



# Sociale Media, Burgerparticipatie en Sociale veiligheid

Het grote plaatje

Hans van den Broek, Mirjam Huis in 't Veld, Arnout de Vries, Rob van Son

TNO-DV 2012 M201





## Inleiding

Incidenten, rampen, noodsituaties, crises hebben altijd impact op burgers. De fysieke en sociale veiligheid van burgers is dan direct in het geding. Maar burgers zijn niet alleen slachtoffer, zij kunnen ook zichzelf of anderen helpen en redden. Daarnaast spelen burgers een belangrijke rol bij het voorkomen of vroegtijdig signaleren van (potentiële) gevaren. Bij deze gebeurtenissen, die een levensbedreigend karakter hebben, is zelfredzaamheid en inzicht in het handelingsperspectief dan ook essentieel.

Burgers kunnen ook bijdragen aan sociale veiligheid door de effectiviteit van het optreden van officiële instanties te vergroten, bijvoorbeeld door 'ogen en oren' te zijn van de hulpverleners en bij te aan snellere beschikbaarheid van betere informatie.



Professionele veiligheidsorganisaties, zoals de politie, maar ook gemeenten, openbaar vervoer organisaties en organisatoren van evenementen, zien in sociale media een middel om burgers actief te betrekken bij de zorg voor meer sociale veiligheid.

Wat zijn de ervaringen tot nu toe? Hoe ver zijn organisaties met het gebruik van sociale media? Hangt dit af van individuele enthousiastelingen of is het al helemaal in het beleid opgenomen? Kost het niet veel meer dan het oplevert? Om hier meer zicht op te krijgen heeft TNO in 2011 een verkenning uitgevoerd.

In deze presentatie doen we verslag van deze verkenningstocht door het sociale media landschap. We proberen het klimaat te beschrijven en te schetsen wat de ontwikkelingen zijn.

1. Waar praten we over?
2. Verkenning van het sociale media landschap in relatie tot burgerparticipatie.
3. Welke bijdrage kan TNO leveren?
4. Samenvatting

## **INHOUD VAN DEZE PRESENTATIE**

Afbakening en begrippen

# **1. WAAR PRATEN WE OVER?**



## Burgerparticipatie

Interactieve burgerparticipatie maakt al sinds enige tijd deel uit van de middelen die ingezet worden voor het maken van geïnformeerde beleidskeuzes. Het wordt ingezet door publieke en private instanties, op hoog en op laag niveau, regionaal, nationaal en internationaal, en binnen verschillende domeinen. Centraal staat de gedachte dat de burger op één of andere manier betrokken is of wordt bij het vormen van beleid. Het fenomeen laat zich typisch kenmerken door sleutelwoorden als “interactie, communicatie, participatie en deliberatie”.

Achterliggende motieven:

- **instrumentele benadering** – burgerparticipatie als middel ter inhoudelijke verrijking van het beleid (effectiviteit), vergroten van draagvlak en acceptatie van beleid (legitimiteit);
- **substantiële benadering** – burgerparticipatie als middel voor het verkleinen van de kloof tussen burgers en overheid, beoefening burgerschap en democratisch recht;
- **overige motieven** – burgerparticipatie omdat het moet (beleid, juridische argumenten) of omdat het hoort (hype).



## Participatieniveau - Participatieladder



Participatieniveau	Democratievorm	Rol van beleidsmaker	Rol participant
Informeren	Representatieve democratie	Agendavorming door het bestuur, publiek wordt hiervan op de hoogte gehouden.	Toehoorder
Raadplegen	Inspraakdemocratie	Agendavorming door het bestuur, maar ziet publiek als partner bij beleidsvorming. Maar, resultaten uit het overleg worden niet als bindend voor het bestuur beschouwd.	Geconsulteerde
Adviseren	Inspraakdemocratie	Agendavorming door het bestuur, maar publiek krijgt gelegenheid om problemen en oplossingen aan te brengen. De politiek kan hiervan enkel beargumenteerd afwijken.	Adviseur
Coproduceren / Cocreatie	Interactieve democratie	Bestuur en betrokkenen komen samen een agenda overeen, men zoekt samen naar oplossingen. Het bestuur verbindt zich aan de hieruit voortgekomen resultaten.	Partner
(Mee)beslissen	Directe democratie	Bestuur laat agenda- en beleidsvorming volledig over aan de betrokkenen en speelt hierin zelf slechts een adviserende rol.	Beslisser



## Burgerparticipatie in de context van sociale veiligheid

Burgerparticipatie in de context van sociale veiligheid betekent vooral het probleemoplossend vermogen en zelfredzaamheid van burgers vergroten. Initiatieven als Burgernet, Amber Alert, maar ook programma's als 'Opsporing gezocht' zijn bedoelt om 'de kans op succesvolle opsporing' te vergroten door middel van burgerparticipatie: hoe meer ogen en oren, hoe groter de kans op nuttige informatie: *de burger als opsporingsmedewerker.*

In de 'Strategie aanpak criminaliteit' wordt begin 2011 door de Raad van Korpschefs, naast de burger als opsporingsmedewerker, nog twee rollen onderscheiden voor de burger bij de aanpak van criminaliteit: *de burger als baas in eigen wijk en de burger als moreel ondernemer.*





## Onder sociale veiligheid verstaan we

De aan- of afwezigheid van bedreigingen als gevolg van criminaliteit, overlast en verloedering tussen (groepen) burgers, bedrijven en/of de overheid (CBS, 2010). We spreken van sociale veiligheid als de volgende voorwaarden gelden:

- Het gaat om gebeurtenissen die in verhouding tot ernstige gebeurtenissen zoals natuurrampen en terrorisme, vrij vaak voorkomen.
- Het voelt voor mensen alsof het in je directe omgeving ook zou kunnen gebeuren of gebeurt. Het voelt dichtbij.

## Objectieve Sociale Veiligheid

De objectieve veiligheid heeft betrekking op het feitelijke aantal incidenten dat plaatsvindt in een bepaalde omgeving en de werkelijk (statistische) kans die burgers lopen om daarvan slachtoffer te worden. De objectieve veiligheid wordt doorgaans onderverdeeld in persoonsgerelateerde criminaliteit en overlast. Persoonsgerelateerde criminaliteit is criminaliteit waarvan wij persoonlijk schade ondervinden of die onze integriteit aantast. Met overlast wordt bedoeld overlast van rondhangende groepen jongeren, geluidsoverlast, onbeleefdheden, wildplassen, rondslingerend vuil, bedreigingen en scheldpartijen.

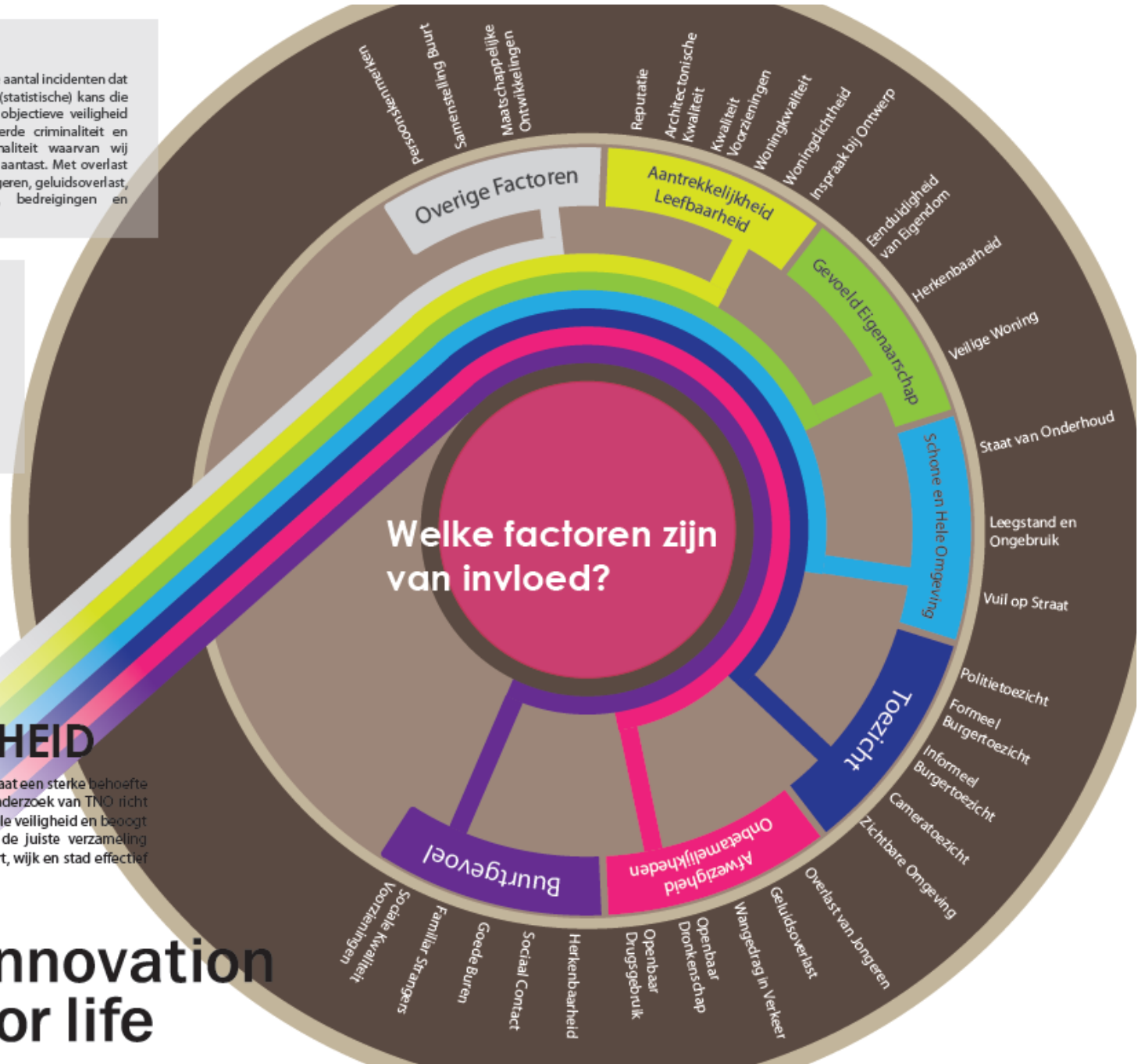
## Subjectieve Sociale Veiligheid

De subjectieve veiligheid heeft betrekking op de veiligheidsbeleving ofwel de kans die wij menen te hebben om slachtoffer te worden van een incident. Bij subjectieve veiligheid gaat het dus om onze zorg om misdaad en wangedrag. Dit is een lastig begrip omdat die zorg om misdaad en wangedrag beïnvloedt wordt door allerlei persoonlijke en maatschappelijke omstandigheden

# SOCIALE VEILIGHEID

Sociale veiligheid is een complex onderwerp en er bestaat een sterke behoefte aan beheersbaarheid van dit complexe thema. Het onderzoek van TNO richt zich op het inzichtelijk maken van het onderwerp sociale veiligheid en beoogt beleidsmakers te ondersteunen bij het kiezen van de juiste verzameling maatregelen om sociale veiligheidsproblemen in buurt, wijk en stad effectief op te lossen.

**TNO** innovation  
for life





## Onder Sociale Media verstaan we het volgende

**Sociale media** is een verzamelbegrip voor online platformen waar de gebruikers, zonder of met minimale tussenkomst van een professionele redactie, de inhoud verzorgen. Er is sprake van interactie en dialoog tussen de gebruikers onderling.

**Sociale media** zijn internettoepassingen en mobiele communicatietechnologieën die als doel hebben om de communicatie en samenwerking tussen gelijkgestemden en het publiek te bevorderen door het delen en maken van *User-Generated Content* (UGC).

Onder de noemer **sociale media** worden onder andere weblogs, fora, sociale netwerken als Hyves, Facebook en LinkedIn en diensten als Twitter geschaard. Sinds 2011 is er ook Google+ op de markt.



## Dynamiek



Sociale media bieden de mogelijkheid inzicht te krijgen in wat er leeft in de samenleving door te **kijken**, maar ze kunnen ook worden gebruikt om informatie te verspreiden (**zenden**), zonder dat men noodzakelijkerwijs reacties verwacht. Overheidsdiensten kunnen daarnaast (gerichte) **vragen** stellen aan burgers als manier om reacties en medewerking te krijgen. Bovendien maken de real-time communicatiemogelijkheden van sociale media het mogelijk te **interacteren** met burgers en te werken aan binding en een duurzame dialoog



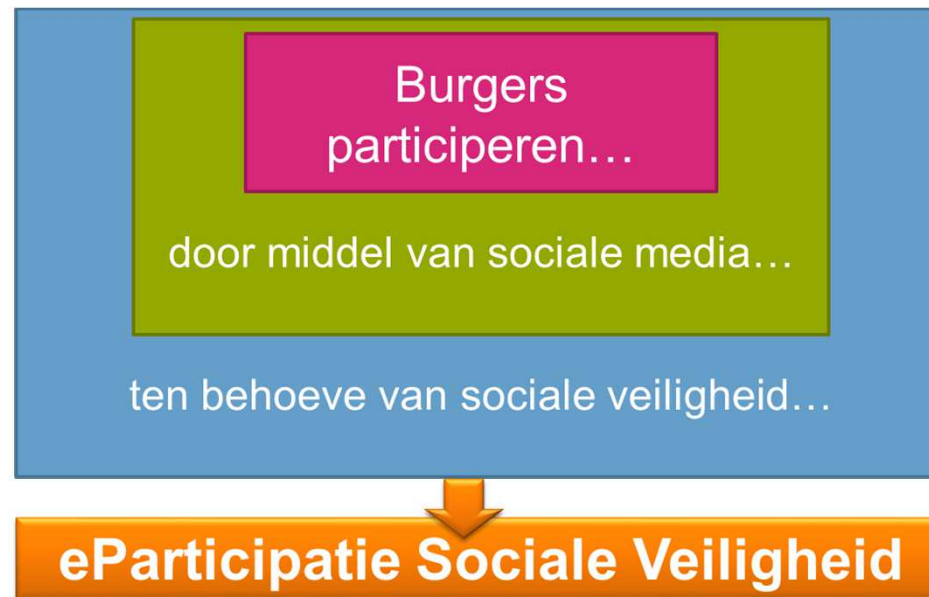
## Dus?



Hoewel burgerparticipatie dus zelf niets nieuws is, veranderen de manier waarop we erover denken en de middelen die we ervoor in zetten wel. Met behulp van sociale media worden burgers op grotere schaal bereikt en kan burgerparticipatie sneller, breder en toegankelijker worden vormgegeven. Voor verschillende fasen van het participatieproces en verschillende participatievormen kunnen verschillende instrumenten op het internet en mobiele diensten een goede rol spelen



Voor verschillende fasen van het participatieproces en verschillende participatievormen kunnen verschillende instrumenten op het internet en mobiele diensten een goede rol spelen. Om deze reden hanteren we de term eParticipatie als een samentrekking van 'elektronische hulpmiddelen' waarmee 'burgerparticipatie' vorm en inhoud kan geven.



Hieronder volgen enkele voorbeelden



# Landelijk eParticipatie overzicht

## eParticipatie Dashboard

A A A

HOME

ALLE INITIATIEVEN

VOEG INITIATIEF TOE

OVER EPARTICIPATIE

CONTACT

Zoeken



Home > Alle-initiatieven >

Weergave: Kaart Satelliet Lijst

Overheidsinitiatieven

Burgerinitiatieven

**Voeg een initiatief toe**  
Mis je een initiatief? Voeg deze toe en zie hem op de kaart verschijnen.

**+** Plaats een initiatief

**> 615 initiatieven**



# eParticipatie Monitor

## eParticipatie Monitor

Digitale burgerpanels, weblogs van burgemeesters en wethouders, actiegroepen op Hyves en Twitter, digitale loketten, discussiefora, buurwebsites, virtuele steden en nog veel meer. Dit zijn allemaal voorbeelden van eParticipatie initiatieven.

TNO ontwikkelde de eParticipatie Monitor in opdracht van ICTU Programma Burgerlink om op een systematische en gestructureerde manier kenmerken van eParticipatie initiatieven in kaart te brengen als basis voor analyse of selectie. Zowel in 2009 als in 2010 is de eParticipatie Monitor ingezet voor de voorselectie van de Burgerlink eParticipatie Awards. Momenteel bevat de monitor meer dan 500 eParticipatie initiatieven in Nederland.

[Lees meer](#)

### eParticipatie initiatieven

Bekijk hier het complete overzicht van alle beschikbare websites

[Bekijk initiatieven >>](#)

### Direct naar

- [Over de eParticipatie Monitor](#)
- [Analyse](#)
- [eParticipatie Awards](#)
- [Contact formulier](#)

[www.eparticipatiemonitor.tno.nl](http://www.eparticipatiemonitor.tno.nl)

#### Adresgegevens

Brassersplein 2  
2612 CT Delft  
T 015 285 7133





# Sociale media initiatieven ten behoeve van sociale veiligheid

**'Jouw idee telt tegen agressie en geweld'**

www.maakhetveilig.nl

WWW.ONZEBUURTVEILIG.NL/TILBURG-T-ZAND

Inloggen | Ik wil meedoen!

HOME VEILIG WONEN VEILIG ONDERNEMEN UW BUURT NIEUWS CONTACT HET INITIATIEF

TILBURG VEILIG

WAT IS DIT?

Uw postcode:  Toon Zoom - + Weergave Kaart Satelliet Lijst

Start

Hoe werkt onzebuurtveilig.nl?

Uw buurt een cijfer

Wijkcijfer: 4,8 (op 01/11/2010)

Map data ©2010 Google - Terms of Use



## BUURT BESTUURT

- › Essenburgbuurt
- › Pupillenbuurt
- › Gerrit vd Lindebuurt
- › Hofstedebuurt
- › Adrien Milderbuurt
- › Nozemanbuurt
- › Osseweibuurt



[Buurtcomite](#)

[Stadstoezicht medewerker](#)

[Deelgemeente medewerker](#)

[Uw wijkagent](#)

[Follow @PRRhoekman via  
Twitter](#)

## Pupillenbuurt

### Nieuws

#### Buurt Bestuurt gaat voor publieke veiligheidsprijs



21 okt- Het Blomberginstituut reikt jaarlijks een prijs uit voor een veiligheidsproject dat voldoet aan enkele eisen, zoals keten-aanpak, vernieuwende denkwijze, crisisproof, geborgd in de instanties en voorbeeldfunctie voor veilige samenleving. Begin dit jaar is Buurt Bestuurt aangemeld voor deze prijs. Door een jury werden slechts 9 projecten doorgelaten, waaronder Buurt Bestuurt.

Op elk project kon door het publiek gestemd worden. En tijdens een bijeenkomst eerder dit jaar mochten alle projecten zich presenteren tijdens een pitch van 3 minuten.

Op 5 oktober volgde een "meet en greet" met de juryleden. Alle 6 juryleden kregen ieder steeds 8 minuten de tijd om aan elk project vragen te stellen. Na 6 keer 8 minuten vragen beantwoorden, trokken de juryleden zich terug. Na een beraad van een half uurtje werd de uitslag bekend gemaakt. De volgende projecten maken zich op voor de finale:

- Amber alert Nederland
- Buurt bestuurt
- Westfrisland

Wie meer wil weten over die projecten kan kijken op [www.veiligheidaward.nl](http://www.veiligheidaward.nl).

De prijs bestaat uit een beeld, een hoop publiciteit en eeuwige roem.



**112**  
ALS ELKE  
SECONDE  
TELT

**0900-  
8844**  
GEEN SPOED,  
WEL POLITIE

**0800-  
7000**  
MELD  
MISDAAD  
ANONIEM



- Prikbord
- Info
- Links
- Foto's
- Evenementen
- Notities
- Welkom

## Studentagent Politie Groningen

[Vind ik leuk](#)[Een pagina maken](#)

Bekend persoon · Groningen

Volg ons op Facebook [Vind ik leuk](#) of volg ons op Twitter: @studentagent

### Studentagent op Facebook!!

Wil jij je studietijd leuk én ook veilig doorkomen?  
En de politie helpen Groningen óók voor studenten  
veiliger te maken? Word dan fan van Studentagent  
op Facebook! Als fan ontvang je geregeld informatie  
die voor jou als student van belang kan zijn.

Matthijs Beukema &amp; Nico Huismans



Snap shots van toepassingsdomeinen:

1. Evenementen Veiligheid
2. Uitgaansleven
3. Openbaar vervoer
4. Openbare ruimtes
5. Wijk en buurt
6. Opsporing

## **2. HET SOCIALE MEDIA LANDSCHAP IN RELATIE TOT BURGERPARTICIPATIE**

# 1. Evenementen veiligheid





## Multi Party samenwerking

Bij het grootschalig organiseren van evenementen zijn meerdere partijen betrokken vanuit verschillende verantwoordelijkheden en belangen. Dat kunnen partijen zijn die een rol spelen bij de evenementorganisatie, bij de handhaving (politie, crowd control), bij het verlenen van vergunningen (gemeenten), bij de logistieke coördinatie (vervoerders) en tot slot zijn er partijen met een commercieel belang zoals technologie leveranciers, locatie eigenaren, beveiligingsbedrijven, catering en merchandising.

Een van de moeilijkheden bij gebruik van sociale media in dit toepassingsdomein is dan ook hoe partijen sociale media als gezamenlijk kanaal kunnen gebruiken voor crowd control en informatievoorziening.





## Het huidige social media gebruik

Het huidige beeld is dat sociale media vooral worden gebruikt om te zenden. Dat gebeurt voornamelijk door de evenementen organisaties, de politie en de NS. Een enkel voorbeeld van kijken en reageren is gemeente Groningen waar in samenwerking met de politie sociale media is gebruikt om bij Bommen Berend (Groningen ontzet) en Noorderzon te monitoren. Bij Bommen Berend heeft men tijdens een incident (stroomstoring bij afsteken groot vuurwerk op de markt) geruchten die in de sociale media ontstonden gericht kunnen onkrachten. MojoConcerts gebruikt sociale media vooral vanuit commerciële doelstellingen en is vooral gericht op het maximaliseren van de ticketverkoop. Het gebruik van sociale media voor veiligheidsdoeleinden beperkt zich tot crowd control in de vorm van voorlichting over het gebruik van bepaalde in- en uitgangen

## Zenden

Live Nation en MojoConcerts / MojoMagazine gebruikt sociale media vooral om te zenden, met commerciële doelstellingen (met name ticketverkoop maximaliseren).

Het wordt niet of nauwelijks voor veiligheidsdoeleinden gebruikt. Dit is beperkt tot enige voorlichting (voor, na en evt. tijdens) een evenement met o.a.. berichtgeving ten aanzien van crowd control (zoals: gebruik ingang X in plaats van ingang Y).

Snow Patrol

Celtic Woman

Loreena McKennitt

Night of the Proms

Batman Live



**Batman Live**

De bekendste superheld ter wereld komt tot leven in een live action avontuur vol adembenemende stunts.

Kaarten vanaf  
**€ 26,40**

**Kaarten kopen**



Volg ons op Twitter



Like ons op Facebook



Handleiding kaarten kopen

Mijn Live Nation ledenvoordelen



Ontvang artist alerts

Als eerste op de hoogste als jouw favoriete artiest naar NL komt!

Laatst aangekondigd

Populair



## Noorderzon Social Map

zoom: [Plantsoen](#) | [Centrum](#) | [Stad](#)

Kijken en reageren

### Noorderzon Nightclub

Nachtclub

[Lees meer >>](#)

 **T @noorderzonnl**: En de Noorderzon Nightclub in het platformtheater is weer geopend! #nzon11

**Laupie**

 **Laupie**: RT @noorderzonnl: En de Noorderzon Nightclub in het platformtheater is weer geopend! #nzon11

**leroyherz**

Aug 18

Aug 19

Aug 20



# noorderzon.nl

Pulse    
een | clockwork | experiment

Gemeente Groningen heeft in samenwerking met de politie sociale media gebruikt om bij Bommen Berend (Groningen ontzet) en Noorderzon te monitoren. Bij Bommen Berend heeft men tijdens een incident (stroomstoring bij afsteken groot vuurwerk op de markt) geruchten die in de sociale media ontstonden gericht kunnen ontkrachten.



## Een aantal belangrijke aandachtspunten

- Het (h)erkennen van veiligheidsrisico's door gebruik te maken sociale media. Dit staat ook wel bekend als 'sociale media monitoring'. Echter, de meeste organisaties herkennen het verband (nog) niet tussen de virtuele wereld en fysieke wereld als het gaat om risico's en (be)dreigingen.
- Het op waarde kunnen schatten van "weak signals": Wanneer is een zwak signaal relevant en aanleiding tot nadere analyse of zelfs actie? Wanneer en hoe mond iets uit in een gevaarlijke situatie?
- Hoe geeft men gecoördineerde monitoring, crowd control en communicatie vorm, als er zoveel partijen bij betrokken zijn? Het zou wenselijk zijn als bijvoorbeeld de politie en evenementen organisatie en ingehuurde beveiligingsbedrijven hierin samen optrekken. Hoe dit vorm te geven?



## Een aantal belangrijke aandachtspunten (vervolg)

- Organisaties verantwoordelijk voor de veiligheid (zoals politie en beveiligers) hebben geen “presence” en invloed op de sociale media wereld. Artiesten echter hebben juist heel veel volgers en dus veel invloed. Welke mogelijkheden zijn er om deze werelden elkaar te laten versterken?
- In de voorbereiding zouden betere risico profielen gemaakt kunnen worden door gebruik te maken van informatie over de bezoekers op basis van ticket sales en sociale media gebruik. De mogelijkheden op dit gebied zijn begrensd door ethische kaders en privacy wetgeving. Waar de mogelijkheden en grenzen liggen is echter nog onbekend.

## 2. Uitgaansleven





## Social media en uitgaansleven

Uit een onderzoek naar de beleving van overlast door gemeenten (CCV, 2008) blijkt dat 32 procent van de bevroagde gemeenten vaak overlast ervaart op de routes van en naar uitgaansgebieden. Eén op de vijf gemeenten ervaart vaak overlast in uitgaansgebieden.

Diverse partijen die een rol spelen op dit vlak zoals gemeenten, politie, horecabedrijven en beveiligingsorganisaties zouden sociale media kunnen gebruiken om hun handhaving rol te versterken. Bijvoorbeeld door de ogen en oren van het uitgaanspubliek via sociale media te gebruiken. Tot nu toe hebben we geen enkele gemeente gevonden waar sociale media structureel wordt gebruikt voor het verbeteren van de sociale veiligheid en het tegengaan van overlast.

Sociale media worden wel gebruikt om burgers te informeren, het wordt dan gezien als extra informatiekanal naast de al bestaande zoals bijvoorbeeld de website van de gemeente of de bijlage in de regionale krant



### 3. Openbaar vervoer





## CONNEXION

Connexion heeft onlangs een app gelanceerd per halte laat zien wat de reguliere vertrektijden zijn en wat de (eventuele) actuele vertraging is. De app is primair uitgebracht als service naar haar reizigers. De verwachting is echter dat het ook (impliciet) bijdraagt aan sociale veiligheid.

Als je als passagier precies weet hoe laat je bus aankomt (of hoeveel later...) wordt je minder ongeduldig en geïrriteerd dan zonder die informatie (Dit is ook de gedachte achter de wachttijdindicatie bij verkeerslichten voor voetgangers en fietsers). Daardoor is de kans kleiner dat mensen agressief op de buschauffeur reageren. Kleine incidentjes kunnen weer aanleiding zijn tot grotere etc.





Conn

@Connexxion\_\_ view full profile →

1

Tweets

0

Following

163

Followers

3

Listed

+ Follow



### Recent Tweets



Connexxion\_\_ Conn

Binnenkort meer info over deze twitter door een nieuwe beheerder.

4 Jul 09

[More Tweets from @Connexxion\\_\\_ →](#)

## Results for #connexxion #fail

Tweets · All ▾

[Refine results »](#)



**margrietvann** Margriet vNiejenhuis

Bonus: ik zie vandaag ook veel van station Kampen! Bus wil niet starten... [#fail](#) [#connexxion](#)

7 hours ago



**Arnodg** Arno de Groot

Arrogante boere lul als chauffeur in de lijn 300, wil me er uit zetten nadat hij me om mijn mening heeft gevraagd [#succes](#)

[#connexxion](#) [#fail](#)

22 hours ago



## Prorail en NS activiteiten in kaart gebracht

Prorail heeft als doel om een betrouwbaar en veilig spoor te leveren 24 uur per dag, 7 dagen per week. Klanten zijn hierbij niet de burgers, maar gebruikers van het spoor: de vervoerders. Met die vervoerders wordt via andere middelen dan sociale media geïnteracteed. Sociale media worden dan ook vooral ingezet om te monitoren en te zenden. Het monitoren wordt belangrijk gevonden om in te kunnen spelen op beeldvorming rondom Prorail: wat wordt er zoal gezegd en geschreven over Prorail?

Zenden wordt toegepast om te informeren over grote structurele verstoringen (bijvoorbeeld als gevolg van langdurige bouwprojecten) en actualiteiten. Echter, hierbij wordt er voor gewaakt niet te berichten over gevolgen op de dienstregeling van bijvoorbeeld de NS. Hiervoor zijn vervoerders zelf verantwoordelijk. Prorail bericht bijvoorbeeld over de acties die in gang gezet zijn om storingen te verhelpen. Uitgangspunt hierbij is niet te vaak te berichten, maar wel zo interessant en relevant mogelijk.



## Prorail en NS activiteiten in kaart gebracht (vervolg)

Het zenden gaat voornamelijk via Twitter, maar er wordt ook gebruik gemaakt van YouTube. Op dit kanaal heeft Prorail filmpjes gezet van onder meer de langste trein, een tunnelboor project en informatieve filmpjes zoals een over het glad worden van het spoor.

De NS heeft een actief Twitter-account. Zij bericht regelmatig over storingen, omleidingen en dergelijke. Daarnaast heeft de NS in hun marketing activiteiten de strategische keuze gemaakt om Nick en Simon in te zetten: dit populaire duo heeft zelf weer veel sociale media volgers.



Dit is het officiële NS Twitter account



Het team: Gerjan, Hessel en Miryam.

Bekijk ook eens [facebook.com/NederlandseSpoorwegen](https://facebook.com/NederlandseSpoorwegen)

Maak ook gebruik van onze app NS reisplanner **Xtra**

## NS online

@NS\_online Utrecht

Dit is het officiële NS twitter account. We houden je 24/7 op de hoogte van de actuele situatie. Ma t/m vr van 08.00 tot 18.00 uur staan we live voor je klaar.  
<http://www.ns.nl>

+ Volgen

Sms follow NS\_online naar de snelcode van je provider

Tweets Favorieten Volgend Volgers Lijsten

**NS\_online** NS online  
@JariRJ er wordt zo inderdaad meer ruimte gecreeërd om eventuele problemen te kunnen opvangen, hier meer info: [bit.ly/xZxuSi](http://bit.ly/xZxuSi)  
53 minuten geleden

**NS\_online** NS online  
@woutermathee dat is het minste dat we kunnen doen, graag gedaan en geniet ervan!  
1 uur geleden

**NS\_online** NS online  
@stephanvierkant als het nog relevant is wil ik het graag nakijken, weet helaas niet in welke trein je je bevindt.  
1 uur geleden

**NS\_online** NS online  
@aartanzx heb helaas niet zo'n gedetailleerd zicht op de logistiek, maar is dit vanwege de aangepaste dienstregeling, of al langer?  
1 uur geleden

**NS\_online** NS online  
@wilma4change dat betreft de defecte OV-chipkaart? Ga best

### Blijf in contact met NS online

Doe nu meteen mee met Twitter:

Volledige naam

E-mailadres

Wachtwoord

Registreren

Benieuwd hoe NS online Twitter gebruikt?

Ontdek wie @NS\_online volgt

Over @NS\_online

<b>29.161</b> tweets	<b>70</b> volgend	<b>37.452</b> volgers	<b>638</b> in lijsten
-------------------------	----------------------	--------------------------	--------------------------

Recente afbeeldingen



# 4. Openbare ruimte





## Schiphol en KLM



Partijen die sociale media zoals Twitter en Facebook structureel inzetten bij de communicatie met hun klanten zijn de KLM en Schiphol. Bij de KLM is er een ad-hoc dienstverlening ontstaan als antwoord op de vulkaanuitbarsting op IJsland. Kenmerk van deze vorm van communicatie is dat klanten individueel worden aan gesproken en dat de dienstverlening direct is en op de individuele omstandigheden is toegespitst.

 **apiciusbakkum** thorvalddewinter  
@KLM valt niet mee om met een gezin met 5 personen een knappe plaats te krijgen zondag kl 809  
14 hours ago

In reply to ↑

 **@KLM**  
Royal Dutch Airlines

@apiciusbakkum Hallo Thorvald, is het nog gelukt met de stoelen? Stuur ons anders een DM met je boekingscode, dan kijken we met je mee.

12 hours ago via CRM



**Omid Irani**

kl 433 july 21 from Amsterdam to TEhran canceled why???????????????????

13 hours ago



**KLM** Hello Omid. The reason for this cancellation was: aircraft defects. New expected time of departure 22 July/15.00-Local time double check before going to the airport.

13 hours ago



**Omid Irani** thank you for your attention

6 hours ago

# KLMsurprise.com

We believe advocacy drives growth. We believe the best way to build actual fans and followers online is to do things that are worth liking, befriending and sharing. This is why we started our experiment on how happiness spreads.

## Schiphol en KLM (vervolg)



foursquare

When a passenger shares his flight plans with his friends via Foursquare ...

... we try to surprise him with a personalised little act of kindness, right on the spot.

Een ander voorbeeld de KLM Surprise. Zodra iemand incheckt via Foursquare op Schiphol of andere luchthavens waarop KLM vliegt, probeert KLM contact op te nemen met hem of haar via het @klmsurprise account op Twitter. De boodschap is dat KLM een kleine verrassing in petto heeft. Daarna schiet het KLMsurprise team in actie met een mooi staaltje speurwerk. Via een snelle en intensieve speurtocht langs onder meer LinkedIn, Twitter en Facebook wordt zoveel mogelijk informatie gezocht over de klant om hem of haar een verrassend en zo persoonlijk mogelijk cadeautje aan te bieden voordat de klant aan boord zit.

## Samenwerken



### Nieuws

- > Het Vlaams Kruis biedt gratis opleiding reanimatie
- > Gemeente Enschede plaats AED's buiten
- > Stabroek voortaan 'Hartveilig'
- > Meer AED's openbaar toegankelijk
- > Burger AED Drechterland
- > Deinze een stukje 'hartveilig'
- > Ook Dunavie beschikt over defibrillator
- > Een hartstilstand komt altijd onverwacht
- > Wanhoop na diefstal AED
- > Hartstichting pal achter 6 minutencampagne
- > Amerikaans congreslid redt leven
- > AED-apparaat in Zundert gestolen
- > Registratie AED's schiet nog tekort
- > Netwerk AED's Lieshout en Mariahout
- > Soest houdt levensreddende AED's op last van b en w in de kast

Aanmelden  
Schrijf u hier  
in voor  
AED-alert.nl

Inloggen  
Ik heb al een  
account voor  
AED-alert.nl

### Welkom bij AED-Alert

#### NIEUWS: Reanimatie Oproep Netwerk (RON)

In juni is een beleidskader afgerond, waarin omschreven staat hoe een landelijk reanimatie oproepnetwerk gerealiseerd kan worden. Een belangrijke stap om van heel Nederland een goed werkende 6 minuten zone te maken (Momenteel is AED-Alert de grootste aanbieder van een Reanimatie Oproep Netwerk. 10 van de 25 veiligheidsregio's maakt momenteel gebruik van AED-Alert om burgers in te schakelen bij een hartstilstand).

Het kader is gezamenlijk met organisaties voor vrijwilligers, ambulance, onderzoekers, de Reanimatieraad en Hartstichting opgesteld. In totaal 17 partijen. Bijna een jaar hebben zij in vier werkgroepen gewerkt aan het beschrijven van het RON. Daarbij heeft ook een werkconferentie meegewerkt aan het eindresultaat: Een consensus tussen alle partijen en een duidelijke richting voor de toekomst.



### NIEUW! AED-Alert kast



### Supported by:



### Links

[www.6minuten.nl](http://www.6minuten.nl)  
[www.ambulanceoost.nl](http://www.ambulanceoost.nl)  
[www.hartvooroldenzaal.nl](http://www.hartvooroldenzaal.nl)  
[www.hartvoorjestaad.nl](http://www.hartvoorjestaad.nl)  
[www.heartsafetiel.nl](http://www.heartsafetiel.nl)  
[www.kiesvoorleven.nl](http://www.kiesvoorleven.nl)  
[www.lekenhulpverlening.nl](http://www.lekenhulpverlening.nl)  
[www.twentehartsafe.nl](http://www.twentehartsafe.nl)  
[www.oisterwijkheartsafe.nl](http://www.oisterwijkheartsafe.nl)  
[www.vegghelheartsave.nl](http://www.vegghelheartsave.nl)  
[www.oosterhouthartveilig.nl](http://www.oosterhouthartveilig.nl)  
[www.zundert-hartveilig.nl](http://www.zundert-hartveilig.nl)

### Webshop





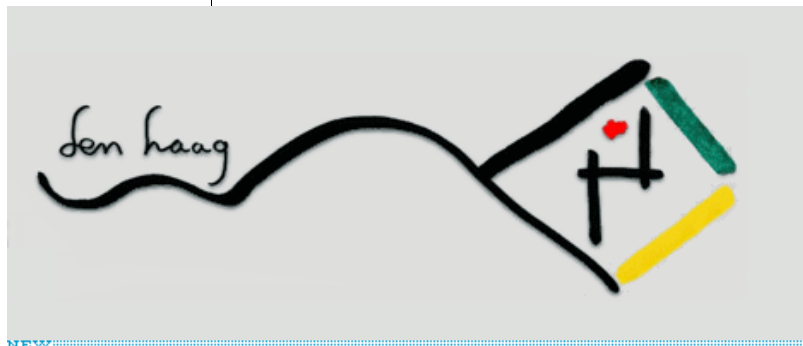
# 5. Wijk en Buurt





## Social media gebruik: de huidige praktijk

De zorg voor sociale veiligheid in wijk en buurt vergt betrokkenheid van meerdere partijen vanuit verschillende verantwoordelijkheden en belangen. Op de eerste plaats de gemeente zelf (stadsontwikkeling, infrastructuur beheer, wijkmanagement), daarnaast politie (wijkagenten), beveiligingsorganisaties, welzijnsorganisaties, middenstand en burgers.



NEW





## Op basis van onderzoek zijnde volgende conclusies te trekken

Hoe groter de gemeente, hoe actiever de gemeente zijn op gebied van sociale media. 86% van de gemeenten heeft de intentie om meer gebruik te gaan maken van sociale media. Gemeenten maken het meest gebruik van Twitter (42%, top 50: 29%), gevolgd door YouTube (15%, top 50: 17%). Het bereik van Twitter is nog laag: top 50 gemiddeld 1,13% van de bewoners, daar liggen dus grote kansen. Sociale media worden vooral gebruikt door de afdeling communicatie (41%), gevolgd door raadsleden (18%). En de media worden vooral gebruikt als aanvullend communicatiemiddel (52%, top 50: 44%). De snelheid van sociale media wordt gezien als grootste voordeel (23%), de extra benodigde capaciteit wordt het meest genoemd als nadeel (20%). Ten slotte heeft 43% van de gemeenten geen beleid ten aanzien van de inzet van sociale media.

<http://www.david-kok.nl/Eindrapport%20onderzoek%20social%20media.pdf>



## **We hebben zelf gesproken met gemeente De Bilt, Den Haag, en Zoetermeer, wijk post Oosterheem.**

De Bilt is een voorbeeld van een kleine gemeente die in 2011 een pilot gestart is met een Twitter account. Het idee is om na een jaar het succes en het effect van het Twitter account te gaan meten. Den Haag heeft al langer een gemeentelijk Twitter account, ook zijn meerdere raadsleden actief op Twitter. Zowel Den Haag als de Bilt gaf aan dat het kanaal gezien wordt als aanvullend communicatiekanaal, waar je slechts een beperkt aantal van de inwoners bereikt. Binnen Den Haag is er nog geen beleid op sociale media, deze is in ontwikkeling. Wanneer burgers een vraag stellen via sociale media, dan wordt deze intern doorgezet naar de betreffende afdeling. Den Haag verwacht dat er in de toekomst een scheef beeld kan ontstaan bij de inzet van dit medium: Twitter is een typisch 24/7 medium, en op dit moment wordt er alleen tijdens kantooruren gereageerd. De vraag komt daarmee op of de gemeente 'de virtuele openingstijden' moet uitbreiden.



Verder gaf de communicatiemedewerker van de gemeente aan, dat het altijd van belang is om beelden die via Twitter naar buiten komen te verifiëren. Bijvoorbeeld een beeld van onrust in de wijk: laat de wijkagent dan nagaan of er, en hoeveel onrust er dan daadwerkelijk is.

Het bezoek aan de wijk post In Zoetermeer maakte duidelijk dat de wijkmanager een enthousiaste gebruiker is van sociale media. Hij heeft dan ook zelf het initiatief genomen om deze media in te zetten om te informeren over ontwikkelingen in zijn wijk, vooral door het gebruik van Twitter. Andere wijkmanager zijn hem daarin gaan volgen. Sociale media zijn daarmee in Zoetermeer 'van onderaf' gebruikelijk geworden. De afdeling communicatie van de gemeente, heeft nog geen stelling genomen hierin, maar werkt aan een beleidsdocument. Ook binnen Zoetermeer worden de mogelijkheden van sociale media vooral benut om te zenden, maar de wijkmanager krijgt op zijn persoonlijk account af en toe wel reacties van burgers. Hij handelt deze dan ook zelf af, of verwijst mensen door. Mocht het aantal reacties toenemen, dan voorziet hij wel een knelpunt in het afhandelingsproces

# Oosterheem



- VINEX-locatie
- Bouw gestart ca. 2000
- Inwoners (2009): 17000
- 11 buurten
- Centrumgebied met winkelaanbod, gezondheidscentrum, etc.
- Begaan met veiligheid!

## Samenwerkende partners

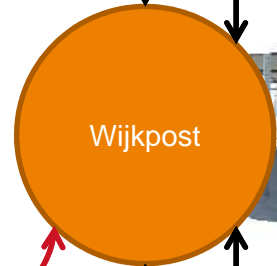
Stichting MOOI!

- 'Professionele welzijnsorganisatie
- Opbouwwerk
- Brede School
- Vrijwilligerswerk
- Buurtbemiddeling
- Jongerencoach

<http://www.mooi-zoetermeer.nl>

Wijkteam

- Wijkmanager
- Beheer
- Welzijn
- etc.



- Centraal informatiepunt
- Wekelijks spreekuur

Wijkagenten

Wijkpreventieteam

- Professionele 'security services'
- Capricorn Security BV

2 portalen:



- Informatieportaal
- Forum
  - Burgers onderling
  - Burgers – wijkmanagement
- Veiligheidsissues zijn een belangrijk topic!

<http://www.oosterheem.info>

Onderwerpen		Reacties	Bekeken	Laatste bericht
✉	Autoruiten worden 's nachts ingeslagen door Maarten	2	2339	22/11/2011 22:49 door cyril
✉	Fietsoversteek Zegwaartseweg/Ruimtebaan door Bert Peters	0	429	24/07/2011 21:52 door Bert Peters
✉	Veiligheid Oosterheem? door melinda	4	1344	24/07/2011 21:28 door Bert Peters
✉	nominatie Heempark voor groene stad award 2011 door hdvdijne	0	268	15/07/2011 11:40 door hdvdijne
✉	Inbraakgolf Oosterheem door Bert Peters [Pagina: 1...4,5,6]	32	13017	27/06/2011 20:49 door GerardIbiza
✉				24/06/2011 21:34 door



# Stadspanel Den Haag - raadplegen

## Stadspanel Den Haag



In 2011 en 2012 zal de gemeente het beleid bepalen op het gebied van kunst en cultuur voor de periode 2013-2016. Wij willen graag weten wat u belangrijk vindt. Via deze vragenlijst kunt u uw mening geven. De eerste vragen gaan over uw gebruik en waardering van het professionele cultuuraanbod in Den Haag. Daarna stellen wij u enkele vragen over de actieve kunstbeoefening in uw vrije tijd.

**Kunt u hieronder aangeven hoe belangrijk u het vindt dat er aanbod is op het gebied van de kunst & cultuur-genres in Den Haag?**

	Zeer on- belangrijk	Onbe- langrijk	Neu- traal	Belang- rijk	Zeer be- langrijk	Weet niet
klassieke muziek	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
opera	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
popmuziek	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
jazz, wereldmuziek	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
moderne dans, ballet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
film en media	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
festivals	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
literaire activiteiten (festivals, voordrachten, musea)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
theater, toneel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
cabaret, comedy, musicals	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
beeldende kunst (musea, exposities, galleries, kunst in de openbare ruimte)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
erfgoed (geschiedenis, monumenten, historische musea)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
cultuur in de school (cultuureducatie)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

□□□□□□□□

Volgende

# 6. Opsporing







## Van burger initiatieven tot overheidsinitiatieven

- Van Politie zoekt (website, app) tot opsporing verzocht (TV, YouTube channel) en ook regionale initiatieven.
- Van Maurice de Hond (Deventer moordzaak) tot Peter R. de Vries of GeenStijl.nl
- Van nationale initiatieven (politie zoekt) tot regionale (Groninger Zuiderdiep moord op website)

The screenshot shows the website 'politieonderzoeken.nl' with a blue puzzle-piece background. The main navigation bar includes 'HOME | OVER DEZE SITE | OPGELOST | OOK GEZOCHT | TIPS?' and social media icons for Twitter and RSS. Below the navigation is the title 'DE POLITIE ZOEKT' and two filter menus: 'Filter op regio' set to 'Landelijk (alle regio's)' and 'Filter op categorie' set to 'Alle categorieën (125)'. The main content area features a large green banner for 'Maurice de Hond' with a portrait of a man. Below this is a section for 'Halil Erol' with a portrait and the text '1,79 m grijsgroene ogen'. To the right, there is a banner for 'Peter R. de Vries' with a fingerprint icon and the text 'misdadaverslaggever'. At the bottom, there is a photo of a crowd holding a banner that reads 'HEBBEN WIJ GEEN RUST ALLAH RAHMET EYLESIN'.





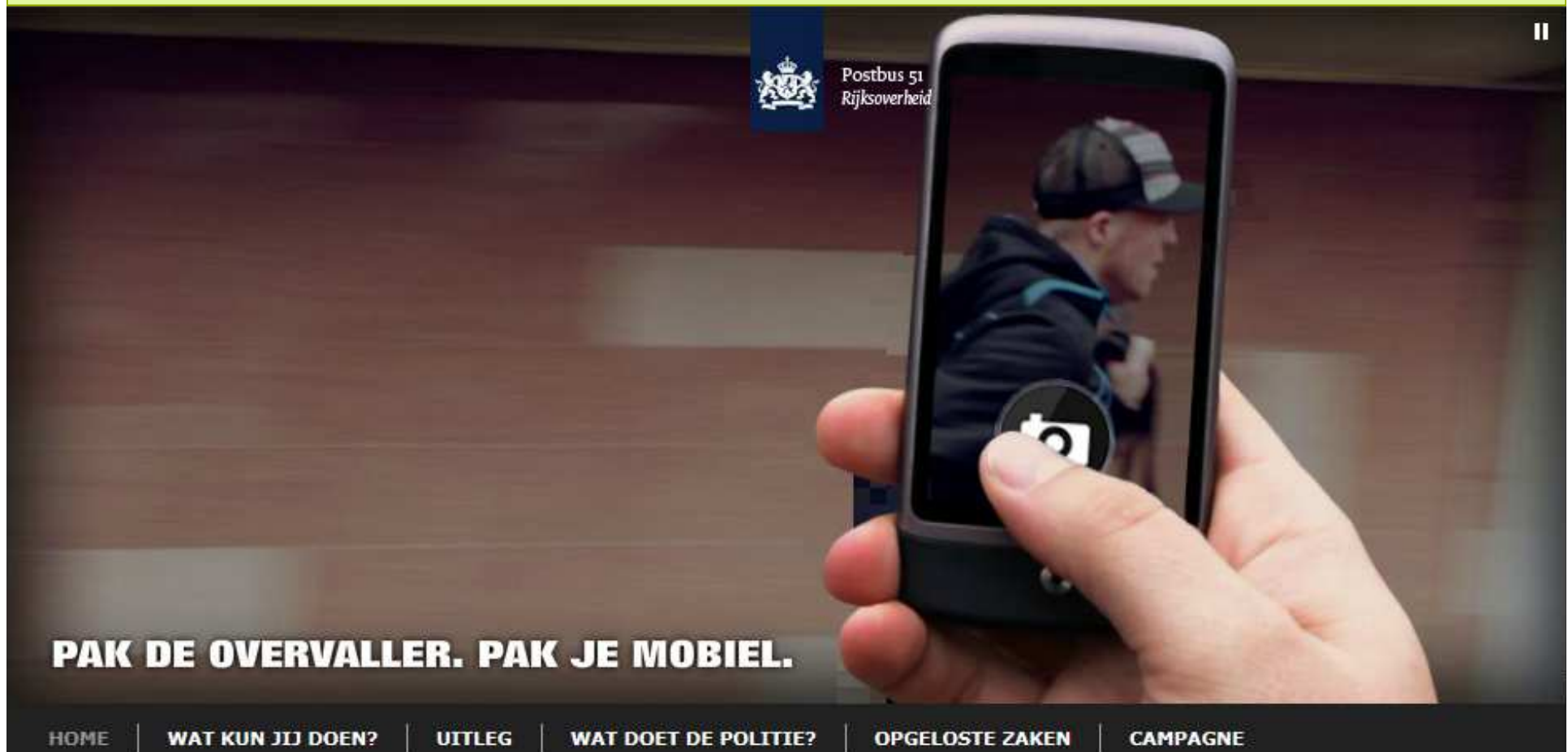
## De burger als opsporingsmedewerker

Met de eParticipatie toepassingen wordt de burger aangesproken in zijn rol als opsporingsmedewerker.

Het beeld is dat veel van deze initiatieven nog in het stadium van experiment verkeren en dat het op de korte termijn de uitdaging is om tot consolidatie te komen.

TNO kan in die transitie van meerwaarde zijn door onder andere het succes van deze eParticipatie doelstellingen meetbaar te maken en deze toepassingen structureel te verankeren in de bestaande werkprocessen en organisatie

Dit initiatief kan vanuit het perspectief van daderherkenning en heterdaadmelding het opsporingsproces versnellen. Dit opsporingsinstrument is echter functioneel nog niet ingebed in het huidige meldkamerproces en het opsporingsproces. Er vinden o.a. vanuit het project Burger Melding Signalering (BUMS) initiatieven plaats om voor deze toepassing een app te ontwikkelen waarmee het burgers makkelijker wordt gemaakt foto's op te sturen. Vanuit het project burger melding interactie (BUMI) vindt een pilot plaats om deze app te integreren met de bestaande meldkamersystemen. Op gebied van procesintegratie- en informatieverwerkingsaspecten waarbij TNO een rol kan spelen.





## Een selectie van andere aandachtspunten

- Vroeg detectie; welke zwakke signalen zijn van belang om te kunnen bepalen of iets uit de hand gaat lopen, of dat zich criminele handelingen gaan voordoen. In het kader van verhogen heterdaadkracht wordt steeds vaker en massaler uitgerukt bij heterdaad meldingen
- Privacy van verdachte
- Politie wetgeving en code blauw: wat mag je wettelijk als recherche, OM met sociale media en wat is nog ethisch?
- Betrouwbaarheid van sociale media berichtgeving en scheiden van nuttige en nutteloze informatie
- Het gebruiken als bewijslast van sociale media uitingen
- Slimme koppeling tussen open en gesloten bronnen: bijvoorbeeld energieverbruik en berichten over wietplantages op sociale media

Welke kennis is nodig?

Waar is TNO goed in?

### **3. WELKE BIJDRAGE KAN TNO LEVEREN?**

Het overall beeld is dat bedrijven en organisaties met verschillende snelheden werken en in verschillende stadia van ontwikkeling zijn. Een goede manier om hier naar te kijken is het maturiteitsmodel dat van vier niveaus van maturiteit uitgaat.





Veiligheidsorganisaties kunnen zich hierbij afvragen:

- Waar staan we nu? In hoeverre zijn de houding, vaardigheden, kennis en middelen aanwezig om op een goede manier met sociale media aan de slag te gaan?
- Waar willen we naartoe? Welke doelstellingen hebben we en hoe kan het gebruik van sociale media hieraan bijdragen? Wat is hiervoor nodig? En waar staan burgers nu?
- In hoeverre is er een 'match' te vinden tussen wat burgers verwachten en willen en wat de overheid vraagt en biedt? Hebben beide 'partijen' hier voordeel bij?

De antwoorden op deze maturiteitsvragen bepalen welke kant een organisatie of werkveld op zal moeten als het gaat om het gebruik van sociale media in de dagelijkse operaties. De vraag is dan wel: hoe zetten we een doelgerichte verandering in gang en hoe verhogen we de effectiviteit en de efficiëntie van sociale media?





Matching

- Strategische fit initiatief

## Matching

De wijze van inzet en de keuze van media moet gebaseerd zijn op de te bereiken doelstellingen, dit noemen we matching. Het is belangrijk om bewuste keuzes te maken voor een passende eParticipatie oplossing. Een heldere koppeling tussen beoogd doel en middel kan een belangrijke bijdrage leveren aan de effectiviteit. Voor een betere, c.q. optimale doel-middel matching is veel kennis nodig.





Implementatie

## Implementatie

- Maak juiste keuzes

Het effectief volgen en gebruiken van sociale media is een uitdaging. Veel organisaties hebben nog onvoldoende talent en mogelijkheden in huis om structuren te implementeren die het mogelijke maken sociale media optimaal te benutten. De structuren moeten ervoor zorgen dat de virtuele wereld goed aansluit bij de interne organisatie, zoals 24/7 bereikbaarheid en snelheid van reageren. Maar het vereist ook een op individuele maat toegesneden communicatie, zoals het voorbeeld van de KLM Surprise hier boven laat zien. Naast de positieve kanten (groot bereik en directe communicatie) kunnen sociale media voor sociale verstoring zorgen en kan het tot imago schade leiden, van personen of organisatie als geheel. Dat betekent dat organisaties content constant moeten monitoren op dit soort signalen om daar direct effect op in te kunnen spelen.



# Implementatie: De juiste afstemming vinden





- Bepaal waarde

Evaluatie

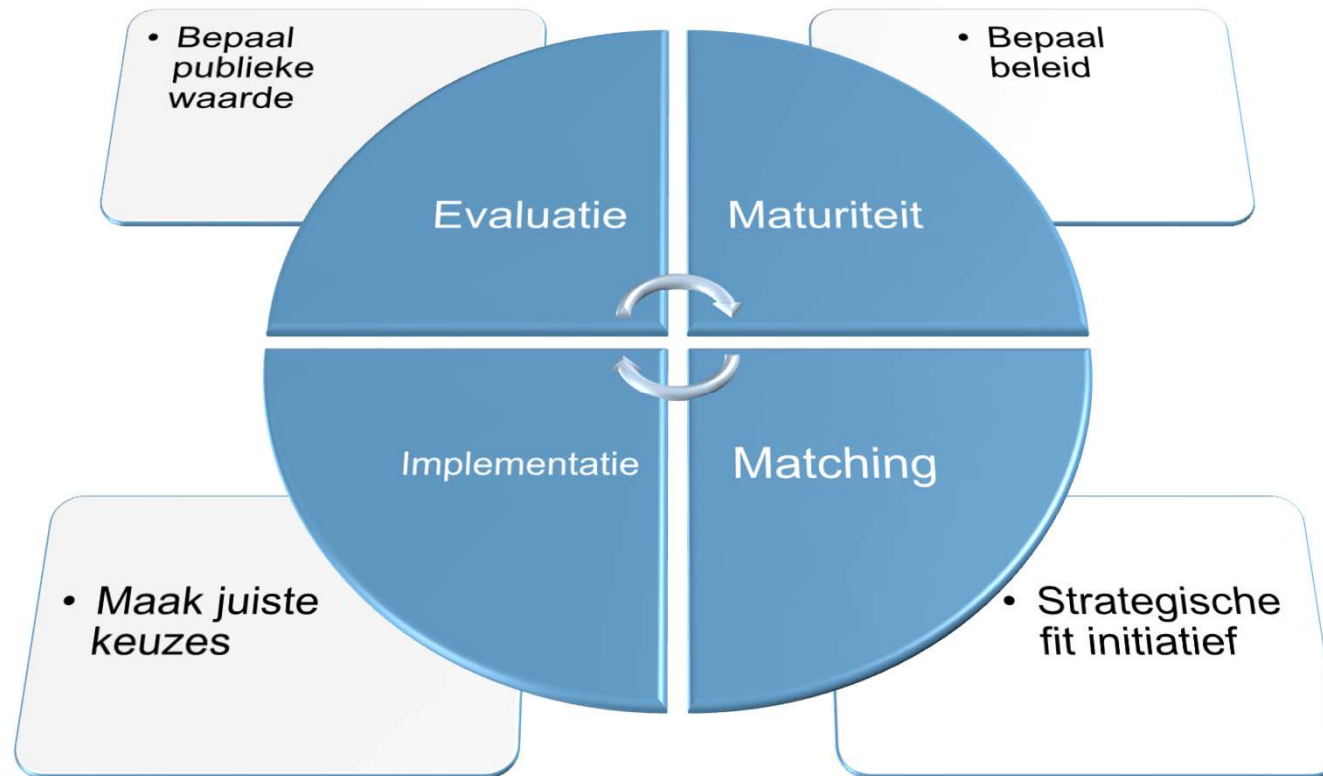


## Implementatie

Na de uitrol van eParticipatie middelen dient analyse plaats te vinden van het effect op de organisatie doelstellingen of specifieke doelstellingen van het initiatief. Vooral het meten van meerwaarde speelt een belangrijke rol.

Deze kunnen (in de toekomst) gebenchmarkt worden met vergelijkbare initiatieven en organisaties.







## Road map

Het is ondoenlijk om een dergelijk vierstappenmodel los te laten op organisaties als geheel, b.v. wat is het sociale media maturiteit niveau van de politieorganisatie. Om die reden is het beter om naar hoofdtaken te kijken zoals handhaving, opsporing en noodhulp of naar nog specifiekere doelstellingen, zoals verhoging heterdaadkracht of de burger als opsporingsmedewerker. Op grond hiervan komen we op de volgende indeling





## De toegevoegde waarde van TNO in dit proces

De doelstellingen links zijn organisatie specifieke doelstellingen, in dit geval voor de politie. Per doelstelling kan nu gekeken worden naar de vier onderscheiden aspecten. Er is een duidelijke relatie tussen de (strategische) behoefte van organisaties om op de maturiteitsladder een trapje hoger te komen met de ontwikkelstappen wat betreft de drie andere aspecten. Ook evaluatie van de effectiviteit kan tot bijstellingen voor matching en implementatie leiden maar kan op grond van een benchmark analyse.

De toegevoegde waarde van TNO in dit proces zit:

- A. in het vergroten van bewustzijn betreffende gebruik sociale media voor bepaalde doelen (matching) en
- B. in het meetbaar maken van effectiviteit van sociale media (evaluatie).





## Kennis TNO: Mens, Techniek en Organisatie

Naast 'sociale media'-kennis heeft TNO traditioneel veel kennis in huis over gedragsbeïnvloeding, communicatie, crowd management etc. Maar ook kennis op gebied van proces integratie en tooling.

Omdat nog veel organisaties ergens in het gebied zitten tussen experiment en consolidatie kan TNO bij deze transitie een rol spelen door vooral haar unieke kennispotentieel als uitgangspunt te nemen



## Relevante TNO kennis

- Experimenten evalueren
- Meetbaar maken (van effectiviteit, structureel)
- Tooling en instrumenten: o.a. dashboard
- Kennis van gedragsbeïnvloeding; bijvoorbeeld toe te passen op risico- en crisis communicatie
- Kennis van menselijk beslisgedrag
- Strategische partner: domeinkennis van waaruit meegedacht kan worden over organisatie doelstellingen en key performance indicatoren
- Onafhankelijke wetenschappelijke positie: tegenwicht ten opzichte van commerciële quick wins
- Combineren van multi-informatiestromen



- Netwerkanalyse (content en actor),
- Overzicht van initiatieven, best practices en van wetenschappelijke ontwikkelingen en inzichten,
- Functionele procesintegratie, werkprocessen, control organisatie, werkomgeving,
- Genetwerkt samenwerken, Multi party samenwerking,
- Kennis van innovatieadoptie en co-creatie (burger – overheid),
- Het nieuwe werken.
- Deze verschillende kennisgebieden maken het mogelijk een integrale, interdisciplinaire aanpak toe te passen op dit domein

Hoe nu verder?

## **4. SAMENVATTING**



Over het geheel genomen zien organisaties die bezig zijn met het organiseren en bevorderen van sociale veiligheid dat er een wereld te winnen is als het gaat om sociale media en dat deze nieuwe mogelijkheden voor interactie en communicatie bieden. Organisaties realiseren zich dat de impact van sociale media groot is, maar ook dat die impact een tweeslachtig karakter heeft: Aan de ene kant kan de ‘wisdom of the crowds’ snel en makkelijk gemobiliseerd worden. Aan de andere kant vormen sociale media een mogelijk medium voor sociale verstoring en kan het tot imago schade leiden, van personen of organisatie als geheel (“Joep van het Hek” effect). Deze down side is voor een aantal organisaties de reden om er toch maar niet aan te beginnen



Kortom, er is nog veel onderzoek en durf nodig om de mogelijkheden van sociale media ten volle te benutten, maar ook om de gevaren risico's in hun volle omgang te leren kennen en beheersbaar te maken. De wijze van inzet en de keuze van media is nog niet altijd gebaseerd op de te bereiken doelstellingen. Het is veelal een eerste poging om 'mee te doen'. Het is daarom belangrijk om bewuste keuzes te maken voor een passende eParticipatie-oplossing. Een heldere koppeling tussen beoogd doel en middel kan een belangrijke bijdrage leveren aan de effectiviteit. TNO heeft de juiste kennis in huis om hierbij van toegevoegde waarde te kunnen zijn.



adviseren  
communiceren  
meebeslissen  
informeren  
zelfbestuur  
faciliteren  
personaliseren  
raadplegen  
coproduceren



# White Paper: “Sociale Media, Burgerparticipatie en Sociale Veiligheid: de rode draad”

- › De resultaten van de verkenning zijn ook in bijgaand White Paper vastgelegd.

White Paper

**TNO** innovation  
for life

**Sociale Media,  
Burgerparticipatie en Sociale  
Veiligheid: de rode draad**

*Hans van den Broek, Arnout de Vries, Mirjam Huis in 't Veld,  
Rob van Son*

**Inleiding**

Incidenten, rampen, noodsituaties, crises hebben altijd impact op burgers. De fysieke en sociale veiligheid van burgers is dan direct in het geding. Maar burgers zijn niet alleen slachtoffer, zij kunnen ook zichzelf of anderen helpen en redden. Daarnaast spelen burgers een belangrijke rol bij het voorkomen of vroegtijdig signaleren van (potentiële) gevaren. Bij deze gebeurtenissen, die een levensbedreigend karakter hebben, is zelfredzaamheid en inzicht in het handelingsperspectief dan ook essentieel. Burgers kunnen ook bijdragen aan sociale veiligheid door de effectiviteit van het optreden van officiële instanties te vergroten, bijvoorbeeld door 'ogen en oren' te zijn van de hulpverleners en bij te aan snellere beschikbaarheid van betere informatie.

Professionele veiligheidsorganisaties, zoals de politie, maar ook gemeenten, openbaar vervoer organisaties en organisatoren van evenementen, zien in sociale media een middel om burgers actief te betrekken bij de zorg voor meer sociale veiligheid.

Wat zijn de ervaringen tot nu toe? Hoe ver zijn organisaties met het gebruik van sociale media? Hangt dit bijvoorbeeld af van enkele enthousiastelingen of is het al helemaal in het beleid opgenomen?

In dit white paper doen we verslag van onze verkenningstocht: we proberen het klimaat te beschrijven en schetsen de ontwikkelingen.



**Integrale Veiligheid**  
Kampweg 5  
3709 DE Soesterberg  
Postbus 23  
3709 DS Soesterberg  
www.tno.nl  
T +31 88 866 15 00  
F +31 34 635 38 77  
infodesk@tno.nl

**Datum**  
15 februari 2012

**Onze referentie**  
Topic2 wpt5  
E-mail  
hans.vandenbroek@tno.nl

**Doorkiesnummer**  
+31 88 866 15 93

**Doorkiesfax**  
+31 34 635 69 77