gemeente Moerdijk

Raadscommunicatieplan

2022 - 2026



Inhoudsopgave

	Blz
Voorwoord	1
1. Inleiding	2
2. Communicatiestrategie	2
3. Communicatiedoelen	3
4. Doelgroepen	3
5.Boodschap	4
6.Huisstijl	4
7.Communicatiemiddelen	4
8.Budget	7
9.Organisatie van de communicatie	7
10.Vervolg	8

Voorwoord

De wereld verandert continu. In de afgelopen decennia heeft onze samenleving zich ontwikkeld van een geordende en stabiele samenleving naar een samenleving met een enorme variëteit en diversiteit. Dat betekent het nodige voor de samenleving zelf, maar ook voor het openbaar bestuur. Zo ook voor de gemeente Moerdijk.

De gemeenteraad speelt hierop in en wil inwoners, bedrijven en andere betrokkenen goed informeren en hen (nog) meer betrekken bij plannen, projecten en beleid. Participatie en communicatie staan hoog op de agenda. Dit betekent nog meer luisteren naar wat er leeft en speelt bij de inwoners van alle kernen en hen de ruimte geven om mee te doen.

In verschillende documenten worden wensen en ambities geuit over communicatie en participatie door de gemeenteraad, zoals in de Quick Scan Lokale Democratie, in de Verbeteragenda, in het Overdrachtsdocument voor de nieuwe gemeenteraad en in het raads- en griffieplan. Daarnaast wordt er gewerkt aan een nieuwe Participatieverordening.

Raadscommunicatie kan ervoor zorgen dat de gemeentepolitiek dichter bij de inwoners wordt gebracht. Kortom: het is de hoogste tijd voor een raadscommunicatieplan.



November 2022
Griffie, gemeente Moerdijk

1.Inleiding

De gemeenteraad wil inwoners meer betrekken bij waar zij mee bezig is en weten wat er speelt in de verschillende kernen van de gemeente Moerdijk. Door meer in contact te komen met deze inwoners en ook bedrijven, kan de gemeente betere plannen en projecten maken of kan er meer draagvlak ontstaan voor nieuwe ontwikkelingen. Voor dit alles is een visie nodig op raadscommunicatie en participatie.

Visie raadscommunicatie
Hoe informeer je inwoners het beste? Hoe kan die dialoog het beste worden opgepakt? Hoe kunnen mensen meedoen? Hoe maakt de raad zichtbaar wie hij is en wat hij doet? Antwoorden op deze vragen staan in dit raadscommunicatieplan voor de jaren 2022- 2026. Dit vormt het algehele kader voor de raadscommunicatie in de huidige bestuursperiode. Voor 2023, 2024 en 2025 volgen nog jaarplannen met daarin de belangrijke prioriteiten en een planning.

Proces en draagvlak
Minstens zo belangrijk als de inhoud van dit raadscommunicatieplan is draagvlak creëren bij alle betrokkenen en tot goede afspraken komen voor de uitvoering ervan.
Daarom is er een werkgroep raadscommunicatie met daarin raadsleden, maar (aanvankelijk) ook een wethouder en ambtenaren. Doel is het vormen van een gezamenlijk beeld van raadscommunicatie en het bepalen van de ambitie en prioriteiten.

Deelnemers:

1. Raadsleden: Anton Huijzer (Onafhankelijk Moerdijk), Pitricia Koomans (VVD), Martijn Willegers (Moerdijk Lokaal), Lia Damen (BBM/BBB), Silvana Vermunt (CDA), Marianne Pas (PvdA) en Floris Stoot (D66)
2. Pauline Joosten, wethouder
3. Jose Hiel, domeinregisseur
4. Alexandra Schuurbiers, adviseur dienstverlening en participatie
5. Monique van der Blom, adviseur raadscommunicatie (voorzitter)
6. Corinne van Beek, griffiemedewerker (verslag)

Daarnaast zijn er korte lijnen met de afdeling communicatie van de gemeente.

2.Communicatiestrategie

De gemeenteraad moet zichtbaar, toegankelijk en herkenbaar zijn. Dat vereist de inzet van verschillende communicatiemiddelen om zoveel mogelijk inwoners te bereiken. De raadscommunicatie dient open, actief, laagdrempelig en interactief te zijn.

Uitgangspunten:

- Raadscommunicatie is niet politiek gekleurd, dus objectief. Wat daarbuiten valt is het domein van de politieke partijen/ fracties, dan gaat het immers over partijpolitiek en -profilering;
- Raadscommunicatie informeert inwoners en nodigt uit om mee te doen;
- Van belang is uit te dragen dat de raad uit verschillende fracties bestaat met verschillende meningen. Vanuit ieders eigen perspectief doen alle fracties het beste voor Moerdijk, dat is wat hen verbindt;
- De raad gaat actief in contact met de omgeving, haalt input op en koppelt terug.

3.Communicatiedoelen

1. *Informeren over actuele zaken*
   De raad verschaft goede informatie en communiceert beknopt en begrijpelijk over onderwerpen die spelen in de raad. De gemeenteraad laat aan de inwoners zien hoe de raad hen vertegenwoordigt en hoe besluiten zijn genomen. Terugkoppelen van resultaten aan inwoners is van groot belang.

2. *Informeren over de rol van de raad (presenteren)*
   De raad is zichtbaar, herkenbaar en benaderbaar voor de inwoners. De gemeenteraad stelt kaders, controleert en vertegenwoordigt de inwoners.

3. *Burgers stimuleren hun mening te geven en mee te doen (participeren)*
   De raad gaat actief op zoek naar interactie met inwoners (bedrijven, organisaties, instellingen, etc.). Vragen stellen, luisteren naar meningen over onderwerpen die ter besluitvorming voorliggen, mensen uitnodigen zelf onderwerpen op de agenda van de raad te zetten of hen zelfs te interesseren voor politiek.

4.Doelgroepen

Externe doelgroepen

Primair

1. Alle inwoners. Afhankelijk van het onderwerp is deze groep verder onder te verdelen in bijvoorbeeld leeftijd (jongeren, volwassenen, ouderen), woonplaats of specifieke belangen (bijvoorbeeld in een wijk of qua interesse).
2. Ondernemers, bedrijven en hun verenigingen (winkeliers, ondernemers MKB, etc).
3. Maatschappelijke organisaties en instellingen (maatschappelijke organisaties, welzijnsinstellingen, sportverenigingen, bewonersgroepen).
4. Mede- overheden (regio- gemeenten, maatschappelijke regelingen, provincie, Rijk).

Secundair

Pers: lokale en regionale media voorzien inwoners van actuele informatie over de gemeente en de gemeenteraad. Ook zijn ze deels verantwoordelijk voor de beeldvorming rondom het lokale bestuur.

Interne doelgroepen

1. College van burgemeester en wethouders;
2. Ambtelijke organisatie;
3. Griffie;
4. Partijen, fracties en raadsleden onderling.

5.Boodschap

De raad communiceert actief over de volgende onderwerpen:
• **Vergaderschema's, procedures en besluiten** (inclusief achtergronden van besluiten en meer- en minderheidsstandpunten, zodat tegemoet gekomen wordt aan de wens van de burger om 'de verschillen' duidelijk te maken)
• **Taken, werkzaamheden, bereikbaarheid gemeenteraad**
• **Begroting, kadernota en jaarrekening** (communicatie over kaderstelling en resultaten)
•Mogelijkheden om **invloed uit te oefenen**
• Nader te bepalen een of meerdere **inhoudelijke onderwerp(en) uit het bestuursakkoord**, zoals voor de komende periode een visie ontwikkelen op participatie (door gemeentelijke organisatie en raad).

6.Huisstijl

Een huisstijl voor de raad bevordert de herkenbaarheid. Deze moet aan de ene kant onderscheidend zijn van die van de gemeente Moerdijk, waardoor ook het verschil tussen raadscommunicatie en communicatie vanuit het college zichtbaar wordt. Tegelijkertijd moet de huisstijl ook laten zien dat de raad onderdeel is van 'de gemeente'.
Een huisstijl voor de raad bestaat in ieder geval uit een **logo** en een keuze in **lettertype**. Er is een goede set foto's van de raad als geheel en van de afzonderlijke raads- en burgerleden nodig.
Er komt binnen afzienbare tijd een nieuwe gemeentelijke huisstijl. Het is zaak om hier de ontwikkeling van huisstijl voor de gemeenteraad in mee te nemen.

7.Communicatiemiddelen

Digitale media zijn goedkoop en je bereikt er veel mensen mee. Toch is er nog steeds een groep mensen die hier niet of nauwelijks toegang tot heeft. Laaggeletterdheid en beperkte digitale vaardigheden blijven zaken om rekening mee te houden. Daarom is een **mix van papieren en elektronische middelen** nog steeds het meest optimaal.
Een beeld zegt meer dan 1000 woorden. Het verdient de aanbeveling om behalve met teksten ook met (**bewegende) beelden** te werken.
Tot slot is **persoonlijk contact** een belangrijk uitgangspunt: als de raad de interactie wil bevorderen, dan zal zij naar buiten moeten gaan en in contact treden met de inwoners. De raadsleden zelf zijn het belangrijkste directe communicatiemiddel.

Analyse huidige communicatiemiddelen

De raad beschikt al over een aantal communicatiemiddelen die goed aansluiten bij de doelen informeren, presenteren en participeren:

Informeren en presenteren

a. **Raadswebsite: raadsinformatie.moerdijk.nl**
   De gemeente, www.moerdijk.nl, of direct https://moerdijk.raadsinformatie.nl is de basis voor de raadscommunicatie. Alle informatie over de gemeenteraad is hier te vinden: samenstelling van de raad, de vergaderingen, thema's, en nieuws. Ook vindt men er informatie over hoe burgers zelf invloed kunnen uitoefenen en raadsvergaderingen kan men er live volgen.
   Advies: nog laagdrempeliger en informatiever maken.

b. Rubriek Raad aan de slag in Moerdijkse Bode
De data en agenda van de raadsvergaderingen en – bijeenkomsten moeten altijd gepubliceerd worden. De griffie kan verder kopij inleveren. Frequentie: 2- wekelijks.
Advies: zorg voor een herkenbare vormgeving en werk met verschillende terugkerende rubrieken (Ken uw raadslid, Raads- ABC).

c. Pers
Een open en transparante relatie met de pers is belangrijk, omdat de media cruciaal zijn in het bereiken van de inwoners.
Advies: ontwikkel een herkenbaar format voor persberichten van de raad, blijf investeren in contact met de pers.

d. Twitter
Er is een twitter- account.
Advies: twitter bij vergaderingen en bij activiteiten vanuit de raad.

e. Facebook
Er is een Facebook- account.
Advies: plaats een post op Facebook bij vergaderingen en bij activiteiten vanuit de raad.

Participeren

f. **Inspreken** bij raads- en commissievergaderingen: mensen kunnen via de griffie 5 minuten spreektijd aanvragen.
g. **Werkbezoeken**: de raad informeert zich door op bezoek te gaan bij bedrijven/ organisaties of in een dorp of wijk.
h. **Burgerinitiatieven:** via de website kan men een burgerinitiatief indienen.
i. **Brief/ mail** aan de raad: iedereen kan de raad bereiken via e-mail.
j. **Afspraak** met de raad: direct met een raadslid of via de griffie.
k. **"Politiek Actief":** bijeenkomsten voor geïnteresseerden in gemeentepolitiek (vanaf 2023 weer).

Advies:
- Breng de 'basics' op orde: herkenbaar in "look & feel", structureel ingezet en in samenhang met elkaar. Dat betekent het optimaliseren van de middelen en deze gestructureerd via jaarkalender inzetten.
- Gebruik de standaard- communicatiemiddelenmix bij nieuws en/of activiteiten: Raad aan de slag Moerdijkse Bode, facebook, intranet en de digitale nieuwsbrief voor raadsleden.
- Bepaal tijdens het werkoverleg van de griffie op basis van de agenda de onderwerpen voor de externe communicatie.
- Het is een uitdaging om vernieuwende, creatieve manieren te bedenken om politiek en inwoners dichter naar elkaar toe te laten bewegen: van inspraak naar meespraak!

Nieuwe mogelijke communicatiemiddelen

Informeren en profileren

Sociale media
Social media (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn) is geschikt voor informeren, presenteren en participeren. Je kunt via social media snel informatie ontsluiten en inspelen op de actualiteit. Het leent zich uitstekend voor foto's en filmpjes. Van alle Nederlanders 'doet' 96% aan social media.

Heel veel Nederlanders hebben een Facebookaccount en de meesten kijken er ieder dag wel even op. Vooral Facebook biedt veel kansen voor de gemeenteraad, 36% van de gemeenteraden heeft een Facebookpagina.
Video genereert 3x meer bezoekers naar je website, het is laagdrempelig en voor zowat iedereen gemakkelijk te begrijpen. Bij een 'vlog' (een verteller filmt zichzelf) is het juist de kracht dat het niet professioneel en perfect is.
Om bovenstaande redenen, plus omdat je via social media jongeren beter kunt bereiken, is het inzetten van social media in raadscommunicatie zeer aan te bevelen.

Andere mogelijke communicatiemiddelen zijn:

a. Informatiebord met raadsleden in publiekshal of raadszaal
b. Jaaroverzicht: korte terugblik op het jaar
c. Presentatie van de raad voor interne tv schermen
d. Gast van de raad
e. Column/ blog raadslid
f. Campagne: Uw idee voor Moerdijk
g. Promotie burgerinitiatief
h. Nieuwsbrief voor inwoners
i. Flyer met de raadsleden
j. Werkbezoeken op locatie
k. Afspraak maken met een raadslid
l. Jongerenparticipatie
m. Politiek actief
n. Interne bijeenkomst medewerkers
o. Motiemarkt (of andere manier voor inwoners om onderwerpen aan te dragen)
p. Instagram;
q. YouTube;
r. Video/ vlog raadslid
s. Ikpraatmee.nl (onderwerpen voor consultatie)
t. Digitale nieuwsbrief extern (over de raad);

Participeren

a. **Gast van de raad**
   Inwoners worden uitgenodigd voor een raadsvergadering en krijgen beeld bij wat de gemeenteraad is en doet. De burgemeester ontvangt samen met enkele raadsleden deze gasten voorafgaand aan de raadsvergadering. Zij krijgen dan informatie over het raadswerk, de manier van vergaderen en over hoe besluiten worden genomen. Ook wordt er vooruitgeblikt naar de raadsvergadering van die avond. Tot slot vertellen raadsleden over hun raadswerk: waarom zijn ze in de politiek gegaan? Wat is leuk, wat bevalt minder goed? Wat zijn de contactmogelijkheden van burgers met de raadsleden? Na het voorprogramma volgen de gasten de raadsvergadering.
b. **Deelnemen aan beeldvormende vergaderingen**: de raad zoekt input om zich een breed beeld te vormen van onderwerpen/ thema's.
c. **Klassenbezoeken** e.a. voor scholieren om jongeren kennis te laten maken met en te betrekken bij de lokale politiek.
d. **"De raad ontmoet…":** de raadsleden gaan op bezoek in een dorp of wijk, maar ook: themabijeenkomsten/ werkbezoeken op locatie over specifieke onderwerpen/ fietstocht;
e. **"Moerdijk.ikpraatmee.nl":** inwoners kunnen meedoen aan: vragenlijsten, polls, stellingen en discussies over allerlei onderwerpen uit de gemeente;
f. **"Uw idee voor Moerdijk'**: een bijeenkomst los van een voorstel van raad of college, op aanvraag van inwoners;

g. **Petitie indienen**: inwoners vragen via een petitie de raad om actie te ondernemen;
h. **Motiemarkt (Raadsmarkt):** dag op het gemeentehuis waar mensen hun idee in kunnen dienen en raadsleden kunnen daar een motie van maken;
i. Bijeenkomsten gericht op het **betrekken van de ambtelijke organisatie** bij de raad;
j. **Politiek café:** 2x per jaar over een actueel onderwerp.

Advies:
- Maak aan het begin van iedere nieuwe raadsperiode de nieuwe raadsleden goed zichtbaar. Zorg ook voor een goede set foto's van alle raadsleden en groepsfoto's. Deze kunnen gebuikt worden voor bv een speciale raadspagina in de krant of voor een raadsfolder.
- Ga door met facebookberichten van de raad, maak hier beleid op en monitor het.
- Stimuleer inwoners om met ideeën te komen door hen te wijzen op de mogelijkheden om mee te doen in actuele plannen en projecten.
- Maak gunstig gebruik van de kanalen en middelen van de afdeling communicatie. Dit levert ook een positieve samenwerking op tussen college en raad. Maak hier goede afspraken over.

8.Budget

Voor publiekscommunicatie is op de griffiebegroting voor 2023 een bedrag van 10.000 euro opgenomen. Ook zijn er personele kosten voor de adviseur raadscommunicatie (24 uur per week).

9.Organisatie van de communicatie

De uitvoering van de raadscommunicatie en eindredactie van artikelen gebeurt door **de griffie**. Ook bewaakt de griffie de scheidslijnen tussen raadscommunicatie en partijcommunicatie en de verdeling qua aandacht, tijd en ruimte.
De griffie is ook het eerste aanspreekpunt voor journalisten. Feitelijke vragen worden door de griffie beantwoord. Als de vragen gaan over standpunten van fracties, zal de griffie de journalist doorverwijzen naar desbetreffende fractie.
De **werkgroep raadscommunicatie** denkt mee, wordt geïnformeerd over de voortgang en evalueert. Deze werkgroep vergadert 4x per jaar.
Gemeenteraadsleden en **fracties** zijn zelf verantwoordelijk voor hun uitspraken in de pers en de stukken die zij aanleveren.
De **raad** stelt het raadscommunicatieplan vast.

Rol adviseur raadscommunicatie
- Opstellen van het raadscommunicatieplan;
- Gevraagd en ongevraagd communicatieadvies geven aan griffie en raad;
- Opstellen van communicatiebeleid, -plannen/ draaiboeken;
- Adviseren over en ontwikkeling van werkvormen voor participatie;
- Bijdragen aan het communicatiever maken van de griffie en raad;
- Maken van een jaarlijkse raadscommunicatiekalender;
- Uitvoering van de communicatie;
- Coördineren en aansturen van derden, zoals vormgever en fotograaf;
- Monitoren en evalueren van de raadscommunicatie;
- Voorzitten van de werkgroep raadscommunicatie.

Rol griffier

- Opvangen van signalen van belang voor raadscommunicatie;
- Klankbord zijn voor de adviseur raadscommunicatie;
- Mede opstellen van mediaberichten;
- Input leveren voor monitoren en evalueren raadscommunicatie;
- Eindverantwoordelijk voor communicatieondersteuning aan de raad;
- Jaarlijks beschikbaar stellen van budget voor menskracht en communicatiemiddelen in griffieplan;

Rol raadsleden

- Content aanleveren over zaken die zij meemaken, bv werkbezoeken/ blog over raadswerk;
- Zichtbaar zijn in de raadsvergadering, in de lokale pers, op social media en fysiek;
- Verantwoordelijk voor de communicatie over fractiestandpunten en -activiteiten, moties, amendementen en door hen gestelde vragen;
- Input leveren voor het monitoren en evalueren raadscommunicatie;
- Deelnemen in werkgroep raadscommunicatie;
- Zelf het visitekaartje zijn.

10.Vervolg

Dit raadscommunicatieplan dient als beleidskader voor de raadscommunicatie 2022- 2024. In de verschillende op te stellen jaarplannen staat een planning van de basics (krantenberichten, persberichten, sociale media, website, intranet) in de vorm van een contentkalender. Ook komen in het jaarplan de prioriteiten van het betreffende jaar aan bod. Die worden uitgewerkt in deelplannen. In de deelplannen zal er aandacht zijn voor het SMART formuleren van de doelstellingen en het meetbaar maken van de resultaten. Het raadscommunicatieplan wordt gemonitord en jaarlijks geëvalueerd in de werkgroep raadscommunicatie.

Bronnen

Rob Eijsermans en Mark Hendrikx, *Raadscommunicatie in het duale bestel, De politiek dichter bij de burger, Een praktische handleiding,* SDU Uitgevers 2006.

David Kok, *Nudging de gemeenteraad, geen raad zonder raadscommunicatie*, Brave New Books, 2018.