

Notysje riedskommunikaasje Achtkarspelen

14 maaie 2025

De gemeenteried fan Achtkarspelen set al jierrenlang yn op effektive riedskommunikaasje. Ferline jier is nei foaren kommen dat der ferlet is om de kommunikaasje fierder te ferdjipjen en de oanpak te fernijen. De foarlizzende notysje set in plan útien dat in folgjende stap is yn ús striben om de ôfstân tusken de ried en de ynwenners lytser te meitsjen en de belutsenheid te fergrutsjen. Dat wolle wy ûnder oare dwaan troch it gebrûk fan nije kanalen, lykas Facebook, Instagram en fideo, en troch mear gearwurking mei lokale media.

"Raadscommunicatie is bedoeld om collectief als bestuursorgaan te communiceren. Het is politiek neutraal en geeft objectieve en feitelijke informatie over de gemeenteraad."
(Raadsgriffie Dordrecht, 2022)

Doelstellingen en kearnwearden

Riedskommunikaasje sa't wy dy oant no ta ynfolje, giet foaral oer ynformaasjeoarsjenning. Us ynwenners moatte op de hichte wêze fan al dat yn de riedsgearkomsten bepraat en besletten wurdt. Dat is de gemeente har ynwenners ek ferplichte.

Hoe't riedskommunikaasje yn de takomst ynfolle wurdt, hinget fansels ôf fan de doelen dy't de gemeenteried dêrmei hat. In gemeenteried wol sa folle mooglik – it leafst alle – ynwenners berikke, tagonklik wêze foar de boarger en hat boppedat ferlet fan belutsen boargers. Dat smyt de folgjende doelstellingen en kearnwearden op:

- **Tagonklikheid en transparânsje**

De gemeenteried moat foar ynwenners tagonklik wêze en as transparant sjoen wurde. Dit hâldt yn dat ynwenners bygelyks dúdlike útlis krije oer komplekse saken en dat se de riedsleden kennen leare en witte te finen.

- **Belutsenheid en partisipaasje**

It doel is om ynwenners aktiver te belûken by beslútfoarming en de gemeentlike polityk yn syn gehiel. Sy moatte witte hoe en wêr't sy ynfloed hawwe kinne, bygelyks troch yn te sprekken of in ûnderwerp te agindearjen. Dat soarget dat se it gefoel hawwe dat harren miening meitelt. It moat it boppedat makliker meitsje foar ynwenners om sels polityk aktyf te wurden.

- **Yn ferbining mei ferienings**

Ynset fan riedskommunikaasje is it striben om de kleau tusken de gemeenteried en ynwenners te ferlytsjen en sa folle mooglik ynwenners te berikken. Ferieningen en doarpsbelangen kinne dêr in wichtige rol yn spylje. It kin boppedat helpe om de gearwurking te sykjen mei lokale media lykas RTV NOF en oare kanalen lykas social media yn te setten.

Doelgroepen

Om effektyf te kommunisearjen, is it fan belang om sicht te hawwen op de doelgroepen. It hoecht net beneamd te wurden dat ús riedskommunikaasje yn prinsipe op *alle* ynwenners fan Achtkarspelen rjochte is. Der binne lykwols in pear doelgroepen dy't better berikt wurde as se krekt oars benadere wurde. De riedskommunikaasje-adviseur fan de gemeente Woerden (Van den Hoek, 2020) komt ta twa spesifike doelgroepen:

1. **De 'unusual' suspects:** dat binne ynwenners dy't de ried oant no ta minder goed berikke kinnen hat en dy't sels it paad nei de ried dreech fine kinne.
2. **Nije oanwaaks:** dat binne ynwenners dy't sels polityk aktyf wurde wolle soenen.

Hoewol't dêrmei net sein is dat yn Achtkarspelen krekt dizze twa groepen oansprutsen wurde moatte soene, kin it wol rjochting jaan oan de doelstellingen. Dizze groepen binne ynteressant, omdat de winst grut is.

De earste groep is faak grutter as je tinke: politikolooch André Krouwel skreau yn 2018 dat 8 op de 10 kiezers yn de ôfrûne fjouwer jier nea kontakt hân hiene mei it gemeentebestjoer of de lokale politiek (riedsleden, wethâlders en boargemaster) (nei Kok, *Nudging de gemeenteraad*, 2018). It makket dat it yn alle gefallen de muoite wurdich is om te besykjen om dizze groep te berikken. Dat dat no net bart, hat faak te krijen mei it feit dat se harren op oare plakken of platfoarmen bejouwe as dêr't de gemeenteried no aktyf is. Tink oan Facebook of Instagram.

De groep mei potinsjele nije oanwaaks is faak al better te berikken. Hja hawwe oer it algemien al wat kennis fan de gemeentlike polityk, mar it kin wêze dat ek sy it paad nei de ried noch net witte te finen. Foarbylden fan minsken út dizze groep binne aktive boargers of bestjoersleden fan ferieningen yn ús gemeente. Hja binne bestjoerlik meast al aardich ûnderlein en kinne enoarm profitearje fan koarte lyntsjes mei de gemeenteried. Om belutsenheid en partisipaasje te befoarderjen moatte boargers wiisd wurde op harren mooglikheden om ynfloed út te oefenjen.

Koartsein smyt dat de folgjende doelgroepen op:

- **Algemiene ynwenners**
Dat binne alle ynwenners fan ús gemeente.
- **Potinsjele nije partisipanten**
Ynwenners dy't troch de kommunikaasjemiddels dy't no ynset wurde noch (hast) net berikt wurde. Bygelyks jongerein (folle digitaler) en âlderein (minder digitaal).
- **Aktive boargers en ferieningen**
Minsken dy't al belutsen binne by of yn it bestjoer sitte fan lokale inisjativen lykas doarpsbelangen of doarpsfeesten yn ien fan ús tolve moaie doarpen of by ús ferieningen.

Strategy en oanpak

Yn dit haadstik wurde de middels en platfoarmen beneamd dy't wy ynsette wolle om de boppesteande doelgroepen effektyf te berikken. Dat wol net sizze dat de gemeenteried oant no ta neat dien hat: hast alle wiken lit de gemeenteried fan him hearre op de gemeenteside yn de lokale krante De Feanster. Der wurde út en troch lessen organisearre op skoallen, yn it basis en fuortset ûnderwiis. De ried docht wurkbesites, ynwenners kinne in jûntiid meisjen as Gast van de Raad en fia iBabs kinne ús ynwenners, as se wolle, al dêr't de ried oer praat en beslút ynsjen.

Wy sette no in hiel soad kanalen noch net yn, benammen sosjale media ûntbrekke. Op it mêd fan mediafoarmen en gearwurking mei lokale media lykas RTV NOF is ek noch terrein te winnen. Ek op it mêd fan partisipaasje kin it altyd better. Hast alle ûndersteande middels kinne ynset wurde om ús ynwenners te ynformearjen en witte te litten hoe en wêr't sy ynfloed hawwe kinne op besluten dy't harren oangeane. Boppedat kinne de middels ynset wurde om net allinnich út te stjoeren, mar ek te ûntfangen en te sjen: wat libbet op it stuit by ús ynwenners?

In oersjoch fan de platfoarmen en mediafoarmen dy't wy tenei graach ynsette wolle:

Facebook en Instagram

Untwikkeling: groei (7.000.000¹, -5%²), grutste medium yn Nederlân nei WhatsApp en YouTube. Instagram sterke groei (5.900.000, +19%), nei Facebook grutste medium yn Nederlân (Newcom, 2025)

Wy wolle sjen oft wy Facebook en Instagram ynsette kinne om in breed publyk oan te sprekken. Op dy platfoarmen sitte ferskillende doelgroepen: folwoeksenen en âlderein sitte mear op Facebook, jongerein wer faker op Instagram.

It hat de foarkar om dêr nije akcounts foar oan te meitsjen. Akcounts fan de gemeente Achtkarspelen binne der al wol. Oer it algemien ferwachtsje ynwenners oare ynformaasje en kommunikaasje fan de gemeenteried as fan de amtlike organisaasje. De besteande kanalen hawwe lykwols alfêst in grutter berik.

It is mooglik om beide te dwaan. Troch berjochten dûbeld te pleatsen, kin op de besteande akcounts ferwiisd wurde nei de akcounts fan de gemeenteried. By berjochten op de besteande akcounts komt dan altyd in sintsje lykas *'Dit is in berjocht fan de gemeenteried fan Achtkarspelen'* mei in link nei de side fan de gemeenteried. Sa bouwe wy ús eigen publyk op.

LinkedIn

Untwikkeling: tige sterke groei (1.700.000, +40%), nûmer 7 kwa deistige brûkers yn Nederlân

Op it stuit brûkt de gemeenteried LinkedIn net, de gemeentlike organisaasje docht dit al wol. LinkedIn is in platfoarm mei in unyk publyk en dúdlik formelere toan. De sifers litte sjen dat LinkedIn yn de lift sit yn ferliking mei 2024. It platfoarm is benammen geskikt foar dúdlike ynformative en edukative kontint.

¹ Deistich gebrûk fan it platfoarm neffens Newcom (2025)

² Feroaring neffens 2024

Fideo's

De gemeenteried docht no hast neat mei it medium fideo, wylst him dat foar fan alles lient. Fideo's binne dielber op hast alle platfoarms en kinne ynset wurde foar útlis fan yngewikkelde beliedssaken, yn edukative fideo's kinne weromkommende begripen útlein wurde: wat is in moasje? Je kinne boppedat riedsleden foarstelle mei fideo's.

RTV NOF makket út en troch al fideo's nei oanlieding fan ûnderwerpen yn riedsgearkomsten. Dat binne ék dielbere fideo's, dy't út neutraal, sjoernalistyk eachpunt makke binne en faak de saken nochris útlizze. Wy soene ôfspraken meitsje kinne oer hoe't wy dy fideo's ek brûke kinne soene.

Ried foarstelle

Fia de earder neamde social media-kanalen kin fan alles dield wurde. It idee is om riedsleden foar te stellen fia dizze kanalen. Tink oan koarte fideo's oer in riedslid. Gjûn ferkiezingspromo, mar in koarte yntroduksje. Wa bisto, wêr komsto wei en wat beweecht dy?

Gearwurking mei lokale media

In lokale omrop lykas RTV NOF kin in rol spylje yn it fersterkjen fan de ferbining mei ús ynwenners. In fertroude lokale omrop kin troch harren oanwêzigheid en ferslach fan riedsgearkomsten of oare bysûndere mominten yndirekt in rol spylje yn riedskommunikaasje. Troch lokale media better yn te ljochtsjen oer nijsgjirrige ûnderwerpen, bysûndere mominten (lykas ferkiezingsen) of kampanjes (lykas Politiek Actief), kinne wy ús kommunikaasje in grutter berik jaan en de ried sichtberder meitsje.

De lokale omrop RTV NOF is yn elts gefal ree om ús riedsgearkomsten live troch te setten. Dat freget wol in ynsidintele ynvestearring fan ús kant. Se nimme de situaasje graach ris op yn Bûtenpost. Mocht de komplette ynfrastuktuer noch ûntbrekke, dan kinne dy ynsidintele kosten oprinne oant sa'n 10.000 euro. Boppedat dielt ús regio in kanaal mei Tytsjerksteradiel. Dat betsjut dat riedsgearkomsten dy't op itselde momint plakhawwe net tagelyk útstjoerd wurde kinne.

Eigen hússtyl

Guon gemeenterieden hawwe bewust keazen foar in unike hússtyl foar alle uteringen fan de ried út. It haadargumint dêrfoar is de werkenberens fan de gemeenteried. Ynwenners hawwe oer it algemien oare ferwachtings fan uteringen fan de amtlike organisaasje as fan de gemeenteried. De hússtyl fan de ried sil wol basearre wêze op dy fan de gemeente. It makket net út oft no keazen wurdt foar eigen akkoanten op social media of it gebrûk fan de besteande akkoanten: beide kearen is it oan te rieden om de hússtyl unyk te meitsjen, om betizing foar te kommen. Dat kin al mei oare kleuren of bygelyks it wurd 'gemeenteried/gemeenteraad' yn it logo.

Debatrijk

De gemeenteried hat op tongersdei 20 maart 2025 ynstimd mei it oanskaffen fan in lisinsje foar Debatrijk. Mei dy tsjinst moat ynformaasje foar en oer de gemeenteried better tagonklik wurde foar ynwenners en riedsleden. Debatrijk brûkt keunstmjittige yntelliginsje (AI) om gearfettingen te meitsjen fan riedsgearkomsten en ynformaasje byinoar te sykjen. Sa biedt it de mooglikheid om dossiers oan te meitsjen oer in bepaald ûnderwerp.

De ynformaasje dy't Debatrijk generearret, kin wer brûkt wurde op Facebook, Instagram of LinkedIn. It is boppedat saak om riedsleden te wizen op de funksjes fan Debatrijk. Dat kin bygelyks troch linkjes nei dossiers mei te nimmen yn de aginda op iBabs.

Ynsidintele projekten

Riedskommunikaasje kin ek in rol spylje yn it effektyf kommunisearjen foarôfgeand oan én op bygelyks ynformaasjejûnen en saken oangeande de gemeentlike ferkiezingsen, krekt as de ferkiezingsen sels.

Wurkbesites

In wurkbesite is in middel dat riedsleden sels ynsette kinne. Ien fan de rollen fan in riedslid is dy fan folksfertsjintwurdiger. Ast riedsleden fregest wat se it moaiste fine: krekt dat. Yn de praktyk wurdt dêr faak mar in bytsje tiid oan bestege. As de ried him profilearje wol as in ried dy't tichte by de minsken stiet, dan moatte de riedsleden harren sa folle mooglik sjen litte yn de gemeente. It gesicht sjen litte yn de gemeente makket de gemeenteried taastber en tichteby.

Ymplementaasje en evaluaasje

Dat binne de ideeën en middels dêr't wy mei de riedskommunikaasje tenei op ynsette wolle. De yntinsivearring fan de riedskommunikaasje freget fansels wol om mear budzjet.

- **Wat is no begrutte?**
 - o **Advertorials, ferslaggen en lytse ynsidintele projekten:** € 12.150 jierliks

- **Rûzing fan it tal oeren dat de yntinsivearring ekstra freget**
 - o **Facebook en Instagram:** 10 oeren de moanne
 - o **LinkedIn:** 5 oeren de moanne
 - o **Fideo's:** 5 oeren de moanne
 - o **Lokale media:** 1 oeren de moanne
 - o **Ried foarstelle:** 2 oeren de moanne
 - o **Ynsidintele projekten:** 50 oeren it jier

- o **Totaal (rûzing):** 25-30 oeren de moanne - € 22.400 jierliks

As besletten wurdt om troch te setten mei dit plan, dan sil noch in perioade fan ien oant twa moannen oanhouden wurde moatte om ien en oar op te setten en foarm te jaan. It meitsjen fan in kontintkalinder, it finen fan de geskikte foarm en styl en it sykjen nei de effektyfste oanpak op elk platfoarm, kostet tiid.

By it ûntwikkeljen fan in eigen hússtyl geane wy fansels net oer ien nacht iis. Dat mocht dêr foar keazen wurde, dan sil dat ek tiid en omtinken freegje. De lansearring en ymplementaasje fan de eleminten út dit kommunikaasjeplan moatte binnen (heechút) trije moannen klear wêze.

Der moat – yn noch neier te bepalen gearstalling – perodyk evaluearre wurde nei oanlieding fan dit plan. Giet it sa't wy tocht hiene? Riedskommunikaasje lit him dreech yn sifers útdrukke, mar reflektearje sil altyd nije ynsjoggen biede.

Konklúzje

Dit plan biedt de hânfetten foar it ferbetterjen en fersterkjen fan de riedskommunikaasje. Troch gebrûk te meitsjen fan social media platfoarmen as Facebook, Instagram en LinkedIn, it ynsetten fan fideo en troch de gearwurking mei lokale media lykas RTV NOF oan te heljen, wolle wy breed sichtber wêze. Wy moatte soargje dat minsken witte wat hjir spilet, wat de ried docht. Dat draacht by oan it byld fan in transparante en tagonklike ried. Tichte by de minsken.

Mei it each op nij partisipaasjebelied moatte wy sjen hoe't wy dêrop oanslute kinne. Wy moatte ús (nije) kanalen ynsette om ynwenners witte te litten wat de gemeenteried docht én hoe't sy dêr sels ynfloed op hawwe kinne. Litte wy ús ferieningen en de doarpsbelangen tichte by ús hâlde. Sy kinne in brêge slaan tusken de gemeenteried en de ynwenners fan ús tolve doarpskearnen.

Riedsleden: ferjit net dat jimme sels ék in kommunikaasjemiddel binne. Meitsje tiid foar wurkbesites, gean de doarpen yn en kom op de plakken dêr't ús ynwenners ferlet hawwe fan in harkjend ear. De bêste wize om de ôfstân tusken ried en ynwenners te ferlytsjen is om de ried letterlik in gesicht te jaan. Dy gesichten, dat binne jimme!

Boarnen

Van der Veer, N., Bloemert, E., & Lohuis, J. (2025). *Nationaal Social Media Onderzoek*. Newcom Research & Consultancy.

Kok, D. (2018). *Nudging de gemeenteraad: Geen raad zonder raadscommunicatie*. Brave New Books.

Van der Hoek, S. (2020). *Notitie raadscommunicatie*. Gemeenteraad Woerden.
<https://gemeenteraad.woerden.nl/Vergaderingen/Presidium/2020/15-januari/20:00/notitie-raadscommunicatie.pdf>

Raadsgriffie Dordrecht. (2022). *Communicatieplan Gemeenteraad Dordrecht 2023-2026*. Gemeenteraad Dordrecht. <https://raad.dordrecht.nl/Documenten/7-1-Communicatieplan-gemeenteraad-Dordrecht-final.pdf>