidbestrijding, kapotte lantaarnpalen en groenvoorziening. Daarnaast ook bij crisiscommunicatie, maar de meeste wisten het eigenlijk niet zo goed. Sommige gaven ook aan dat duurzaamheid wel een uitzonderlijk thema is waarbinnen specifieke sociale netwerken worden ingezet.

De literatuur¹⁷ geeft aan dat wanneer de burgers niet over de gewenste onderwerpen praten, je als gemeente moet afvragen of dat wel de juiste onderwerpen zijn. Het is beter te luisteren naar onderwerpen waar de burgers wel interesse in hebben. Het is ook zendergericht om te denken dat burgers aangesproken moeten worden over thema's die de gemeente belangrijk vindt, want de overheid bepaalt dat helemaal niet.

12. Wat zijn de drie belangrijkste zaken die intern geregeld moeten worden om als gemeente succesvol deel te kunnen nemen aan sociale netwerken?

1. Het beheer van de gemeentelijke sociale netwerken (online) moet bij één afdeling of persoon liggen. Bij het grootste gedeelte van de geïnterviewde gemeentes ligt het beheer bij de communicatieafdeling. Wel is het belangrijk inhoudelijke mensen zoals projectleiders of programmamanagers zelf deel te laten nemen in netwerken rondom hun eigen thema. Wanneer dit door de communicatieafdeling wordt overgenomen, haal je dat stuk persoonlijk contact weg.
2. Zorg voor een plan/protocol waarin zaken worden opgenomen zoals wie wat doet, wat wel en niet kan, wie de beheerder is en wie zijn of haar achtervang is.
3. Overtuig de interne organisatie van het nut van sociale netwerken.

¹⁷<http://ambtenaar20.ning.com/profiles/blog/show?id=2094330%3ABlogPost%3A91429>

5.

Conclusies en aanbevelingen

Dit hoofdstuk bevat de conclusies op de onderzoeksvragen. De conclusies komen voort uit de resultaten van het kwalitatief onderzoek, zoals beschreven in het vorige hoofdstuk. Op basis van de conclusies worden er een aantal aanbevelingen gedaan voor de gemeente Zeist.

5.1 Conclusies

Op basis van de resultaten uit het onderzoek worden hieronder de vier onderzoeksvragen één voor één beantwoord. Alle conclusies zijn beschreven met als uitgangspunt in de aanbevelingen antwoord te kunnen geven op de beleidsvraag:

“Hoe kunnen sociale netwerken een bijdrage leveren aan de realisatie van de doelstelling rondom duurzaamheid?”

1. Welke sociale netwerken bestaan er al rondom het thema duurzaamheid?

Er bestaan heel veel sociale netwerken rondom het thema duurzaamheid, waardoor het onmogelijk is om ze allemaal in kaart te brengen. De meeste wijken die tot nu toe duurzaamheidsinitiatieven zijn gestart beschikken al over een sociaal netwerk. Binnen dit sociaal netwerk ontmoeten de leden elkaar wel meer offline. Er is wel een verschuiving te zien naar online. De kwaliteit van de offline netwerken zijn dan ook groter als de kwaliteit van de online netwerken. Bewoners hebben geen behoefte aan deelname van de gemeente binnen deze netwerken. Het zou wel fijn zijn als de gemeente deze netwerken ondersteunt in bepaalde zaken om doelstellingen te kunnen bereiken. Denk aan naamsbekendheid, kennis en capaciteit waar de gemeente aan kan bijdragen. Hetzelfde geldt voor het lokale sociale netwerk Transition Towns Utrechtse Heuvelrug die zowel online als offline erg actief is.

Voor het onderdeel “Duurzame buurten” van de gemeente Zeist, onderhoudt de adviseur van de Omgevingsdienst alle sociale netwerken. Dit doet zij offline, maar ook online. Voor deze netwerken geldt ook dat zij elkaar meer offline ontmoeten, maar ook voor een deel online.

Als laatste bestaan er ook veel landelijke sociale netwerken rondom het thema duurzaamheid waarbij bewoners van de gemeente Zeist zijn aangesloten. De landelijke netwerken die tijdens dit onderzoek zijn meegenomen zijn: Duurzame Buren, Spullen Delen, Peerby, Nudge en Transition Towns Nederland. De kwaliteit van deze netwerken zijn niet allemaal even hoog. Bij een aantal van deze netwerken zijn ook bewoners uit de gemeente Zeist aangesloten. De precieze aantallen zijn terug te vinden in het hoofdstuk resultaten.

2. Welke wijken wil de gemeente Zeist bereiken in sociale netwerken rondom het thema duurzaamheid?

Het liefst wil de gemeente Zeist alle wijken bereiken rondom het thema duurzaamheid. Op dit moment zijn er zeven wijken die duurzaamheidsinitiatieven zijn gestart met behulp van sociale netwerken waarvan vier met zowel online als offline netwerken. Er zijn een aantal wijken die nog niet bezig zijn met duurzaamheidsinitiatieven, maar die de gemeente wel graag wil bereiken. Het gaat hierbij om: Austerlitz, Crosestein, Griffensteyn en Lyceumkwartier. De conclusie die hierbij getrokken kan worden is dat het wel zo kan zijn dat je als gemeente iedereen wilt bereiken, maar dat het uiteindelijk uit de bewoners zelf moet komen. Het gaat uit van een intrinsieke motivatie bij de burger. Wanneer het thema duurzaamheid geen prioriteit heeft voor een bepaalde wijk heeft het ook weinig zin om sociale netwerken in te zetten om deze uiteindelijk wel actief te maken. Als gemeente kan je het namelijk niet voor ze doen.

De meeste bewoners die zich binnen deze sociale netwerken rondom duurzaamheid bevinden zijn volwassenen van half 30 tot half 50. De meeste hebben kinderen die iets ouder zijn dan het kleuter/peuter niveau. Zij hebben vaak een modaal inkomen of iets daarboven.

Er zijn ook een aantal groepen die niet bereikt zullen worden om duurzaamheidsinitiatieven te starten. Jongeren zijn bijvoorbeeld nog niet zo actief op dit vlak. Aan de andere kant ook niet heel veel ouderen, want sommige investeringen, zoals zonnepanelen verdienen zich pas na 10 jaar terug en als je dat nu betaald is het onzeker of je het nog wel terugverdient. Dit geldt ook voor veel starters tussen de 20 en 27 jaar. Die hebben vaak nog geen koopwoning en daar begint het voor de meeste initiatieven toch mee. De groep tussen de 27 en 35 zijn vaak een jong gezin die andere prioriteiten hebben. Deze groep is daarom ook niet echt heel actief. Voor de categorie onder de 20 jaar wordt er wel geprobeerd bij landelijke campagnes aan te sluiten die aandacht besteden zoals Earth Hour, warme truiendag, de dag van de duurzaamheid en solar kids. Het doel is dan alleen om gedragsverandering voor elkaar te krijgen bij jongeren, maar niet om duurzaamheidsinitiatieven te laten starten in hun wijk.

3. Hoe kan de gemeente Zeist het beste deelnemen aan sociale netwerken rondom duurzaamheid?

Er zijn een aantal zaken van belang om te kunnen zeggen hoe de gemeente Zeist het beste kan deelnemen aan sociale netwerken. Als eerste kan er geconcludeerd worden of deelname in sociale netwerken wel de juiste methode is om doelstellingen te bereiken en wat de belangrijkste bijdrage van sociale netwerken is. Daarnaast kan er een conclusie getrokken worden of duurzaamheid eigenlijk wel een geschikt thema is voor sociale netwerken of dat andere beleidsthema's daarvoor beter geschikt zouden zijn. Als laatste kan er geconcludeerd worden hoe de gemeente online en offline het beste kan deelnemen aan sociale netwerken rondom duurzaamheid.

Als eerste kan er geconcludeerd worden dat sociale netwerken belangrijk zijn om doelstellingen te bereiken. Er wordt niet door iedereen een onderscheid gemaakt tussen offline en online, maar de meeste gemeentes geven toch aan dat offline sociale netwerken het belangrijkste zijn. Volgens de literatuur levert een mix van online en offline het beste resultaat op.

De belangrijkste bijdrage van sociale netwerken is dat er niet vanuit de gemeente de boodschap wordt geduwd van je moet verduurzamen, maar juist de initiatieven die er al zijn door middel van sociale netwerken zichtbaar te kunnen maken en daar als gemeente ondersteuning aan te geven en bij aan te sluiten. Daarnaast is een belangrijke bijdrage voor de gemeentes dat er daadwerkelijk wat gedaan wordt, doordat mensen zich verbonden voelen en samen hun schouders eronder zetten en niet als eenling aan de slag gaan.

Daarnaast kan er geconcludeerd worden dat duurzaamheid wel een uitzonderlijk thema is waarbinnen gemeentes specifieke sociale netwerken hebben of gebruiken. Een aantal gemeentes geven aan dat online sociale netwerken ook worden ingezet bij stadsbeheer en bij crisiscommunicatie, maar dat is tijdelijk. De literatuur geeft aan dat wanneer de burgers niet over de gewenste onderwerpen praten, je als gemeente moet afvragen of dat wel de juiste onderwerpen zijn. Het is beter te luisteren naar onderwerpen waar de burgers wel interesse in hebben. Het is ook zendergericht om te denken dat burgers aangesproken moeten worden over thema's die de gemeente belangrijk vindt, want overheid bepaalt dat helemaal niet.

Online deelname

Het is gebleken dat online netwerken meer bedoeld zijn om informatie over te dragen of op te zoeken. Een paar gemeentes geven wel aan dat het dialoog ook online plaatsvindt, maar dat is niet de meerderheid. Een enkeling geeft beïnvloeding aan als doel, maar daarentegen geven de meeste gemeentes weer aan dat het vanuit de burger moet komen. Het gaat uit van een intrinsieke motivatie van de burger, waardoor je als gemeente niet meer hoeft te beïnvloeden. Als laatste geven een aantal gemeentes aan dat je door middel van sociale netwerken gericht en specifiek jouw doelgroep kunt bereiken en dat het goedkoop en toegankelijk is.

Voor de online sociale netwerken zetten de meeste gemeentes het gemeentelijk Twitteraccount in. Hierbij is duurzaamheid een onderdeel, maar niet de hoofdmoot. Naast Twitter zetten ook een aantal gemeentes het gemeentelijk Facebookaccount in. Er zijn maar een paar gemeentes die een Facebook en Twitterpagina hebben die zich specifiek richt op het thema duurzaamheid. Van deze online sociale netwerken geven een aantal gemeentes aan dat Twitter voornamelijk wordt gebruikt voor korte berichtjes om te informeren. Dit netwerk is meer gericht op nieuws en kennisuitwisseling. Over Facebook geven een aantal gemeentes aan dat dit meer gebruikt wordt voor de 'fun' om leuke dingen te delen. Een paar gemeentes geven aan Facebook leuker te vinden, omdat daar ook echt mensen reageren en met ideeën komen. Daarentegen zijn er ook een paar gemeentes die aangeven dat Facebook nog redelijk in de kinderschoenen staat.

Naast de sociale netwerken die de gemeentes zelf beheren, is er ook gevraagd naar de deelname van gemeentes in sociale netwerken die door de burger zijn geïnitieerd. Dit is een vorm van de derde generatie burgerparticipatie. Hieruit blijkt dat deelname aan online netwerken nog wat lastiger is dan in offline netwerken. Voor de online sociale netwerken geldt dat een deel van de gemeentes actieve mensen rondom duurzaamheid opzoeken om daar online mee te praten. Dit doet een enkeling via Twitter, maar ook een aantal via Facebook. Zo zijn er bijvoorbeeld bewoners die een Facebookaccount hebben rondom een initiatief die de gemeente dan "liked" of daar een bericht plaatst.

Er kan geconcludeerd worden dat de meeste gemeentes de rol als redacteur (informeren) aannemen voor de online sociale netwerken. Toch zijn er ook een aantal gemeentes die de rol van marketeer (beïnvloeden) aannemen. Deze rol is gericht op het specifiek betrekken van de doelgroep op online platformen zoals Twitter en Facebook. De rol als gast (co-creatie) staat nog redelijk in de kinderschoenen. Deze rol gaat over het aansluiten binnen een al gaande discussie. Denk hierbij aan aansluiten op initiatieven die er al zijn op het gebied van duurzaamheid en dat de gemeente hierop aansluit. Dit wordt wel steeds belangrijker.

Offline deelname

Er kan geconcludeerd worden dat offline netwerken meer geschikt zijn om dialoog aan te gaan. De rol als regisseur (dialoog) kan hier dan ook het beste aangenomen worden. De meeste offline netwerken bestaan uit bewonersverenigingen of bijeenkomsten over een bepaald thema waarbij de gemeente in gesprek gaat met burgers en of bedrijven.

Het overgrote gedeelte van de gemeentes geven aan dat de energieambassadeurs en wijkteams de bestaande netwerken wel opzoeken maar niet deelnemen aan het netwerk van de burger. Die netwerken zijn namelijk echt van de bewoners zelf. De gemeente wil wel helpen, ondersteunen en stimuleren, maar niet aan de netwerken zelf deelnemen. De burgers redden het namelijk ook steeds meer zelf, omdat het uitgaat van een intrinsieke motivatie.

Er kan geconcludeerd worden dat de meeste bewoners elkaar sneller offline opzoeken om vervolgens samen initiatieven te starten. Toch geeft ook een groot gedeelte van de gemeentes aan dat de online en offline sociale netwerken elkaar ondersteunen en aanvullen. Wanneer mensen elkaar offline ontmoeten, zullen ze online verder gaan. Dit kan andersom ook. Het ligt ook heel erg aan je doel en doelgroep om te kunnen zeggen waar deze zich het meest bevinden.

4. Welke zaken moeten binnen de interne organisatie geregeld zijn om als gemeente succesvol deel te kunnen nemen aan sociale netwerken?

Uit de interviews is gebleken dat er een aantal zaken zijn die intern geregeld moeten worden om succesvol deel te kunnen nemen aan sociale netwerken. Er kan geconcludeerd worden dat het allereerst belangrijk is om het beheer van de gemeentelijke sociale netwerken (online) bij één afdeling of persoon neer te leggen. Zo is duidelijk wie de pagina beheert en wie er reageert op vragen die binnen komen. Dit is voor de algehele organisatie belangrijk, zodat zij exact weten bij welke afdeling/persoon zij terecht kunnen. Bij de meeste gemeentes ligt het beheer van de gemeentelijke sociale netwerken (online) bij de communicatieafdeling. Zij beantwoorden de vragen door ze intern uit te zetten, net zoals bij persvragen. Daarnaast monitoren zij ook wat er allemaal speelt binnen deze online sociale netwerken. Wanneer collega's iets op het gemeentelijke account willen plaatsen, gaat dit ook in overleg met de communicatieafdeling. Wel is het belangrijk dat er een achtervang is voor de persoon die dit onderhoud, zodat het elke dag actief blijft. Daarnaast kwam uit de interviews ook dat het belangrijk is inhoudelijke mensen zoals projectleiders of programmamanagers zelf deel te laten nemen in netwerken rondom hun eigen thema. Dit moet niet door de communicatieafdeling overgenomen worden, want dan haal je dat stuk persoonlijk contact juist bij ze weg.

Daarnaast is het belangrijk een plan op te stellen waarin belangrijke organisatorische zaken worden opgenomen. Het beschrijft zaken als wie wat doet, wat wel en niet kan, wie de beheerder is en wij zijn of haar achtervang is.

Het derde aspect wat net zo belangrijk is, is om de interne organisatie te overtuigen van het nut van sociale netwerken. Uit de interviews blijkt dat dit een belangrijk aspect is, omdat het bij de interne organisatie begint. Er zijn verschillende manieren waarop dit gerealiseerd kan worden. Denk aan het organiseren van trainingen of bijeenkomsten om de interne organisatie bewust te maken van het belang van zowel offline als online sociale netwerken.

5.2 Advies

Op basis van de conclusies die in de vorige paragraaf beschreven zijn, wordt in deze paragraaf aanbevelingen gedaan voor de gemeente Zeist over de manier waarop sociale netwerken een bijdrage kunnen leveren rondom de realisatie van de doelstelling rondom duurzaamheid.

1. Aanbevelingen m.b.t. de bestaande sociale netwerken

1.1 Ondersteun de bestaande sociale netwerken rondom duurzaamheid

Probeer de bestaande netwerken zo goed mogelijk te ondersteunen door zowel offline als online aanwezig te zijn. Dit betekent niet specifiek deelnemen in bestaande sociale netwerken van de burgers, want het netwerk zelf blijft van de bewoners en niet van de gemeente. Bewoners zitten meer op offline ondersteuning te wachten. Het gaat hier dan niet alleen om ondersteuning met financiële middelen, maar het gaat voornamelijk om ondersteuning met de kennis en capaciteit die de gemeente heeft. Denk bijvoorbeeld aan naamsbekendheid die de gemeente kan creëren voor de netwerken die er zijn (offline en online). Of denk aan het verstrekken van informatie aan de netwerken over bijvoorbeeld regelgevingen rondom het gebruik van gemeentegrond. Door de bestaande netwerken te ondersteunen kunnen zij sneller hun doelstellingen bereiken, wat uiteindelijk leidt tot meer duurzaamheidsinitiatieven in de wijken.

1.2 Maak gebruik van de landelijke sociale netwerken die er zijn

Er bestaan veel landelijke netwerken (online) rondom duurzaamheid waar de bewoners van de gemeente Zeist ook actief in zijn. Zorg voor meer bekendheid van deze netwerken onder de burgers. Dit kan door bijvoorbeeld de bezoekers van de gemeentelijke website door te verwijzen naar deze online netwerken. Zo worden de bewoners bewust gemaakt van het feit dat er veel online netwerken zijn waar zij zich bij kunnen aansluiten. Hier kunnen zij dan weer andere bewoners binnen de gemeente ontmoeten. Zo vinden burgers met een gemeenschappelijke interesse elkaar online en kan de kans bestaan dat zij gezamenlijk duurzaamheidsinitiatieven gaan opstarten.

2. Aanbevelingen m.b.t. de wijken

2.1 Richt je op de doelgroep die bereid is duurzaamheidsinitiatieven te starten

Richt je in de communicatie op de doelgroep die bereid is duurzaamheidsinitiatieven te starten. De initiatieven moeten vanuit de bewoners zelf komen en wanneer zij niet geïnteresseerd zijn in het thema, heeft het ook weinig zin deze mensen actief te maken. Maak een wijkprofiel en kijk waar de doelgroep woont. De doelgroep bestaat uit volwassenen van half 30 tot half 50. De meesten hebben kinderen die iets ouder zijn dan het kleuter/peuter niveau, dus ook wat meer tijd hebben. Zij hebben vaak een modaal inkomen of iets daarboven. Zij hebben de ruimte dus willen en kunnen ook wat meer doen. Probeer deze mensen te bereiken door zowel online als offline sociale netwerken in te zetten om ervoor te zorgen dat de rest van de deze doelgroep ook duurzaamheidsinitiatieven gaat starten in hun wijk.

3. Aanbeveling m.b.t. deelname in sociale netwerken

3.1 Maak een gemeentelijk Facebookaccount aan

Het advies is om als gemeente een Facebookaccount aan te maken. Het blijkt dat er veel gemeentes zijn die dit online sociale netwerk al succesvol inzetten. Maak niet voor elk thema een ander account aan, maar zorg wel dat je als gemeente over een gemeentelijk account beschikt binnen de online sociale netwerken. De belangrijkste hierbij zijn Twitter en Facebook. Wanneer je als gemeente een account hebt, krijg je namelijk de mogelijkheid om te kijken waar de doelgroep zich bevindt en waar zij over praten. Zo kan de gemeente ook deelnemen aan de online sociale netwerken die de burgers al hebben en kan er gekeken worden over welke beleidsthema's zij nog meer praten online. Je hoeft dan niet per thema allerlei andere gemeenschappen op te richten. Doe dit wel alleen als daar genoeg tijd en capaciteit voor is, anders heeft het geen zin. Er moet wel iemand zijn die voldoende tijd heeft om het account te beheren en te onderhouden.

3.2 Zet een mix van online en offline middelen in om doelstellingen te bereiken

De inzet van online sociale netwerken, als het op de juiste manier wordt ingezet in combinatie met traditionele middelen, levert een belangrijke bijdrage aan het bereiken van doelstellingen. Eerst moet de bewoner weten dat er een online of offline sociaal netwerk bestaat, dit kan door traditionele middelen in te zetten zoals persberichten en flyers. Vervolgens is het belangrijk een mix tussen online en offline netwerken te maken. Uit het onderzoek blijkt dat bewoners elkaar meer offline ontmoeten, maar dat er wel een verschuiving te zien is naar online of een combinatie van beiden. Het advies is om burgers eerst deel te laten nemen aan fysieke bijeenkomsten om elkaar vervolgens online te ontmoeten. Op deze manier worden doelstellingen het snelst behaald.

3.3 Neem per sociaal netwerk een bijpassende rol aan

Neem binnen de offline sociale netwerken de rol als regisseur aan om dialoog aan te gaan met de bewoners. Neem binnen de online sociale netwerken verschillende rollen aan. Als eerste is de rol als redacteur belangrijk, om de bewoners te informeren over allerlei zaken. Met informeren alleen bereik je niet je doelstelling. Probeer ook zo goed mogelijk de rol als marketeer aan te nemen door specifiek de juiste doelgroepen te betrekken op online platforms als Twitter en Facebook. Uiteindelijk is de rol als gast ook van groot belang. Dit betekent aansluiten binnen al gaande gesprekken van burgers rondom bijvoorbeeld het thema duurzaamheid. Door de doelgroep te betrekken en uiteindelijk aan te sluiten op initiatieven die er al bestaan bereik je het snelst de doelstelling om meer wijken duurzaamheidsinitiatieven te laten starten.

4. Aanbevelingen m.b.t. interne organisatie

4.1 Leg het beheer van de gemeentelijke sociale netwerken (online) bij de afdeling communicatie neer

Op dit moment ligt het beheer van de gemeentelijke sociale netwerken (online) bij het Klantcontactcentrum. Het advies is om het beheer bij de communicatieafdeling neer te leggen, omdat de meerderheid van de gemeentes dat heeft. Dit is ook voor de algehele organisatie belangrijk, zodat zij exact weten bij welke afdeling/persoon zij terecht kunnen. Op dit moment kan het zijn dat voor medewerkers niet altijd duidelijk is bij wie ze precies moeten zijn, omdat de communicatieafdeling de pagina's wel monitoren en af en toe berichten plaatsen, maar de vragen worden door het KCC beantwoord. Hierdoor kan het zijn dat het wel eens langs elkaar heen loopt. Zorg dat er één persoon wordt aangesteld als beheerder die berichten plaatst, de pagina's monitort en alle inkomende vragen beantwoordt. Behandel vragen net zoals persvragen behandeld zouden worden. Het werkt veel efficiënter als er één persoon verantwoordelijk wordt. Logischer wijs zou het beheer dan bij de persvoorlichter moeten komen, maar daar moet wel tijd en capaciteit voor zijn anders heeft het geen zin. Zorg ook voor een plan van aanpak, zodat duidelijk is wie wat doet en wie de achtervang van de beheerder wordt. Dit advies betekent niet dat de communicatieafdeling alle sociale netwerken binnen de organisatie moet gaan beheren. Laat inhoudelijke mensen zoals projectleiders of programmamanagers zelf deel nemen in sociale netwerken rondom hun eigen thema. Dit moet niet door de communicatieafdeling overgenomen worden, want dan haal je dat stuk persoonlijk contact juist bij ze weg.

4.2 Overtuig de interne organisatie van het nut van sociale netwerken

Het is belangrijk de interne organisatie bewust te maken van het belang van sociale netwerken. Hier begint het mee. Een projectleider moet wel het nut van sociale netwerken inzien om hier vervolgens zelf wat mee te doen. Het advies is om het cursusaanbod uit te breiden. Op dit moment worden er wel cursussen aangeboden voor de online sociale netwerken, terwijl offline sociale netwerken misschien wel belangrijker zijn. Organiseer bijeenkomsten of biedt cursussen aan voor de afdelingen om hen te overtuigen van het belang van zowel offline als online sociale netwerken.

Literatuurlijst.

Literatuurlijst

- Blom, E. (2009) Handboek communities, de kracht van sociale netwerken, A.W. Bruna uitgevers B.V.
- Berlo, van D. (2012) Wij, de overheid, cocreatie in de netwerksamenleving, Programma Ambtenaar 2.0.
- Berlo, van D. (2010) Ambtenaar 2.0, Programma Ambtenaar 2.0.
- Berlo, van D. (2010) Ambtenaar 2.0 beta, Programma Ambtenaar 2.0.
- Nieuwe media, kans voor dienstverlening en interactie. Met Antwoord in dialoog, oktober 2011.
- Osch, van D. (2011) Basisboek Social Media, Boom Lemma Uitgevers.
- Galjaardlezing (2012) Guido Rijnja: Contact!
- Interne documenten: Hoe werkt de gemeenteraad? Organogram, Organisatievisie, communicatievisie, webvisie gemeente Zeist.

Internet

- http://participatiewiki.be/wiki/index.php/Generaties_burgerparticipatie (bekeken op 4 januari 2013)
- <http://www.frankwatching.com/archive/2009/07/24/sociale-netwerken-de-basis/>
- <http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/overheidscommunicatie/informatie-voor-professionals/omgevingsonderzoek/kwalitatief-onderzoek> (bekeken op 6 mei 2013)
- http://www.frankwatching.com/archive/2013/04/24/offline-online-inspraak-9-tips-voor-succesvolleburgerparticipatie/?utm_source=website&utm_campaign=wordtwit&utm_medium=web (bekeken op 26 april 2013)
- <http://ambtenaar20.ning.com/profiles/blog/show?id=2094330%3ABlogPost%3A91429> (bekeken op 26 april 2013)
- <http://nl.wikipedia.org/wiki/Zeist> (bekeken op 29 april 2013)
- <http://www.frankwatching.com/archive/2009/07/24/sociale-netwerken-de-basis/> (bekeken op 17 januari 2013)
- <http://www.ondernemeninternet.nl/weblog-over-ondernemen/offline-netwerken-is-springlevend.html> (bekeken op 17 januari 2013)
- <http://nl.wikipedia.org/wiki/Sociaalnetwerksite> (bekeken op 28 januari 2013)
- <http://www.buildingsenses.nl/werknemer-interacties-beschrijven-met-social-network-theory-korte-introductie/> (bekeken op 17 januari 2013)
- <http://nl.wikipedia.org/wiki/Sociaalnetwerksite> (bekeken op 28 januari)
- <http://ambtenaar20.ning.com/profiles/blogs/wie-heeft-de-macht-in-de-netwerksamenleving> (bekeken op 28 januari 2013)
- <http://www.welcomamsterdam.nl/nieuws/een-sociaal-netwerk-geen-community> (bekeken op 27 januari 2013)
- <http://www.marketingfacts.nl/berichten/social-media-in-nederland-twitter-en-facebook-het-meest-actief-gebruikt> (bekeken op 20 februari 2013)

Bestaande scripties

- Amenda Steelink – Sociale media als communicatie-instrument (2012)
- Linde van Loenen – Generatie Y en Nieuwe Media (2010)

Interviews

- Louise Vrieling, projectondersteuner programma duurzaamheid gemeente Zeist, 11 april 2013
- Corina Onderstijn, adviseur Omgevingsdienst, 8 april 2013
- Christien van Verseveld, communicatieadviseur gemeente Haarlem, 25 april 2013
- Pauline van Norden, adviseur milieucommunicatie gemeente Amersfoort, 1 mei 2013
- Fokke Postma, communicatieadviseur gemeente Leeuwarden, 25 april 2013
- Luchiena Lanjouw, communicatieadviseur 'Groningen geeft energie', 25 april 2013
- Jacqueline Hazeleger-Hartogs, communicatieadviseur gemeente Utrecht, 23 april 2013
- Leanne Bulten, communicatieadviseur programma duurzaamheid gemeente Eindhoven, 24 april 2013
- Arnold Groenewegen, programmamanager duurzaamheid gemeente Zwijndrecht, 29 april 2013
- Maarten de Vries, communicatieadviseur gemeente Rotterdam, 24 april 2013
- Petra Ferwerda, communicatieadviseur gemeente Koggenland, 23 april 2013
- Cecile Custers, adviseur milieu gemeente Nieuwegein, 23 april 2013

Overige bronnen

- Broodje Lectoraat, lezing op school over social media door het Kenniscentrum.
- Reint-Jan Renes, advies over aanpak onderzoek.

Bijlagen.

Afstudeerrapport.

Hoe kunnen sociale netwerken een bijdrage leveren aan de realisatie van de doelstelling rondom duurzaamheid?

Communicatiemanagement
Hogeschool Utrecht
Afstudeerrichting: Communicatie in het publieke domein

Joyce Koops
Studentnummer: 1567433
E-mail: joyce.koops@student.hu.nl

Stagebegeleider Hogeschool Utrecht:
Annette Kamerbeek



1. Uitgewerkt interview medewerkster gemeente Zeist

Vragen Louise Vrieling, projectondersteuner Duurzaamheid (11 april)

Vragen	Antwoorden
1. Kan je wat meer vertellen over jouw rol binnen programma Duurzaamheid en dan voornamelijk over 'duurzame buurten'?	Ik ben sinds 2 maanden projectondersteuner, dat is een breed begrip. Ik houd me voornamelijk bezig op het vlak van bruggen bouwen als het gaat om communicatiekanalen. En daarnaast zie ik voor mezelf een hele duidelijke rol als het gaat om interne en externe communicatie. We zijn nu bijvoorbeeld bezig met een energie zuinig voorbeeldhuis komt in september. Daarin zie ik dan met name een taak voor mezelf om bedrijven die daarvoor benaderd moeten worden met een gelikte brief om te komen naar de informatiebijeenkomst. Dat is dan even een praktijkvoorbeeld. En dit natuurlijk ook op intranet plaatsen om medewerkers te laten zien wat wij doen.
2. Doelstelling: Corina zei zit nu op 7 wijken, heb je enig idee welke wijken er niet bereikt zullen worden om initiatieven te starten rondom dit thema? En waarom niet?	Weet ik niet. Kijk nieuwbouw die nu al worden gedaan die al aan bepaalde duurzaamheidseisen moeten voldoen dus zal de belangstellingsfeer misschien minder zijn. Ik weet het niet of er bepaalde wijken niet zullen worden bereikt. Je hebt natuurlijk niet altijd met wooneigenaren te maken, maar ook met coöperaties. Als je iets huurt zijn de woningbouwcoöperaties ons aanspreekpunt om daar iets verder mee te ontwikkelen op het gebied van duurzaamheid. Het ligt ook een deel aan ons zelf lijkt me. Het is aan ons de taak om te zorgen om alle wijken kennis te geven van het feit dat er initiatieven kunnen worden gedaan op het gebied van duurzaamheid. Dat valt en staat met de richtbaarheid die je daar als gemeente aan geeft. Ik denk gewoon dat we iedereen daarvoor moeten bereiken. En dat het vervolgens aan de buurten zelf is om daar wel of niet iets mee te doen. Het kan al heel kleinschalig zijn, bijvoorbeeld al het afkoppelen van je hemelwater naar het riool. Dat is al iets duurzaam.
3. Weet je welke middelen er vanuit de gemeente wordt ingezet om de doelstelling te bereiken en in contact te komen met bewoners over duurzaamheid?	Er zijn diverse Twitteraccounts, waar veel gebruik van wordt gemaakt. Wij van duurzaam doen daar dapper aan mee. We hebben de gemeentelijke Twitteraccount en berichten op de homepage worden automatisch getwitterd. Ik probeer minstens één keer per week een duurzame tweet eruit te laten gaan. Corina beheert de Twitteraccount van Duurzame Buurten, dus we houden elkaar daar ook volop bij aangesloten. Op die manier brengen we duurzaamheid continue onder de aandacht te brengen. Natuurlijk heeft niet iedereen Twitter, daarom maken we daarnaast gebruik van Wijknieuws en van 't Rond. Van 't Rond om daar informatie Zeist breed op kwijt te kunnen en voor Wijknieuws kunnen we inzoomen op lokale initiatieven die in de wijk plaatsvinden.

4. Welke rol neemt de gemeente aan bij het bereiken van de doelstelling? (<i>initiëren, faciliteren, informeren etc.</i>)	Faciliteren, maar wat de gemeente ook zou kunnen doen om te kijken of er bepaalde stimuleringsmaatregelen mogelijk zijn. Ik kan me herinneren dat er ooit eens een subsidie is geweest van het afkoppelen van hemelwater op het riool om verdroging tegen te gaan. Dat zijn maatregelen waardoor je mensen net over die spreekwoordelijke drempel weet te krijgen om het daadwerkelijk te gaan uitvoeren. Of subsidie of zonnepanelen. Het economische getij is niet van dien aard dat het geld uit de lucht komt stromen, waardoor dit niet altijd kan.
5. Weet je welke offline netwerken er zijn waarin bewoners elkaar ontmoeten?	Pedagogenbuurt heeft een website, wat voor hun een virtuele ontmoetingsplek is. Daarnaast ontmoeten ze elkaar ook fysiek met bijvoorbeeld barbecues of borrels. Dus die cohesie in die wijk is een bijkomend en prettig voordeel van elkaar opzoeken om duurzaamheidsinitiatieven te bespreken en wellicht uit te voeren en dat is daar dan ook gebeurd met zonnepanelen. Dit versterkt die onderlinge cohesie wat natuurlijk ook weer aan aspect is van duurzaamheid. Wilhelminaparkbuurt is ook behoorlijk actief als het gaat om initiatieven, dat zijn er die ik uit me mouw kan schudden maar er zullen er ongetwijfeld meer zijn in Zeist.
6. Wat is volgens jou het belang van deze offline netwerken, welk doel heeft het?	Het één hoeft het ander niet uit te sluiten. Ik denk dat online netwerken een versterkend effect heeft. Maar dat offline netwerken in deze tijd misschien wel veel essentiëler zijn. Dat je letterlijk weet wie er naast je woont. Dat schijnt niet meer zo vanzelfsprekend te zijn. Dus zeker niet in de plaats van.
7. Wat is volgens jou het belang van deze online netwerken? Welk doel heeft het?	Ik denk dat niets kan tippen aan een online netwerk, omdat je bij een offline netwerk heb je alleen maar schriftelijke communicatie nodig. Dat is één van de moeilijkste dingen omdat er non verbaal meer duidelijk wordt als verbale communicatie. Dus ik zie het wel als een aanvulling, maar niet in de plaats van.
8. Komen bewoners volgens jou meer samen in online of offline netwerken?	Dat heeft heel erg te maken met de omgeving waarin je woont. Als je in een buurt woont waarbij je rijtjes woningen hebt waardoor je letterlijk bij elkaar in de keuken kunt kijken. Dan zal je meer contact hebben dan wanneer je in een villa in Bosch en Duin woont, waarbij je elkaar niet zo snel fysiek tegen het lijf zult lopen. Dat heeft er zeker mee te maken. Aan de andere kant is de flat in Vollenhove waar je heel dicht bij elkaar woont en behoefte aan privacy ook wel is heel groot kan zijn, waardoor je niet met elkaar in contact komt. Ligt ook heel erg aan de persoon zelf.
9. Weet je welke andere gemeentes al ver zijn op het gebied van duurzaamheid?	Geen idee, daarvoor ben ik hier tekort op betrokken.

2. ■ Uitgewerkt interview adviseur Omgevings- dienst

Vragen Corina Onderstijn, adviseur Omgevingsdienst (8 april)

Vragen	Antwoorden
1. Kunt u wat meer vertellen over het programma Duurzaamheid en dan voornamelijk over 'duurzame buurten'?	Klimaatbeleid was heel erg thematisch gericht. Besloten om het breder te trekken en meer doelgroepgericht, want je kan wel van alles willen maar je moet het samen met de bewoner doen en dat kan je niet als gemeente alleen doen en daaruit is het programma duurzaamheid ontstaan. Voor duurzame buurten hebben we gezegd dat we mensen actief willen hebben door dialoog aan te gaan, mensen op te zoeken, er zijn evenementen en er is altijd een duurzame week in Zeist, waar veel belangstelling is vanuit allerlei groepen en daar in gesprek blijven met bewoners over wat kan.
2. Hoe staat het nu met het bereiken van de doelstelling? (in 2014 zijn in minimaal 10 wijken duurzame initiatieven gestart)	In 2012 waren er 7 wijken actief, dus al een heel eind op weg. Eind 2011 is de klap op het programma duurzaamheid gekomen, dat is toen in de pers gekomen en toen was er echt een golf van aandacht. Eerste kwartaal 2012 werd ik echt plat gebeld door bewoners die iets wilden. Daarvoor waren er nog maar 2 buurten actief op het gebied van duurzaamheid. De communicatie die hiervoor werd ingezet was de website en de Nieuwsbode.
3. Weet u welke wijken duurzame initiatieven zijn gestart met de inzet van sociale netwerken? (voorbeelden)	7 wijken: Wilhelminaparkbuurt, Nijenheim, Valkenbosch, Hoge dennen/Kerkebosch, Pedagogebuurt (zonnepanelen), Componistenbuurt, Centrum – Brugakker, maar daar niet heel erg fanatiek. (Dichterswijk, alleen die zijn al begonnen voordat dit programma er was, dus mag ik niet meerekenen. En in Den Dolder was ook een hele actieve wijk, alleen die zijn ermee gestopt omdat het niet zo aansloeg) → Deze buurten zijn allemaal initiatieven begonnen en zitten we al bijna aan de doelstelling, of ze ook iets bereikt hebben daar zijn we nog niet. Gemeente Zeist wil in 2050 klimaat neutraal grondgebied hebben, dus zoveel mogelijk energie besparen of duurzame energie opwekken. En daar zijn we nog niet. Heel veel zijn bezig met massa verzamelen, kijken wat er mogelijk is in de wijk, informatieavonden, flyereren, gesprekken voeren kijken wat het meeste aanspreekt voor die buurt bijvoorbeeld zonnepanelen, isoleren, gedragsvoorlichting, auto delen of lokaal biologisch koken, moestuinen

4.Kunt u de doelgroep omschrijven?	De meeste doelgroepen, bewonersverenigingen, buurtverenigingen of gewoon ouders die elkaar op het schoolplein vinden. Het zijn heel veel volwassenen van half 30 tot half 50 die kinderen hebben die iets ouder zijn dan het kleuter/peuter niveau, dus ook wat meer tijd hebben. Die vaak modaal inkomen of daarboven hebben, we hebbend deze ruimte dus we willen en kunnen ook wat meer doen. Vanuit die gedachte laten we die gaan activeren.
5.De doelgroep die jij omschreef bestaat uit de wat oudere generatie. Wil de gemeente Zeist eigenlijk ook de jongerengeneratie bereiken om uiteindelijk ook initiatieven te laten starten? (misschien lukt dat namelijk wel via de online sociale netwerken) Zijn de jongeren hier actief in? Hoe merk je dat? Doet de gemeente al wat om deze generatie actief te krijgen? Zo ja, hoe dan? (later per mail gevraagd)	In alle genoemde groepen zijn uitschieters/uitzonderingen beide kanten op en bovendien, beweegredenen om wel of niet iets te doen met duurzaamheid hebben natuurlijk ook met veel meer dan alleen maar leeftijd te maken. Je schrijft de 'wat oudere generatie' – dat valt wel mee hoor. Half 30 tot half 50 had ik gezegd toch? Maar inderdaad, jongeren zijn nog niet zo actief, of anders actief op dit vlak. (aan de andere kant ook niet heel veel 'ouderen', want sommige investeringen, zoals zonnepanelen verdienen zich pas na 10 jaar terug en als je dat nu betaalt en het is onzeker of je het nog wel terugverdient, is dat ook niet heel prikkelend. Hiervoor praten we dan wel weer met zorginstellingen..) In ieder geval, deze logica tussen haakjes telt ook voor veel starters (globaal 20 tot 27), die hebben vaak nog geen koopwoning en daar begint het voor de meeste initiatieven toch mee en gemiddeld blijven mensen die hun eerste huis kopen daar ook niet zo lang wonen dat ze zo'n grote investering terugverdienen. De groep tussen 27 en 35 hebben/zijn vaak jonge gezinnetjes en wel andere dingen aan hun hoofd, dus die groep is ook niet heel actief. Vaak heeft de groep tot ongeveer 35 jaar ook niet de middelen om extra te investeren in duurzame maatregelen. De meeste mensen die beginnen met zoiets hebben al wat tijd gehad om hun leven 'op te bouwen'. Dan, de echte jongeren. Dat is een lastige. De categorie onder 20, of onder 18 jaar kan je natuurlijk ook weer op allerlei manieren onderverdelen (basisonderwijs, voortgezet onderwijs, ...). *Wij proberen bij scholen duurzame thema's onder de aandacht te brengen, met lespakketten, gastlessen, excursies (alles is met het Natuur en Duurzaamheidscommunicatiecentrum wat ook in de ODRU zit en de Boswerf – deze heeft ook een twitter trouwens, die meneer heet Jeroen), maar scholen hebben vaak al een overschot aan dingen die waardevol zijn om jongeren te leren, dus dit heeft niet altijd de prioriteit. Er zijn allerlei ideeën om nog meer met deze groepen te doen, maar daarvoor is simpelweg een gebrek aan tijd/capaciteit voor een intensievere aanpak. Gelukkig zijn er vanuit allerlei stichtingen en landelijk steeds meer campagnes die aandacht besteden aan deze thema's en *wij zullen dan ook steeds meer proberen om hierbij aan te sluiten (Earth Hour vorige maand, warme truiendag in februari, de dag van de

	duurzaamheid in oktober, solar kids in mei, etc etc). Als jongeren dan actief worden is het vaak in de gedragsfeer – hierboven bij de volwassenen gaat het ook meer om echt maatregelen aan woningen, dus als hier initiatieven uit komen, zullen ze anders van karakter zijn.
6. Weet u welke wijken de gemeente Zeist wilt bereiken rondom duurzaamheid?	Austerlitz wordt heel vaak genoemd. Gemeente wil heel graag dat daar iets gebeurt, maar daar is nog geen actieve kern. Er is wel een bewonersvereniging die andere dingen doet, maar niet op dit vlak. De reden hiervoor is denk ik dat het geen prioriteit heeft voor de bewoners, vaak bezig met veiligheid, straatfeesten, betrokkenheid waardoor dit onderwerp dan later pas komt. Ik heb op het moment ook niet genoeg tijd om erop uit te trekken naar buurten die nog niets doen.
7. Austerlitz is een wijk die de gemeente wil bereiken maar daar zit nog geen actieve kern. Is dat de enige wijk? Of zijn er nog meerdere te noemen? Want klopt het dat de gemeente het liefst alle wijken wil bereiken om duurzame initiatieven te starten? (later gevraagd per mail)	Natuurlijk hebben we het liefst alle buurten en wijken actief met duurzaamheid. We kunnen echter niet alles tegelijk. Ik noemde alleen met nadruk Austerlitz, omdat daar wel een actieve bewonersgroep is, maar we nog geen zicht hebben op of ze iets met duurzaamheid doen. Misschien heb ik dat gister wat onhandig geformuleerd.. Ik zie verder ook goede kansen voor o.a. Crosestein, Brugakker, Griffensteyn, het Lyceumkwartier, maar ja, dat is allemaal technisch potentieel. Uiteindelijk moeten de mensen het zelf wel willen (en doen, want we kunnen het niet voor ze doen).
8. Weet u welke offline sociale netwerken er al bestaan rondom dit thema? (lokaal) <i>*(netwerken die zowel zijn ontstaan vanuit het initiatief van de bewoners als vanuit een organisatie)</i>	Scholen en buitenschoolse opvang zijn netwerken die offline heel veel mensen samen brengen en in gesprek raken met elkaar. Sportverenigingen, bewonersverenigingen zijn ook al sociale netwerken die dan online hun eigen sociale netwerken hebben zoals een Facebookpagina, waarin ze dan ook polls doen.
9. Weet u welke online sociale netwerken er al bestaan rondom duurzaamheid? (lokaal en landelijk) <i>*(netwerken die zowel zijn ontstaan vanuit het initiatief van de bewoners als vanuit een organisatie)</i>	Heel veel wijken hebben ook een eigen website waar ze elkaar vinden. Zoals Wilhelminapark heeft een website: www.rondhetwilheminapark.nl Pedagogenbuurt heeft een eigen site, de Dichterswijk, HogeDennen.net. Deze sites worden ook steeds beter bijgehouden door webmaster aan te stellen en worden ook beheerd door bewoners. Deze wijken hebben geen social media pagina's, maar er is wel Transition Town Nederland dat is een duurzame beweging, die hebben wel een Facebookpagina voor Nederland, Zeist en Heuvelrug. Dat is gelinkt aan een ander lokaal initiatief → Moeders moestuin café dat is die met de biologische tuinen die hebben ook een Facebookpagina. Dit zijn echt online netwerken die ook bewoners oproepen. Er wordt nog weinig getwitterd vanuit de initiatieven zelf één van de actieve wijken van Wilhelminapark hebben een Twitteraccount genaamd: Energieke buurt, Moeders moestuin heeft een Twitter, Weggeefwinkel ook, maar dat zijn er nog weinig. Bewoners zelf zijn nog iets minder actief op Twitter, wel account en volgen wel maar verder niet.
	Sociale Netwerken & Duurzaamheid 48

10. Biedt de gemeente ook nog een soort van online platform aan waar de bewoners samen kunnen komen?	Het sluit aan bij de visie van de gemeente, dat alles wat er gebeurt vanuit de maatschappij komt. Het is echt van de bewoners, wat wij doen is faciliteren. Jij wilt wat en dan ga ik kijken of ik daarbij kan helpen en niet heel actief aan die kar ga lopen trekken. Dit geldt ook voor nieuwe wijken, ik wil best een gesprek initiëren maar als ze niet willen dan houdt het op. Het is heel erg kennis en ervaring delen, maar niet ik neem het je uit handen en doe het voor je. Dus; om dialoog aan te gaan komen de meeste bewoners offline samen en online gebruiken ze meer om informatie te verzamelen.
11. Worden er nog andere middelen ingezet om de doelstelling te bereiken en in contact te komen met bewoners over duurzaamheid?	Nee, we hebben niet heel veel andere middelen die we inzetten. Met een voorlichtingscampagne wordt er wel eens huis aan huis brieven aangeschreven, dat gebeurt nog wel eens maar steeds meer digitaal. Nog niet helemaal van papier af, maar streven ligt er wel. Nieuwsbode, gemeentepagina en website zetten we wel in. Daarnaast nog de radio slotstad wel eens, met bewoners om te vertellen wat er allemaal gebeurt. Af en toe voor voorlichtingsdingen posters en flyers, maar ook steeds minder. Het is heel veel elkaar ontmoeten en digitaal communiceren.
12. Weet u welke andere gemeentes al ver zijn op het gebied van duurzaamheid en het gebruik van sociale netwerken hierbij? (eventueel contactgegevens)	Gemeente Haarlem → De groene mug (social media campagne) Gemeente Amersfoort → Heel actief met wijken Gemeente Tilburg Gemeente Leeuwarden Gemeente Groningen Bespaar lokaal → het Rijk, koepel verschillende gemeente Stadsdelen van Amsterdam Gemeente Utrecht → Utrecht energie Gemeente Lochem → Heel actief Gemeente Eindhoven Gemeente Zwijndrecht Gemeente Nieuwegein (mindere mate) Gemeente Olsterwijken (Friesland)

3. Uitgewerkte interviews andere gemeentes

Pauline van Norden → gemeente Amersfoort
 06 5251 3014 / P.vanNorden@amersfoort.nl (woensdag 1 mei)

1. Kunt u eerst wat meer vertellen over uw huidige functie en uw rol m.b.t. duurzaamheid?	Ik ben adviseur milieucommunicatie. En dat is binnen het team 'samen duurzaam'. En het team samen duurzaam is weer een onderdeel van de afdeling milieu. Dus binnen de afdeling milieu heb je eigenlijk twee pijlers; de ene groep dat zijn de milieuadviseurs die doen lucht, bodem, water, geluid. Echt vanuit de inhoud geven zij advies binnen verschillende projecten. En de andere poot is communicatie. Dat is meer jou vraag, en dat bestaat uit samen duurzaam; dat is met allerlei netwerken in de stad aan de slag. En dat bestaat uit natuur en milieueducatie en die zijn ook met allerlei partijen in de stad aan de slag, maar dan meer met jeugd en dan gaat het echt om leren. En ik zit met één been in educatie en met het andere been in samen duurzaam. <i>En samen duurzaam heeft dat betrekking op de wijken of ook op bedrijven?</i> Ja, allebei. Dat is meer met volwassenen in Amersfoort en die hebben zich georganiseerd op heel veel verschillende manieren. Dus in een bedrijf of in een groene groep, dat kan natuurlijk ook. Maar ook initiatiefnemers in de wijk die iets met groen of energie willen. Of een groepje die zich hebben verenigd in een energiecoöperatie bijvoorbeeld. Die dan op die manier met duurzaamheid aan de slag gaan. Dus het is op veel verschillende manieren werken we samen met de stad en dat noemen wij de kracht van de stad. Dus wij gaan samen met duurzaamheid aan de slag. Wij hebben ook zo ambitie; in 2030 energieneutraal, maar ja dat kan je als gemeente niet zelf. Dus we werken steeds meer in netwerken. Dus ik ben nu ook bezig met een nieuwe visie voor milieu en dat werken in netwerken is wel een manier om een duurzame samenleving voor elkaar te krijgen.
2. Wat is jullie doelstelling rondom het thema duurzaamheid? (misschien m.b.t. de wijken/duurzame buurten.)	We hebben eigenlijk bedacht, want binnen de gemeente Amersfoort heb je ook nog het programma duurzame ontwikkeling. Dat is eigenlijk een overstijgend programma, maar dat zit niet binnen de afdeling milieu. Bewust niet. Maar dat hangt zo beetje boven de afdelingen, want duurzaamheid is meer dan alleen milieuonderwerpen. Je hebt ook nog de profit en het sociale aspect. Dus om te voorkomen om alles wat met duurzaamheid te maken heeft een issue is van de afdeling milieu, daar hebben we geen capaciteit voor. Hebben we binnen de afdeling milieu er wel voor gekozen om vooral vanuit de planet kant. Dat is wel onze aanvliegroete. We hebben het over duurzaamheid, maar ja waar heb je het dan over. En waar zijn wij dan van, van de afdeling milieu.

	Dus hebben we wel gezegd, wij bekijken het vanuit die planet kant. <i>Maar een specifieke doelstelling hebben jullie daar niet omheen? Of weet je dat niet?</i> Jawel, maar we zijn met die. Ik kan je via de mail sturen, want we hebben een milieubeleidsplan. En dat was opgesteld tot 2011. We hebben een verlenging op aangevraagd tot 2012, dus nu zijn we bezig met de nieuwe visie. En in die nieuwe visie hebben we weer nieuwe doelstellingen en daar zitten we nu midden in het proces om die doelstellingen smart te maken. Ik mail m wel even, want er zijn zoveel doelstellingen dat je dat beter even op die manier kan nalezen. → nagelezen en heel veel doelstellingen rondom water, bodem, lucht, afval etc. maar niet rondom wijken.
3. Kunt u de 3 belangrijkste communicatiemiddelen opnoemen die jullie inzetten om deze doelstelling te behalen?	De eerste en dat is meteen ook het vaagste, want hoe doe je dat. Is dat we werken in netwerken. Dus dat je echt gaat kijken van waar in de stad zit energie en hoe kan ik die energie bundelen met verschillende actoren in de stad. Dat is offline en online. We hebben sinds kort een website dat is Amersfoortduurzamestad.nl en daar zijn we nou een half jaar geleden mee begonnen. Hebben we opdracht gegeven aan een ondernemer in de stad. En die is bezig een soort duurzame portal op te zetten. Dus dan heb je een online communicatietool en het nevensdoel is ook om partijen offline met elkaar te verbinden. Dat het dus daadwerkelijk gebeurd. En ook wat leuk is als je het hebt over wijken, waar jij dan specifiek op richt, we hebben 033energie. Dat is wel opgezet met financierders van het rijk. En allerlei subsidies hebben die gekregen. Die hebben echt een wijkaanpak om te komen tot duurzame maatregelen. <i>Is dat wel vanuit de gemeente opgezet?</i> Nou we merken steeds meer dat we vanuit de gemeente wel dingen initiëren en mogelijk maken. Soms niet eens initiëren, maar aansluiten op de initiatieven uit de stad. Dus we zijn er nog wel bij betrokken, maar het zijn vooral een aantal ondernemers die zich hebben gebundeld om Amersfoort duurzamer te maken. Het zijn natuurlijk ook wat technische ondernemers, dus die hebben dan meteen hun eigen boterham mee verdiend. En je kunt het zien om 033energie.nl en die werken met bijvoorbeeld straatambassadeurs. Dus dan heb je één bewoner in de straat die zich betrokken voelt bij het onderwerp duurzaamheid en die probeert dan gewoon vanuit persoonlijke titel zijn burens mee te nemen in bijvoorbeeld collectieve aanschaf van zonnepanelen op het dak. Als je dat samen doet is dat weer goedkoper en leuker

	en makkelijker. Als tweede vanuit het CNE dat is het centrum voor natuur en milieueducatie. Hebben we ook nieuwsbrieven die we versturen. En als derde het lokale suffertje (krant), omdat ik merk dat die goed gelezen wordt. En daar hebben we eens in de maand een groene pagina, dus daar komen alle groene initiatieven op te staan. En de andere keer is het de samen duurzaam pagina, dat is ook meteen een podium voor duurzame initiatieven van bewoners uit de stad. Wij als gemeente zetten daar dus ons nieuw op, maar ook als bewoner uit de stad een mooi initiatief hebben. Komt dat er ook op. Ja het heeft wel een beetje een suf imago zo krant, maar het wordt wel goed gelezen. Dus als je je doelgroep op zit te wachten waarom niet dan.
4. Waarom zitten sociale netwerken wel of niet in deze top 3? (welke bijdrage leveren ze voor jullie rondom duurzaamheid)	Je hebt natuurlijk en gemeente kan niet de doelstelling alleen halen, want als wij al ons eigen gebouwen en medewerkers duurzaam maken heb je nog je doelstelling niet behaald. Er zijn toch heel veel bedrijven en bewoners die daar ook een bijdrage aan leveren. Dus je moet het wel met de stad doen. En daarnaast heb je ook bezuinigingen, dus we kunnen ook steeds minder met minder mensen en minder financiën, dus je moet het ook met elkaar doen. Je ziet het ook dat het steeds meer de trend is om dat gezamenlijk op te pakken. Dat heet dan energieke samenleving of netwerksamenleving net hoe je het wil noemen. Dus als je verschillende netwerken aan elkaar koppelt krijg je vaak meer voor elkaar dan dat je het in je eentje zit te doen. Wat ik ook merk door sociale media en internet en smartphones kunnen mensen elkaar gewoon makkelijker vinden dus je bent ook veel makkelijker georganiseerd als samenleving. Dus als je daarbij aansluit als gemeente of faciliteert of het makkelijker maakt om de weg binnen de gemeente te vinden, dat dan mensen het best zelf kunnen organiseren.
5. Welke sociale netwerken hebben jullie als gemeente zelf rondom dit thema? Online/Offline?	Ja we hebben een e-mailadres voor samen duurzaam. Daar kunnen mensen hun vragen stellen. Vanuit het CNE hebben we ook een aantal twitteraccount de gemeente Amersfoort heeft ook een nieuwsbrief waar je op kan abonneren en onderwerpen aanvinken wat je interesse heeft. Gemeente Amersfoort zelf heeft ook een twitteraccount, dus er gebeurt wel veel met sociale media. We hebben niet iets specifiek op duurzaamheid of milieu, alleen op gemeenteonderwerpen breed. <i>Ik zag ook dat jullie wel een platform hebben</i>

	voor <i>Samen Duurzaam</i>, waar mensen ook echt kunnen inloggen? Ja, je bedoelt Platform Amersfoort Duurzaam. Dat is een platform van allerlei commerciële groene verenigingen in Amersfoort. Van 70 clubs hebben zich hierin verenigd en daar werken wij ook mee samen. Willen we samen ook thema's op de agenda zetten. Nu gebeurt het nog wel is dat ieder met zijn eigen onderwerp bezig is, maar ook op dat gebied willen we meer gaan samenwerken. Als je dan met z'n alle aan één thema werkt heb je ook meer, je kan krachten bundelen, samenwerking dus kom je sterker over dan dat iedereen in z'n eentje zijn eigen ding aan het doen is. Maar dat is wel echt een vrijwillige club. Daarnaast heb je ook nog Platform Amersfoort Onderneemt Duurzaam dat zijn een aantal ondernemers die zich hebben verenigd. En een vignet uitdelen voor bedrijven die duurzaam bezig zijn. <i>Dus dit is allemaal vanuit de samenleving geïnitieerd?</i> Ja. <i>Hebben jullie als gemeente ook zelf offline netwerken, zoals bijeenkomsten die jullie organiseren?</i> Ja en dat doen we op thema. We zijn nu bijvoorbeeld met duurzame mobiliteit bezig. Is ook weer van er zijn bezuinigingen, ook in de zorg en regionale voedselketens die zijn ook bezig hoe krijgen we ons lokaal verbouwde voedsel nu bij de restaurants en winkels. Moet iedereen met zijn eigen auto rijden of kunnen we dat organiseren. En nou dan organiseren we bijeenkomsten met allerlei verschillende partijen die dan met mobiliteit bezig zijn om gewoon is te praten van nou zijn er mogelijkheden om samen te werken of gezamenlijke oplossingen voor problemen te verzinnen. Dan doen we dus op het gebied van mobiliteit en zorg. Daar hebben we ook bijeenkomsten voor georganiseerd, want ja als er één wat doet met duurzaamheid kan de ander daar van leren. Dus waarom doe je het in je eentje. En ook lokale stadslandbouw, is ook een hot item. En ja dat 033energie doe dat in de wijk op het gebied van energiebesparing en energieopwekking. <i>Is 033energie vanuit de gemeente geïnitieerd?</i> Ja, wel vanuit de gemeente gestart. Maar nu niet meer 100% gemeente. Dat is ook eigenlijk onze doelstelling. We willen iets opstarten of helpen opstarten en als de stad het zelf oppakt kunnen wij weer verder met het volgende onderwerp. En soms moet je als gemeente iets bijsturen of helpen.
6. Nemen jullie ook deel aan sociale netwerken	Wat ik net zei, dat zijn netwerken van ons, maar

die door de burger zijn geïnitieerd? >Zo ja, hoe doen jullie dat? Alleen online of ook offline? >Zo nee, waarom niet?	ook van de stad zelf. We zien eigenlijk, en dat is een hele andere manier van kijken. Wij zijn een onderdeel van dat netwerk in de stad. Dus we hebben niet ons eigen netwerk, nee we zitten in het netwerk in de stad. We zijn net zo goed partner als de burger dat is. Natuurlijk hebben we een hele andere rol, maar we willen vooral faciliteren, mede mogelijk makelen dat is onze rol in het netwerk. Dus we zijn NIET meer degene die het bedenkt en betaald. Wat voorheen vooral de rol was. De gemeente bedenkt iets en die zoekt daarbij een netwerk. Nee, nu zitten we in een netwerk en als daar een onderwerp opkomt dan kunnen we dat meehelpen organiseren.
7. Komen bewoners volgens u meer samen in online of offline netwerken? Waarom?	Ja, het is toch vaker als je eenmaal een offline netwerk hebt, dan kan je elkaar online wel vinden. Maar het is toch vaak dat het een ons kent ons wereldje is. Want we hebben elkaar gezien bij een bijeenkomst of bij een cursus en dan gaat bruisen. Ik heb niet het idee dat je alleen met online netwerken de wereld kan verbeteren. Het kan wel ondersteunen, maar het is niet een heilig maken middel. <i>Dus ze komen volgens jou meer samen offline en vervolgens kunnen ze elkaar ook online gaan ontmoeten?</i> Ja, want als je elkaar in het echte leven helemaal niet kent dan is het moeilijk om online die energie te krijgen. Om echt samen dingen te doen.
8. Kunt u de 3 belangrijkste redenen noemen om sociale netwerken in te zetten rondom het thema duurzaamheid? Wat is het doel? (Informeren? Beïnvloeden? Dialoog? Cocreatie?)	Ja volgens mij kom ik dan wel weer een beetje terug op wat ik hiervoor heb gezegd. Van ja, je kan als gemeente niet alleen, dus je moet wel met de burger in contact. Maar wat bedoel je hier precies met sociale netwerken? <i>Ja, dat bedoel ik breed offline maar ook online zoals Twitter en Facebook.</i> Ja, we hebben dus een algemeen Twitteraccount van de gemeente en een specifieke Facebookpagina voor een ander onderwerp. Dus als je gaat isoleren, dan moet je rekening houden met bijvoorbeeld vleermuizen die er niet meer in kunnen. Een klein onderwerpje hoor, op het gebied van vleermuizen en isolatie is daar wel een Facebookpagina ontstaan. Het is geen klein onderwerp, maar wel heel succesvol. Er zijn heel veel mensen in Amersfoort die nu met de vleermuizen aan de slag gaan. Mensen informeren over het belang van vleermuizen en over nou als je gaat isoleren dat je daar rekening mee houdt. Er lopen nu een aantal mensen met een desintector door heel Amersfoort die vleermuizen te tellen bijvoorbeeld. Omdat het zo klein is en tastbaar worden mensen daar enthousiast over en zit heel zaaltje vol. <i>Maar eigenlijk zetten jullie Facebook dan in om te</i>

	<i>informereren?</i> Ja en eigenlijk ook om het in actie om te zetten. Als je dan met isolatie aan de slag gaat, dat je dan rekening houdt met de gevolgen daarvan. Want aan de ene kant denk je dus duurzaam bezig te zijn door te isoleren, maar als je daardoor helemaal dicht spuit en er zijn geen holletjes meer voor vleermuizen ja daar denk je gewoon niet bij na. Je informeert ze en probeert ze daarna bewust te maken en tot actie over te zetten dat ze bijvoorbeeld vleermuiskasten ophangt. <i>En vindt er ook echt dialoog plaats bijvoorbeeld op Twitter? Stellen mensen vragen? Gaan ze samen in gesprek?</i> Nou ik zie wel via CNE, dat is dan het centrum natuur en milieueducatie twitteren we veel en daar komt wel eens een reactie maar de meeste vragen komen. Ja ik zie wel veel vragen voorbij komen hoor, maar het wordt niet direct aan ons gesteld. Het komt dan via via binnen. Als er echt een vraag is komt dat wel bij ons binnen. En bij Twitter is duurzaamheid weer niet een heel specifiek onderwerp om dan directe vragen over te stellen via Twitter. <i>Maar misschien komt dat ook wel, omdat jullie geen specifiek account hebben over duurzaamheid?</i> Nee, precies. Want bijvoorbeeld een park in Amersfoort wordt opnieuw ingericht en heel veel bomen moesten daar worden gekapt. Ja dan staat Twitter bol van wat doen jullie nou en hoe kan dat nou. Dus als het leeft bij de mensen, dan gebruiken ze Twitter wel. <i>Dus eigenlijk is het online meer informeren en offline samen komen om het dialoog aan te gaan?</i> Ja, precies en dan via onze bestaande netwerken bijeenkomsten te organiseren. Of aanwezig te zijn bij bijeenkomsten van andere netwerken.
9. Kunt u nog 3 andere thema's noemen, waarbij sociale netwerken succesvol worden ingezet om doelstellingen te behalen?	Nee, eigenlijk alle afdelingen. Steeds meer. Je kan het wel een transitie noemen. Eigenlijk een reorganisatie binnen de gemeente. Dat we steeds meer naar buiten gericht zijn en de burger steeds meer betrekken bij alle beleidsonderwerpen. Dus ook bij: 1. sociale zaken 2. verkeer 3. afdeling beheer van groene ruimtes. Iedereen is bezig met die burger. Ook omdat ze het allemaal niet meer zelf kunnen doen. Er worden buurthuizen gesloten, maar er wordt wel gekeken hoe kan je die functies nog steeds behouden door bijvoorbeeld basisscholen avonds open te stellen voor bijvoorbeeld de

	kaartclub. Al dat soort onderwerpen worden in netwerken bedacht en opgepakt. Dus het is wel een onderwerp wat steeds meer speelt in de gehele organisatie. We hadden toevallig vorige week een bijeenkomst over werken in netwerken van verschillende afdelingen. Je weet eigenlijk van elkaar niet welke netwerken de ander heeft en welke aanpak de ander heeft. Kan eigenlijk ook binnen de gemeente zoveel winst te behalen. Bijvoorbeeld een wijkmanager heeft zoveel contacten in de wijk, waarom zou je daar als milieu geen gebruik van maken als je met energie in de wijk aan de slag wilt gaan. Dat gebeurt dan niet, wij gaan onze eigen netwerk dan weer starten terwijl je ook kan aansluiten. → vooral offline <i>maar kennisdelen is nogal een ding hoor, je wilt niet alleen babbelclubjes maar ook echt resultaten behalen. Dus hoe deel je nu kennis op een goede manier is de vraag. En wanneer doe je dat nou om van elkaar te leren.</i>
10. Wat zijn de 3 belangrijkste zaken die intern geregeld moeten worden om succesvol deel te kunnen nemen aan sociale netwerken?	Ja, het is wel, en dat zal bij de gemeente Zeist niet anders zijn, een ingewikkeld onderwerp. Omdat je zit bij de gemeente en de gemeente wil wel vernieuwen die wil in woorden en netwerken werken en al die kracht van de stad benutten. Maar die tools en de regels zijn daar nog niet helemaal voor ingericht. Hier zijn zoveel mits en maars om met de burger kennis te kunnen delen. Dus bijvoorbeeld zoiets als de vleermuizen dat is een initiatief van één medewerker. Dus die is nu zelf beheerder van die Facebookpagina, maar als je dat via de gemeente wilt regelen ben je een jaar bezig. Ik heb een aantal dingen geprobeerd. Want je hebt ook Pleio. Dat is een community waar de overheid kan samenwerken met de stad. Dat heb ik via de gemeente, dus echt via de officiële weg proberen op te zetten ook voor duurzaamheid. Dat is niet gelukt. Pleio is afkorting van Plein Overheid, dus een plein van de overheid om met de burger te gaan werken. Maar als je al bedenkt dat de overheid met de burger wilt samenwerken, dan denk je eigenlijk al in de oude manier. Dan denk je al de overheid wil iets met de burger, maar je moet denken in gelijkwaardigheid. Dus we willen met elkaar samenwerken dus als je dan weer vanuit de regeltjes met de stad wil gaan werken, dan loop je tegen allerlei mankementen aan. Het was al lastig inloggen en document op de site te zetten dus mensen die haken af. Het moet zo laagdrempelig zijn voor mensen om te gaan samenwerken aan een maatschappelijk onderwerp. Het moet zo makkelijk zijn als Facebook

	bijvoorbeeld. Je hebt tallen account en als je dan ook nog geïnteresseerd ben in iets van energie, nou dan klik je dat aan en klaar. Geen moeilijke dingen. <i>En zoals het beheer van de algemene Twitteraccount ligt dat ook bij een specifieke persoon of afdeling?</i> Ja, we hebben een KCC en die sturen de vragen weer door naar ons. Vanuit het CNE hebben wij een eigen Twitteraccount en een medewerker die dat allemaal bijhoudt. Die houdt ook onze website bij. Ja we hebben gewoon ook een communicatiepool die ons helpt met allerlei communicatie-uitingen. Maar Twitter bijvoorbeeld heb ik ook mijn eigen account en daar Twitter ik ook van alles over duurzaamheid. Dus ik heb wel een persoonlijke Twitteraccount, maar ik gebruik m alleen voor werk. Ja werk is toch persoonlijk, we doen toch met de burens zaken en niet met de gemeente. Dat is toch de verandering die gaande is. <i>Maar daar hebben jullie ook geen protocol voor over wat je wel en niet mag doen op je eigen Twitteraccount?</i> Eigenlijk is het protocol precies zoals je ook in de e-mail en alle andere communicatie-uitingen bent. Je moet gewoon integer zijn. Je gaat nou niet reageren op het koningslid vanuit het account die je ook voor je werk gebruikt ofzo. Dat doe je dan niet, maar dat is gewoon normaal gedrag.
11. Wat is volgens u de belangrijkste bijdrage van sociale netwerken?	Krachten bundelen!

Interview Leanne Bulten → gemeente Eindhoven
l.bulten@eindhoven.nl // 06 13627611 (woensdag 24 april)

1. Kunt u eerst wat meer vertellen over uw huidige functie en uw rol m.b.t. duurzaamheid?	De gemeente Eindhoven heeft wat oorspronkelijk het klimaatprogramma was, ik meen 2 jaar geleden is een raadsprogramma duurzaamheid geworden. Daar is in eerste instantie één iemand bij betrokken en momenteel doen we dat met 6 personen. Dat raadsprogramma is onderverdeeld in een aantal pijlers. We hebben als methode om te verduurzamen the natural step. Is opgericht in Zweden en heel veel gemeentes in Canada gebruiken. Hoofdkantoor zit in Eindhoven, vandaar dat we daarmee in aanraking kwamen. Wij hebben besloten om die methode te gebruiken. Ik werk zelf pas half jaar voor dit programma. Die methode houdt in dat je duurzaamheid definieert aan de hand van 4 basisprincipes: de eerste is dat we alleen maar grondstoffen gebruiken als die in een vernieuwbare cyclus zitten, dus we de aarde uitputten. Dat we geen gemicalieen gebruiken waarvan ook bewezen is dat het effect nadelig is. Dat we de natuur beschermen, biodiversiteit beschermen, omdat die ons helpt om op deze aarde te kunnen leven zoals we gewend zijn. En dat diversiteit daarvoor belang is. En de 4^e pijler is de sociale pijler, en die zegt eigenlijk dat we in alles voorkomen dat mensen wereldwijd niet belemmerd worden in het tegemoetkomen van hun basisbehoeften. In principe zeggen we bij iedere afweging en beslissing, nemen we deze 4 pijlers mee en als het economisch en wettelijk haalbaar is dan doen we het duurzaam. Dat is het uitgangspunt wat gekozen is. Onder die paraplu hangen dus 4 pijlers, hebben we onderverdeeld in energie, bouwen, wonen, MVO en mobiliteit. En daar werken 4 collega's van mij en de 5^e is de programmaleider die behartigt de overkoepelende zaken en het programma van the natural step. En ik doe de communicatie. Qua communicatie ligt er een communicatiestrategie die inderdaad uitgaat van met zenden zijn we er niet. We zullen moeten hebben van netwerken, de communicatiestrategie het "supporting the supporter". Dat betekent eigenlijk dat we proberen mensen die al sympathie hebben voor duurzaamheid om die handvatten te geven om die ambassadeursrol te versterken. Dat is het uitgangspunt. Staat mooi op papier, maar valt nog niet mee in het echt.
2. Wat is jullie doelstelling rondom het thema duurzaamheid? (misschien m.b.t. de wijken/duurzame buurten.) wonen	Ja, nu vang je mij. We hebben wel als einddoelstelling energieneutraal in 2045. Dat is de meest concrete en op wonen, moet ik even kijken of ik dat bij de hand heb. Wat ik zo wel kan zeggen dat voor Eindhoven geldt dat de helft van

	de woningvoorraden is van de woningcorporaties. En samen met die coöperaties maken wij ieder jaar een prestatieovereenkomst. Die heb ik nu voor me. Nee niet iets wat ik nu kan koppelen aan zoveel woningen in 2020 energie neutraal ofzo. Kan ik zo niet vinden. Nee dat vis ik er niet zo uit.
3. Kunt u de 3 belangrijkste communicatiemiddelen opnoemen die jullie inzetten om deze doelstelling te behalen?	Dat vind ik zelf ook best wel moeilijk zoeken in die olievlekwerking. We hebben niet meer één duidelijk omschreven doelgroep. In principe hebben wij tot nu toe gezegd. De afgelopen 2 jaar hebben we ons met name gericht op de interne organisatie. daarbij hebben we eigenlijk gezegd, we willen de gemeentelijke organisatie bewust maken van het feit dat Eindhoven kiest voor duurzaamheid. Dat we eigenlijk willen dat alle ambtenaren in hun afwegingen duurzaamheid een plaats geven. Merk nu na 2 jaar begint dat pas vorm te krijgen in de processen. Als ik naar communicatie kijk, hebben we een aantal netwerken opgericht. We hebben geprobeerd. Eindhoven heeft 24 sectoren waarin de hele gemeente verdeeld was. Zoals openbare ruimte, controle, communicatie noem maar op. We hebben bijvoorbeeld een kerngroep duurzaamheid opgericht waarin we probeerden om van die sectoren tenminste één vertegenwoordiger te hebben. We lopen er wel tegenaan om die mensen gemotiveerd te houden. → interne organisatie Naar buiten, daar hebben we eigenlijk best wel veel moeite mee. Eind vorig jaar is de focus opgeschoven naar extern, niet omdat we intern al klaar zijn maar meer omdat het volgend jaar gemeenteraadsverkiezingen plaatsvinden. En de wethouder begon te roepen ik wil wel eens wat zien in de stad. <i>Maar je had het net over "supporting de supporter" hoe willen jullie dat bijvoorbeeld bereiken? Kan je misschien daar wat meer over vertellen qua communicatiemiddelen?</i> Intern door netwerken en extern worstelen wij daarmee. Vanochtend hadden we een woningcorporatie op bezoek die zoekt ook naar methodes. Zij willen die burgers, hun huurders, dat is 1/3 van de Eindhovenaren. Zij hebben concrete doelstelling, want om te kunnen renoveren en duurzame maatregelen te treffen en dan een huurverhoging door te voeren moet 70% van die mensen in die wijken moeten instemmen met die renovatie. Wij willen verduurzamen, zoals isolatie of zonnepanelen willen aanbrengen, maar die kosten moeten voor gedeelte ook door verhuurders gedragen worden. We hebben dus 70% ja zeggers nodig, wij willen mensen dus motiveren om daarmee in

	te stemmen. Met die vraag kwamen we ze ook bij ons. Waar vinden we elkaar? Daar heeft nog niet echt iemand een antwoord op. Wat zij zelf doen, is in principe wel aardig, zij gaan wel heel erg op sociale netwerken zitten. Dat is alleen niet vanuit de gemeente. Er is één wijk die zij als proeftuin nu volledig duurzaam gaan renoveren. Ze hebben onlangs een advertentie gezet dat zij op zoek zijn naar groene huurders. En daar hebben zich 150 mensen voor gemeld. Ja dat zijn dan van die supporters die je kan inzetten die ook weer hun eigen netwerk zullen stimuleren als je die positieve ervaringen geeft. Vervolgens hebben zij die mensen uitgenodigd en gaan zij verder aan tafel hoe we hier een duurzame wijk van maken? Dat gaan zij vervolgens met die mensen uitwerken. De gemeente zelf is weliswaar partner in dat proces, maar de eigenaar hier is echt de woningcorporatie. De gemeente zelf doet momenteel geen grootschalige communicatie activiteiten op dit vlak. Wat doen wij; alle zaken die in de stad plaatsvinden op het gebied van duurzaamheid daar zetten we een schijnwerper op. Zeker bij dingen waarbij we zelf betrokken zijn. Ja dat zijn toch allemaal vrij bescheiden zaken. We hebben wel als uitgangspunt in het hele plan van duurzaamheid gezegd, duurzaamheid moet normaal worden. Ja dat speelt in de communicatie ook wel een rol. We belichten wat we doen, maar het blijft altijd wel communicatie volgt de inhoud zeg maar. Dus als er niet heel veel spectaculairs gebeurt, valt er ook niet veel spectaculairs te belichten.
4. Waarom zitten sociale netwerken wel of niet in deze top 3? (welke bijdrage leveren ze voor jullie rondom duurzaamheid)	(niet echt een top drie genoemd, omdat ze zelf nog zoekende zijn naar de juiste communicatiemiddelen)
5. Welke sociale netwerken hebben jullie als gemeente zelf rondom dit thema? Online/Offline?	Online hebben we een Twitteraccount . Niet dat we daar heel veel volgers hebben, maar goed dat hebben we. Duurzaamheid040. De gemeente Eindhoven heeft een gemeentelijk Twitteraccount en Facebookaccount. We hebben daarvoor gekozen omdat vanuit duurzaamheid niet eventjes dunnetjes over te doen, want dat kost ons teveel tijd . En voor intern hebben we Yammer, waar wij als duurzaamheid een groep op hebben waar een groot deel van de ambtenaren wel lid van is.
6. Nemen jullie ook deel aan sociale netwerken die door de burger zijn geïnitieerd? >Zo ja, hoe doen jullie dat? Alleen online of ook offline? >Zo nee, waarom niet?	In principe is het de laatste jaren natuurlijk een terugtrekkende overheid, maar willen we wel die rol van facilitator. Dat is wel moeilijk. Bij ons de afdeling gebiedsontwikkeling, daar zitten alle mensen die in de wijken werken. Wijkcoördinatoren noemen we die en gebiedsmanagers. Ja wat neemt de gemeente voor rol in zo'n wijk? Ja die wijkcoördinatoren zijn eigenlijk de verbinding tussen de wijk en de

	gemeente, maar in die wijk maar daar zijn andere organisaties de uitvoerder zoals gesubsidieerden instellingen. Welzijnswerk, maatschappelijke werk, jongerenwerk. De wijkcoaches zijn dan de oren en ogen van de gemeente in de wijk en andersom. Die moeten die vertaalslag maken, maar die gaan in principe niets initiëren. Daar is geen capaciteit meer voor. Die kranen gaan allemaal dicht. Voorheen had iedere stadsdeel een eigen communicatieadviseur, en daar zitten nog maar 2 communicatieadviseurs, dus het wordt heel hard minder. Wat de kunst wordt is dat bewoners van de stad zelf verantwoordelijkheid gaan nemen voor hun leefomgeving en organisatiegraad van hun wijk en daarin eigenlijk alleen maar hulp vragen. Tot nu toe is iedereen gewend van de gemeente organiseert het wel en af en toe mogen wij ook een keer meekijken. Die tijd is nu echt voorbij de mensen moeten het zelf gaan doen en wij willen jullie daarbij wel ondersteunen. Daar gaat nog wel een jaar of 10 overheen voordat dat echt zo gaat werken.
7. Komen bewoners volgens u meer samen in online of offline netwerken? Waarom?	Ik denk momenteel als je naar de doorsnee burger kijkt, dan is het toch nog offline. Maar die online netwerken nemen natuurlijk wel een enorme vlucht. Ik had een training over social media en daar kwam in naar voren dat mensen eigenlijk twee netwerken bijhouden online en als er een nieuwe komt dan laten ze een oude vallen. Het wordt gewoon allemaal te veel die hele informatie overload. En ja daar heeft de gemeente natuurlijk ook last van en die kanalen worden volgens mij steeds smaller. Online is dat natuurlijk makkelijker met een smal publiek als ik besluit het Eindhovensedagblad te volgen op Twitter, dan wil ik niet het hele dagblad volgen. Niet de sporten en wereldnieuws, eigenlijk wil ik weten wat er in Eindhoven gebeurt en dan gelinkt aan de gemeente. Dus ik volg maar een smal deel en daardoor worden mensen moeilijker bereikbaar. Online wordt het veel moeilijker om iedereen te bereiken. Die brievenbus is niet voor iedereen open of te vinden. Je moet op een of andere manier iets aansluiten bij wat zij nodig hebben, willen of zoeken burgers. Ik vind het zelf ook heel moeilijk, wat voor rol moeten we daar als overheid in nemen en hoeveel tijd kunnen we daar in besteden. Zoals Twitter ik heb het geërfd, dat is opgestart van we moeten toch ook een twitteraccount hebben als we in 2013 mee willen doen. Maar wat we daar nu echt mee willen en hoeveel tijd we daarin willen steken, ja daar is eigenlijk niet echt goed over nagedacht.
8. Kunt u de 3 belangrijkste redenen noemen om sociale netwerken in te zetten rondom het thema duurzaamheid? Wat is het doel?	Ik vind niet dat daar nog veel dialoog plaatsvindt. Ik kan wel zeggen dat is niet. Nee wat dat betreft is de betrokkenheid van mensen

(Informeren? Beïnvloeden? Dialoog? Cocreatie?)	op duurzaamheid. De gemeente is de wereld van belangenorganisaties in sociale netwerken geen gesprekspartner. Dat merk ik zelf vind ik het vanuit de communicatie ook heel erg lastig om daar een rol in te spelen. Omdat het over specifieke informatie en of meningen gaat. En mijn inhoudelijke collega's die zijn daar ook nog niet echt voor te porren. Ik denk wel als het in een wijk, maar ik denk eerlijk gezegd niet dat het een rol van de gemeente is. Dat je daar social media voor kan inzetten en Facebookaccount voor een bepaalde wijk is daarvoor in ontwikkeling. Is denk ik wel, kan een heel goed middel zijn om mensen te verbinden en op een hele eenvoudige manier met elkaar in contact te laten zijn. Ik denk juist niet dat de gemeente dat moet doen. Die kan dat misschien wel faciliteren voor een deel, maar dat moet toch iets van de mensen zelf worden. Eigenlijk gebruiken we Twitter om informatie op te plaatsen. Ik beperk me niet alleen tot gemeenteberichten rondom duurzaamheid, want dan hebben we te weinig nieuws. Ik plaats er ook dingen op die ik tegenkom op andere sites of nieuwsbrieven en dan ondersteunen door te retweeten. Maar dialoog krijg je daar niet van en als je dialoog krijgt of wil, dan moet je ook nog wel weten wat je wil dat daar uitkomt. Je wilt geen dialoog om de dialoog. Je wilt op een of andere manier wil je feeling krijgen met waar is de doelgroep mee bezig, waar hebben ze behoefte aan. Wat zoeken zij van de overheid en hoe kunnen wij hun helpen in bijvoorbeeld het verduurzamen van de stad. <i>Hebben jullie bijvoorbeeld ook geen informatiebijeenkomsten waar jullie dialoog aan kunnen gaan met de bewoners?</i> Nou niet op het vlak van duurzaamheid. Die zijn er 2 jaar geleden geweest, avonden over energiebesparing. Die waren toen gekoppeld aan subsidies, dus daar was best veel animo voor. Maar dan is er duidelijk iets te halen. We hebben een energiebesparingslening daar is ook nog een bijeenkomst voor geweest voor bewoners, maar als je mensen ergens naar toe wilt halen die komen niet om ergens over gedachte te wisselen, die moeten daar iets kunnen halen. Anders komen ze niet.
9. Kunt u nog 3 andere thema's noemen, waarbij sociale netwerken succesvol worden ingezet om doelstellingen te behalen?	Niet dat ik weet. Wel een Twitteraccount richting ondernemers. Dat is wel een algemene Twitteraccount, die is niet speciaal op MVO gericht. Die gebruiken wij wel als wij. Wij hebben bijvoorbeeld richting ondernemers reiken wij sinds 4 jaar een certificaat duurzaam ondernemen uit. Daarvoor is ieder jaar, kunnen ieder jaar ondernemers een vragenlijst invullen. Op basis daarvan kom je wel of niet in aanmerking voor een certificaat. Daarvoor

	hebben we dat Twitteraccount ook gebruik, maar over het algemeen is het een algemeen Twitteraccount wat zich richt op ondernemers. Heet ondernemersplein Eindhoven ofzo. Daarnaast hebben de wethouders allemaal een account en verder weet ik niet of we andere Twitteraccounts hebben.
10. Wat zijn de 3 belangrijkste zaken die intern geregeld moeten worden om succesvol deel te kunnen nemen aan sociale netwerken?	Het duurzaamheidsaccount is eigenlijk een beetje een vrije vogel nog. De gemeente Eindhoven heeft een communicatieadviseur social media sinds vorig jaar. Voor de gemeente hebben zij het Twitteraccount echt in een omgeving gezet van dat er echt altijd bezetting is. Het is nu, dat zie ik bij de duurzaamheidsaccount. Ik werk 27 uur over 4 dagen, als ik iets tegenkom dan post ik iets en als ik er niet ben dan slaapt dat account. Ik monitor wel als we ergens worden genoemd of duurzaamheid Eindhoven ergens voorbij. Als ik er niet ben, dan doet ook niemand dat. Dat heeft de gemeente voor haar eigen account nu wel goed geregeld. Daar zit nu wel structureel monitoring op en daar is altijd bezetting. Daar zijn ook afspraken dat er binnen 12 uur altijd gereageerd wordt. Maar dat is het algemene Twitteraccount van de gemeente, die hebben ook het Facebookaccount van de gemeente. Die valt onder dezelfde werkgroep social media. Ja dat duurzaamheidsaccount heb ik er gewoon maar bij en zo heeft een collega van mij zo zelfde account richting ondernemers en die zitten niet in structuur. Ik denk wel dat het zou moeten, want mensen onderschatten dat. Die denken dat doe ik er wel even bij, maar als je echt iets mee wil en je wil echt iets met die inwoners via dat kanaal bereiken dan moet je daar ook zijn en tijd in kunnen investeren en die mensen ook iets willen geven of tegemoetkomen.
11. Wat is volgens u de belangrijkste bijdrage van sociale netwerken rondom duurzaamheid om doelstellingen te bereiken?	De belangrijkste bijdrage, iedereen weet dat als jou Zus tegen jou zegt ik ben daar en daar gaan eten dan ga je er eerder naar toe dan wanneer je het in een krant lees. Dus dat vertrouwen dat brengen sociale netwerken in. Mensen horen van elkaar wat goed is en daar hechten ze gewoon veel meer belang aan. Daarnaast spelen natuurlijk nog andere zaken als ze van de buurman horen dat die zonnepanelen op zijn dak gaat leggen, kan het zijn dat zij dat ook willen. Mensen willen graag altijd horen bij andere mensen. Die beïnvloeding, daar spelen sociale netwerken een enorme rol is. Toch wat communicatie te lang de rol van sociale netwerken heeft onderschat Wel een klus om daarmee te werken! Een foldertje op de balie leggen is veel sneller gedaan! Maar dat dat het doel niet gaat bereiken zijn we het wel weer over eens.

Interview Luchiena Lanjouw → gemeente Groningen
l.lanjouw@groningen.nl / 06 - 16964453 (donderdag 25 april)

1. Kunt u eerst wat meer vertellen over uw huidige functie en uw rol m.b.t. duurzaamheid?	Mijn rol is redelijk bescheiden, want ik ben voor 10 uur per week ingehuurd als communicatieadviseur rondom het thema energie. Binnen de gemeente Groningen is er een programma 'leefomgeving' en daar is een projectleider van en die heeft het programma duurzaamheid onder zijn portefeuille. Ik doe samen met een collega de communicatie.
2. Wat is jullie doelstelling rondom het thema duurzaamheid? (misschien m.b.t. de wijken/duurzame buurten.)	Ja, we hebben de doelstelling om in 2035 energieneutraal te zijn. Dat is redelijk ambitieus. En we hebben een energieprogramma opgesteld, die ik straks wel even mail. Daar staat eigenlijk alles in. En dat is opgebouwd onder een aantal sporen en eentje daarvan is energiebesparing. Daaronder vallen ook nog bio-massa, warmte, wind en zon. Dus dat zijn de sporen die we volgen. Dat is waar beleid op ontwikkeld wordt. En binnen het thema energiebesparing wordt er ook gekeken naar woningverbetering. Één van de dingen die we daar doen is bijvoorbeeld: eerste hulp bij energiebesparing , dat is een soort platform waarbij we mensen helpen om hun woningen te verduurzamen. En dat platform heeft ook een specifieke doelstelling. Die weet ik niet meer uit me hoofd, maar gaat om zoveel duizenden woningen binnen 2 jaar aangepakt willen hebben . Dus daar zijn concrete doelstellingen op geformuleerd. Dit is een online platform, met initiatief vanuit de gemeente en slim wonen met energie . Dat is weer een samenwerking tussen de gemeente Leeuwarden, Groningen en Assen. En daar zijn de provincies ook bij betrokken. En die werken samen met een aantal installatiebedrijven die mensen kunnen helpen om hun woning te verduurzamen. Dat eerste hulp bij energiebesparing dat vervult weer een soort brugfunctie tussen de burger en slim wonen met energie . Het blijkt dat mensen toch wel echt behoefte hebben aan onafhankelijk advies. Eerste hulp bij energiebesparing heeft ook een eigen site: www.ehbe/groningen.nl
3. Kunt u de 3 belangrijkste communicatiemiddelen opnoemen die jullie inzetten om deze doelstelling te behalen?	Het verschilt per spoor wat we volgen. We hebben bij energiebesparing veel online , maar ook veel advertenties, posters, abri's en dat soort dingen worden daar ook voor ingezet. Nou social media wordt eigenlijk nog niet zo heel sterk ingezet. Het is wel ondersteunend bij de meeste initiatieven, maar er worden toch ook nog veel foldertjes en flyers gemaakt. Ik kan dus niet zo goed de 3 belangrijkste noemen. Maar ik denk zeker dat de traditionele middelen meer ingezet worden dan online middelen . Kijk wel de website, maar niet social media eigenlijk.
4. Waarom zitten sociale netwerken wel of niet in	Het is niet iets waar onze doelgroep zich

deze top 3? (welke bijdrage leveren ze voor jullie rondom duurzaamheid)	bevindt. Je kan wel op Twitter ontzettend gaan twitteren, maar daar bereik je niet de mensen mee die je wilt bereiken in dit stadium. Dat is niet zo effectief, dus daarom gebruiken we ook posters die we in de stad verspreiden. We hebben bijvoorbeeld ook één van de initiatieven is de zonatlas op onze website, waar je meteen kunt zien of jouw dak geschikt is om zonnepanelen te plaatsen. Dit is een initiatief vanuit de gemeente, dat is heel handig. Daar wordt daar wel weer offline reclame voor gemaakt door middel van posters en advertenties die we in de stad verspreiden. Mensen moeten namelijk wel weten dat het er is. Dus dat wordt dan gecombineerd op die manier en zo gebeurt dat vaker. We hebben vaak wel het platform is dan wel online, maar daar moeten mensen wel naar toe geleid worden en dat gebeurt dan door de printmedia.
5. Welke sociale netwerken hebben jullie als gemeente zelf rondom dit thema? Online/Offline?	De zonatlas, eerste hulp bij energiebesparing natuurlijk wat net is verteld. Daarnaast hebben we geen Facebook of Twitterpagina gericht op duurzaamheid. Dat hebben we wel als gemeente zelf en dat zetten we ook wel in, maar niet specifiek voor duurzaamheid. Maar bijvoorbeeld bij eerste hulp bij energiebesparing die heeft wel weer een eigen Twitteraccount en die twitteren ook zelf. We hebben bijvoorbeeld ook Energy Valley Topclub dat zijn een aantal bedrijven die zich verenigt hebben en dat is ook een sociaal netwerk en die hebben ook weer hun eigen communicatiekanalen. Daar bemoeien wij ons verder niet mee, we zijn wel partner daarin maar we bemoeien ons niet met hun communicatie dat doen zij zelf. Kijk wij retweeten natuurlijk wel wat dingen, maar zij zijn de eerste afzenders.
6. Nemen jullie ook deel aan sociale netwerken die door de burger zijn geïnitieerd? >Zo ja, hoe doen jullie dat? Alleen online of ook offline? >Zo nee, waarom niet?	Nee nou wij hebben sowieso een aantal wijkteams. En ook stadsdeel coördinatoren die contacten hebben met die wijkteams. En daar bijvoorbeeld dat eerste hulp bij energiebesparing die gaan ook alle huizen langs om met mensen te praten en wijkverenigingen van dit zijn de mogelijkheden. dit zijn dan de tools die je kunt gebruiken en dit zou je kunnen doen om je eigen woning te verduurzamen. Daarmee geld en energie te besparen dus dat wordt wel heel specifiek ingezet juist. <i>Is dat dan om de burger te ondersteunen bij de initiatieven?</i> Ja wij hebben bijvoorbeeld ook in Groningen grunige power dat is een energiecoöperatie die hebben zelf door middel van zonnepanelen. Je kunt daar lid van worden als burger en daar ook weer stroom vanaf nemen en zij plaatsen zonnepanelen. Zij zijn nu ook hard mee bezig om eigen energie op te wekken en kunnen leveren en daar doet de gemeente ook actief aan mee. Die ondersteunt dat en die helpt waar het kan,

	dat is dan ook een heel duidelijk netwerk wat door de burger zelf is opgezet, maar waar de gemeente wel steun aan geeft. Dat is ook online. <i>Dus eigenlijk doen jullie dat zowel online als offline waar mogelijk is?</i> Ja
7. Komen bewoners volgens u meer samen in online of offline netwerken? Waarom?	Ja dat is een goede vraag. Nou kijk vaak is het, maar dat is wat ik denk, ik kan me voorstellen dat juist door bijeenkomsten zoals grunige power ook organiseert en eerste hulp bij energiebesparing ook aansluit bij bijeenkomsten in de wijk dat daar het dan start, maar dat het dan wel online verder gaat. Als je eenmaal een platform hebt en je weet dat je elkaar daar kunt vinden, dan kan je heel gemakkelijk verder op die manier uitwerken. Dus ik denk vaak dat het wel begint met een fysieke ontmoeting tussen mensen. Waardoor ideeën ontstaan. Daarom doet bijvoorbeeld grunige power ook bewust allerlei bijeenkomsten in de wijken, juist om mensen voor te lichten en daarna ontwikkeld het zich wel verder en dat hoeft niet perse door steeds bij elkaar te komen, maar je hebt vaak wel een soort beginpunt nodig. <i>Dus het vult elkaar wel aan, maar volgens jou begint het meer offline?</i> Ja, dat denk ik wel
8. Kunt u de 3 belangrijkste redenen noemen om sociale netwerken in te zetten rondom het thema duurzaamheid? Wat is het doel? (Informeren? Beïnvloeden? Dialoog? Cocreatie?)	Kijk die sociale netwerken het is heel belangrijk dat burgers een intrinsieke motivatie hebben om iets met duurzaamheid te doen. Want dat is wat je niet als overheid of gemeente op kan leggen. Dus die intrinsieke motivatie komt veel meer van buurtgenoten of wijkgenoten of netwerken die je van school kent, die motivatie komt veel meer daar vandaan dan dat wij als gemeente zeggen van je moet iets met energiebesparing doen. Dat is toch een beetje van bovenaf. Daar zijn mensen minder voor gemotiveerd. Dus ik denk dat juist met thema's zoals duurzaamheid en energiebesparing juist dat die netwerken heel belangrijk zijn. Je merkt ook, we hebben bijvoorbeeld ook een aantal scholen die heel actief aan duurzaamheid doen. En dat die kinderen die op die school zitten activeren bijvoorbeeld weer hun ouders op een hele vanzelfsprekende manier. Dus daar heb je die netwerken die zijn daar absoluut heel geschikt voor om op die manier mensen bewust te maken. Voordat je als gemeente met zo opgeheven vingertje staat van u moet geld besparen. We hebben wel gemerkt dat werkt natuurlijk niet. Het moet wel echt vanuit mensen zelf komen en daar heb je die sociale netwerken juist voor nodig. En is natuurlijk ook goedkopere manier om mensen te bereiken. Het moet ook een toegankelijke manier zijn. En we willen vooral dat de informatie voor iedereen makkelijk beschikbaar is en daar gebruik van maken als zij dat willen. Dat gebeurt zowel offline als online

	wel. <i>Wat zie je online als belangrijkste doel van sociale netwerken, is dat echt samen komen voor informatie of juist dialoog aangaan. Hoe zie je dat?</i> Ja ik denk dat de dialoog aangaan gebeurt ook wel op die platforms, maar het is vooral informatie aanbieden. Dat je laat zien dat je laat zien, bijvoorbeeld zo zonnedak dat je eerst kunt zien op de zonatlas of jou dak daarvoor geschikt is. Voor mij was het bijvoorbeeld niet geschikt dus hoef je er ook niet langer meer over na te denken. Dan weet je dat het geen optie is en kan je kijken wat je nog meer kunt doen. En weet je op die manier kun je mensen een stapje verder helpen want anders blijft het maar bij ideeën van ja we zouden wel best iets willen, maar we weten niet wat. Dus we proberen vooral zoveel mogelijk handreikingen te geven om daadwerkelijk iets te kunnen doen. <i>En zit daar ook een stukje beïnvloeding bij?</i> nou nee, dat geloof ik niet want het is uiteindelijk toch iets wat mensen zelf moeten willen.
9. Kunt u nog 3 andere thema's noemen, waarbij sociale netwerken succesvol worden ingezet om doelstellingen te behalen?	Het zit ook bij stadsbeheer, daar wordt het ook ingezet. Mensen kunnen als er een lantaarnpaal stuk is kunnen ze dat meteen melden via een digitaal loket en dan wordt er ook meteen op geantwoord. En dat geldt ook voor als er sneeuw valt wanneer er gestrooid wordt. Echt de stadsbeheer dingen daar wordt het ook succesvol gebruikt. Wat ook wel goed werkt zijn de wijkteams die met hun stadsdeel in gesprek gaan. Daar worden de sociale netwerken ook ingezet. Er is vast nog wel meer, maar ik zou het zo even niet weten.
10. Wat zijn de 3 belangrijkste zaken die intern geregeld moeten worden om succesvol deel te kunnen nemen aan sociale netwerken?	Ten eerste moet je denk ik via je interne communicatie mensen ervan overtuigen dat het heel belangrijk is om deel te nemen aan die netwerken. Daar begint het mee, als mensen het nut er niet van in zien en ze doen niet mee dan is daardoor het netwerk ook minder waardevol. Dat is soms al een hele stap, want sommige mensen willen daar gewoon niet zo aan. En dan heb je ook nog allerlei praktische ICT hobbels die je moet nemen. Want overheidsnetwerken zijn altijd heel erg beveiligd. En mensen zijn altijd heel bang om in allerlei extra dingen aan te hangen in zo netwerk dat is allemaal lastig. En het is wel heel belangrijk niet alleen dingen praktisch te regelen, maar dat je ook zorgt dat er een soort plan achterligt. Er wordt heel snel gezegd; we moeten iets met Twitter en Facebook en dan zeg ik altijd wat dan? Wat wil je ermee? En voor wie doe je dat dan? Wat kun je ermee bereiken? En vooral ook wie moeten dat doen? Om zoiets bij te houden kost ook altijd veel tijd. Vind dat wel één van de belangrijkste dingen. Dat het niet alleen maar een ding wordt waar je alleen maar

	berichten zend, maar ook probeert informatie op te halen en gesprekspartner te zijn. Niet alleen kijk op onze site, dat is niet interessant. Daar wordt het nog wel te vaak voor gebruikt vind ik. Niet bij de gemeente Groningen, daar gaat het wel erg goed mensen kunnen dingen melden en er wordt ook op gereageerd. Maar ik vind juist zoals bijvoorbeeld bij eerste hulp bij energiebesparing staat dat ook nog een beetje in de kinderschoenen. Er is wel een Facebookpagina en Twitteraccount, maar om nou te zeggen dat het ontzettend interactief is vind ik niet. Dat is wel één persoon die dat beheert, als diegene vrij is is het niet geregeld dat iemand anders het doet. Dat zou nog wat beter kunnen.
--	---

Christien van Verseveld → Gemeente Haarlem
cverseveld@haarlem.nl / 06 14 36 95 32 (donderdag 25 april)

1. Kunt u eerst wat meer vertellen over uw huidige functie en uw rol m.b.t. duurzaamheid?	Mijn functie is communicatieadviseur en dat ben ik voor de groene mug. En de groene mug is het programma van Haarlem klimaatneutraal en wij hebben als doelstelling dat Haarlem in 2030 klimaatneutraal is en de eigen organisatie in 2015. Een ambitieuze doelstelling. En ik verzorg dus alle communicatie zoals communicatieplannen en ik hou de website bij en coördineer verschillende projecten. En wij hebben een onderverdeling in verschillende iconen, wij noemen dat poten. En dat is de wonen/wijken, bedrijven, eigen organisatie en verkeer en vervoer. De groene mug is overkoepelend en dat is dynamisch gekozen omdat Haarlem klimaatneutraal moeilijk is en de mug is een positieve bijnaam voor de mensen die in Haarlem wonen en daar hebben we voor de groene voor gezet en een logo bij gemaakt met een mugje. Het idee is ook dat het een community is voor en door Haarlemmers en niet alleen van de gemeente. Ja wij doen natuurlijk heel veel, maar we willen ook dat de mensen het zelf oppakken. Dus wij faciliteren, ondersteunen en adviseren heel erg, dus dat is onze rol. De groene mug is wel vanuit de gemeente geïnitieerd en ook door ons te onderhouden en iedereen die iets met groen doet sluit zich daarbij aan en ik probeer ook alle initiatieven die er al in de stad zijn, daar naar toe te linken en dingen te combineren zodat je elkaars netwerken kunt gebruiken.
2. Wat is jullie doelstelling rondom het thema duurzaamheid? (misschien m.b.t. de wijken/duurzame buurten.) wonen en wijken	Ja, want wij doen mee met de landelijke blok voor blok subsidie. Dat is dat je niet per huis, maar straatgewijs of een blok huizen tegelijkertijd energiezuinig gaat maken. En dat gaat om 2 labelsprongen in 3 jaar voor 2.000 woningen in Haarlem. Dat is een extra doelstelling en bij blok voor blok zit subsidiegeld en dat gebruiken we dus in Haarlem. En we hebben daar dan ook weer een soort campagne omheen gebouwd en die heet wat voor wat. En dat staat ook op groene mug.nl en dat is een specifieke doelstelling en voor die daar zijn verschillende aanpakken. Één van de wijkaanpakken is dat we met wijkinitiatieven in Haarlem, dat zijn er op dit moment 10, en dat is begonnen met een paar enthousiastelingen en die hebben mensen daarbij gekregen en de gemeente zitten daarbij aan tafel. Collega's van het programma klimaatneutraal. Die ondersteunen en faciliteren we en zorgen dat er netwerken zijn en goede aannemers die het goed kunnen doen en regelingen en subsidies en corporaties en die zijn heel actief daarin.
3. Kunt u de 3 belangrijkste	1. Als eerste het persoonlijk gesprek zeg

communicatiemiddelen opnoemen die jullie inzetten om deze doelstelling te behalen?	maar. De persoonlijke benadering daar is aan vast. Dat noemen we dan een soort powermeeting, dan gaan we met de initiatiefnemers van die 10 wijken komen we bij elkaar en vertellen we wat we doen en hoe ver we zijn. Dus dat je echt van elkaar kan leren. Dat noem ik wel echt persoonlijke communicatie en contactmomenten zoeken en er zijn ook wel borrels en zeg maar feestjes. Vrijdag is er bijvoorbeeld een groep energiepioneers en daar is dan één vrouw die haar huis openstelt om te laten zien welke maatregelen zij in huis heeft genomen. Zulk soort dingen is echt wel een heel belangrijk communicatiemiddel. Echt offline elkaar ontmoeten op allerlei plekken. De groene mug heeft ook een eigen netwerk en daaromheen zijn dat netwerkbijeenkomsten en daar wordt deze groep dan ook weer bij uitgenodigd. 2. Daarna denk ik toch echt wel de website en social media, dus met elkaar verbinden. Maar elkaar offline ontmoeten is absoluut veel belangrijker.
4. Waarom zitten sociale netwerken wel of niet in deze top 3? (welke bijdrage leveren ze voor jullie rondom duurzaamheid)	Naar mijn gevoel dat er daadwerkelijk wat gedaan wordt dat mensen zich verbonden voelen en samen hun schouders eronder zetten en niet als eenling aan de slag gaan, maar met elkaar. En dat mensen zich heel erg, de wijkcohesie he, bijvoorbeeld bij een wijk verbonden veel meer dan bij een stad vaak. Ligt er ook aan hoe groot een stad is, want in een dorp is dat weer heel anders. Wat ook wel heel leuk is juist die verbinding met verschillende wijken door die wijkinitiatiefnemers dan ook weer met elkaar praten en van elkaar leren. Dus dat kruisbestuiving naar elkaar in verschillende wijken, maar denk dat de kracht erin zit dat je met een clubje in de wijk wat met elkaar gaat doen en dat de gemeente daarbij betrokken is. Dat er af en toe wat subsidiegeld beschikbaar is en dat we aanbieders van zonnepanelen dat je dat allemaal met elkaar combineert.
5. Welke sociale netwerken hebben jullie als gemeente zelf rondom dit thema? Online/Offline?	De groene mug als website, Facebook, LinkedIn en Twitter. En ja Twitter en Facebook heb ik eigenlijk sinds vorig jaar en ik vind het zelf wel redelijk in de kinderschoenen staan. Vooral Facebook, maar merk wel als ik een keer wat op Facebook zet dan is het best wel enorm bereik, dus daar zou ik wel wat meer mee kunnen doen.
6. Nemen jullie ook deel aan sociale netwerken die door de burger zijn geïnitieerd? >Zo ja, hoe doen jullie dat? Alleen online of ook offline?	We doen ook wel mee tot in beperkte mate. Maar we zijn wel, sommige noemen dat wel ons kent ons cultuur, maar we zijn daar wel aanwezig niet dat wij weten wie je collega's zijn. We zijn er wel, maar je bent natuurlijk niet helemaal deel

>Zo nee, waarom niet?	van het sociaal netwerk, want je woont niet in die wijk. Maar we zijn absoluut zichtbaar. <i>Dit is misschien voor offline, maar zie je dat ook in online netwerken terugkomen?</i> Ook wel. Dan kom je ook wel weer dezelfde mensen tegen op LinkedIn en die hebben ook Twitter. Zeg maar de actieve mensen in Haarlem die bezig zijn met duurzaamheid die kennen wij en daar praten we mee zowel offline als online. <i>En als je kijkt naar het onderlinge verschil van Facebook, Twitter en LinkedIn. Zie je daar nog verschil in?</i> Ja, Twitter is meer gericht op nieuws en kennisuitwisseling over de dagelijkse dingen. LinkedIn blijft meer gebruikt als, voor mij is dat en ook volgens meer mensen meer carrière gerelateerd. Op LinkedIn zijn er minder gesprekken en gebeurt minder als op Twitter. En ja Facebook staat nog echt in de kinderschoenen. Er zijn heel veel mensen die de groene mug leuk vinden en dat is vooral, dat is volgens mij zo en ook volgens ervaringsdeskundige meer het funaspect in de gaten houden. Dat is vooral fotoalbums die ik deel en leuke dingetjes en niet alle dingetjes. Het is ook wat meer oh wat leuk en niet waar hele goede gesprekken over duurzaamheid. Dat is meer op andere niveaus en plekken.
7. Komen bewoners volgens u meer samen in online of offline netwerken? Waarom?	Dat vind ik een moeilijke vraag. Als je het over Haarlemers in totaal hebt dan denk ik online, omdat als je in een onderwerp geïnteresseerd bent dan kan je online je groepen in de stad vinden. Maar als je het op een wijk betreft denk ik toch meer offline, want je kan elkaar wel spreken. Maar dat weet ik niet, vind ik moeilijk. Ik zie dat zelf als inwoner van Haarlem, dan zeg ik elkaar verbinden en ontmoeten is veel meer elkaar zien en daar hangt iets in de boekwinkel en daarom weet ik het en niet omdat ik het dan op internet heb gelezen. <i>Maar als je bijvoorbeeld kijkt naar die 10 wijkinitiatieven, zijn die meer ontstaan door de offline ontmoeting of hebben zij elkaar juist online gevonden?</i> Nee, offline. Meer offline ja. En er zijn ook, bij één wijk bijvoorbeeld huis aan huis gegaan met een foldertje van goh doe je mee. Wel heel erg offline ja. Maar dat is per wijk. Je hebt bijvoorbeeld ook profielen van mensen en per wijk verschilt dat heel erg. Die wijk waar ik het nu over heb is bijvoorbeeld een heel hoog opgeleiden wijk, en dat is wel grappig, want dan zou je misschien eerder verwachten dat die online heel veel doen maar dat is juist weer niet zo. <i>Ja, het ligt ook wel aan je doelgroep. Zie je daar nog wel een doelgroep in de wijken die initiatieven zijn gestart of zit daar toch wel veel</i>

	<i>verschil in?</i> Dat is wel heel verschillend. En dat verschilt per wijk en het moeilijke van de groene mug zijn is dat je je communicatie aan iedereen wilt geven of laten zien en dat is lastig omdat de doelgroepen zo verschillend zijn. Bijvoorbeeld een up benadering met mensen in de wijk die bezig zijn en wij als gemeente die dat heel erg omarmen en initiatieven innemen en ondersteunen dat is een hele goede manier om die mensen te bereiken.
8. Kunt u de 3 belangrijkste redenen noemen om sociale netwerken in te zetten rondom het thema duurzaamheid? Wat is het doel? (Informeren? Beïnvloeden? Dialoog? Cocreatie?)	Inderdaad vooral de interactie en niet alleen het nieuws brengen, want dat doe je vrij gemakkelijk met een brief of met een stuk in de krant, maar ook heel erg de informatie halen. Zoals op Twitter lees ik ook veel zeg maar, zie ik veel, dan verbind ik de ene persoon weer aan de ander of combineer dingen. Dus het is ook vooral op de hoogte zijn van ontwikkelingen binnen Haarlem op het gebied van groen. Dat interactief zijn zou nog wel wat beter in kunnen worden gezet. Dus zelf actief vragen stellen om mensen er op een andere manier bij te betrekken. <i>Zoals bijvoorbeeld op Facebook als je daar iets op plaatst, zie je dan ook dat mensen daar ook op reageren?</i> Ja, daar reageren mensen wel op. Niet heel veel, maar daar wordt wel op gereageerd.
9. Kunt u nog 3 andere thema's noemen, waarbij sociale netwerken succesvol worden ingezet om doelstellingen te behalen?	Eigenlijk is de groene mug wel een uitzondering. Wij doen het dan sinds mei 2009, maar nu sinds dit jaar is er ook een campagne opgericht 'samen voor elkaar'. Daarvan willen we dus, voor mensen die ziek zijn, dat je samen zorgt door vrijwilligerswerk en hulp bieden. Dat is dus ook bezig met een eigen logo en die zijn ook heel erg op zoek naar een eigen netwerk en verbanden in de stad leggen en kijken waar het al gebeurd. Die gaan het nu ook doen. Die komen ook bij mij langs. Dat gaat online plaatsvinden ook. Een stagiaire is nu aan het kijken welke twitteraccounts we eigenlijk als gemeente al allemaal hebben. Handhaving heeft er bijvoorbeeld één, de groene mug, de gemeente Haarlem zelf.
10. Wat zijn de 3 belangrijkste zaken die intern geregeld moeten worden om succesvol deel te kunnen nemen aan sociale netwerken?	Wij hebben wel een soort van protocol, een afsprakenlijstje met wat wel en niet kan. Of je als ambtenaar bijvoorbeeld ook als ambtenaar kan twitteren en wat je dan wel en niet mag doen. En je heb echt nodig dat één iemand zich verantwoordelijk voelt voor het beheer en ook daadwerkelijk berichtjes en nieuwtjes plaatst. Je bent natuurlijk geen goede afzender als je maar één keer in de twee weken iets zegt. Dan heeft het geen nut, dus je moet boven op het nieuws zitten. Wat zou helpen is dat je toch de inhoud met een groep organiseer. Dus dat

	zo account door meerdere mensen wat kunnen zeggen. De groene mug beheer ik wel alleen, maar ik zou het fijn vinden als andere mensen er ook op kunnen. Het zou mij heel erg helpen, want ik moet nu heel veel nieuws halen. Dat komt moeilijk van de grond, maar dat zie ik ook wel op een andere Twitteraccount is het succesvol als je met een groepje en dat meldt je natuurlijk ook wel in je profiel. Dat je daar met meerder mensen aan zit. <i>Want als jij er niet bent, is er dan wel iemand anders die reageert op vragen of dingen plaatst?</i> Nee, dus niks. Ik heb in principe een telefoon waar ik het ook op kan doen zeg maar. Dat klopt, als ik echt op vakantie ben dan ligt dat eigenlijk wel stil. Dat is niet zo de bedoeling, ik geef het wel aan, maar het is gewoon zo dat ieder het druk heeft met zijn eigen werk en dat is dan gewoon een extra klusje. Ik doe het meestal zelf, als ik vrij ben doe ik het thuis wel vind ik niet erg en als ik echt weg ben dan regel ik wel iemand die het bijhoud maar die is zelf niet actief in dingen plaatsen. Het is dus niet zo dat het dan helemaal niet wordt beheerd, maar er komt dan niet veel nieuws op.
	Algemene opmerkingen nog: We zijn dan in mei 2009 begonnen en ik merk nu wel echt dat nu wat dingen gaat lukken. Mensen al heel actief met elkaar bezig zijn en er ook een wijncoöperatie is opgericht dat betekent dat mensen ook echt geld daaraan gaat geven en dat ze gezamenlijk zonnepanelen gaan aanschaffen is natuurlijk veel goedkoper. Dus het gaat echt allemaal lopen en ja dat is natuurlijk ontzettend leuk. Dat is wel, wij zijn dan een klimaatbureau, projectbureau die er zijn en die doen echt de groene mug. Dat is wel een tijdelijk project, maar dat werkt natuurlijk wel heel erg bij want je werkt als mensen van verschillende afdeling aan een bepaald project. Dat gaat de goede kant op.
11. Wat is volgens jou de belangrijkste bijdrage van sociale netwerken rondom het thema duurzaamheid?	Misschien toch wel het wij-gevoel dus dat je het gevoel hebt. Er zijn heel veel mensen wel en heel veel mensen niet bezig met duurzaamheid. Op deze manier krijg je toch van he nog zo iemand die zich daarvoor wilt inzetten. Goh als wij nou samen gaan kunnen we meer mensen enthousiast maken en initiatieven starten. Dus dat is denk ik de belangrijkste meerwaarde. En daardoor ook een goed gevoel krijgen.

Interview Petra Ferwerda → Gemeente Koggenland
 (0)6 53964239 / info@petraferwerda.com (dinsdag 23 april)

1. Kunt u eerst wat meer vertellen over uw huidige functie en uw rol m.b.t. duurzaamheid?	Ik ben externe adviseur van gemeente Koggenland. Ik heb 5 of 6 jaar geleden de gemeente geholpen om de visie op duurzaamheid te schrijven. Wat er is gedaan is gekeken naar wat zijn de mogelijkheden in Koggenland, maar ook welke doelstellingen heeft Koggenland, ook al van voor 5 jaar geleden zeg maar. Gemeente die ontzettend actief is op het gebied van duurzaamheid. Zo zijn we eigenlijk aan de slag gegaan en we hebben ook besloten dat het bij communicatie, dus mij functie, heel belangrijk is om duurzaamheid samen met partners op de agenda te houden en ook de duurzaamheidsdoelstellingen te realiseren. Mijn rol is, ik ben communicatie adviseur van de senior beleidsmedewerker.
2. Wat is jullie doelstelling rondom het thema duurzaamheid? (misschien m.b.t. de wijken/duurzame buurten.)	Ik zit achter de computer, dus ik zal gelijk even kijken wat het ook alweer was. Ik ben alweer een tijdje bezig met de communicatie, vandaar. Communicatieparaplus. Ik ga nu de doelstelling vanuit communicatie noemen he. Wat is duurzaamheid voor Koggenland? Welke ambities hebben we? Hoe gaan we dit realiseren? Wat betekent dit voor wonen, werken en recreëren? Dus wat betekent het voor de mensen en de omgeving, wat betekent het voor nu en wat voor in de toekomst? Dat is eigenlijk wat we al vragen hebben. Als visie hebben we dat we verantwoordelijk zijn voor een gezonde leefomgeving, daaronder staat milieu en klimaat. Daarom gaan we zorgvuldig om met het belang de mensen en het landschap. Door duurzame energie te gebruiken, uitstoot van schadelijke gassen te verminderen, energie te besparen willen we samen met inwoners en bedrijven Koggenland onderhouden. Dus wel verschillende doelgroepen natuurlijk binnen de gemeente. Koggenland bestaat uit verschillende dorpen zeg maar, die samen de gemeente Koggenland vormen. Dat is denk ik wel een verschil met Zeist, dat is wel veel groter. Wij hebben ook kernen, dat zijn er 7 of 8. Wij hebben ambities en dat is dat in 2010 de uitstoot van Co2 teruggebracht met tenminste 30% ten opzichte van 1990. 24% van de energie wordt duurzaam opgewekt en de energiebesparing is 2,5% per jaar. Zo zijn er ook energie neutrale nieuwbouwwijken, die zijn inmiddels gebouwd of in ontwikkeling en sommige staan zelfs stil.
3. Kunt u de 3 belangrijkste communicatiemiddelen opnoemen die jullie	1. Belangrijkste communicatiemiddel is het gesprek, dus het dialoog samen met

inzetten om deze <i>ambities</i> te behalen?	professionals (die betrokken zijn bij energie opwekken, energiebesparing, die ook van andere overheden zoals de provincie Noord-Holland) en niet professionals, dus bewoners. Elkaar ontmoeten, spreken en elkaar versterken en nadenken. Vinden van innovatieve oplossingen. Dat is belangrijk. 2. Een ander communicatiemiddel is de website, die we hebben. We hebben onder de eigen website van Koggenland een aparte site Natuurlijk Koggenland! Daar worden alle duurzame initiatieven gecommuniceerd. We hebben daar geen logo bij, maar het is een plek die we terug zien in de gemeentekrant. Deze website is echt informatief, mensen kunnen niet inloggen. 3. In de gemeentekrant komt elke twee weken uit, waar we elke twee weken een item over duurzaamheid opnemen. Heel vaak zijn dat verhalen van mensen die met duurzaamheid bezig zijn, kunnen inwoners zijn die bijvoorbeeld het huis duurzamer maken maar het kunnen ook bedrijven zijn die op het gebied van duurzaamheid iets bereiken. Of een crèche die op een duurzame manier daar kinderen probeert op te vangen.
4. Waarom zitten sociale netwerken wel of niet in deze top 3? (welke bijdrage leveren ze voor jullie rondom duurzaamheid)	<i>Kun je uitleggen waarom online sociale netwerken niet in deze top 3 zitten?</i> Ja, Facebook gebruiken we helemaal niet vanuit de gemeente. Twitter wel, maar wordt voornamelijk gebruikt om even kort een berichtje te sturen. Niet zo zeer als platform of community waar je met elkaar praat. Dat gebeurt bijna niet. Dit is gemeentelijk en niet specifiek op duurzaamheid. <i>Kun je vertellen wat de reden daarvoor is?</i> De reden daarvoor is dat eigenlijk deze communicatiemiddelen die we gekozen hebben dat we daarmee prima uit de voeten kunnen. Als je ook kijkt naar het gebied van Koggenland, ik denk dat veel van onze doelgroep geen Twittergebruikers zijn. Het is wel een idee om dat uit te breiden.
5. Welke sociale netwerken hebben jullie als gemeente zelf rondom dit thema? Online/Offline?	Zie bovenstaande antwoord.
6. Nemen jullie ook deel aan sociale netwerken die door de burger zijn geïnitieerd? >Zo ja, hoe doen jullie dat? Alleen online of ook offline? >Zo nee, waarom niet?	We proberen vanuit de gemeente om bijeenkomsten of groepen inwoners/bedrijven te faciliteren als het gaat om duurzaamheid. Bij wijs van spreken als iemand belt we gaan een bijeenkomst over duurzaamheid organiseren, wil je daar aan mee doen? Dan zal er ook bijna wel altijd iemand van de gemeente daarheen gaan. Als er echt vraag naar is, maar het kan ook zijn

	dat je samen iets organiseert. Samen met een groep mensen of bedrijven. Dat kan ja. Voorbeeld→ we een club 2015 en die hebben millenniumdoelstelling als speerpunt. Wat zij doen is elk jaar een groene markt organiseren rondom het thema duurzaamheid. De gemeente doet daar ook altijd aan mee. → Dit netwerk ontmoet elkaar alleen offline.
7. Komen bewoners volgens u meer samen in online of offline netwerken? Waarom?	Offline , omdat het zit wel een beetje in de cultuur van het gebied zit. Mensen zijn gewend om elkaar op te zoeken, met elkaar te praten en we hebben heel veel agrariërs in onze gemeente. Dat werkt toch wat anders.
8. Kunt u de 3 belangrijkste redenen noemen om sociale netwerken in te zetten rondom het thema duurzaamheid? Wat is het doel? (Informeren? Beïnvloeden? Dialoog? Cocreatie?)	Online netwerken kan je me niet veel vertellen. Het doel van offline sociale netwerken is elkaar ontmoeten en het dialoog aan gaan. Waar we wel mee bezig zijn als je het hebt over meepraten over een onderwerp, dat is een online burgerpanel waar duurzaamheid een onderwerp in kan zijn. Dat doen we niet zomaar, we willen dat wel ophangen aan een bepaalde vraag, situatie of project. Voor duurzaamheid hebben we t nog niet gedaan, maar zitten wel te denken om dat te doen. Daar moet wel een concrete aanleiding voor zijn.
9. Kunt u nog 3 andere thema's noemen, waarbij sociale netwerken succesvol worden ingezet om doelstellingen te behalen?	Nee, weet ik niet.
10. Wat zijn de 3 belangrijkste zaken die intern geregeld moeten worden om succesvol deel te kunnen nemen aan sociale netwerken?	Het Twitteraccount wordt beheert door de afdeling communicatie. En ik weet verder niet hoe ze dat doen. Als ik wat wil, stuur ik een berichtje naar de afdeling communicatie en die zetten dat erop. Ik denk gewoon dat zij bepalen of dat erop komt en wanneer en hoe het erop komt. Je moet natuurlijk ook bedenken dat het aantal mensen bij de communicatieafdeling bij een gemeente niet altijd zo groot is. Nu met de bezuinigingen wordt er snel teruggegrepen naar een aantal basis communicatiemiddelen. En er wordt minder nagedacht over, vind ik dan hoor, bij de gemeente over oké wat kunnen we voor nieuwe dingen oppakken. Dat speelt ook allemaal mee, het is niet zo van we hebben nog veel tijd over we gaan wat nieuws proberen. Dat is wel een beetje weg.
11. Wat is volgens jou de belangrijkste bijdrage die sociale netwerken kunnen leveren om doelstellingen te behalen?	Ik denk dat je alleen maar succesvol kan zijn, door met elkaar dingen op te pakken en na te denken over nieuwe kansen en mogelijkheden . Dat is altijd belangrijk, welk onderwerp dan ook.

Interview Fokke Postma → gemeente Leeuwarden
f.postma@fryslan.nl // 06 46163404 (donderdag 25 april)

1. Kunt u eerst wat meer vertellen over uw huidige functie en uw rol m.b.t. duurzaamheid?	Ik ben communicatieadviseur en ik werk voor de gemeente Leeuwarden en voor de provincie Friesland. Die hebben een samenwerkingsagenda op het gebied van water en energie. Dan heb ik het over watertechnologie en duurzame energie. Ik werk dus eigenlijk voor de samenwerkingsagenda. Daar zitten een aantal thema's in die zowel provinciaal spelen als gemeentelijk. Dat is energiebesparing in de woningbouw, duurzame mobiliteit en dat is opwekken van duurzame energie. En ik doe niet alle communicatie zelf. Ik hou me bijvoorbeeld heel erg bezig met het opwekken van duurzame energie door bijvoorbeeld zonnepanelen. Ik hou me bezig met de mobiliteit en ook het energiebesparing in de woningbouw dat zit bij de gemeente Leeuwarden daar denk ik in mee maar dat voer ik niet uit.
2. Wat is jullie doelstelling rondom het thema duurzaamheid? (misschien m.b.t. de wijken/duurzame buurten.) wonen	Wij hebben als gemeente het programma "slimmer water en energie" daar hebben wij doelstellingen in geformuleerd. En we hebben een aantal ambities; we willen onafhankelijk zijn van .. in 2020. Dat is de overall ambitie. En we willen grondgroene banen realiseren. En we willen capital of watertechnology zijn. Maar dat is weer wat anders dan duurzame energie. En voor de gebouwde omgeving daar kom ik bij je op terug. Ik weet in ieder geval dat de doelstelling voor de provincie 3.000 duurzame woningen per jaar is.
3. Kunt u de 3 belangrijkste communicatiemiddelen opnoemen die jullie inzetten om deze doelstelling te behalen?	Dat doen we heel veel. We hebben daar het concept "slim wonen met energie" voor. En dat is een concept wat in noord Nederland draait en daarbij zetten we in op twee sporen. Het ene spoor is de vraagkant en het andere spoor is de aanbodkant. En de vraagkant dat stimuleren we d.m.v. een heel communicatietraject. We activeren bijvoorbeeld energie cafés, dat doen we in een wijkgerichte aanpak maar we hebben ook voor 50 euro kun je een energiescan maken. We hebben net de duurzaamheidslening bekend gemaakt. Dat is een pakket van maatregelen om de vraagkant te stimuleren en communicatie is daar een onderdeel van. Aan de andere kant proberen we de aanbodkant ook te regelen. We ontwikkelen hier lokale consortia. Je moet je voorstellen dat een aantal bedrijven gaan samenwerken en die samen een aanbod doen aan de burger. En die aanbodkant daar hangen installatiebedrijven etc. over.

	<i>En als je kijkt naar de communicatiemiddelen wat zijn daar de meest gebruikte middelen van als je kijkt naar online/offline?</i> Wat wij doen het is een combinatie van. We hebben bijvoorbeeld een energieloket op onze website. Daar kun je gewoon naar toe. En daar is online heel veel informatie te krijgen. Maar als wij bijvoorbeeld een energie café in de buurt organiseren, dan gebruiken we natuurlijk ook de huis aan huis krant waar wij ieder week in staan met de gemeentelijke pagina. Dat is een traditioneel middel natuurlijk. We hebben laatst een actie gehad dat we huis aan huis op valentijn een kaartje hebben gestuurd met daarin een linkje naar het energieloket. Het is een combinatie van.
4. Waarom zitten sociale netwerken wel of niet in deze top 3? (welke bijdrage leveren ze voor jullie rondom duurzaamheid)	We zetten wel online sociale netwerken in, maar dat is niet de hoofdmoot. Dat is ook niet de manier om alle burgers te bereiken natuurlijk. Slim wonen met energie heeft een Facebookpagina en die wordt ook wel gebruikt. Maar hoeveel Leeuwardse mensen daarop zitten dat weet ik niet.
5. Welke sociale netwerken hebben jullie als gemeente zelf rondom dit thema? Online/Offline?	Als jij over een sociaal netwerk wilt praten, ik vind dat teveel van het goede als het gaat om sowieso over alle groepen binnen duurzaamheid. Een sociaal netwerk op Twitter, dat is als het gaat om bestuurlijk wethouders en raadsleden die Twitteren daar is een netwerk. Als je dat zo wilt noemen, ik zou t zo niet noemen maar goed. Maar van burgers die op Twitter actief zijn rondom dit thema, zou kunnen maar ik weet het niet.
6. Nemen jullie ook deel aan sociale netwerken die door de burger zijn geïnitieerd? >Zo ja, hoe doen jullie dat? Alleen online of ook offline? >Zo nee, waarom niet?	In één van de wijken; Achterhoven, daar is een wijkvereniging die is, dat noem ik een sociaal netwerk. Die zijn er ook in iedere wijk. Maar deze is heel actief en die heeft ook een zonnepanelen project opgezet in de wijk. Dat is heel interessant, want zij willen gezamenlijk zonnepanelen inkopen. Daar zijn ze mee aan de slag. Ik weet niet of zij op Twitter zitten, dat denk ik niet. Maar dat sociale netwerk speelt zich niet digitaal af. Het zit m echt in de wijk, de mensen die dat trekken zijn bekend in de wijk en die kent iedereen. Die organiseren een bijeenkomst in het wijkgebouw en die komen op straat iemand tegen en dan hebben ze t er ook over. <i>Welke rol nemen jullie als gemeente in deze offline netwerken?</i> We hebben hier een aanjager die helpt dat mee aanzwengelen. Die kan dingen aan elkaar knopen en die jaagt aan. Zo wijkvereniging heeft vragen en hij springt daar op in. Die gaat er naar toe en die gaat ze helpen. En dat kan met kennis zijn en soms met een bedragje, maar die zwengelt de boel aan. Die enthousiasmeert de boel en dan komen zaken verder.

	Kijk in dit geval heb je hele specifieke kennis nodig als het gaat om hoe kun je collectief inkopen. Je hebt financiële kennis nodig, daar kunnen wij voor zorgen dat zij dat krijgen. Het is de burger daarin ondersteunen. Maar als je kijkt naar slim met energie en wonen gaat het nog een stuk verder daar gaan wij, wij helpen bedrijven aan de aanbodkant om een goed aanbod te maken. We werken, we stimuleren ook burgers om het te gaan doen. Om de barrière die ze hebben weg te nemen. En we proberen de koppeling ook nog te maken met het bedrijf, dat is een rol die je pakt. Maar dat is ook wel een ondersteunende/faciliterende rol.
7. Komen bewoners volgens u meer samen in online of offline netwerken? Waarom?	Offline denk ik wel, maar kan ik niet bewijzen heb er geen onderzoek naar gedaan. Ik weet ook dat bijvoorbeeld een andere wijk in Leeuwarden die op Facebook een account hebben. Als het om duurzame energie gaat, maar die zijn wel actief. Dit zijn vragen die ik niet volledig kan beantwoorden.
8. Kunt u de 3 belangrijkste redenen noemen om sociale netwerken in te zetten rondom het thema duurzaamheid? Wat is het doel? (Informeren? Beïnvloeden? Dialoog? Cocreatie?)	Het enige doel wat ik zou kunnen noemen om bijvoorbeeld Twitter in te zetten is als dat de manier is om je doelgroep te bereiken. De gemeente Leeuwarden heeft een Twitteraccount, maar niet specifiek op duurzaamheid. Ik denk ook niet dat ik dat zo snel zou doen. Mensen weten het Twitteraccount van de gemeente al te vinden als ze met vragen zitten, maar denk niet dat ze dan bereid zijn om nog eens lid te worden van een ander account die over duurzaamheid gaat. Mijn gevoel is dat ze dat niet zo snel zouden doen, Leeuwarden zelf vind ik voldoende. <i>Maar zie je dat er ook bijvoorbeeld dialoog plaatsvindt op dat Twitteraccount of meer om informatie te plaatsen?</i> Die webcare en dialoog, maar ik heb er geen onderzoek naar gedaan, dus ik praat wat meer in gemeenschappen. Die moet nog op gang komen. We zijn geen UPC, waarvan ik weet als je iets stuurt dan kan je een berichtje verwachten. De berichten van UPC zijn er een stuk meer als gemeente Leeuwarden. De gemeente in het algemeen zijn nog zoekende hoe je invulling geeft aan je webcare aan je dialoog met je burgers, want natuurlijk moet je een Twitteraccount hebben. Maar om de dialoog aan te gaan heb je niet perse een Twitteraccount nodig van de gemeente. <i>Zijn volgens jou de offline ontmoetingen daar belangrijker voor?</i> Ja. En als ik nu kijk naar de inzet van social media voor dit soort zaken, dan weet ik nog niet wat het nut van Twitter. Of Twitter nu al zo belangrijk kanaal is om mensen te bereiken en

	de discussie aan te gaan. Kijk zonnepanelen voorbeeld. Het kopen van zonnepanelen kent een aantal barrières. Ik zal je er niet mee lastig vallen, is allemaal onderzoek naar gedaan. Één daarvan is dat men niet voldoende kennis heeft. Dan moet je ervoor zorgen dat mensen weten dat er ergens kennis vandaan te halen is. Dat betekent dus dat er op een website bepaalde informatie beschikbaar is. Ik kan ernaast zitten, maar het is niet het eerste kanaal wat ik zou gebruiken. Mensen hebben sterke informatiebehoefte, dus ik heb een paar bijeenkomsten georganiseerd en ga er nog meer organiseren. Dat je echt face to face vragen kan stellen. Daar hebben mensen behoefte aan. Het heeft ook met je doelgroep te maken natuurlijk he. Mensen die zonnepanelen kopen die zitten vaak in de tweede helft 30, tweeverdieners. Het zijn geen mensen van 18/19 jaar die zonnepanelen kopen. Alleen de vraag is hoe bereik je de burger het beste op deze thema's. dan moet je natuurlijk je website speelt daar een website een rol in, maar ook zeker de face to face communicatie is heel belangrijk. Mond tot mond reclame ook. Wat het aller belangrijkste is voor duurzame energie, iemand de hand schudden en het gesprek aan te gaan. Ik snap heel goed dat het gesprek in de toekomst ook via Twitter plaats kan vinden, maar als je me nu vraagt van op dit moment. Dan staat Twitter niet bovenaan. Je moet in gesprek komen met mensen alleen die vinden nu nog meer offline plaats.
9. Kunt u nog 3 andere thema's noemen, waarbij sociale netwerken succesvol worden ingezet om doelstellingen te behalen?	De gemeente heeft ook een Facebookpagina. Slim wonen met energie heeft ook een Facebookpagina en er zijn ook nog andere netwerken waar de gemeente bij betrokken is. Je hebt UCF university campus Friesland die hebben ook een Facebookpagina. Er zijn er ongetwijfeld meer, maar dat weet ik allemaal niet meer.
10. Wat zijn de 3 belangrijkste zaken die intern geregeld moeten worden om succesvol deel te kunnen nemen aan sociale netwerken?	Het beheer ligt bij de afdeling communicatie, daar zit ik niet ik zit echt in de organisatie bij het team. Welke afspraken daar precies onder liggen weet ik niet, maar er zullen vast afspraken over zijn. Dat gebeurt altijd, ze zullen diensten draaien van jij houdt het vandaag in de gaten en jij morgen he. Dat zal inderdaad zo zijn. Er zal ook een protocol voor zijn. Kijk als er vragen zijn, dan moet je die beantwoorden en als er via een telefoon een vraag binnen komt moet die binnen een dag beantwoord zijn. Dat geldt voor social media ook, dan moet er misschien nog wel sneller beantwoord worden. Dat protocol ligt er, maar hoe het eruit ziet zou ik niet weten.

Interview Cecile Custers → gemeente Nieuwegein
c.custers@nieuwegein.nl / 030 607 1801 (dinsdag 23 april)

1. Kunt u eerst wat meer vertellen over uw huidige functie en uw rol m.b.t. duurzaamheid?	Ik houd me vooral bezig met het netwerk Samen Duurzaam. Dat is een sociaal netwerk van groeiende groep mensen die zich bezig houden met duurzaamheidsinitiatieven in de stad. Wat ik daarbij doe is bijeenkomsten organiseren en communicer over die bijeenkomsten en samen met groepen bewoners en ondernemers die bijeenkomsten voorbereiden. We bedenken samen het programma, we zorgen voor een locatie, en ik zorg dan voor de meeste contacten en communicatie daaromheen. Het netwerk Samen Duurzaam bestaat vooral uit bewoners en een aantal ondernemers. Bij elke georganiseerde bijeenkomst gaat er een mailing uit en die groep bestaat uit 150 personen. Het aantal personen wat naar de bijeenkomst zelf komt wisselt. Dat hangt af van alles. Dat is zo tussen de 30 en 50 personen. Dat is dus een wisselende groep.
2. Wat is jullie doelstelling rondom het thema duurzaamheid? (misschien m.b.t. de wijken/duurzame buurten.)	Wij hebben niet zo concreet als Zeist een plan. Gemeente Nieuwegein wil dan in 2040 klimaatneutraal zijn. We hebben dat niet zo concreet uitgewerkt als Zeist, in verschillende iconen. Wel is het zo dat we als doelstelling algemeen hebben dat mensen in wijken en buurten actiever willen maken en als gemeente daarin een andere rol in nemen. En op duurzaamheidsgebied willen we mensen actief hebben rondom duurzaamheid. Duurzaamheid is dan breed, dus daar zit ook het sociale in. Dat sluit dan aan bij de sociale vraagstukken waar je als gemeente mee te maken hebt.
3. Kunt u de 3 belangrijkste communicatiemiddelen opnoemen die jullie inzetten om deze doelstelling te behalen?	1. Het belangrijkste is de bijeenkomsten organiseren, omdat de eerste paar keren merkte je dat mensen wel iets willen doen maar juist op zo bijeenkomst zien dat ook andere mensen enthousiast zijn rondom dat thema en dan samen aan de slag gaan. Juist dat fysieke contact daarin is belangrijk. 2. Om dat bekend te maken gebruiken we en om wat we allemaal doen en wat er in Nieuwegein allemaal gebeurt op het gebied van duurzaamheid, dus niet alleen onze eigen activiteiten maar ook breed. Daar gebruiken we lokale media voor. 3. En daarnaast verschillende websites voor. Die van ons en andere door het plaatsen van berichten en verslagen. Dat soort dingen. De online sociale netwerken zitten niet in deze top 3.

4. Waarom zitten sociale netwerken wel of niet in deze top 3? (welke bijdrage leveren ze voor jullie rondom duurzaamheid)	De gemeentelijke berichten komen op onze website en dat komt ook gelijk op Twitter en zo worden andere media weer bereikt. Die nemen dat weer over, dus het hoeft ook niet meer zo zeer met een persbericht. Wat dat betreft zit het wel gekoppeld. Het zit hem nog voornamelijk in de aankondiging dat we dat via traditionele media doen. We zoeken nog wel naar een combinatie dat het elkaar versterkt, maar ik heb ook niet het idee dat we juist op die sociale netwerken moeten inzetten.
5. Welke sociale netwerken hebben jullie als gemeente zelf rondom dit thema? Online/Offline?	Misschien moeten we daar wel meer op inzetten ja. We doen het wel, de gemeente heeft een Facebookpagina en we hebben ook een Facebookpagina van het netwerk zelf. De gemeente heeft ook een Twitter en vanuit het netwerk hebben we ook een hashtag Twitter. We gebruiken ook wel verschillende LinkedIn groepen die er al zijn, dus we gebruiken het wel. Ik denk dat er wel mogelijkheden zijn, maar wat en hoe we dat moeten doen weet ik nog niet heel concreet hoe we dat kunnen versterken. Vanuit de gemeente zelf hebben we een Twitter en een Facebookaccount. Daar komen de berichten op die op onze website als nieuwsbericht komen, dat is geautomatiseerd. En Facebook verschijnen verder nog af en toe wat andere berichten. Twitter wordt ook wel gebruikt om te reageren op mensen. Als mensen een tweet stuurt met een vraag en krijgen daar ook een antwoord op. Ik denk dat het ook op Facebook gebeurt. <i>Zie je nog verschil in deze netwerken, wat werkt beter?</i> Nou de Facebook is wel leuker, want daar reageren mensen ook op met hun eigen ideeën. Twitter is meer voor echt informeren. Ik zie ook wel dat mensen reageren op Facebook en daarbij hun eigen dingen plaatsen.
6. Nemen jullie ook deel aan sociale netwerken die door de burger zijn geïnitieerd? >Zo ja, hoe doen jullie dat? Alleen online of ook offline? >Zo nee, waarom niet?	Ja, zowel online als offline denk ik. Netwerken die op Facebook zijn, ga je heen, dat like je, reageer je op en daar plaats je ook je eigen berichten. Dan gaat dat ook andersom. Hetzelfde geldt voor Twitter. We gaan ook naar bijeenkomsten van andere netwerken en we nodigen mensen uit andere netwerken ook actief uit via de media die zij gebruiken. Juist ook om die groepen te bereiken en juist de website die we gaan gebruiken, dat is een onderdeel van een site waar juist alle activiteiten van Nieuwegein, van verschillende netwerken op te zien is. Een voetbalclub kan daar alle activiteiten inzetten en ook andere verenigingen, clubs en netwerken waardoor je dus beter kan zoeken op onderwerpen of buurt of dag.

	<i>Sluiten jullie dan bij algemene netwerken aan van bewoners uit een wijk bijvoorbeeld? Dat wisselt er zijn inderdaad wijken die een website hebben of krant of Twitter. Daar reageren we op en sluiten we bij aan. Dan heb je nog netwerken van maatschappelijke netwerken van organisaties rondom “Full Color”. Dat gaat over cultureel netwerk, bibliotheek heeft een netwerk daar sluiten we bij aan dus heel verschillend.</i>
7. Komen bewoners volgens u meer samen in online of offline netwerken? Waarom?	Dat ligt er een beetje aan. Ligt aan de bewoner en aan het doel. Een bijeenkomst is volgens mij nog wel nodig om een doel te bereiken, online is handig voor laagdrempelige kennismaking en mensen te bereiken of vragen te kunnen stellen en reageren die niet naar een bijeenkomst komen. Ik weet niet wat meer is, maar ik denk wel dat het elkaar moet aanvullen. Niet dat je één van beide maar kunt doen.
8. Kunt u de 3 belangrijkste redenen noemen om sociale netwerken in te zetten rondom het thema duurzaamheid? Wat is het doel? <i>(Informeren? Beïnvloeden? Dialoog? Cocreatie?)</i>	Vooraf om te laten zien wat er allemaal gebeurt en aankondigingen plaatst en om mensen te betrekken via netwerken die online zijn. Daar zijn Twitter en Facebook wel voor. Om de netwerken die daar zijn en aan het surfen zijn om die ook te wijzen op wat er allemaal is. We hebben geen discussie dingen ofzo, daar zijn Facebook en Twitter niet voor bedoeld. Het meebeslissen en meedenken zit daar niet in. We hebben wel een website meedenkeninnieuwegein.nl dat is een netwerk waar mensen kunnen meepraten over bepaalde thema's. Dit hebben we ook gebruikt voor het ontwerpen van een logo voor het netwerk Samen Duurzaam. Het is wel breder gericht, waar mensen bijvoorbeeld ook kunnen meebeslissen over een parkeerbeleid in de wijk. Gaat dus ook over beleidsthema's. Daarnaast zijn we nog bezig met een eigen website voor onze netwerk. We hebben nu een pagina op de gemeentelijke website, waar mensen ook een reactie kunnen plaatsen. Maar we zijn ook nog bezig met een online site waar mensen in groepen kunnen samenwerken en hun ideeën en initiatieven kunnen delen rondom verschillende thema's. Dat willen we eind mei klaar hebben. Dat is een platform/website wat als sociaal netwerk kan dienen. Informeren is belangrijke reden om te laten zien wat er allemaal gebeurt. Het gaat erom mensen te laten zien wat we al doen en dat het daardoor ook herkenbaar wordt, maar ook dat je dingen die mensen niet onder duurzaamheid zouden verwachten met elkaar verbindt. En dat je ook activiteiten die we allemaal doen met elkaar kan verbinden en ook die mensen met elkaar kan verbinden. Waardoor je ze hopelijk gezamenlijk actief krijgen zeg maar. Dus het gaat ook over verbindingen leggen en inspiratie voor om zelf iets te gaan doen. En dat geldt voor online en

9. Kunt u nog 3 andere thema's noemen, waarbij sociale netwerken succesvol worden ingezet om doelstellingen te behalen?	offline. Vanuit de gemeente. Nou als je het bijvoorbeeld hebt over meedenkeninnieuwegein.nl waar je dus kan meepraten over bijvoorbeeld parkeerbeleid of mobiliteitsbeleid dan is er ook een bijeenkomst en dan kunnen mensen ook online daar ideeën over kwijt of ja meestal is het wel zo dat als er een bijeenkomst is dat wordt dan ook via sociale media gecommuniceerd. Maar het is niet zo dat er dan een specifiek netwerk ontstaat rondom dat thema. Zo ver ik weet bestaat er geen specifiek netwerk rondom een ander thema zoals het wel bestaat rondom duurzaamheid, namelijk het netwerk Samen Duurzaam. Daarnaast wordt bijvoorbeeld Twitter wel ingezet rondom crisiscommunicatie. Dat is weer een ander soort doelstelling, maar dat verloopt via de gemeentelijke Twitterpagina.
10. Wat zijn de 3 belangrijkste zaken die intern geregeld moeten worden om succesvol deel te kunnen nemen aan sociale netwerken?	Wij hebben hier nog geen beleid rondom sociale media online. Zo van dit mag je wel en dit mag je niet, het is wel de bedoeling dat je er zo mee omgaat zoals je normaal op een blog dat zou doen. Met gezond verstand. Wat je dan moet regelen. Het is wel de bedoeling dat als je een gemeentelijke Facebookpagina aanmaakt. Stel je hebt een gemeentelijk project en je maakt daar een Facebook voor aan, dan moet je dat wel afstemmen. Alleen het samen duurzaam is een initiatief van inwoners, ondernemers en de gemeente waarbij de Facebookpagina is opgezet door inwoners. Die beheren dat. Ik doe er niks aan. Ik lever alleen dingen aan. Er is iemand die is daar heel enthousiast mee om dat te beheren en daar dingetjes op te zetten. Voor de twitter hebben we alleen een hashtag en geen account, dat gebruik voornamelijk ik alleen. Diegene die met Facebook bezig is, is ook echt aan het kijken voor een Twitteraccount. Dus dat het wat duidelijk is, maar ik vraag me ook af in hoeverre Twitter daar een heel, ja ik weet niet, heb niet het idee dat daar nog heel veel gebeurt. Het ligt misschien ook aan het moment, de stad en de mensen. Ik denk dat we meer hebben aan een goede Facebookpagina nu en een goede website waar we mee aan de slag moeten. En ja wat er dan verder nog geregeld moet worden weet ik op het moment niet. In principe ligt het beheer bij onze redactie, die beheren onze Facebookpagina. De communicatiemensen gaan over het Twitteraccount, dus als je daar iets mee wilt er is bijvoorbeeld laatst wel een Twitteraccount gestart vanaf een handhaving veiligheidsafdeling van de gemeente en die hebben dat wel afgestemd met de mensen van communicatie en de burgemeester, omdat het over veiligheid ging.

	Dus als je echt een officieel Twitteraccount namens de gemeente wilt, dat is iets anders dan een Twitteraccount van zo'n netwerk. Dit netwerk is niet alleen van de gemeente. Het is iets van de mensen en de stad. Dus als je echt een gemeentelijk Twitteraccount of website of iets dergelijks wilt, moet je wel meer dingen regelen qua autorisatie en die college en bestuur daarachter staat. <i>Ik dacht dat Samen Duurzaam ook een initiatief was vanuit de gemeente?</i> Nou wij hebben dat wel geïnitieerd, wij hebben die mensen bij elkaar gebracht en de bedoeling is dat wij het vooral faciliteren en stimuleren afhankelijk van wat en wanneer. Maar dat het vooral iets is van de mensen zelf, dus het zijn ook hun activiteiten die ze doen, waarbij wij ze zoveel mogelijk ondersteunen. We nemen de activiteiten niet over, dus als zij het dan niet meer willen doen houdt het een beetje op. Dan kunnen we wel wat harder stimuleren of mensen erbij zoeken, maar als er niemand is om te doen dan gebeurt het ook niet. Het moet wel vanuit de burger zelf komen, dat ze er enthousiast over zijn en actief voor zijn.
--	---

Interview Maarten de Vries → gemeente Rotterdam
mk.devries@rotterdam.nl / 06 20 54 51 79 (woensdag 24 april)

1. Kunt u eerst wat meer vertellen over uw huidige functie en uw rol m.b.t. duurzaamheid?	Ik ben communicatieadviseur bij de gemeente Rotterdam. Vanuit een soort serviceconstructie wordt ik voor 3 dagen in de week uitgeleend aan een programmabureau duurzaam. En één van de dingen die ik daarbij op me heb genomen is een deel van het onderhouden van de sociale netwerken die we inzetten. Ik richt me dan op de Twitter en Facebookaccounts van 010 duurzaam, dus zowel Facebook en Twitter is onder die naam te vinden. En het is gericht op de rotterdammers, dus echt de inwoners zelf. En daarnaast hebben we vanuit de samenwerkingsverband met de drie andere partijen hebben we ook het RCI (Rotterdam Climate Initiative) daar zit een collega van me op. Dat richt zich meer op grote stakeholders en bedrijven, het havenbedrijf, het waterbedrijf, internationale netwerken. Ik richt me echt op de inwoners.
2. Wat is jullie doelstelling rondom het thema duurzaamheid? (misschien m.b.t. de wijken/duurzame buurten.)	Ja, we hebben een soort overkoepelende visie met twee doelstellingen. De eerste is 50% minder Co2 uitstoot in 25 jaar. Dat is lastig natuurlijk als je ook het havengebied in je gemeente hebt. De tweede is dat we 100% klimaatbestendig willen zijn. Dat betekent bijvoorbeeld ook, ja we zijn een delta stad. Daardoor hebben we veel kans op wateroverlast. En zeker met een nog al stevige stad hebben we al vaak bij een hoosbui dat we tegen wateroverlast aanlopen. Dat werkt zich richting de Rotterdammers uit in een aantal doelstellingen: 1. We willen de komende tijd, we hebben de komende tijd een aantal acties waar Rotterdammers mee te maken hebben of krijgen. Waar we nu mee bezig zijn om ermee te starten is het verduurzamen van 10.000 bestaande woningen in Rotterdam. Onder verduurzamen verstaan we met name isolatie ingrepen, maar ook bijvoorbeeld betere installaties zoals een betere CV ketel. Denk bijvoorbeeld ook aan meer aansluiting krijgen van bestaande woningen op het warmtenet van de stad. We zijn nu bezig om te zorgen dat de haven en de industrie, de warmte die daar vandaan komt, die willen wij met een gigantische CV leiding naar de stad krijgen om meer huizen te verwarmen. Dat is wel heel belangrijk voor de economie, niet alleen voor de stad, maar voor heel Nederland. De warmte die daar vrij komt vang je op en gaat dan met een druk van 120 graden door een 26 kilometer lange leiding vanuit het grondlekgebied naar de stad toe. Het fijne is dat je daarmee

	steeds meer afhankelijk bent van warmtecentrales voor het stadsnet die speciaal aardgas verbranden. 2. Voor de Rotterdammers geldt natuurlijk dat zij overlast kunnen krijgen van de aanleg. Ja, daar zetten we wat meer algemene kanalen op in. Maar we willen uiteindelijk dus ook dat steeds meer mensen bereid zijn om hun huis te gaan isoleren, om er een betere installatie erin te laten plaatsen of nog liever dat ze hun bestaande woning op de stadsverwarming kunnen aansluiten.
3. Kunt u de 3 belangrijkste communicatiemiddelen opnoemen die jullie inzetten om deze doelstelling te behalen?	Voor dit verhaal met name het isolatiegedeelte, er zijn nu een strategie op aan het ontwikkelen. Waarbij we eigenlijk, dat doen we in samenwerking, is ook wel bijzonder. Dat doen we niet alleen als gemeente, om een aantal redenen. Kijk de rol van de overheid wordt steeds kleiner he. Er is minder macht, minder geld, minder mensen ook. Wat mijn ervaring ook wel is, dat mensen ook steeds minder vertrouwen hebben in overheden. Zeg maar 10 jaar geleden kon je gewoon, als je dan wat hoorde van de overheid of bedrijven ging je er wel vanuit dat het klopte. Dat geldt ook trouwens voor grote commerciële partijen, maar ook voor woningcorporaties. En de afgelopen jaren zie je in allerlei kranten steeds weer verhalen waar je teleurgesteld wordt in je vertrouwen. Er is altijd wel ergens een bestuurder bij welke partij dan ook die iets heeft gedaan waardoor je het niet meer zo kan vertrouwen. Dus wat wij willen gaan doen is juist sociale netwerken online en offline gaan neerzetten om mensen niet vanuit de gemeente te duwen met de boodschap je moet verduurzamen, maar om mensen die het al doen. De initiatieven die er al zijn zichtbaar te maken. Die vertellen het verhaal, daar geven wij ondersteuning aan en willen wij helpen. Daar hebben we geen enorme pot geld voor beschikbaar, want die tijd is voorbij. Wij werken dan samen met het bedrijfsleven en woningcorporaties om te kijken hoe wij samen dingen kunnen mogelijk maken. Maar het is heel erg beredeneerd vanuit het bedrijfsleven en de inwoners. Dat is voor de meeste gemeenten een complete omslag.
4. Waarom zitten sociale netwerken wel of niet in deze top 3? (welke bijdrage leveren ze voor jullie rondom duurzaamheid)	Ja, sociale netwerken zijn wel heel erg van belang. Daarbij maak ik niet eens een onderscheid tussen offline en online. Het is eigenlijk, als je het simpel bekijkt, één op elkaar aansluitend. Het vult elkaar aan, maar het één versterkt het ander ook. Kijk mensen die elkaar online ontmoeten kunnen samen gaan werken en daardoor elkaar in het echt gaan ontmoeten. En mensen die elkaar in het echte leven al

	kennen en samen dingen doen die kunnen online ook weer de samenwerking versterken. Het is niet zozeer een aanvulling, of één op één hetzelfde, maar de overlap wordt steeds groter denk ik. <i>Wat is de belangrijkste bijdrage van deze sociale netwerken in jullie communicatieaanpak?</i> Wat je merkt is dat Facebook en Twitter. Als ik even naar mezelf kijk en duurzaam. Het is heel belangrijk de toon die je aanslaat in berichten. Ik gebruik Twitter en Facebook eigenlijk zakelijk, zoals ik het privé ook gebruik. Qua toon. Dus dat betekent dat het niet hele droge of voorgekauwde berichten erop zet die vanuit één of ander communicatieplan komen. Maar even wat losser, met een leuk ding erin weet je wel. Dan merk je ten eerste dat mensen je bericht veel beter tot zich nemen, maar dat zo ook veel eerder geneigd zijn om het weer te delen met hun kennissen. En dat is wat je wilt. De tone of voice is heel belangrijk en dat is natuurlijk onder ander doordat, het idee achter social media is natuurlijk social het gaat over dat mensen dingen doorgeven aan elkaar. Dat je dingen met elkaar deelt en weer deelt, dan krijg je dus met één berichtje van één persoon wel weet ik veel hoeveel mensen op een niet bestaand feest ergens in Groningen! Ja, dat geeft het aan he. Die olievlekwerking is echt het meest cruciale onderdeel van social media. Dus je bijdrage is eigenlijk een aantal dingen als ik het even heel simpel formuleer: olievlekwerking, het vergoet je bereik, het vergroot de betrouwbaarheid van je boodschap en als laatste merk ik ook steeds meer dat het ook de wisselwerking bevordert. Dus waarbij de oude overheidscommunicatie nog al éénrichting was, dat was zenden zenden zenden. Op Facebook kun je reageren en op Twitter ook.
5. Welke sociale netwerken hebben jullie als gemeente zelf rondom dit thema? Online/Offline?	(zie bovenstaande)
6. Nemen jullie ook deel aan sociale netwerken die door de burger zijn geïnitieerd? >Zo ja, hoe doen jullie dat? Alleen online of ook offline? >Zo nee, waarom niet?	Nou de echte heel specifiek, apart opgezette dingen, af en toe op uitnodiging. Kijk Rotterdam is echt een hele grote stad, met ontzettend veel initiatieven. Ik ben in oktober begonnen voor het programma Duurzaam en heb toen ook naast het Twitteraccount ook een Facebookaccount opgezet. En ik probeer ook via dat Facebookaccount een beeld te krijgen van wat er allemaal speelt in de stad. En hoe langer ik daar mee bezig bent, hoe meer ik denk; wauw wat is er ontzettend veel wat mensen zelf aan doen. Daarmee like ik

	regelmatig initiatieven, waarvan bewoners dan een pagina maken op Facebook. Dan wordt je ook een beetje op de hoogte gehouden van wat er allemaal speelt. Dus dat gebeurt wel en ik merk dat het belang van Facebook en Twitter daarin wel steeds groter wordt. <i>Dus in principe laten jullie dat wel bij de bewoner liggen en mochten ze hulp nodig hebben, proberen jullie dat aan te bieden?</i> Ja, het is niet zo dat we overal bovenop duiken en het ons eigen proberen te maken, dus wat je bijvoorbeeld ook hebt. Dat is voor ons ook wel een belangrijke, dat doet een stichting voor ons. Heb je gehoord van de klimaatstraatfeesten? Daar zijn wij al een aantal jaren de gouden partner in zeg maar, dus wij maken dat mede mogelijk als gemeente. Dan is er een stichting die heel veel doet om bewoners te bereiken. Dat is het Rotterdams Milieu Centrum. En die doet heel veel dingen, mediacontact voor ons, maar ook milieucoaches trainen. Dat zijn gewoon normale mensen als jij en ik, die hun buren een training en advies geven in hoe ze hun woningen en levensstijl kunnen verduurzamen. En dat kun je zien als een sociaal netwerk, alleen is het dan geen Facebook, maar zijn het gewoon mensen in hun echte omgeving. Maar het heeft hetzelfde effect en Facebook versterkt dat. En het RMC doet voor ons ook straten ondersteunen, die graag mee willen doen aan het klimaatstraatfeest. Door allerlei tips en hart onder de riem te steken, maar ook zelf mee te komen helpen. En zo mobiliseer je dus bewoners, op basis van hun eigen activiteiten. Daar zit m de kracht ook in, juist om de gemeente die zich terug kan trekken en de bewoners die steeds wat terughoudender zijn in wat ze wel en niet van een overheid/gemeente aannemen. Kun je ontzettend goed op inspelen door ze hun eigen dingen te laten doen. Ze redden het steeds meer zelf, het fijne is dat het dan van de mensen zelf komt en uitgaat van een intrinsieke motivatie i.p.v. dat de gemeente er een hoop geld tegenover moet zetten in de vorm van subsidies om het voor hun aantrekkelijk te maken.
7. Komen bewoners volgens u meer samen in online of offline netwerken? Waarom?	Dat vind ik een goede. Mijn beeld is dat, kijk wat ik al eerder zei in het gesprek, het vult elkaar mooi aan ik denk dat dat hier echt van toepassing is. Kijk je hebt je fysieke omgeving waar je woont, dus je burens en de mensen in de straat en in je werkomgeving en de restaurantjes en kroegjes waar je heen gaat. En dan heb je via Facebook en andere netwerken heb je daar een aanvulling op. Je ziet wel dat daar van alles door elkaar gaat lopen, dus dat mensen online en offline ontmoetingen die wisselen elkaar af. Ik weet niet of het ene meer plaatsvindt dan het ander, maar met Facebook kan je op meer plaatsen tegelijk zijn. Als in, met meer mensen tegelijk contact hebben, dus dat zal wel

	toenemen denk ik. Ook als ik kijk naar mijn persoonlijke leven, daar gebeurt dat ook. Ik heb heel veel contact met mensen die ik vroeger nauwelijks sprak en dat is echt te danken aan Facebook. In dat opzicht zullen de online ontmoetingen wel toenemen. Maar ik denk dat het in veel gevallen ook weer leidt tot hele betekenisvolle ontmoetingen offline.
8. Kunt u de 3 belangrijkste redenen noemen om sociale netwerken in te zetten rondom het thema duurzaamheid? Wat is het doel? (Informeren? Beïnvloeden? Dialoog? Cocreatie?)	Mensen reageren echt, ze leveren kritiek, stellen vragen op berichten die we uit doen ook bijvoorbeeld iemand die berichten via het Facebook van 010Duurzaam dat die in het kader van duurzaam streekproducten in de stad wil verkopen i.p.v. dat je alles uit hele verre landen moet transporteren. En dat vind ik wel interessant en dan maak ik met de meneer een afspraak om koffie te drinken en dan kijk ik hoe ik zijn verhaal kan helpen vertellen. Zijn belang zou ongetwijfeld zijn dat hij via de gemeente financiële bijdrage wilt, ja dan heb ik slecht nieuws voor m want die kans is heel klein tegenwoordig. Maar het is wel zo als communicatieadviseur ga ik daar niet over, maar als ik er mogelijkheden in zie zal ik wel kijken of er van beleid iemand is die kan zeggen hier kunnen we wel of niet iets aan bijdrage. Dus je komt elke keer, het kan als je het handig aanpakt, de kloof dichten tussen overheid en burger.
9. Kunt u nog 3 andere thema's noemen, waarbij sociale netwerken succesvol worden ingezet om doelstellingen te behalen?	Er zijn zeker andere voorbeelden. Er zijn vanuit de gemeente Rotterdam zijn er twee accounts op Facebook actief en succesvol in het promoten van de leuke dingen in de stad. De ene is van de binnenstad en de andere is van de centrale webredactie van de gemeente. Die laatste communiceren zowel op Facebook, als op Twitter gewoon als Rotterdam. En die hebben ook een bepaalde webcaretaak gekregen. Dat is eigenlijk gewoon ontstaan, ze zijn begonnen met Twitter en Facebook gebruiken dat zorgde ervoor dat weet je je maakt jezelf extra bereikbaar. Het is een communicatiekanaal wat dan parallel komt te liggen aan e-mail, telefoon en dat soort dingen. Die hebben een enorm bereik! Die handelen een behoorlijke berg contacten per dag af. Dat zijn losse dingetjes. Wat ik daar wel aan mee kan geven als persoonlijke ervaring: voordat ik aan duurzaam begon heb ik een tijdje gewerkt in de hoek van scholen, jeugdzorg en leerplicht. En ik heb gemerkt in de communicatie en dan ook in de social media dat er een groot verschil zit tussen dat deel van de organisatie en waar ik nu werk. Wat je bij duurzaam bijvoorbeeld en bij leuke dingen in de stad, dan heb je een positief uitgangspunt dat betekent dat je boodschappen

	hebt die de mensen graag willen horen. Terwijl als je het hebt over problemen in de stad, spijbelen en uitvallende leerlingen en alle problemen die daar weer door ontstaan, heb je een negatief vertrekpunt en dan wordt het al snel politiek gevoelig, dan zijn de mensen minder geïnteresseerd in wat jij daar als gemeente van vindt. En dat werkt ook wel extra drempels en problemen op als je social media wilt gaan inzetten. <i>Dus het heeft ook wel met het thema te maken waarvoor social media een goed medium zou zijn?</i> Ja, in ieder geval dat het kan aansluiten bij je doelstellingen. Ik zeg daarmee niet dat je het niet moet doen. Het thema waar je je mee bezig houdt en de houding daarbij van inwoners zijn ontzettend van belang voor de kans van slagen. Dat betekent dus dat je heel goed moet nadenken hoe je het gaat doen. Daar gaat vaak mis, mensen bedenken het in hoofdlijnen en dan blijkt het in de praktijk heel slecht te werken. Met allerlei dingen. Dit is daar een heel goed voorbeeld van.
10. Wat zijn de 3 belangrijkste zaken die intern geregeld moeten worden om succesvol deel te kunnen nemen aan sociale netwerken?	Ik heb wel is begrepen dat er ergens een protocol moet rondzwerven van wat je allemaal wel en niet als ambtenaar van de gemeente zou mogen. Ik moet eerlijk zeggen als ik dan doorvraag bij mensen, dat niemand erin slaagt om iets van dat document boven water te toveren. En ik merk ook eigenlijk dat wat je in ieder geval moet regelen dat er wel echt. Even terug als je beslist om sociale media in te zetten moet je wel eerst echt bedenken waarom. Om sociale media denk iedereen nu, je moet je moet je moet. Maar je moet helemaal niet als jij je communicatie op een andere manier ontzettend goed geregeld hebt en je moet ook helemaal niet als jij een Facebookaccount aanmaakt rondom een project, maar als je alleen maar gaat zenden en nergens op reageert. Of nog erger dat je het aanmaakt en je doet er geen fluit mee. Dan kan je het beter niet doen. En omgekeerd beredeneerd, het zijn natuurlijk vakgebieden waarin persoonlijke netwerken van collega's van belang zijn en die zouden dan ook weer op persoonlijke titel gaan Twitteren en Facebooken. En daar kan je natuurlijk als gemeente een protocol opzetten als je wil, maar gemeenteambtenaren zijn ook nog steeds gewoon Nederlanders die leven in een vrij land. Je moet gewoon met verstand reageren en met verstand verhalen in de wereld helpen. Net zoals je dat normaal gesproken doet. Weet je zo social media protocol voor dat je het opgesteld hebt is het achterhaald. En weet je als je mensen niet kan vertrouwen, moet je je afvragen moet je die mensen dan wel in dienst

	hebben. Je probeert dingen in regels vast te leggen, die misschien helemaal niets toevoegen. Wat dan echt belangrijk is als je besluit social media in te zetten, dat je af en toe laat zien dat je er bent en vrij snel reageert op vragen. Als je aangesproken wordt moet je reageren. We hebben voor de collega's die voor het programmabureau Duurzaam werken en met nog een aantal mensen als achtervang hebben wij wel de wachtwoorden van Facebook en Twitter gedeeld onderling. Dus ik doe hoofdzakelijk de Twitter en Facebookaccounts 010Duurzaam, maar als ik op vakantie ga of vrij ben moet de show wel doorgaan. Kijk zoals je het zou doen met persvragen, dat stem je af met collega's en dat is hetzelfde met Tweets en reacties op Facebook. Als mensen vragen stellen behandel ik dat ook als een persvraag. Ik zorg dan dat inhoudelijke mensen worden ingeseind en reageren. Er is altijd één iemand primaire voor het beheren van een account en daardoor voorkom je dingen zoals tegelijk reageren op een vraag. Dus we voorkomen dat eigenlijk door als collega's onder elkaar dingen af te stemmen.
11. Laatste vraag; wat werkt volgens u beter Facebook of Twitter om doelstellingen te behalen?	Nou mijn antwoord is heel erg gekleurd door mijn persoonlijke voorkeur. Mijn voorkeur gaat uit naar Facebook, om een aantal redenen. Je kan op Facebook heb je letterlijk en figuurlijk meer beeld en gevoel bij de personen met wie je contact hebt en de dingen die ze zeggen. Twitter is maar 140 tekens per keer. Dat is af en toe prima, maar op Facebook vind ik gebruiksvriendelijker en heb het gevoel dat mensen zich daar meer op hun gemak voelen. Daardoor bereik je ze ook beter. Dat merk ik, jij? <i>Ja ik ook, maar ik merk ook dat gemeentes veel meer Twitter gebruiken en nog niet weten hoe ze met Facebook om moeten gaan..</i> Ja klopt, daar heb ik ook wel een idee bij als je daar interesse in hebt. Twitter is een social media kanaal wat zich uitstekend leent om alleen maar te zenden. En als je dat op Facebook doet, val je al heel snel door de mand. Sneller dan bij Twitter. En je ziet op Twitter veel meer de combinatie van zakelijk en privé. Terwijl Facebook toch vaak wel echt persoonlijk is.

Interview Jacqueline Hazeleger-Hartogs → gemeente Utrecht
j.hartogs@utrecht.nl / 030 286 41 76 (dinsdag 23 april)

1. Kunt u eerst wat meer vertellen over uw huidige functie en uw rol m.b.t. duurzaamheid?	Ik ben communicatieadviseur bij de gemeente Utrecht. En ik werk voor het programma Utrechtse Energie! En dat is het duurzaamheidsprogramma van de gemeente Utrecht. Dat kun je vergelijken met dat wat er in Zeist gebeurt. Alleen is de schaal wat anders denk ik in Utrecht. We hebben de doelstelling om in 2030 klimaatneutraal te zijn, wij hebben daarvoor 5 pijlers. Die vijf pijlers dat zijn bedrijven, wonen, mobiliteit, eigen organisatie en energieopwekking. Dat laatste gaat dan om het samen grootschalig opwekken van energie. <i>Kan je wat meer vertellen over de pijler wonen? Dat komt overeen met de doelstelling waar dit onderzoek zich op richt.</i> Ik denk dat dat zowel de pijler wonen als energieopwekking dat die twee pijlers op het icoon waar jij mee bezig bent. Want in wonen zit met name het verduurzamen en energie besparen op wonen. Zowel de particuliere woningen, waarvan mensen zelf eigenaar zijn als de huurwoningen. En voor de particuliere woningen hebben we natuurlijk direct met de bewoner te maken en voor de huurwoningen hebben we met name met name te maken met de coöperaties. Daarnaast hebben we de pijler energieopwekking en daar zit bijvoorbeeld ook het collectieve aanschaffen van zonnepanelen.
2. Wat is jullie doelstelling rondom het thema duurzaamheid? (misschien m.b.t. de wijken/duurzame buurten.)	Doelstelling is natuurlijk die klimaat neutrale opgave. En de doelstelling is natuurlijk dat je zoveel mogelijk mensen op energie laat besparen of hun energie duurzaam laten opwekken, als het gaat om die pijlers. En dat doe je dus door middel van het isoleren van woningen. De directe doelstelling van de gemeente is dat zij bewoners en huurders daarbij zoveel mogelijk helpen. Dat doen we enerzijds door ze financieel tegemoet te komen, dat doen we door ze inzicht te geven in hoe hun woning eruit ziet qua energielekken. Mensen kunnen een warmtescan bij ons aanvragen. Wij kijken naar de voorkant van hun woning, die geeft een indicatie van het energielekken van een woning en op basis daarvan kunnen zij een energieadvies op maat aanvragen. Dat kost primaire wel wat geld, maar als zij overgaan tot energiebesparende maatregelen dan krijgen ze dat bedrag ook weer van de gemeente terug. En vervolgens helpen we ze op weg en dan met name in de bemiddeling met installatiebedrijven, hoe zij hun woning kunnen aanpakken. Zijn het mensen met minder vermogen, dan kunnen ze ook nog een keer een duurzaamheidslening bij ons afsluiten. Waarmee ze tegen een rente

	reducerende lening, dus ze moeten wel gewoon het bedrag lenen. Maar wij geven een kleine subsidie op de ruimte die investeringen aan hun woning kunnen plegen.
3. Kunt u de 3 belangrijkste communicatiemiddelen opnoemen die jullie inzetten om deze doelstelling te behalen?	Het is jammer dat je meteen over middelen hebt, want we hebben heel veel middelen eigenlijk op het moment die we gebruiken. Dus ik kan niet drie belangrijke middelen noemen, ik zal liever toch opgaan op de uitgangspunten van de communicatie als je het goed vindt. En een uitgangspunt van de communicatie is als eerste dat mensen bereid zijn om dit te doen, omdat het in eerste instantie kosten bespaard en dat ze grip krijgen op hun energierekening en dat ook vrijheid oplevert. En die vrijheid zit met name in de energie opwekken. Als jij je eigen energie opwekt, dan ben je dus niet meer afhankelijk van zeg maar de dure energieleveranciers en je kunt zelf bepalen hoeveel je opwekt en hoeveel je verbruikt. En vervolgens wordt het uitgangspunt, het doel, door middel van netwerkcommunicatie. Dus in plaats van inzetten van een grote corporate communicatie offensieven proberen we via de netwerken mensen te bereiken. <i>Kan je een voorbeeld noemen van die netwerken?</i> Één van die netwerken is dat bewonersinitiatieven, bestaande initiatieven, dat we daar op aansluiten. Dat is een voorbeeld. Een ander voorbeeld is dat we de VvE's betrekken. Dat we voorlichting geven aan VvE's. mensen zijn georganiseerd met name in hoogbouw en boven en benedenwoningen hebben ze hun huis ondergebracht in Vereniging van Eigenaren en dan organiseren we bijvoorbeeld grote bijeenkomsten, waar we VvE's vertellen hoe zij gezamenlijk energie kunnen besparen. Een ander voorbeeld van netwerken is natuurlijk een woningcorporatie, dat is ook een netwerk. Via de woningcorporatie bereik je de huurder. En daar hebben we weer communicatiemiddelen voor. Dan zijn denk ik de voornaamste communicatiemiddelen: 1. De website van de gemeente 2. Informatiebijeenkomsten 3. Steeds meer kijken welke online sociale media daarin kunnen spelen voor spelen. Op het moment zetten we Twitter in. De eerste stappen richting Facebook beginnen nu te komen, omdat gemeente Utrecht een eigen Facebookpagina heeft. Dat gaan we nu inzetten en zodra we gaan straks ook de Zonneatlas introduceren. Dat is een computertoepassing waarin mensen online kunnen kijken of hun dak

	geschikt is voor het plaatsen van zonnepanelen. Welke plek van hun dak het meest geschikt is voor het plaatsen van die panelen en hoe we energie hiermee kunnen opwekken. En dat gaan we ook wegzetten via Facebook. Het staat natuurlijk op onze eigen website, maar dat beschouwen wij puur als een landingsplaats. Mensen komen daar terecht doordat ze via andere media getriggerd worden.
4. Waarom zitten sociale netwerken wel of niet in deze top 3? (welke bijdrage leveren ze voor jullie rondom duurzaamheid)	(zie ergens in tekst)
5. Welke sociale netwerken hebben jullie als gemeente zelf rondom dit thema? Online/Offline?	Zie bovenstaande.
6. Nemen jullie ook deel aan sociale netwerken die door de burger zijn geïnitieerd? >Zo ja, hoe doen jullie dat? Alleen online of ook offline? >Zo nee, waarom niet?	We hebben bijvoorbeeld een stel energieambassadeurs, die gaan namens de gemeente in hun buurt bekijken wie er belangstelling heeft voor bijvoorbeeld een informatiebijeenkomst of dat soort zaken. Soms gaan die mensen, stappen die gewoon bij een al bestaand buurtinitiatief binnen. Maar soms zijn er nog geen buurtinitiatieven en het kan dan goed gebeuren dat het naar aanleiding van zo'n informatiebijeenkomst die zo'n energieambassadeur organiseert, dat er een buurtinitiatief ontstaat. Maar er was bijvoorbeeld in Tuindorp een buurtinitiatief en ja wij hebben elkaar gevonden, en dat is dan puur op het netwerk van een projectleider die dan erachter komt van hey, Tuindorp heeft een actieve bewonersvereniging ik ga daar eens mee praten. En dan is 1 en 1 twee. Dan hebben wij bijvoorbeeld een zaaltje gehuurd en hebben we een bijeenkomst gehouden. Dus we zoeken die netwerken op. Nee we nemen niet deel in het netwerk van de bewoners, we faciliteren. Omdat het bestaande netwerken zijn en als we daarin gaan deelnemen wij zijn geen bewoner, wij zijn gemeente. We willen ze wel helpen en ondersteunen en stimuleren. En als ze vragen hebben dan kunnen ze daarvoor bij ons terecht. En als ze middelen nodig hebben, kunnen we daar ook naar kijken, maar het blijven hun eigen netwerken.
7. Komen bewoners volgens u meer samen in online of offline netwerken? Waarom?	We zien combinaties. Het heeft heel erg te maken met je doelgroep. In Utrecht heb je wijken waar veel hoog opgeleiden mensen zitten, die mensen zijn heel actief met LinkedIn en die weten elkaar heel erg online te vinden. En je hebt de wat meer traditionele groepen in de wat vaak armere wijken, zoals Kanaleneiland en Zuilen en die mensen vinden elkaar meer op straat en in het wijkcentrum enzo. Dus je aanpak moet je daar ook weer op aanpassen.
8. Kunt u de 3 belangrijkste redenen noemen om	Ten eerste kun je via sociale media vaak al je

sociale netwerken in te zetten rondom het thema duurzaamheid? Wat is het doel? (Informeren? Beïnvloeden? Dialoog? Cocreatie?)	doelgroep selecteren. Wij zoeken dan een natuurlijk moment. Mensen die aangeven dat ze geïnteresseerd zijn in verbouwen bijvoorbeeld, die kun je via Facebook een bericht sturen. Dat kun je doen. Je kunt mensen verder op attenderen dat via nieuwsbrieven in de wijk stukjes plaatsen waarin je zegt van kijk eens op de Facebookpagina als het gaat om energie besparen. Je bent eigenlijk, laat ik het wat strakker formuleren: je schiet minder met hagel. Je kunt veel gericht en heel specifiek jou doelgroep bereiken. Daarnaast kunnen mensen via die sociale media ook hun achterban heel makkelijk bereiken. Heel veel mensen zijn namelijk al georganiseerd. Mensen hebben al heel veel contact met hun burens, mensen zitten soms in een buurtinitiatief, zitten in een wijkraad dus zijn al redelijk actief. En via Facebook zetten zij dat ook heel makkelijk door naar geïnteresseerden in hun netwerk. Het doel is met name, belangrijk blijft hoe je het went of keert, je blijft zenden via de online sociale netwerken. Als ik een boodschap heb zoals energiebesparing loont en dat kan in Utrecht. En de gemeente helpt. Dat is een belangrijk deel. Verder merk je als je er heel erg actief op bent krijg je steeds meer dialoog. Je bouwt je eigen netwerk op, je hebt volgers en mensen gaan jouw ook weer benaderen en op dat moment gaat het om dialoog. Het is niet zo dat het een heel webcaretool is, zo ver zijn we niet. En via Facebook is het met name informeren en ja de mensen binnen krijgen en hopen dat zij het ook weer doorzetten binnen hun eigen netwerk.
9. Kunt u nog 3 andere thema's noemen, waarbij sociale netwerken succesvol worden ingezet om doelstellingen te behalen?	Dat zijn er heel veel. Ik weet niet of je wat van de Vrede van Utrecht hebt meegekregen, dat wordt ook heel veel via social media gedaan. De GG en GGD doen veel binnen social media, persvragen verlopen via social media, via twitter hebben we een webteam dat Twitter monitort om te kijken wat er speelt. Gladheidbestrijding gaat via Twitter. Zo zijn er nog veel meer voorbeelden.
10. Wat zijn de 3 belangrijkste zaken die intern geregeld moeten worden om succesvol deel te kunnen nemen aan sociale netwerken?	We hebben geen webcareteam. Ik twitter bijvoorbeeld ook zelf niet, dat doen projectleiders zelf. Het hele uitgangspunt daarbij is dat projectleiders, programmamanagers, zelf verantwoordelijk worden voor de communicatie met hun omgeving, met hun eigen netwerken. Zodra je daar een webcareteam op gaat zetten, dan neem je dat stuk weer bij ze weg. De gemeente is wel actief op webcare, maar dat zit op andere toepassingen. Niet op deze. Interne zaken die er geregeld moeten worden hangt heel erg van je communicatiestrategie af. Kijk als jij mensen wijs maakt als het gaat om

	duurzaamheid dat je er het meest gebaat bij bent als projectleiders dat inhoudelijke mensen zelf communiceren met de omgeving. Dan moet je er geen webcareteam tussen zetten. Je moet natuurlijk de koud water vrees bij mensen op sociale media wegnemen. Want zij zijn niet gewend om zelf te communiceren. Dat doen de gemeente, de afdeling communicatie, het klantcontactcentrum. Dat is dus vrij nieuw voor ze, dus je moet ze daarin begeleiden. En je moet ze laten inzien dat er allerlei discussies plaats vinden waarvan zij heel makkelijk onderdeel kunnen uitmaken. En waar ze hun doelstellingen ermee kunnen realiseren. Aanstaande donderdag hebben we bijvoorbeeld wel een inspiratiesessie van social media van heel veel mensen uit het programma. En daar komt dan iemand van het social media team, ons vertellen hoe we het doen op het gebied van social media. Hoe we het kunnen verbeteren, waar de kansen liggen en er gaan mensen aan de hand van een aantal eigen projectdoelstellingen kijken welk social media middel voor hun geschikt is. En vervolgens kan daar uit voort komen als ze daar behoefte aan hebben, dat ze bijvoorbeeld een training volgen. Voor mensen die daar nog niet zo bekend mee zijn en voor de mensen die daar wel bekend mee zijn doe moedigen we aan om het vooral te gaan doen. Er wordt wel aandacht aan besteed en gestimuleerd. En de communicatieafdeling neemt het niet over. Dat is het belangrijke. Want als je het aan de ene kant gaat stimuleren en aan de andere kant ga je het voor ze doen. Dan werkt het denk ik niet.
--	---

Arnold Groenewegen → Gemeente Zwijndrecht
a.groenewegen@zwijndrecht.nl / 078-7703669 (maandag 29 april)

1. Kunt u eerst wat meer vertellen over uw huidige functie en uw rol m.b.t. duurzaamheid?	Binnen ons gemeente hebben we een uitvoering duurzaamheidprogramma vastgesteld. En ik coördineer dat programma. Dat is grofweg wat mijn functie is. Wij hebben zijn als gemeente werken we samen binnen het samenwerkingsverband rechtsbestedend. Daar is ook een servicecentrum ondergebracht en daar hangt weer een communicatieclub onder. Wij huren die mensen in om de communicatie uit te voeren. Daar hebben we eigenlijk een aparte afdeling voor. Ik kan wel wat meer vertellen over hoe wij onze communicatie zien in het kader van duurzaamheid. Judith Punt is onze communicatieadviseur rondom dit thema, maar ik kan je ook wel wat meer vertellen.
2. Wat is jullie doelstelling rondom het thema duurzaamheid? (misschien m.b.t. de wijken/duurzame buurten.)	Wij hebben de wat abstractere begrippen duurzaamheid overgenomen, volgens mij is dat ook per definitie iets omgebouwd. Voor een aantal dossiers hebben we wat meer specifieke doelstellingen geformuleerd. Bijvoorbeeld binnen ons energiedossier wat onder het DUB hangt, het Duurzaamheid Uitvoering Programma daar hebben we wel hele specifieke doelstellingen in opgenomen. Zoveel procent besparing per jaar en zoveel procent duurzame energie erbij per jaar. <i>Hebben jullie dat dan ook op buurten gericht?</i> Binnen dat energiedossier maken we ook onderscheid in energiebesparing, energiebesparing duurzame bouw en daar hebben we een project op gezet. Bijvoorbeeld als het om de particuliere woningbouw gaat willen we zeg maar de vraag die mensen hebben rondom bouwkundige maatregelen bundelen en daarmee schaalvoordeel behalen. Dus het is dan goedkoper om bepaalde bouwkundige maatregelen uit te voeren. Daarnaast hebben we afspraken gemaakt met de particuliere sector. En ook afspraken met de woningbouwcoöperaties.
3. Kunt u de 3 belangrijkste communicatiemiddelen opnoemen die jullie inzetten om deze doelstelling te behalen?	1. Onze internetsite 2. Huis aan huis blad en onze duurzaamheidpagina die daar regelmatig in wordt opgenomen, dus de klassieke. 3. Twitteraccount van onze gemeente en onze bestuurders. Onze wethouder duurzaamheid twittert wel vrij specifiek met zijn account over het thema duurzaamheid.
4. Waarom zitten sociale netwerken wel of niet in deze top 3? (welke bijdrage leveren ze voor jullie rondom duurzaamheid)	Ik denk dat mensen toch wat meer op zoek zijn naar een wat inhoudelijk onderbouwd duurzaamheidverhaal. En als je naar Twitter kijkt dan kan je wel bepaalde activiteiten bijhouden, maar het is een hele korte statement wat weinig informatief zijn. En je wilt wel een beetje pijl trekken op stand van zaken of activiteiten die er plaatsvinden. Maar als je wat dieper de inhoud in wil, denk ik niet dat Twitter daar een geschikt

	middel voor is. <i>Oké, dus interactie aangaan op Twitter ziet u niet gebeuren?</i> Nou ik denk dat onze communicatiemiddelen niet zo zeer toe zien op interactie als wel om informatie over te dragen. Te informeren. Interactie is wat minder in ons beleid aanwezig.
5. Welke sociale netwerken hebben jullie als gemeente zelf rondom dit thema? Online/Offline?	We hebben Twitter online. Daarnaast supporten we een duurzaamheidplatform. Dat is een bijeenkomst van betrokken burgers en bedrijven die met ons willen meedenken over het thema duurzaamheid. Daarnaast worden binnen specifieke dossiers zoals het energiedossier themabijeenkomsten georganiseerd. Bijvoorbeeld collectieve inkoop van zonnepanelen is daar een voorbeeld van. Ituser komt daar voorbij. Ik heb al bouwkundige maatregelen die moeten leiden tot energiebesparing genoemd, daar worden ook specifieke bijeenkomsten georganiseerd en wij hebben het MVO en daar zijn netwerkbijeenkomsten die door een natuur en milieueducatie wordt verzorgd. <i>Dus jullie hebben wel heel veel offline netwerken?</i> Ja, heel veel offline. Dat klopt.
6. Nemen jullie ook deel aan sociale netwerken die door de burger zijn geïnitieerd? >Zo ja, hoe doen jullie dat? Alleen online of ook offline? >Zo nee, waarom niet?	Nee, voor als nog niet. We zien die ontwikkeling wel en daar zou ons beleid op aangepast moeten worden. Maar dat is tot op heden nog niet gebeurd. <i>En zijn er ook offline bijeenkomsten die bewoners organiseren waar jullie als gemeente aan deelnemen?</i> Wat we wel doen als we bijvoorbeeld een specifiek thema hebben zoals bijvoorbeeld afval. Gescheiden inzamelen van afval, dan sluiten we wel aan bij bijvoorbeeld bewonersverenigingen of iets dergelijks om te polsen van waar blijft ons beleid precies hangen of waar heeft de burger behoefte aan. Maar dat is minder structureel hoor.
7. Komen bewoners volgens u meer samen in online of offline netwerken? Waarom?	Dat is afhankelijk van je doelgroep die je daarin benaderd. Ik denk dat bedrijven, daar is de vraag wat groots en specifieker, dat zal veel meer offline zijn. Toch specifieke offline bijeenkomsten. De burger zou wellicht iets meer geïnteresseerd kunnen zijn, want die heeft iets minder diepgaande informatie nodig, met online middelen. Dat onderscheid zie ik een beetje terugkomen. <i>Dus bedrijven meer offline en bewoners online?</i> Ja.
8. Kunt u de 3 belangrijkste redenen noemen om	Ik denk in eerste instantie informatie brengen

sociale netwerken in te zetten rondom het thema duurzaamheid? Wat is het doel? (Informeren? Beïnvloeden? Dialoog? Cocreatie?)	belangrijk is. Het tweede is om ons beleid te verbeteren door suggesties van bewoners en daarbij ook draagvlak te creëren bij de uitvoering van ons duurzaamheidsbeleid. En als 3^e is vooral het beïnvloeden. <i>Dus jullie proberen bijvoorbeeld via Twitter de burger te beïnvloeden om een initiatief te starten rondom duurzaamheid?</i> Nee, dat hebben we tot op heden niet gedaan. Denk dat Twitter vooral bedoeld is om te informeren. Die beïnvloeding vindt meer offline plaats.
9. Kunt u nog 3 andere thema's noemen, waarbij sociale netwerken succesvol worden ingezet om doelstellingen te behalen?	Ik denk als het om repressief optreden gaat in het kader van rampen. Crisisbeheersing. <i>en nog andere?</i> Nee, dat is wel degene die me als eerste te binnen schiet.
10. Wat zijn de 3 belangrijkste zaken die intern geregeld moeten worden om succesvol deel te kunnen nemen aan sociale netwerken?	Als je vraag vooral ICT achtig is bedoeld, dan moeten we een account aanvragen via het servicecentrum. Als wij onze twitteraccount aangevraagd hebben en daar gebruik van willen maken, dan loopt dat via onze communicatieafdeling. En of er echt een protocol voor is dat weet ik. <i>Het beheer ligt dus bij de afdeling communicatie?</i> Ja dat klopt.

4.

Uitkomsten interviews andere gemeentes

1. Functie?

- Communicatieadviseurs rondom het programma duurzaamheid, met verschillende namen zoals "samen duurzaam" of "Utrechtse energie".

2. Doelstelling?

- De meeste hebben als doelstelling om klimaatneutraal te zijn in 2030.
- Daarnaast hebben de meeste gemeenten rondom wijken een doelstelling om op een bepaald percentage woningen energie te laten besparen.

3. Belangrijkste communicatiemiddelen?

1. Op de eerste plaats worden sociale netwerken het meeste genoemd. Er wordt niet door iedereen een onderscheid gemaakt in offline en online, maar de meeste geven toch aan dat **offline sociale netwerken het belangrijkste is**.
2. Op de tweede plaats worden verschillende **traditionele media** genoemd zoals, advertenties, posters, nieuwsbrieven, krant en website.
3. Op de derde plaats worden **social media** genoemd

4. Waarom zitten sociale netwerken in de top 3 wat is de bijdrage voor jullie?

Wel in top 3:

- Om niet vanuit de gemeente te duwen met de boodschap je moet verduurzamen, maar juist de **initiatieven die er al zijn zichtbaar te maken en wij geven daar ondersteuning aan of bij aansluiten, faciliteren. (4x genoemd)**
- olievlekwerking, het vergroot je bereik en vergroot de betrouwbaarheid.
- **Dat er daadwerkelijk wat gedaan wordt doordat mensen zich verbonden voelen en samen hun schouders eronder zetten en niet als eenling aan de slag gaan. (4x genoemd)**
- Het is ook **een trend** om dat gezamenlijk op te pakken, dat heet de netwerksamenleving.
- Je bent veel makkelijker te vinden (online).
- Het fysieke contact is belangrijk bij offline sociale netwerken.

Niet in top 3:

- Online sociale netwerken zijn niet geschikt om dieper de inhoud in te gaan, daar zijn offline netwerken dan wel weer geschikt voor.
- De inzet van online sociale netwerken is niet de hoofdmoot, omdat dat niet de manier is om alle burgers te bereiken.
- We kunnen prima uit de voeten met andere communicatiemiddelen en **onze doelgroep bevindt zich ook niet in online sociale netwerken. (2x genoemd)**
- Staat niet in top 3, maar misschien moet daar wel meer op ingezet worden.

5. Welke sociale netwerken hebben jullie als gemeente zelf rondom dit thema?

Offline:

- Offline netwerk (Samen Duurzaam) van bewoners en bedrijven (faciliterende rol hierbij) (2x genoemd)
- Offline netwerk (De groene mug) waarbij de gemeente bewoners uitnodigt
- Offline bijeenkomsten rondom een bepaald thema (4x genoemd)
- 033energie, die hebben een wijkaanpak om te komen tot duurzame maatregelen. Is door gemeente opgestart, maar later overgenomen. Doel is ook gemeente wil helpen, maar bewoners moeten uiteindelijk zelf oppakken.

Online:

- Gemeentelijk Twitteraccount (8x genoemd)
- Gemeentelijk Facebookaccount (4x genoemd)
- Facebookpagina gericht op duurzaamheid (3x genoemd)
- Twitterpagina gericht op duurzaamheid (4x genoemd)
- LinkedIn gericht op duurzaamheid
- ZonAtlas (2x genoemd)
- Facebook is leuker, daar reageren mensen ook op met eigen ideeën en Twitter is meer informeren. (2x genoemd)
- Facebook is meer voor de 'fun'. Leuke dingen delen, maar vinden geen diepgaande gesprekken plaats.
- Facebook staat nog redelijk in de kinderschoenen (2x genoemd)
- Twitter wordt voornamelijk gebruikt voor korte berichtjes om te informeren (2x genoemd)
- Twitter is meer gericht op nieuws en kennisuitwisseling.
- LinkedIn is meer carrière gerelateerd en vinden minder gesprekken plaats.

6. Nemen jullie ook deel aan sociale netwerken die door de burger zijn geïnitieerd?

Online:

- Op Facebook en Twitter houden we wel in de gaten wat er allemaal speelt om zo op de hoogte te blijven.
- Sommige bewoners hebben ook een eigen Facebookaccount rondom een initiatief, dat like ik dan wel. (2x genoemd) → geldt voor 1 gemeente ook voor Twitter
- Wij zoeken de actieve mensen rondom duurzaamheid ook online op om daarmee te praten.
- Nee, voor als nog niet we zijn daar wel mee bezig
- Nee, omdat de wijken/bewoners geen online netwerk hebben. (2x genoemd)
- We proberen zowel offline als online steun te geven aan netwerken rondom duurzaamheidsinitiatieven.

Offline:

- Niet echt, heel af en toe op uitnodiging.
- We sluiten soms wel aan bij een bewonersvereniging rondom een thema, maar dat is minder structureel.
- We zoeken bestaande netwerken wel op, dat doen onze energieambassadeurs, wijkteams, wijkcoördinatoren. We nemen er dan niet aan deel want wij **zijn geen bewoner**, maar **faciliteren** voornamelijk. We willen ze helpen, **ondersteunen** en stimuleren. (6x genoemd)
- We proberen zowel offline als online steun te geven aan netwerken rondom duurzaamheidsinitiatieven.
- De burgers redden het steeds meer zelf en het fijne daarbij is dat het vanuit de mensen zelf komt en uitgaat van een **intrinsieke motivatie (2x genoemd)** i.p.v. dat de gemeente er een hoop geld tegenover moet zetten om het aantrekkelijk te maken.

7. Komen bewoners volgens u meer samen in online of offline netwerken?

Online

- Online, omdat als je in een onderwerp geïnteresseerd bent online je groepen in de stad kan vinden.
- Online, omdat de burger minder diepgaande informatie nodig heeft en daarvoor zijn online middelen erg geschikt.

Offline

- Offline, als je naar de doorsnee burger kijkt. Online netwerken nemen natuurlijk wel een enorme vlucht
- Eerst offline, om elkaar vervolgens online te ontmoeten. (2x genoemd)
- Offline, als het om een wijk gaat dan ontmoet je elkaar sneller offline om samen initiatieven te starten.
- Offline, want mensen zoeken elkaar sneller op om ergens over te praten.
- Offline.

Verschillend

- Ligt aan doelgroep en doel (4x genoemd) offline is nodig om doel te bereiken en online voor laagdrempelige kennis.
- Vult elkaar aan/ ondersteunt elkaar (4x genoemd)

8. Kunt u de 3 belangrijkste redenen noemen om sociale netwerken in te zetten rondom het thema duurzaamheid? Wat is het doel? (rollen)

1. Informatie brengen (online)

2. Draagvlak creëren door suggesties

3. Beïnvloeden (offline)

1. Gericht en specifiek jouw doelgroep bereiken

2. Voornamelijk informatie zenden (online)

3. Dialoog aangaan (als je actief bent online, maar ook offline)

1. Face tot face bijeenkomsten, vragen stellen, dialoog aangaan (offline)

2. Informeren (online)

1. Elkaar ontmoeten en dialoog aangaan (offline)

1. Informatie ophalen (online)

2. Interactie aangaan, dialoog (offline, kan online nog beter)

1. Goedkoop & toegankelijk, intrinsieke motivatie, geen beïnvloeding

2. Informatie aanbieden (online)

3. Dialoog aangaan (online/offline)

1. Informatie plaatsen en ophalen (online)

→ voor de rest geen dialoog of iets anders, veel offline doen ze niet.

1. Informeren (online)

2. Bewust maken om in actie om te zetten (online)

3. Dialoog aangaan (offline)

1. Informeren (online)

2. Verbindingen leggen en inspiratie om iets te gaan doen (zowel online als offline)

1. Dialoog aangaan (offline maar ook online, mensen leveren echt kritiek en reageren)

2. Informeren

3. Kloof tussen overheid en burger dichten

→ Online netwerken zijn meer bedoeld om informatie over te dragen of te zoeken. Offline om dialoog aan te gaan. Een paar gemeentes geven wel aan dat het dialoog ook online plaatsvindt, maar dat is niet de meerderheid. Een enkele geeft beïnvloeding aan als doel, maar daarentegen geven de meeste weer aan dat het vanuit de burger moet komen. Intrinsieke motivatie en je dus niet meer moet gaan beïnvloeden.

9. Kunt u nog 3 andere thema's noemen waarbij sociale netwerken succesvol worden ingezet?

- Crisiscommunicatie (2x genoemd)

- Parkeerbeleid/mobiliteitsbeleid

- Eigenlijk alle afdelingen

- Sociale zaken

- Verkeer

- Stadsbeheer, zoals gladheidbestrijding, kapotte lantaarnpaal, groenvoorziening (3x genoemd)

- Wijkteams

- Handhaving

- Promotie van leuke dingen in de stad.

- Geen specifiek netwerk zoals bij duurzaamheid (2x genoemd)

- Niet dat ik weet (3x genoemd)

→ Er zijn wel een aantal voorbeelden te noemen, maar rondom een beleidsthema komt niet echt een duidelijk voorbeeld naar voren. Daarin schijnt het thema duurzaamheid wel echt een uitzondering te zijn.

10. Wat zijn de drie belangrijkste zaken die intern geregeld moeten worden om succesvol deel te nemen aan sociale netwerken?

- Beheer ligt bij de communicatieafdeling (4x genoemd)
- Beheer ligt bij KCC
- Interne organisatie overtuigen van het nut van sociale netwerken (2x genoemd)
- Interne organisatie opleiden door middel van trainingen
- Zorgen voor een plan, wie wat doet etc. (2x genoemd)
- Zorg voor achtervang wanneer de beheerder ziek is of vrij is (3x genoemd)
- Protocol met wat wel en niet kan (2x genoemd)
- Beheer bij één persoon, maar ook zorgen dat meerder mensen erbij kunnen om te onderhouden
- Inhoudelijke mensen (projectleiders) zelf laten deelnemen in netwerken rondom hun eigen thema en niet door een webcareteam laten overnemen.
- Met gezond verstand mee omgaan (2x genoemd)

De belangrijkste bijdragen van sociale netwerken?

- Krachten bundelen
- Vertrouwen in elkaar
- Ergens bij willen horen
- Het wij-gevoel
- Door met elkaar dingen op te pakken en na te denken over nieuwe kansen en mogelijkheden! (paar keer genoemd)

5. Vragen bewoners- verenigingen in Zeist (via mail)

1. Wat doen jullie precies als bewonersvereniging?
 2. Hoeveel personen bevinden zich binnen jullie bewonersvereniging?
 3. Wat voor typen personen bevinden zich binnen jullie bewonersvereniging? (Leeftijd? Werkend? Kinderen? Inkomen?)
 4. Hoe vaak komen jullie samen?
 5. Zijn jullie alleen actief op het gebied van duurzaamheid of ook op andere thema's?
- De antwoorden zijn terug te vinden in de analyse om de kwaliteit van de netwerken te meten.

6. Welke methode gebruiken jullie om doelstellingen te bereiken? Denk bijvoorbeeld aan een buurtinitiatief rondom duurzaamheid. Hoe realiseren jullie dat? bijvoorbeeld door de hulp van instanties, of door jullie eigen netwerk? online/offline? Wat werkt het beste?

Stichting groen Valckenbosch: Bij het initiatief voor Buurtpreventie hebben wij hulp gehad van de Gemeente en kunnen meeliften met een al bestaand initiatief. Mbt Duurzaamheid zijn we nog druk bezig dit op te zetten. Wel wordt er contact gezocht met andere wijken hoe zij het gedaan hebben en met de gemeente. Daarnaast zoeken wij informatie op via het internet. Wij zijn nu in gesprek met Qurrent voor de Duurzaamheidsavond en zij putten ook weer uit eerdere ervaringen. De doelstellingen die wij momenteel hebben zijn vaak het aantal bezoekers van georganiseerde gelegenheden. Bij bv de preventieavond zat dit op 10%. Wat vaak goed werkt is **mond-op-mondreclame en flyeren**. Helaas wordt onze website nog te weinig bezocht om daar wat mee te kunnen bereiken. Hier werken wij achter de schermen wel aan om dit te verbeteren

Buurtvereniging Pedagogebuurt: Wij houden via **Straatcontactpersonen** in de gaten wat er speelt in de buurt (en dit jaar via een Online enquête). Daarnaast hebben we vaste onderdelen in ons beleid. Als we een thema willen aanpakken is er meestal één trekker vanuit een persoonlijke interesse. Wij werken zoveel mogelijk samen met de gemeente en buurtverenigingen dichtbij.

Kerngroep Transition Town Zeist: Ik denk bijna: is het niet een idee dat jullie zelf eens komen kijken op een van onze projecten of de algemene inspiratie filmavonden? Elke 2e dinsdag van de maand nodigen we een spreker uit en/of vertonen we een inspirerende film. We gebruiken vooral de **buurtkrantjes voor promotie en ons eigen netwerk**. Ook doen we het via **FB en hangen we flyers op in alle supermarkten, biowinkels etc. Berichten in de krant werken het beste**.

7. Zouden jullie willen dat de gemeente ook onderdeel gaat uitmaken binnen jullie netwerk? Of vinden jullie Stichting Groen Valckenbosch echt iets voor de bewoners en niet voor de gemeente? Welke rol zou de gemeente hierbij moeten aannemen volgens u?

Stichting Groen Valckenbosch: SGV is voor de wijkbewoners, maar SGV zou niet zo goed kunnen werken als we niet de hulp kregen van de gemeente. We werken nauw samen met Bram Wispelweij, onze wijkmanager en delen vaak informatie mbt de wijk.

Buurtvereniging Pedagogebuurt: Wij hebben jaarlijks een buurtschouw met de gemeente en goed contact met de wijkmanager (Gerard). Daarnaast heeft de gemeente inhoudelijk bijgedragen aan ons Zonnepanelen project en (via het Herman Jordan) aan de plannen rond de A28. De gemeente kan capaciteit en kennis aandragen. Contact met de leden doen we het liefst zelf, omdat wij soms ook tegenover de gemeente staan.

Kerngroep Transition Town Zeist: Transition Towns is van iedereen! Samen moeten we het doen. Een transitie komt niet grootst op gang als er een klein clubje burgers heel hart loopt te trekken. We hebben elkaar nodig en kunnen fantastische dingen bereiken als we gaan **samenwerken, elkaar versterken**. De gemeente zou ons het makkelijk kunnen maken door er bekendheid aan te geven en ons in te schakelen als uitvoerders van een lokale projectgroep bijv. rondom eetbare pluktuinen in Zeist. We zitten vol goede ideeën en voeren uit wat we kunnen, maar echte slagkracht komt als we meer bekendheid krijgen en onze initiatieven gedragen worden door instanties zoals de gemeente, door ons te helpen met de regelgeving rondom gebruik van gemeenteground en dat ook ambtenaren zelf actief gaan worden.. Wij nodigen iedereen uit om niet te denken, plannen te schrijven, te analyseren en te onderzoeken maar lekker te gaan DOEN.

6. **Kwaliteit van de netwerken**

Algemene omschrijving: Wilhelminaparkbuurt Zeist

Deze wijk is in 2011 een duurzaamheidsinitiatief gestart. Dit initiatief is ontstaan door 10 buurtbewoners, waarbij zij zich hebben gericht hebben op bewustwording in de wijk en daadwerkelijke besparing. Denk aan carsharing, witte daken (platte daken), collectieve inkoop groene stroom, zonnecollectoren, straatfeesten rondom duurzaamheid. Duurzaamheid als gedragsnorm in de wijk: bewoners hebben een scherp aanbod voor zonnepanelen georganiseerd, versoepeling van vergunningsregeling voor het plaatsen van zonnepanelen, een buurtauto en starten met een buurtcentrale in samenspraak met basisschool het Spoor. **(analyse is gemaakt op woensdag 17 april)**

Naam netwerk	Omschrijving netwerk	Dichtheid	Nabijheid	Intensiteit	Wederkerigheid	Diversiteit	Volume
Online: www.wilhelminaparkzeist.nl	Website van Buurtvereniging Rond het Wilhelminapark. Dit is een interactieve website waarmee bewoners/bedrijven actief kunnen meedoen en eigen energieverbruik kunnen meten en vergelijken. Dit netwerk is begin 2009 opgestart.	Binnen dit netwerk zullen er niet veel verschillende typen personen zijn. Het zijn allemaal buurtbewoners met een gemeenschappelijk doel.	De nabijheid is niet relevant, omdat het een netwerk is die binnen één wijk actief is. Dit betekent automatisch dat er een hoge nabijheid is, omdat het dichte burens zijn die zich in het netwerk bevinden.	Mensen zoeken elkaar niet regelmatig op in dit netwerk. Alleen als er nood aan de man is zijn ze er te vinden. Er wordt ongeveer 1 keer in de maand een nieuwsbericht geplaatst. Het gaat hier vooral om meeweten. Meedenken of meeslissen wordt hier veel minder gedaan door bewoners.	Er is weinig wederkerigheid binnen dit netwerk. Er is ook een pagina vraag en aanbod waar wel wat wordt opgeplaatst, maar geen reacties op komen.	Binnen dit netwerk is wel een diversiteit aan onderwerpen. Er wordt niet alleen maar over duurzaamheid gesproken, maar ook over algemene zaken in de wijk.	Op het volume in dit netwerk heb ik geen toezicht op.
Online: Twitter: @bvweist	De buurtvereniging behartigt de belangen van de buurt en brengt buurtgenoten hier online bij elkaar. Dit netwerk is in september 2010 opgestart.	Binnen dit netwerk is er een grote opeenhoping van typen personen te zien. Zowel bedrijven, ambtenaren en bewoners zijn te vinden binnen dit netwerk.	(hetzelfde als wat hierboven beschreven wordt)	De frequentie van het onderling verkeer is erg laag. De laatste tweet is verzonden op 3 augustus 2012.	Er is weinig interactie binnen dit netwerk. Dit heeft ook met de intensiteit te maken, maar er reageren weinig personen op de berichten die geplaatst worden.	Dit netwerk geeft wel ruimte tot verscheidenheid. Er wordt niet alleen maar over duurzaamheid gesproken, maar ook over andere onderwerpen,	Binnen dit netwerk zijn er relatief veel personen aanwezig die verbanden leggen. Dit netwerk heeft 209 volgers en de beheerder volgt 43 personen/bedrijven.
Offline: Buurtvereniging Rond het Wilhelminapark	De buurtvereniging behartigt de belangen van de buurt en brengt buurtgenoten hier offline bij elkaar.	Gevraagd, maar geen reactie.	(hetzelfde als wat hierboven beschreven wordt)	Gevraagd, maar geen reactie.	Niet echt van belang.	Gevraagd, maar geen reactie.	Gevraagd, maar geen reactie.

Algemene omschrijving: Valckenbosch Zeist

Duurzaamheidsinitiatief gestart op het gebied van actief groen (o.a. Dieptetuin) en duurzaam veilig. (Analyse op woensdag 17 april)

Naam netwerk	Omschrijving netwerk	Dichtheid	Nabijheid	Intensiteit	Wederkerigheid	Diversiteit	Volume
Online: http://www.stichtinggroenvalckenbosch.nl	De website is van en voor bewoners uit de wijk Valkenbosch. Zorgen voor verkeersveiligheid, betere groen en speelvoorzieningen. Dit netwerk bestaat sinds 2007.	Binnen dit netwerk zullen er niet veel verschillende typen personen zijn. Het zijn allemaal buurtbewoners met een gemeenschappelijk doel. Het bestuur bestaat uit 7 leden in de leeftijd van 40-70 jaar.	De nabijheid in dit netwerk is groot, omdat het allemaal bewoners uit Valckenbosch zijn.	De frequentie van het onderlinge verkeer is erg laag. De website bevat een forum, maar daar is in 2011 voor het laatst iets op geplaatst. Wel worden er bijna elke week berichten op geplaatst vanuit het bestuur. Het gaat hier voornamelijk om meeweten.	Er is weinig interactie te vinden binnen dit netwerk.	Dit netwerk heeft geen grote diversiteit aan onderwerpen. Het netwerk bespreekt voornamelijk zaken over groen, verkeer en duurzaamheid.	Op het volume in dit netwerk heb ik geen zicht. Het aantal leden van het bestuur en de commissies zijn er in ongeveer 14. Deze zorgen voor de informatie, maar ik heb geen zicht over het aantal verbindingen met inwoners.
Online: Twitter: @valckenbosch	Een online netwerk voor bewoners in Valckenbosch om op de hoogte gehouden te worden van het laatste nieuws. Dit netwerk bestaat sinds 2011. * Bij navraag bleek dat de bewonerscommissie dit netwerk niet zelf beheerd. Op dit moment is dat alleen de website.	Binnen dit netwerk is er een opeenhoping van typen personen te zien. Zowel bedrijven, ambtenaren en bewoners zijn te vinden binnen dit netwerk. Het grootste gedeelte bestaat wel uit bedrijven en ambtenaren.	De nabijheid in dit netwerk is groot, omdat het een netwerk is die binnen één wijk in Zeist actief is. Hierdoor bevinden zich veel mensen in het netwerk die in Zeist wonen.	De frequentie van het onderling verkeer is erg laag. De laatste tweet is verzonden op 14 maart en daarna zijn er 2 berichten geretweet. Over het algemeen worden er meer berichten vanuit overheid/bedrijven geretweet, dan dat ze zelf informatie erop zetten.	Er is geen interactie binnen dit netwerk. Dit heeft ook met de intensiteit te maken, maar er reageren weinig personen op de berichten die geplaatst worden.	Binnen dit netwerk is wel een diversiteit aan onderwerpen. Er wordt over alle onderwerpen gesproken. Duurzaamheid komt niet heel vaak voor als thema.	Binnen dit netwerk zijn er erg weinig personen aanwezig die verbindingen leggen. Dit netwerk heeft 34 volgers en de beheerder volgt zelf 16 personen/bedrijven.
Online: Facebook: Stichting Groen Valckenbosch	Navraag gedaan bij de bewonerscommissie en zij wisten niets af van deze Facebookpagina. Deze wordt dus ook niet beheerd door de bewonerscommissie.	Geen idee	Geen idee	Geen idee	Geen idee	Geen idee	Geen idee

Naam netwerk	Omschrijving netwerk	Dichtheid	Nabijheid	Intensiteit	Wederkerigheid	Diversiteit	Volume
Offline: Buurtvereniging Stichting Groen Valckenbosch	Is een offline netwerk van bewoners uit de wijk Valckenbosch die zorgen voor verkeersveiligheid, betere groen en speelvoorziening. Dit netwerk bestaat sinds 2007.	De leden van het bestuur en de bewonerscommissie bestaat uit ongeveer 20 personen. Het zijn voornamelijk mannen in de leeftijd van 45- 75 jaar. Er zijn een aantal vrouwen lid van dit netwerk die zich in dezelfde leeftijdscategorie bevinden. Deze bewoners zetten zich graag in voor de wijk en hebben daar ook tijd voor.	De nabijheid in dit netwerk is groot, omdat het allemaal bewoners uit Valckenbosch zijn.	De leden van het bestuur komen gemiddeld 8 keer per jaar samen. Daarnaast zijn er vaak nog momenten waarbij ze samen komen die te maken hebben met lopende zaken op dat moment.	Niet echt van belang.	Dit netwerk heeft geen grote diversiteit aan onderwerpen. Het netwerk bespreekt voornamelijk zaken over groen, verkeer en duurzaamheid.	Op het volume in dit netwerk heb ik geen zicht. Het aantal leden van het bestuur en de commissies zijn er in ongeveer 14. Deze zorgen voor de informatie, maar ik heb geen zicht over het aantal verbindingen met inwoners.
Online: http://www.dieptetuin.com/	De 'Vrienden van de Dieptetuin' werd opgericht in het voorjaar van 2012 en bestaat uit zo'n 30 enthousiaste Zeistenaren die vrijwillig helpen met het onderhoud van de Dieptetuin. Het werk bestaat uit het onderhouden van de borders en andere beplanting van de Dieptetuin. Het is gelegen in de Zeister wijk Valkenbosch. Op de website is alles te vinden over de dieptetuin.	De leden van het bestuur en de bewonerscommissie bestaat uit ongeveer 30 personen. Het zijn zowel mannen als vrouwen die gepensioneerd zijn. Het netwerk bestaat dus voornamelijk uit 60+. Deze bewoners zetten zich graag in voor het onderhoud van de Dieptetuin en hebben daar ook	De nabijheid in dit netwerk is groot, omdat het allemaal bewoners uit Zeist zijn.	De frequentie van het onderlinge verkeer is erg hoog. De site is erg actueel. Binnen het netwerk wordt er voornamelijk informatie geplaatst en elke week een verslag van de werkochtenden en de agenda wordt bijgehouden. Het gaat voornamelijk om meeweten, maar er kan ook meegedacht worden. Meebeslissen kan hier niet, pas als je lid	Er is weinig interactie binnen dit netwerk. De site leent zich er ook niet voor om met elkaar in discussie of iets te gaan. Het is meer informatief.	Er is weinig diversiteit aan onderwerpen binnen dit thema, omdat dit netwerk speciaal gericht is op de dieptetuin en daarom ook volkomen logisch.	Op het volume in dit netwerk heb ik geen zicht. De leden van het bestuur bestaat uit ongeveer 30 personen. Hoeveel verbindingen er met bewoners wordt gelegd binnen dit netwerk weet ik niet.

Naam netwerk	Omschrijving netwerk	tijd voor. Dichtheid	Nabijheid	bent. Intensiteit	Wederkerigheid	Diversiteit	Volume
Offline: Vrienden van de Dieptetuin	De 'Vrienden van de Dieptetuin' werd opgericht in het voorjaar van 2012 en bestaat uit zo'n 30 enthousiaste Zeistenaren die vrijwillig helpen met het onderhoud van de Dieptetuin. Ons primaire werk bestaat uit het onderhouden van de borders en andere beplanting van de Dieptetuin.	De leden van het bestuur en de bewonerscommissie bestaat uit ongeveer 30 personen. Het zijn zowel mannen als vrouwen die gepensioneerd zijn. Het netwerk bestaat dus voornamelijk uit 60+. Deze bewoners zetten zich graag in voor het onderhoud van de Dieptetuin en hebben daar ook tijd voor.	De nabijheid in dit netwerk is groot, omdat het allemaal bewoners uit Zeist zijn.	De vrijwilligers die zich hiervoor inzetten komen in ieder geval twee ochtenden in de week offline samen. Hier werken ze dan gezamenlijk aan de Dieptetuin. Hoe vaak zij elkaar daarnaast zien, heb ik geen toezicht op.	Niet echt van belang.	Er is weinig diversiteit aan onderwerpen binnen dit thema, omdat dit netwerk speciaal gericht is op de dieptetuin en daarom ook volkomen logisch.	Het aantal verbindingen in dit netwerk bestaat uit ongeveer 30 man. Deze leggen onderling verbinding met elkaar om het gezamenlijk doel te behalen.

Algemene omschrijving: Hoge Dennen/Kerckebosch

Duurzaamheidsinitiatief om energie op te wekken en te besparen en duurzaam waterbeheer. De vereniging Hoge Dennen met zo'n 340 leden is actief in het verduurzamen van de wijk. De bewonersvereniging bestaat uit bewoners in het Noordelijke gedeelte van Kerckebosch en Hoge Dennen. **(Analyse 18 april)**

Naam netwerk	Omschrijving netwerk	Dichtheid	Nabijheid	Intensiteit	Wederkerigheid	Diversiteit	Volume
Online: http://www.hogedennen.net/	Website van de bewonersvereniging over onder andere duurzaamheid met onder andere een forum en een buurtradar. De buurtradar van Hoge Dennen laat zien welke bewoners actief zijn op een bepaald terrein. Dit netwerk bestaat sinds 2007.	Ik heb geen toezicht op het typen personen van de 340 leden. Het bestuur bestaat uit 5 personen. De man/vrouw verhouding is hierbij hetzelfde en de leeftijdscategorie is 45+.	De nabijheid in dit netwerk is groot, omdat hier alleen bewoners van Hoge Dennen en Kerckebosch actief op zijn.	In januari is er voor het laatst een nieuwsbericht geplaatst. In het forum zijn 9 leden actief, maar daar is een jaar geleden voor het laatst gediscussieerd. De frequentie van het onderling verkeer is dus redelijk laag.	Er is wel ruimte voor interactie, via een forum. Er is hier alleen vorig jaar voor het laats in gediscussieerd. Het is dus niet erg actief.	Er wordt binnen dit netwerk over verschillende zaken gesproken: - Sociale Zaken - Milieu en duurzaamheid - Verkeer en Ruimtelijke Ordening	Ik heb geen zicht op het aantal verbindingen die op de website worden gelegd. Wel weet ik dat er 340 leden zijn, die niet allemaal online actief zullen zijn. In het forum zijn in het verleden 9 leden actief geweest.
Offline: Bewonersvereniging Hoge Dennen	Een actieve vereniging die de belangen behartigt van de bewoners van de wijk Hoge Dennen in Zeist. Wij streven ernaar de onderlinge contacten te bevorderen, de leefbaarheid en het milieu van de wijk te onderhouden en een pro-actieve gesprekspartner te zijn voor de gemeente. De vereniging heeft momenteel zo'n 340 leden.	Ik heb geen toezicht op het typen personen van de 340 leden. Het bestuur bestaat uit 5 personen. De man/vrouw verhouding is hierbij hetzelfde en de leeftijdscategorie is 45+.	De nabijheid in dit netwerk is groot, omdat hier alleen bewoners van Hoge Dennen en Kerckebosch actief op zijn.	Het bestuur komt eens in de 2 maanden samen om te vergaderen. Dit netwerk heeft dus niet een erg hoge intensiteit. Daarnaast heb ik geen zicht op het aantal keer dat de leden elkaar offline ontmoeten.	Niet van belang in een offline netwerk. Dat is wel aanwezig.	Er wordt binnen dit netwerk over verschillende zaken gesproken: - Sociale Zaken - Milieu en duurzaamheid - Verkeer en Ruimtelijke Ordening	Er zijn best veel verbindingen binnen dit netwerk. Het netwerk bestaat namelijk uit 340 leden. Het kan zijn dat deze leden apart nog weer verbindingen leggen met andere inwoners uit de wijk.

Algemene omschrijving: Pedagogenbuurt

Het duurzaamheidsinitiatief wat in deze wijk plaats heeft gevonden is het plaatsen van zonnepanelen. Dit is tot nu toe gebeurd bij 18 woningen. Maarten van Deursen en Thijs Kurstjens zijn de initiatiefnemers hiervan. (Analyse op vrijdag 19 april)

Naam netwerk	Omschrijving netwerk	Dichtheid	Nabijheid	Intensiteit	Wederkerigheid	Diversiteit	Volume
Online: http://www.pedagogenbuurtzeist.nl/	De Pedagogenbuurt is formeel onderdeel van de wijk Zeist-Noord Van 'oudsher' komt een aantal malen per jaar een overlegorgaan bijeen dat 'Bewonersoverleg Vollenhove' wordt genoemd. Hieraan nemen vertegenwoordigers van alle flats, van het winkelcentrum én van de Pedagogenbuurt deel. Ten minste één lid van onze bewoners commissie gaat erheen. Belangrijkste coördinatiepunt voor onze buurt is het wijkteam en de wijkcoördinator van Zeist-Noord. Het wijkteam houdt formeel en informeel contact met de diverse 'buurten'. Wij als bewonerscommissie, maar ook ad hoc groepjes van bewoners of organisaties van minderheden kunnen zich door het wijkteam	Het huidige bestuur bestaat uit 5 mannen tussen de 35 en 65 jaar. Vrijwel allen zijn werkend, hebben kinderen en zitten in de middenklasse. Ik heb geen zicht op de type personen die zich binnen dit netwerk bevinden.	De nabijheid in dit netwerk is groot, omdat hier alleen bewoners van de Pedagogenbuurt actief op zijn	Mensen zoeken elkaar niet regelmatig op in dit netwerk. Er wordt ongeveer 1 keer in de maand een nieuwsbericht geplaatst. Het gaat hier vooral om meeweten. Meedenken of meeslissen wordt hier niet gedaan.	Er is geen ruimte voor interactie binnen dit netwerk. Er bestaat geen forum en bezoekers/le den krijgen niet de mogelijkheid om op een bericht te reageren.	- Verkeersveiligheid - Veiligheid,; - Onderhoud van de tussenstraten; - Gezelligheid - Informatie-uitwisseling over praktische en andere zaken waar het onze huizen betreft. - Winkelcentrum - Burenhulp - Geluidsoverlast en onderhoud van de geluidswal langs de A28; - Voorzieningen voor de jeugd: 'jongerenhangplek', speelplaatsjes, 'trapveldje'; - Vertegenwoordiging van de buurt in overheidsorgaan.	Op het volume in dit netwerk heb ik geen zicht. De leden van het bestuur bestaat uit 5 personen. Hoeveel verbindingen er met bewoners wordt gelegd binnen dit netwerk weet ik niet.

Naam netwerk	Omschrijving netwerk	Dichtheid	Nabijheid	Intensiteit	Wederkerigheid	Diversiteit	Volume
Offline: Bewonerscommissie Pedagogenbuurt Zeist	De Bewonerscommissie is een particulier initiatief. Het is geen 'gekozen' comité of een officiële vertegenwoordiging van de buurtbewoners. De commissie signaleert behoeften, vragen, initiatieven en geeft daar vorm aan door op vrijwillige basis projecten aan groepjes buurtbewoners over te dragen. Leden van de commissie nemen deel aan 'hoger' overleg en rapporteren daarover. Het contact met de buurtbewoners zelf onderhoudt de commissie door zo vaak als nodig is een buurtvergadering bijeen te roepen, door een Nieuwsbrief en door enquêtes.	Het huidige bestuur bestaat uit 5 mannen tussen de 35 en 65 jaar. Vrijwel allen zijn werkend, hebben kinderen en zitten in de middenklasse. Er kan gezegd worden dat er binnen dit netwerk sprake is van een grote dichtheid.	De nabijheid in dit netwerk is groot, omdat hier alleen bewoners van de Pedagogenbuurt actief op zijn	De leden komen ongeveer één keer per 6 weken bijeen. Dat is best veel wanneer je dit vergelijkt met andere buurtverenigingen. Tijdens deze bijeenkomsten wordt er vooral meegedacht over nieuwe zaken en beslissingen genomen.	Interactie vindt altijd plaats als mensen offline bij elkaar komen.	Binnen dit netwerk is er een grote diversiteit van onderwerpen waarover gesproken wordt. Niet alleen duurzaamheid, maar ook: - Verkeersveiligheid - Veiligheid - Onderhoud van de tussenstraten - Gezelligheid - Informatie-uitwisseling - Winkelcentrum - Burenhulp - Geluidsoverlast en onderhoud van de geluidswal langs de A28; - Voorzieningen voor de jeugd - Vertegenwoordiging van de buurt in overheidszorgaan.	Op het volume in dit netwerk heb ik geen zicht. De leden van het bestuur bestaat uit 5 personen. Hoeveel verbindingen er met bewoners wordt gelegd binnen dit netwerk weet ik niet.

Algemene omschrijving: Gemeente Zeist, Duurzame Buurten

De gemeente Zeist stimuleert duurzame initiatieven uit de buurten en wijken. Van woningisolatie, tot gezamenlijke inkoop van groene elektriciteit tot het afkoppelen van regenwater en biologisch eten. De trekker van het onderdeel "Duurzame Buurten" is Corina Onderstijn. Corina werkt voor de Omgevingsdienst Regio Utrecht (voorheen Milieudienst) en adviseert gemeenten, waaronder Zeist, over klimaat, energie en duurzaam bouwen. Voor de gemeente Zeist werkt ze samen met de inwoners van Zeist, in hun buurt, aan een duurzame toekomst. **(analyse 22 april)**

Naam netwerk	Omschrijving netwerk	Dichtheid	Nabijheid	Intensiteit	Wederkerigheid	Diversiteit	Volume
Online: Twitter: @DuBuZeist	Duurzaamheid, dat doe je samen, vindt gemeente Zeist. Daarom hier leuke en informatieve tweets over duurzaamheid voor iedereen die woont in Zeist en omstreken. Dit netwerk bestaat sinds half 2012.	Er bevinden zich veel typen personen binnen dit netwerk. Bewoners, ambtenaren, bedrijven, stichtingen, maar alleen m.b.t. duurzaamheid. Het kleinste gedeelte van de volgers bestaat uit bewoners.	De afstand binnen dit netwerk is redelijk klein. Over het algemeen bevinden de volgers zich allemaal binnen de Gemeente Zeist. Toch zijn er ook volgers die niet in Zeist wonen, maar tot elkaar komen vanwege het algemeen belang.	De frequentie van het onderling verkeer is erg hoog. Er wordt bijna elke dag een tweet geplaatst of een relevante tweet geretweet. Er is voornamelijk spraken van meeweten. Meedenken of beslissen door volgers gebeurt eigenlijk niet.	Er is weinig interactie binnen dit netwerk. Er reageren weinig personen op de berichten die geplaatst worden.	Dit netwerk is echt alleen gericht op relevante informatie rondom duurzaamheid in Zeist. De berichten die hier geplaatst worden gaan dan ook alleen over dit onderwerp.	Binnen dit netwerk zijn er relatief veel personen aanwezig die verbindingen leggen. Dit netwerk heeft 115 volgers en de beheerder volgt 108 personen/ bedrijven.
Online: LinkedIn: Duurzame Buurten	Er zijn al veel initiatieven op het gebied van duurzaamheid in de Zeister samenleving. Deze initiatieven willen we bundelen, verbinden, delen en waar nodig faciliteren. Dit draagt niet alleen bij aan de ambitie om klimaatneutraal te worden, maar draagt ook bij aan sociale cohesie in de buurt. Dit netwerk bestaat sinds juli 2012.	De typen personen binnen dit netwerk zijn redelijk hetzelfde. De leden zijn werkzaam bij milieuservice en rijksoverheid. Er bevinden zich geen bewoners binnen dit netwerk.	De afstand tussen de leden binnen dit netwerk is redelijk klein. De leden komen allemaal uit Utrecht en omstreken.	De frequentie van het onderling verkeer is laag. 7 maanden geleden is er voor het laatst een discussie gestart.	Er vindt helemaal GEEN interactie plaats binnen dit netwerk. Dit heeft ook te maken met de intensiteit van het netwerk. Als er iets geplaatst wordt, dan reageert bijna niemand erop.	Er is geen diversiteit aan onderwerpen binnen dit netwerk. Als er wordt gesproken, dan gaat het over duurzaamheid.	Binnen dit netwerk zijn er erg weinig personen die verbindingen leggen. Er zijn 22 personen lid van dit netwerk, wat erg weinig is.

Algemene omschrijving: Transition Towns Utrechtse Heuvelrug (algemeen netwerk over duurzaamheid in Zeist)

Op de Utrechtse Heuvelrug zijn al meerdere TT kernen actief in [Zeist](#), [De Bilt](#), [Doorn](#) en [Den Dolder](#). Transition Towns Heuvelrug is een samenwerkingsplatform voor iedereen die op de Utrechtse Heuvelrug met Transition Towns bezig is of aan de gang wil. (analyse 22 april)

→ Erg opvallend dat de website niet goed wordt bijgehouden, maar ze wel heel actief zijn op Facebook en Twitter.

Naam netwerk	Omschrijving netwerk	Dichtheid	Nabijheid	Intensiteit	Wederkerigheid	Diversiteit	Volume
Online: http://heuvelrug.transitiontowns.nl/	Transition Towns Heuvelrug is een samenwerkingsplatform voor iedereen die op de Utrechtse Heuvelrug met Transition Towns bezig is of aan de gang wil. Dit netwerk bestaat sinds november 2010.	Ik heb geen zicht op het typen personen die zich binnen dit netwerk bevinden.	De afstand binnen dit netwerk is redelijk klein. Dit netwerk is gericht op bewoners uit Zeist, de Bilt, Doorn en Den Dolder.	Het laatste nieuwsbericht is in november 2012 geplaatst. Niet erg actief.	Er is geen ruimte voor interactie binnen dit netwerk. Er bestaat geen forum en bezoekers/leden krijgen niet de mogelijkheid om op een bericht te reageren.	Dit netwerk bespreekt alleen zaken die te maken hebben met duurzaamheid.	Op het volume in dit netwerk heb ik geen zicht.
Online: Twitter: @TTHheuvelrug	Op zoek naar lokale kracht voor duurzame oplossingen voor de Utrechtse Heuvelrug. Dit netwerk bestaat sinds 2010.	Er is een grote diversiteit aan personen binnen dit netwerk. Bewoners, ambtenaren, bedrijfsleven, stichtingen vanuit het hele land. Er bevinden zich maar een aantal bewoners binnen dit netwerk.	De afstand binnen dit netwerk is redelijk groot. Er bevinden zich personen vanuit het hele land, maar wel allemaal met interesse voor duurzaamheid	De intensiteit van het onderling verkeer is redelijk. Er wordt ongeveer 3 a 4 keer per week tweets geplaatst of geretweet m.b.t. duurzaamheid binnen de Utrechtse Heuvelrug. Het gaat vooral om meeweten binnen dit netwerk.	Er vindt weinig interactie plaats binnen dit netwerk. Er wordt voornamelijk informatie gezonden.	De diversiteit aan onderwerpen is niet erg groot. Het gaat voornamelijk om duurzaamheid m.b.t. de regio Utrechtse Heuvelrug.	Er worden aardig veel verbindingen gelegd binnen dit netwerk. Dit netwerk heeft 329 volgers, wat best veel is. Daarentegen volgen ze zelf maar 65 personen.
Online: Facebook: Transition Towns Utrechtse Heuvelrug	Op zoek naar lokale kracht voor duurzame oplossingen voor de Utrechtse Heuvelrug. Dit netwerk bestaat sinds 2010.	Er is niet een duidelijk beeld van de personen die zich binnen dit netwerk bevinden. De leeftijdscategorie bestaat voornamelijk uit 35-	Er is geen zicht op de afstanden binnen dit netwerk. Ik denk dat het vergelijkbaar is met Twitter.	De intensiteit van het onderling verkeer is redelijk. Het ligt iets lager als bij Twitter, maar hoger als de website. Hier wordt 2 a 3 keer per maand een bericht geplaatst. Het gaat voornamelijk	Hoewel het netwerk zich wel uitstekend leent voor interactie, is er niet veel van terug te zien.	De diversiteit aan onderwerpen is niet groot. Het gaat met name om duurzaamheid m.b.t. de regio Utrechtse	Binnen dit netwerk zijn er 64 personen die de pagina 'leuk' vinden en 12 mensen die erover praten. Dat is relatief weinig als je het met Twitter vergelijkt.

		44 jaar.		om meeweten.		Heuvelrug.	
Naam netwerk	Omschrijving netwerk	Dichtheid	Nabijheid	Intensiteit	Wederkerigheid	Diversiteit	Volume
Offline: Kerngroep TT Zeist	Transition Towns Heuvelrug is een samenwerkingsplatform voor iedereen die op de Utrechtse Heuvelrug met Transition Towns bezig is of aan de gang wil. Dit netwerk bestaat sinds november 2010.	De personen in dit netwerk zijn erg variërend. De personen bevinden zich in de leeftijd tussen de 28-65 jaar.	De afstand binnen dit netwerk is redelijk klein. Dit netwerk is gericht op bewoners uit Zeist, de Bilt, Doorn en Den Dolder.	De kerngroep komt in ieder geval één en soms twee keer per maand samen. Daarnaast zijn er sommige die elke donderdag samen komen in Moeders Moestuin.	Interactie vindt altijd plaats als mensen offline bij elkaar komen.	Dit netwerk bespreekt alleen zaken die te maken hebben met duurzaamheid	De kerngroep bestaat uit 5/6 personen en daaromheen een hechte kring van ongeveer 5 a 10 actievelingen.

Algemene omschrijving: Energieke Buurt (algemeen netwerk over duurzaamheid in Zeist)

Wij helpen buurten, gemeenten en maatschappelijke organisaties bij het organiseren en benutten van buurtkracht. We brengen burgers bij elkaar om duurzame doelstellingen te realiseren, of om lokale zorgvragen in te vullen. En als burgers samen bezig zijn, gebeurt er vanzelf nog meer moois in de buurt. (analyse 22 april)

Naam netwerk	Omschrijving netwerk	Dichtheid	Nabijheid	Intensiteit	Wederkerigheid	Diversiteit	Volume
Online: www.energiekebuurt.nl	Energieke Buurt brengt mensen bij elkaar! Energieke Buurt gelooft in de kracht van samenwerkende buurtgenoten om duurzame verbeteringen te realiseren.	Ik heb geen zicht op het typen personen die zich binnen dit netwerk bevinden.	De afstand binnen dit netwerk is redelijk klein. Het is gericht op de inwoners van de gemeente Zeist.	Het laatste nieuwsbericht is op 8 november 2012 geplaatst. Dit is dus niet erg actief.	Er is geen ruimte voor interactie binnen dit netwerk. Er bestaat geen forum en bezoekers/leden krijgen niet de mogelijkheid om op een bericht te reageren.	Dit netwerk bespreekt alleen zaken die te maken hebben met duurzaamheidsinitiatieven.	Op het volume in dit netwerk heb ik geen zicht.
Online: Twitter: @energiekebuurt	Gemeenten en hun buurten helpen om duurzame kansen te herkennen en tot resultaat te brengen. Dit netwerk bestaat sinds januari 2012.	De typen personen binnen dit netwerk zijn voornamelijk actief op de zakelijke markt m.b.t. duurzaamheid. Verschillende bedrijven en instanties volgen, maar weinig bewoners zelf.	De afstand van de ene tot de andere speler binnen dit netwerk is redelijk groot. De volgers (voornamelijk bedrijven/instanties m.b.t. duurzaamheid) komen vanuit het hele land.	Het laatste bericht wat binnen dit netwerk is geplaatst is om 12 december 2012. Daarna is er niets meer geplaatst.	Er vindt geen interactie plaats binnen dit netwerk, dit heeft ook met de intensiteit te maken. Er was vorig jaar wel sprake van interactie, maar nu is dit netwerk onderhand op sterven na dood.	Dit netwerk heeft alleen zaken besproken m.b.t. duurzaamheid.	Er worden op zich aardig wat verbindingen gelegd binnen dit netwerk. Dit netwerk heeft 140 volgers. Daarnaast volgen ze zelf 182 personen. Dit betekent dat ze zelf meer verbindingen leggen dan dat er met dit netwerk wordt gelegd.
Offline: Energieke Buurt	EnergiekeBuurt is een initiatief van Jitske Tiemersma en Peter Dieleman uit Zeist.	EnergiekeBuurt bestaat uit twee personen, het is meer een bedrijf in oprichting dan een echt netwerk.	De afstand binnen dit netwerk is klein, de initiatiefnemers komen uit Zeist.	De initiatiefnemers komen wel vaak samen, omdat het meer een bedrijf is en je elkaar daardoor meer ziet.	Interactie vindt altijd plaats als mensen offline bij elkaar komen.	Dit netwerk bespreekt alleen zaken die te maken hebben met duurzaamheidsinitiatieven.	Dit netwerk probeert zoveel mogelijk verbindingen te leggen met bedrijven en gemeente om zaken voor elkaar te krijgen

Algemene informatie: Duurzame Buren (landelijk netwerk rondom duurzaamheid)

DuurzameBuren.nl is dé bron voor praktische informatie als het gaat om duurzame acties rond het eigen huis. Hier hoor je van de doeners zelf wat werkt en wat niet! Duurzame Buren geven hun kennis graag door. Dit doen ze via DuurzameBuren.nl maar ook graag in real life. Er is ontzettend veel informatie over duurzaamheid beschikbaar: Van de overheid, van adviesbureaus en installateurs. Maar wij geloven dat mensen liefst van een Duurzame Buur horen hoe je het moet aanpakken. Duurzame Buren is een project van de [Organisatie voor Duurzame Energie](#) (ODE). De vele leden van deze landelijke vereniging hebben samen een enorme schat aan kennis die zij graag willen delen. Daarbij zijn zij constant op zoek naar de nieuwste tips over energiebesparing en -productie in eigen beheer. DuurzameBuren.nl biedt een ideale omgeving om deze uitwisseling te stimuleren. **(analyse 22 april)**

Naam netwerk	Omschrijving netwerk	Dichtheid	Nabijheid	Intensiteit	Wederkerigheid	Diversiteit	Volume
Online: http://www.duurzameburen.nl/	DuurzameBuren.nl is dé bron voor praktische informatie als het gaat om duurzame acties rond het eigen huis. Hier hoor je van de doeners zelf wat werkt en wat niet! Duurzame Buren geven hun kennis graag door. Dit doen ze via DuurzameBuren.nl	Ik heb geen zicht op het type personen die zich binnen dit netwerk bevinden. Het zijn wel allemaal bewoners die hier samen komen rondom het thema duurzaamheid.	De afstand van de ene tot de andere speler binnen dit netwerk is super groot. De leden van Duurzame Buren komen vanuit het hele land om elkaar via dit netwerk te helpen.	De intensiteit van het onderling verkeer is redelijk groot. Dit is voornamelijk te danken aan het forum. Het laatste nieuwsbericht is in september 2012 geplaatst, dus dat is net erg actief.	Er vindt veel interactie plaats binnen dit netwerk door middel van het forum. Daar wordt elke week wel een paar keer een nieuwe topic geplaatst. Daarnaast kunnen leden ook evenementen plaatsen en is er een kaart waarin je Duurzame Buren kunt vinden. Hierdoor is de wederkerigheid groot	Dit netwerk bespreekt alleen zaken die te maken hebben met duurzaamheid.	Er worden heel veel verbindingen gelegd binnen dit netwerk. 983 Duurzame Buren delen hun persoonlijke ervaringen rond duurzaam bouwen en wonen, energiebesparing en -opwekking. Wat werkt, en wat niet?
Online: Twitter: @duurzameburen	Een twitter over duurzame pioniers die het gewoon dóen! Powered by ODE (Organisatie voor Duurzame Energie)	Er bevinden zich veel typen personen binnen dit grote netwerk. Duurzame Buren zelf, maar ook bedrijven en instanties m.b.t. duurzaamheid bevinden zich in dit netwerk.	De afstand van de ene tot de andere speler binnen dit netwerk is super groot. De volgers van Duurzame Buren komen vanuit het land.	De intensiteit van het onderling verkeer is erg laag. Er wordt ongeveer één keer in de maand een tweet geplaatst of geretweet. Verder wordt er niet meegedacht of beslist over zaken.	Er vindt eigenlijk geen interactie plaats binnen dit netwerk.	Dit netwerk bespreekt alleen zaken die te maken hebben met duurzaamheid.	Er worden erg veel verbindingen gelegd binnen dit netwerk. Er zijn 3.077 volgers (wat echt super veel is) en de beheerder van het netwerk volgt 679 personen.

Naam netwerk	Omschrijving netwerk	Dichtheid	Nabijheid	Intensiteit	Wederkerigheid	Diversiteit	Volume
Online: Facebook: duurzameburen	Duurzame Buren delen hun ervaringen en kennis over duurzaam bouwen, wonen, energiebesparing en -opwekking. Wat werkt, en wat niet? We schroeven, graven, zagen voor een duurzame toekomst. Dit netwerk is in 2010 opgericht.	Er is niet een duidelijk beeld van de personen die zich binnen dit netwerk bevinden. De leeftijdscategorie bestaat voornamelijk uit 35-44 jaar.	Er is geen zicht op de afstanden binnen dit netwerk. Ik schat in dat het net zoals bij Twitter en de website redelijk groot is.	De intensiteit van het onderling verkeer is erg laag. In februari is er voor het laatst een bericht geplaatst binnen dit netwerk. Er wordt niet meegedacht of meebeslist in dit netwerk.	Hoewel het netwerk zich wel uitstekend leent voor interactie, is er niet veel van terug te zien.	De diversiteit aan onderwerpen is niet groot. Het gaat alleen om duurzaamheid.	Binnen dit netwerk zijn er 153 personen die de pagina 'leuk' vinden en 0 mensen die erover praten. Dat is relatief weinig als je het met Twitter vergelijkt.
Online: LinkedIn: duurzame burens	Een plek voor duurzame pioniers die het gewoon dóen. Dit netwerk is opgericht in 2010.	De personen die dit netwerk volgen zijn voornamelijk afkomstig uit de zakelijke markt die affiniteit hebben met duurzaamheid. Echt Duurzame Buren bevinden zich niet in dit netwerk.	Er is geen zicht op de afstanden binnen dit netwerk. Ik schat in dat het net zoals bij Twitter en de website redelijk groot is.	De frequentie van het onderling verkeer is laag. Het netwerk biedt ook niet de mogelijkheid om een discussie te starten of een bericht te plaatsen.	Er vindt helemaal GEEN interactie plaats binnen dit netwerk. Dit heeft ook te maken met de intensiteit van het netwerk. Het is niet geschikt om interactie aan te gaan, omdat het netwerk zich daar niet voor leent.	Er is geen diversiteit aan onderwerpen binnen dit netwerk. Er wordt helemaal nergens over gesproken..	Binnen dit netwerk zijn er erg weinig personen die verbindingen leggen. Er zijn 63 personen die dit netwerk volgen. In vergelijking met de website, Twitter en Facebook ligt dit het laagst.

Algemene informatie: Spullen delen (landelijk netwerk rondom duurzaamheid)

Het idee achter Spullendelen.nl is dat we met zijn allen best veel spullen hebben die we nauwelijks gebruiken. Dat is eigenlijk best zonde. Vaak weten we echter niet van elkaar welke spullen we allemaal op zolder of in de kast hebben liggen. Spullendelen.nl maakt inzichtelijk wat er in je omgeving allemaal geleend kan worden en biedt een vertrouwde omgeving voor het lenen en uitlenen van spullen. Door spullen aan elkaar uit te lenen besparen we met z'n allen kostbare grondstoffen en energie die anders nodig zouden zijn voor de productie van nieuwe spullen. Spullen delen is daarom een stuk duurzamer!

Mooie bijkomstigheden: we kunnen elkaar op deze manier veel geld besparen, we leren onze burens weer kennen en het is ook gewoon erg leuk! **(analyse 29 april)**

*IN ZEIST ZIJN ER ONGEVEER 40 BEWONERS ACTIEF OP DEZE SITE

Naam netwerk	Omschrijving netwerk	Dichtheid	Nabijheid	Intensiteit	Wederkerigheid	Diversiteit	Volume
Online: http://www.spullendelen.nl/	Spullendelen.nl is een website waar je spullen die je niet (zo vaak) meer gebruikt kunt delen met de mensen die jij vertrouwt (b.v. je burens, vrienden en collega's). Op de Spullendelen.nl website kun je zien wat je in je omgeving en van je vrienden kunt lenen, zelf spullen te leen aanbieden en bijhouden van wie en aan wie je iets hebt (uit)geleend. Door spullen aan elkaar uit te lenen besparen we met z'n allen kostbare grondstoffen en energie die anders nodig zouden zijn voor de productie van nieuwe spullen. Spullen delen is daarom een stuk duurzamer! Dit netwerk bestaat sinds augustus 2010.	Er zijn veel personen binnen dit netwerk actief. Een echt duidelijk beeld van het type personen die zich hier bevinden heb ik niet. Er zullen ongetwijfeld veel verschillende personen actief zijn, met allemaal een gezamenlijk doel: duurzaamheid.	De afstand van de ene speler tot de ander speler kan groot, maar ook klein zijn. Dit netwerk is bedoeld voor alle inwoners van Nederland en daarom een grote afstand. Daarnaast deel je vaak spullen met je burens en dat maakt de afstand dan weer een stuk kleiner.	De intensiteit van het onderling verkeer is relatief hoog. Aan de ene kant wordt er door de initiatiefnemer niet veel nieuws op geplaatst. Het laatste bericht komt namelijk uit mei 2012. Daarnaast wordt er nog wel elke dag spullen geplaatst op de website, wat de intensiteit van het onderling verkeer weer verhoogd.	Er is een hoge wederkerigheid binnen dit netwerk. Deze website leent zich perfect om interactie met elkaar aan te gaan door middel van spullen delen. Dit gebeurt ook regelmatig.	Er is een grote diversiteit aan spullen die gedeeld wordt. Daarnaast is de diversiteit aan onderwerpen niet groot, omdat het gericht is op besparen en verduurzamen.	Er zijn 6.381 mensen binnen dit netwerk die 4.825 spullen met hun burens, vrienden bekenden delen. Er kan dus wel gezegd worden dat er veel verbindingen worden gelegd binnen dit netwerk.

Naam netwerk	Omschrijving netwerk	Dichtheid	Nabijheid	Intensiteit	Wederkerigheid	Diversiteit	Volume
Online: Twitter: @spullendelen	Waarom alles kopen als je ook kunt lenen? Via spullendelen.nl kun je spullen lenen en uitlenen aan je burens, vrienden, collega's enz. (niet erg actief)	Er bevinden zich veel typen personen binnen dit grote netwerk. Het zijn voornamelijk gewone burgers, die waarschijnlijk over het hele land komen en ook actief zijn op de website. Daarnaast bevinden zich ook bedrijven en instanties binnen dit netwerk, maar dat is relatief weinig.	De afstand van de ene speler tot de andere speler binnen dit netwerk is groot. Dit netwerk is bedoeld voor alle inwoners van Nederland en daarom bevinden zich ook personen vanuit het hele land hier.	Het laatste bericht wat binnen dit netwerk is geplaatst is op 23 januari 2013. Daarna is er niets meer geplaatst.	Er vindt geen interactie plaats binnen dit netwerk, dit heeft ook met de intensiteit te maken. Er was vorig jaar wel sprake van interactie, maar doordat er niets meer geplaatst wordt kunnen er ook geen vragen beantwoord worden.	Dit netwerk heeft alleen zaken besproken m.b.t. spullen delen wat het precies inhoudt en welke publiciteit zich daaromheen afspeelt.	Er worden op zich niet heel veel verbindingen gelegd binnen dit netwerk. Dit netwerk heeft 380 volgers. Daarnaast volgen ze zelf 246 personen. Als je dit over heel Nederland betreft en kijkt naar de verbindingen op de website is dat hier erg laag.
Online: Hyves: SpullenDelen	Waarom alles kopen als je ook kunt lenen? Via spullendelen.nl kun je spullen lenen en uitlenen aan je burens, vrienden, collega's enz. (niet erg actief) Dit netwerk bestaat sinds augustus 2010.	Er bevinden zich 15 leden binnen dit netwerk die allemaal boven de 40 jaar zijn, zowel mannen als vrouwen. Ze wonen niet allemaal bij elkaar in de buurt.	De afstand van de ene speler tot de andere speler binnen dit netwerk is relatief groot. Het zijn geen directe burens van elkaar.	Het laatste bericht wat binnen dit netwerk is geplaatst is op 23 augustus 2010. Daarna is er niets meer geplaatst.	Er vindt geen interactie plaats binnen dit netwerk, dit heeft ook met de intensiteit te maken. Er was vorig jaar wel sprake van interactie, maar doordat er niets meer geplaatst wordt kunnen er ook geen vragen beantwoord worden.	Dit netwerk heeft alleen zaken besproken m.b.t. spullen delen wat het precies inhoudt en welke publiciteit zich daaromheen afspeelt.	Er worden heel weinig verbindingen gelegd. Dit netwerk heeft 15 'vrienden'.

Algemene informatie: Peerby (landelijk netwerk rondom duurzaamheid)

Peerby is een klein bedrijfje met grote doelen. Wij geloven in "wij" en niet alleen maar "ik". Door mensen in contact te brengen en te laten delen proberen we een alternatief te bieden voor de wegwerpcultuur. Wij zijn geen heilige boontjes. Wij vinden dat alles wat "goed" is ook makkelijk, leuk en voordelig mag zijn. Zo is goed voor de planeet, goed voor je buurt en goed voor ons ook gewoon goed voor jou. **(analyse 29 april)**

Naam netwerk	Omschrijving netwerk	Dichtheid	Nabijheid	Intensiteit	Wederkerigheid	Diversiteit	Volume
Online: www.peerby.com	Peerby is de website waarmee je spullen kunt lenen en huren van je burens! Goed voor het milieu, je buurt en je portemonnee. Deel je rijk! Dit netwerk bestaat sinds november 2011.	Er zijn veel personen binnen dit netwerk actief. Een echt duidelijk beeld van het type personen die zich hier bevinden heb ik niet. Er zullen ongetwijfeld veel verschillende personen actief zijn, met allemaal een gezamenlijk doel: duurzaamheid.	De afstand van de ene speler tot de ander speler kan groot, maar ook klein zijn. Dit netwerk is bedoeld voor alle inwoners van Nederland en daarom een grote afstand. Daarnaast deel je vaak spullen met je burens en dat maakt de afstand dan weer een stuk kleiner.	De intensiteit van het onderling verkeer is relatief hoog. Aan de ene kant wordt er door de initiatiefnemer niet veel nieuws op geplaatst. Hooguit eens per maand. Daarnaast wordt er nog wel elke dag spullen geplaatst op de website, wat de intensiteit van het onderling verkeer weer verhoogd.	Er is een hoge wederkerigheid binnen dit netwerk. Deze website leent zich perfect om interactie met elkaar aan te gaan door middel van spullen delen. Dit gebeurt ook regelmatig.	Er is een grote diversiteit aan spullen die gedeeld wordt. Daarnaast is de diversiteit aan onderwerpen niet groot, omdat het gericht is op besparen en verduurzamen.	Ik heb geen zicht op het volume binnen dit netwerk.
Online: Twitter: @peerby	Met Peerby kun je online spullen delen. Goed voor het milieu, je buurt en je portemonnee. Deel je rijk!	Er bevinden zich veel typen personen binnen dit netwerk. Zowel inwoners, maar ook bedrijven en instanties die te maken hebben met duurzaamheid.	De afstand van de ene speler tot de andere speler binnen dit netwerk is groot. Dit netwerk is bedoeld voor alle inwoners van Nederland en daarom bevinden zich ook personen vanuit het hele land hier.	De intensiteit van het onderling verkeer is echt heel hoog. Er wordt om de paar uur wel tweets geplaatst, geretweet of mensen benaderd die de pagina gaan volgen. Ze verwelkomen elke nieuwe volger persoonlijk.	Er vindt veel interactie plaats binnen dit netwerk. Dit komt ook doordat de beheerder ook actief mensen benaderd en daardoor interactie ontstaat.	De diversiteit aan onderwerpen is niet zo groot. Het gaat vooral over Peerby, duurzaamheid en spullen delen.	Voor een landelijk netwerk worden er redelijk wat verbindingen gelegd. Er zijn 998 mensen die dit netwerk volgen. Daarnaast volgen zij zelf 657 personen.

Naam netwerk	Omschrijving netwerk	Dichtheid	Nabijheid	Intensiteit	Wederkerigheid	Diversiteit	Volume
Online: Facebook: Peerby	Met Peerby kun je online spullen delen. Dit netwerk bestaat sinds november 2011.	Er bevinden zich veel typen personen binnen dit netwerk. Van jong tot oud. Over het algemeen zijn het gewoon inwoners van Nederland die graag spullen willen delen met elkaar voor het milieu, de buurt en portemonnee. Maar ook andere bedrijven die iets doen met betrekking tot duurzaamheid bevinden zich binnen dit netwerk.	De afstand van de ene speler tot de andere speler binnen dit netwerk is groot. Dit netwerk is bedoeld voor alle inwoners van Nederland en daarom bevinden zich ook personen vanuit het hele land hier.	De intensiteit van het onderling verkeer is redelijk hoog. Er wordt eigenlijk wel elke dag een bericht of foto geplaatst. Deze gaan over Peerby zelf, maar ook over andere zaken m.b.t. spullen lenen/duurzaamheid.	Er vindt redelijk veel interactie plaats binnen dit netwerk. Zodra er een foto of bericht wordt geplaatst komen er altijd wel reacties onder te staan. Maar ook weer niet overdreven veel.	Dit netwerk heeft best een hoge diversiteit aan onderwerpen. Zo gaat het over Peerby zelf, maar ook de interne organisatie van Peerby, andere informatie over duurzaamheid en spullen wordt ook gedeeld.	Er worden super veel verbindingen gelegd binnen dit netwerken. 1.639 mensen vinden deze pagina leuk. Dit betekent dat er meer verbindingen worden gelegd op Facebook als op Twitter.

Algemene informatie: Nudge (landelijk netwerk rondom duurzaamheid)

Nudge is een organisatie die een duurzame samenleving sneller dichterbij wil brengen op een economisch verantwoorde manier. Om consumenten-initiatieven te versnellen zoeken wij de samenwerking met onderwijs, wetenschap, overheid en het bedrijfsleven. En voor duurzame initiatieven vanuit overheden of ondernemers zoeken we consumenten die deze producten of diensten een kans willen geven. **(analyse 29 april)**

*** In de Gemeente Zeist zijn er al ruim 150 bewoners die een stip op de kaart hebben gezet en vinden daarmee dat het groener kan.**

Naam netwerk	Omschrijving netwerk	Dichtheid	Nabijheid	Intensiteit	Wederkerigheid	Diversiteit	Volume
Online: https://www.nudge.nl/	Duurzaam consumentenplatform. Nudge - het Engelse woord voor zetje - bundelt de krachten van jou en van heel veel andere consumenten. We vinden elkaar in de wens onze leefomgeving duurzamer te maken en daar tevens direct invloed op uit te oefenen. Gemakkelijk, zonder veel moeite. De massa maakt hier het verschil. Want: duizend steunbetuigingen voor een groen initiatief is mooi, maar een miljoen is beter. Dit netwerk bestaat sinds november 2010.	Er zijn veel personen binnen dit netwerk actief. Een echt duidelijk beeld van het type personen die zich hier bevinden heb ik niet. Er zullen ongetwijfeld veel verschillende personen actief zijn, met allemaal een gezamenlijk doel: duurzaamheid.	De afstand van de ene speler tot de ander speler is erg groot. Dit netwerk is bedoeld voor alle inwoners van Nederland en daarom een grote afstand.	De intensiteit van het onderling verkeer is erg hoog. Je kan een profiel aanmaken en een stip op de kaart zetten om Nudge te steunen. Hierin zijn heel wat mensen actief. Daarnaast worden er ook veel nieuwsberichten, projecten, tweets etc. op de website geplaatst.	Er is een hoge wederkerigheid binnen dit netwerk. Op deze site kan er een profiel gemaakt worden, waardoor mensen interactie met elkaar kunnen aangaan.	Er is geen hoge diversiteiten aan onderwerpen. Het gaat vooral over duurzame initiatieven en mensen die samen willen gaan voor een duurzame samenleving.	Er worden super veel verbindingen gelegd binnen dit netwerk. Er zijn namelijk al 28.282 mensen die een stip op de kaart hebben gezet. Deze mensen hebben dus allemaal een profiel op de site. Daarnaast zijn er al ruim 150 bewoners uit Zeist die dit hebben gedaan.
Online: Twitter: @NudgeNL	NUDGE is een online platform met als doel het bevorderen van een duurzame samenleving. Door dialoog tussen consumenten en bedrijven bereiken we maximale impact.	Er zijn veel personen binnen dit netwerk actief. Een echt duidelijk beeld van het type personen die zich hier bevinden heb ik niet. Zowel mensen, bedrijven en instanties.	De afstand van de ene speler tot de ander speler is erg groot. Dit netwerk is bedoeld voor alle inwoners van Nederland en daarom een grote afstand.	De intensiteit van het onderling verkeer is erg hoog. Er wordt eigenlijk elke dag wel een tweet geplaatst.	Er vindt ook veel interactie plaats binnen dit netwerk. Mensen hebben vragen en daar wordt ook op gereageerd en daarnaast retweeten ze ook berichten.	Er is geen hoge diversiteiten aan onderwerpen. Het gaat vooral over Nudge zelf en alles met betrekking tot duurzaamheid.	Er worden super veel verbindingen gelegd binnen dit netwerk. Er zijn 8.389 mensen die dit netwerk volgen. Daarbij volgen zij zelf 956 mensen. Erg veel voor een landelijk netwerk.

Naam netwerk	Omschrijving netwerk	Dichtheid	Nabijheid	Intensiteit	Wederkerigheid	Diversiteit	Volume
Online: Facebook: Nudge Nederland	NUDGE is een consumentenplatform met als doel het bevorderen van een duurzame samenleving. Door consumentenkracht te bundelen, bereiken we maximale impact. Dit netwerk bestaat sinds november 2010.	Er zijn veel personen binnen dit netwerk actief. Een echt duidelijk beeld van het type personen die zich hier bevinden heb ik niet.	De afstand van de ene speler tot de ander speler is erg groot. Dit netwerk is bedoeld voor alle inwoners van Nederland en daarom een grote afstand.	De intensiteit van het onderling verkeer is erg hoog. Er wordt eigenlijk elke dag wel een eigen bericht, nieuwsbericht of foto geplaatst.	Er vindt ook veel interactie plaats binnen dit netwerk. Veel mensen vinden de berichten die worden geplaatst leuk en reageren daar ook echt op of komen met ideeën. Dit komt natuurlijk ook doordat er actief berichten worden geplaatst.	Er is geen hoge diversiteiten aan onderwerpen. Het gaat vooral over Nudge zelf en andere berichten/zaken betrekking tot duurzaamheid.	Er worden erg veel verbindingen gelegd binnen dit netwerk. Er zijn 3.274 mensen die dit netwerk leuk vinden. Daarbij reageren ook veel mensen op berichten. Dit is relatief hoog voor een landelijk netwerk, hoewel het netwerk op Twitter nog meer verbindingen legt.

Algemene informatie: Transition Towns Nederland: (landelijk netwerk rondom duurzaamheid)

Transition Towns Nederland is een netwerk van groepen burgers in steden, dorpen of buurten, die aan de slag zijn om hun manier van wonen, werken en leven minder olieafhankelijk, meer duurzaam en meer sociaal te maken. [Piekolie](#), [klimaatverandering](#) en de hiermee samenhangende economische crises, zijn de belangrijkste drijfveren om in actie te komen. (analyse 29 april)

Naam netwerk	Omschrijving netwerk	Dichtheid	Nabijheid	Intensiteit	Wederkerigheid	Diversiteit	Volume
Online: http://transitiontowns.nl/	Transition Towns Nederland is een netwerk van groepen burgers in steden, dorpen of buurten, die aan de slag zijn om hun manier van wonen, werken en leven minder olieafhankelijk, meer duurzaam en meer sociaal te maken. Dit netwerk is in december 2010 opgericht door 4 personen. Start ideeën in 2008.	Ik heb geen zicht op het typen personen die zich binnen dit netwerk bevinden.	Dit is een landelijk netwerk, dus de afstand van de ene tot de andere speler zou ongetwijfeld redelijk groot zijn.	Dit netwerk is redelijk actief. Er worden wel een paar keer in de week nieuwsberichten op de website geplaatst.	Ondanks dat het netwerk redelijk actief is vindt er niet veel interactie plaats. Mensen kunnen wel reageren op berichten, maar doen dat niet. Dat is in 2012 voor het laatst gebeurd. Daarnaast kunnen ze ook niet echt een profiel aanmaken.	Dit netwerk bespreekt algemene zaken m.b.t. duurzaamheid.	Op het volume in dit netwerk heb ik geen zicht.
Online: Twitter: @TTNederland	Transition Towns versterken mensen en groepen, die lokaal aan de slag gaan om hun wonen, eten, werken en leven minder olie-afhankelijk en meer duurzaam te maken	Er is een grote diversiteit aan personen binnen dit netwerk. Gewone inwoners van Nederland, maar ook bedrijven en instanties die zich bezig houden met duurzaamheid.	Dit is een landelijk netwerk, dus de afstand van de ene tot de andere speler zou ongetwijfeld redelijk groot zijn.	Dit netwerk is redelijk actief. Bijna elke dag worden er wel tweets geplaatst, maar die worden voornamelijk doorgelinkt vanuit de Facebook pagina.	Ondanks dat dit netwerk redelijk actief is met het plaatsen van berichten, vindt er weinig interactie plaats. Er wordt niet veel gevraagd of beantwoord.	Dit netwerk bespreekt vooral zaken rondom Transition Towns, maar ook over duurzaamheid in het algemeen.	Er worden niet heel veel verbindingen gelegd voor een landelijk netwerk. Dit netwerk heeft 593 volgers en zij volgen zelf 114 personen. Relatief laag voor een landelijk netwerk.
Online: Facebook: Transition Towns Nederland	Transition Towns Nederland is het gezamenlijke netwerk van lokale Transition Town groepen. Ter wederzijdse versterking en verbinding door middel van training, informatiedeling en conferentie. Dit netwerk is in 2009 opgericht.	Er is een grote diversiteit aan personen binnen dit netwerk. De leeftijdscategorie bestaat voornamelijk uit 35+.	Dit is een landelijk netwerk, dus de afstand van de ene tot de andere speler zou redelijk groot zijn.	Dit netwerk is redelijk actief. Bijna elke dag worden er wel berichten of foto's geplaatst m.b.t. duurzaamheid en dan niet alleen over Transition Towns.	Het netwerk is wel redelijk actief, maar er vindt niet echt interactie plaats. Op berichten wordt wel is gereageerd, maar niet heel erg actief.	Dit netwerk bespreekt zaken rondom Transition Towns, maar ook over duurzaamheid in het algemeen.	Er worden binnen dit netwerk meer verbindingen gelegd als bij Twitter. 937 mensen vinden dit netwerk leuk, wat bijna het dubbele is als op Twitter.