

Raadscommunicatieplan gemeenteraad Buren 2018 – 2022

Inleiding

Wat is raadscommunicatie?

Raadscommunicatie definiëren we als ‘communicatie door en vanuit de gemeenteraad als geheel’. Wat daarbuiten valt is en blijft het domein van politieke partijen, fracties of individuele raadsleden. Partijpolitieke standpunten communiceren is daarmee dus een verantwoordelijkheid van de politieke partijen zelf. Dat maakt raadscommunicatie a-politiek en neutraal. Natuurlijk is er diversiteit aan standpunten binnen de gemeenteraad. Deze kunnen in de communicatie namens de gehele raad worden benoemd, maar niet worden benadrukt. Het gaat om het vergroten van de bekendheid van het werk van de gemeenteraad in zijn geheel, het vergroten van betrokkenheid van inwoners bij politieke besluitvorming en hen hierover informeren.

Afbakening

Raadscommunicatie kan doelen op interne communicatie (communicatie binnen de raad) en externe communicatie (richting media en samenleving). De voorstellen in dit plan richten zich op de communicatie vanuit raad richting inwoners, bedrijven en instellingen. Communicatie binnen de raad valt buiten de scope van dit plan.

Werkgroep raadscommunicatie

De werkgroep raadscommunicatie¹, die sinds mei 2018 in nieuwe samenstelling bij elkaar is, heeft een communicatieplan opgesteld voor de aankomende vier jaar. Naar voren kwam onder meer, dat we meer aan de voorkant gaan werken. Dit betekent dat de raad al eerder inzicht heeft in de bestuurlijke planning en de belangrijkste onderwerpen vroegtijdig weet.

Voordeel hiervan is dat:

- De raad in een vroeg stadium inwoners/bedrijven/instellingen kan benaderen om te horen wat speelt/leeft ten aanzien van bepaalde onderwerpen.
- De communicatie activiteiten beter ingepland kunnen worden.
- Inwoners/bedrijven/instellingen zich eerder kunnen laten horen en niet pas als de besluiten genomen gaan worden.

Daarnaast biedt het ons de gelegenheid om tussentijds te evalueren. Het plan heeft als leidraad het thema uit het coalitieakkoord: ‘Samen, pro actief en kerngericht!’.

De communicatiemiddelen die in het plan staan, worden uitgevoerd naast de reguliere activiteiten van raadscommunicatie zoals het beheer van het raadsdeel van de website Buren.nl, social media, Buren Magazine en de gemeentepagina. De rode draad bij de communicatiemiddelen is dat er meer interactie plaatsvindt tussen inwoners en de raad. Omdat de middelen in uren en budget beperkt zijn, moet er wel een prioritering in de uitvoering worden aangebracht.

In september 2018 is er een workshop raadscommunicatie gehouden om raadsbreed te inventariseren wat we met raadscommunicatie precies willen bereiken en op welke manier. De input uit de workshop is verwerkt in dit plan net als de evaluatie van de inzet van raadscommunicatie uit de vorige periode 2014-2018. In bijlage 1 is te lezen welke activiteiten in de bestuursperiode 2014-2018 zijn uitgezet.

De concrete uitwerking en verantwoording van de activiteiten van raadscommunicatie staan in de jaarplannen van de griffie. In het jaarplan van 2018 zijn de kengetallen van raadscommunicatie uit de afgelopen periode opgenomen, zie bijlage 2.

¹ Samenstelling werkgroep raadscommunicatie vanaf mei 2018: Evelien Schlösser, Hans van Vierssen, Riny Veenis, Kees van de Bijl, Albert Zwarteveen, Wander van Laar en Ellen van Dam.

Ontwikkelingen

De afgelopen jaren is er veel veranderd op het gebied van (overheids)communicatie. Denk aan het gebruik van sociale media, de digitalisering van de samenleving en de roep om burgerparticipatie en overheidsparticipatie. Dit vraagt om een nieuw communicatiebeleid. Minder zendergericht. Meer dialoog. Het is een krachtige ontwikkeling die ruimte en vertrouwen moet krijgen. We zijn daar in de periode 2014-2018 al mee bezig geweest, maar dit kan nog altijd beter. De raad zal vaker zichtbaar aanwezig moeten zijn bij de inwoners om meer vertrouwen te krijgen en beter benaderbaar te worden. Raadsleden hebben dit nodig om een goed oordeel te kunnen vormen over bepaalde thema's en om uiteindelijk goede besluiten te kunnen nemen.

Trends

- *Netwerksamenleving*: Een duidelijke trend is de *verschuiving naar een netwerksamenleving*. We gaan steeds meer doen in tijdelijke allianties. Hieruit volgt dat wie de baas is, niet meer vaststaat. En: 'Om allianties te vormen moet je elkaar vertrouwen schenken (...) het zoeken naar overeenkomsten in plaats van verschillen met elkaar.'ⁱ
- Sociale media zijn een **volwaardig communicatiekanaal**. Niet reageren op een tweet of een reactie op Facebook staat in feite gelijk aan het niet opnemen van de telefoon. Bovendien is het een passend middel om burgerparticipatie en overheidsparticipatie aan te wakkeren en verbindingen te leggen. Sociale platforms zijn interessante plekken om informatie te delen en de **dialoog** aan te gaan. Door niet aanwezig te zijn op deze plekken, mist de raad een belangrijke kans om de inwoner te 'ontmoeten' op een laagdrempelige manier.
- *Samenwerken vanuit vertrouwen*. Zeker voor de gemeente geldt dat mensen niet vallen voor mooie woorden alleen. Er moet ook iets positiefs aantoonbaar zijn om het vertrouwen mee op te kunnen bouwen. Dit geldt voor de gemeente in zijn geheel, want inwoners maken doorgaans geen onderscheid in gemeenteraad en college van b en w. Het is de gemeente, waar ze een beroep op doen. Vertrouwen in de gemeente moet worden verdiend, en dat is een zaak van alle betrokkenen: gemeenteraadsleden, dagelijks bestuur en ambtenaren.
- Een belangrijke trend in gemeenteland: **de toptaken-website**. Een toptaken-website stelt service aan inwoners en bedrijven centraal. Dat betekent een denkomslag. Een gemeentelijke website is vaak een groot archief: het is te veel informatie om te beoordelen, laat staan om het actueel te houden. Taken zijn het meest belangrijk. Dit plan focust zich op de raadspagina's. Deze pagina's moeten dus goed op orde zijn en direct zichtbaar. Er is inmiddels een start gemaakt met de 'verbouwing' van de website van de gemeente Buren.

Communicatieboodschap

De gemeenteraad wil vaker contactmomenten hebben met inwoners, bedrijven en instellingen, om vroegtijdig te weten wat er leeft over belangrijke onderwerpen die op de agenda staan. Daarnaast stimuleert de raad initiatieven voor een betere samenleving en probeert deze zoveel mogelijk te faciliteren.

Doel raadscommunicatie

Bevorderen interactie. Inventariseren waar behoefte aan is. Verbinding maken.

Communicatiestrategie

De strategie om deze doelen te bereiken is:

Communiceer op actualiteit en thema's (thema's 2019,)

Maak het persoonlijk (spreek de doelgroep direct aan, maar ook: laat de persoon achter het raadslid zien)

De gemeenteraad treedt naar buiten toe als collectief en niet per fractie.

Als het om raadscommunicatie gaat treedt de raad naar buiten toe als collectief i.p.v. als fractie.

Daarbij zullen raadsleden ook herkenbaar zijn (bv naambadge) en met 2 of 3 personen minimaal per gelegenheid aanwezig zijn.

Communicatiemiddelen 2019

In dit onderdeel komen de communicatiemiddelen aan de orde, die de raad kan inzetten. Daar staan de communicatiemiddelen die de gemeenteraad regulier inzet –zoals website, gemeentepagina, social media- niet apart genoemd. Ze zijn ondersteunend aan de hieronder genoemde middelen. Wel is afgesproken om meer in te zetten op lokale media (Fruitbode, Maurik Rond etc.). In de onderstaande tabel zijn de doelstelling en de doelgroepen opgenomen. Vervolgens worden alle communicatiemiddelen kort toegelicht.

Doel	Communicatiemiddel	Doelgroepen
Bevorderen interactie. Inventariseren waar behoefte aan is. Verbinding maken.	• Themabijeenkomsten (ook ambtenaren bij aanwezig) Inwoners/bedrijven/instellingen gaan betrekken bij actuele thema's en grote thema's die op de bestuurlijke planning staan. Aandachtspunt hierbij is dat de raad vroegtijdig inzicht in bestuurlijke planning heeft. • Werkbezoeken	• Inwoners/bedrijven/instellingen • Bedrijven/instellingen
	Optie inzet communicatiemiddelen 2020-2022 (na evaluatie 2019)	
	• Speeddaten raadsleden/inwoners • Motiemarkt • Democracy	• Inwoners/bedrijven/instellingen • Inwoners/bedrijven/instellingen • Groep 7 en 8 basisonderwijs

Themabijeenkomsten

Doelgroep:

- inwoners/bedrijven/instellingen

Omschrijving:

Inwoners/bedrijven/instellingen vroegtijdig betrekken bij actuele thema's en bij de grote thema's die op de bestuurlijke planning staan. De raad kan twee tot driemaal per jaar bijeenkomsten organiseren in het gemeentehuis of op locatie in de gemeente. Ambtenaren zijn daar ook bij aanwezig om vragen te beantwoorden. De bijeenkomsten worden zoveel mogelijk verspreid over de kernen.

Werkbezoeken

Doelgroep:

- Bedrijven/instellingen

Omschrijving:

De raad zal regelmatig op werkbezoek gaan bij bedrijven en stichtingen die onder meer te maken hebben met de drie grote thema's: Samen aan de slag voor het klimaat en duurzaamheid, kerngericht werken (krachtige kernen), Samen sterk in de Regio (de regionale economie als versneller).

Optie inzet communicatiemiddelen 2020-2022 (na evaluatie 2019)

Het eerste jaar ligt de focus op het betrekken van inwoners door in te spelen op de actualiteit en naar aanleiding daarvan themabijeenkomsten te organiseren. Na evaluatie kan dat eventueel op die manier worden voortgezet, veranderd en/of aangevuld worden met onderstaande communicatiemiddelen.

Motiemarkt

Doelgroep:

- inwoners/bedrijven/instellingen

Omschrijving:

Een motiemarkt moet inwoners/bedrijven/instellingen met ideeën en de politiek bij elkaar brengen. Een motiemarkt heeft als doel om inwoners op een creatieve en constructieve manier te betrekken bij de besluitvorming van de raad.

De motiemarkt ziet eruit als een gewone markt, met kraampjes waar inwoners achter staan die een idee hebben voor de gemeente. De raadsleden zijn de klanten en het is aan de inwoners om raadsleden te overtuigen van hun plannen. Lukt dat, dan kan het raadslid dat idee adopteren en met de initiatiefnemer een overeenkomst sluiten waarin wordt vastgelegd dat zij samen gaan werken aan een motie (een formeel middel om een discussiepunt voor te leggen in een vergadering) of een amendement (een middel om een raadsbesluit te wijzigen) en het idee in de raad op tafel te krijgen. Voordat een inwoner mee kan doen aan de motie markt zullen de ideeën eerst voorgelegd worden aan de griffier. Bij geschiktheid kan een inwoner het verder uitwerken voor de motiemarkt. De motie kan geadopteerd worden door een raadslid. Ze werken het dan verder samen uit.

Speeddaten met raadsleden

Doelgroep:

- inwoners/bedrijven/instellingen

Omschrijving:

Inwoners/bedrijven/instellingen kunnen direct met raadsleden in gesprek gaan over thema's die er op dat moment spelen.

Democracy (2019)

Doelgroep:

- Groep 7 en 8 basisonderwijs

Omschrijving:

Met het educatieve doe-programma Democracy maken kinderen uit groep 7 en 8 voor het eerst kennis met democratische besluitvorming. Ze brengen een bezoek aan het gemeentehuis en bouwen samen een stad.

Dit project is de opvolger van de Jeugdgemeenteraad. Tijdens de evaluatie van de vorige jeugdgemeenteraad, gaven alle scholen aan dat het teveel tijd in beslag neemt. Dit is een mooi alternatief wat minder tijd kost. Het wordt om het jaar georganiseerd, omdat er veel samengestelde klassen 6/7/8 zijn. Alle scholen krijgen hiervoor een uitnodiging in 2019.

1. Planning

Activiteit	2018	2019	2020	2021
Themabijeenkomsten		3x	3x	3x
Werkbezoeken	1x	3x	3x	3x
Optioneel				
Speeddaten met raadsleden			1x	1x
Motie markt			1x	1x
Democracy		1x		1x

2. Kosten

Raadscommunicatie is geen aparte post. Dat betekent dat de genoemde activiteiten uit verschillende raadsbudgetten worden betaald. Voor de activiteiten gepland in 2018 wordt bekeken welke financiële ruimte hiervoor nog beschikbaar is. Vooralsnog gaan wij er vanuit dat de beschikbare budgetten toereikend zijn.

3. Organisatie en evaluatie

Een raadslid is voorzitter van de werkgroep raadscommunicatie. De werkgroep raadscommunicatie en de communicatieadviseur van de raad (tevens secretaris van de werkgroep) werken nauw samen bij de uitvoering van de activiteiten. De leden van de werkgroep kunnen een rol spelen bij de uitvoering en ze vormen de verbinding met de andere raadsleden. De voorzitter koppelt tijdens de raadsvergaderingen terug over de ontwikkelingen. Bij de uitvoering van de activiteiten worden zoveel mogelijk raadsleden betrokken. De werkgroep bekijkt per situatie en zo nodig in overleg met de agendacommissie hoe dat het beste kan geschieden. De werkgroep evalueert samen met de communicatieadviseur de activiteiten.

Bijlage 1:
Activiteiten raadscommunicatie 2014 - 2018

Evaluatie communicatiemiddelen 2014-2018

Middelen	Doelgroep	Evaluatie
- Bijwonen evenementen Burens Bedrijvendag Ondernemers Platform - Gast van de raad - Gemeenteraad on Tour - Vergaderen op locatie	- Inwoners gemeente - Bedrijven/organisaties - Inwoners gemeente Bedrijven/organisaties - Inwoners gemeente	- Positief - Positief - Negatief, te weinig animo - Positief - Negatief, te weinig animo
- The Buzz - Raadspraak	16 – 20 jaar - Inwoners gemeente	- Bestaat niet meer - Niet heel goed gelezen
- Jeugdgemeenteraad - Rubriek gemeentepagina krant StadBuren - Cursus Politiek Actief	- Groep 7 en 8 basisonderwijs - Inwoners gemeente (burger)raadsleden Inwoners gemeente Bedrijven/organisaties	- Kost teveel tijd, Wordt alternatief voor gezocht. - Positief - Positief
- Werkbezoeken - Themabijeenkomsten	- Bedrijven/organisaties - Bedrijven/organisaties	- Positief - Positief

Algemene ondersteunende communicatiemiddelen

Middel	Omschrijving	Uitvoering
Nieuwsbrief Griffie	Tweewekelijkse nieuwsbrief van de griffie over evenementen, de raadsagenda en relevante ontwikkelingen voor de gehele raad.	Ingezet tijdens de gehele vorige bestuursperiode. De nieuwsbrief wordt niet meer geplaatst op extranet, maar geplaatst op iBabs.
Gemeentenieuws	Aankondiging op de gemeentepagina van de voorbesprekingen/informatie-bijeenkomsten en raadsvergaderingen.	Ingezet tijdens de gehele vorige bestuursperiode.
Persberichten	Het uitbrengen van persberichten over raadsbrede activiteiten.	Ingezet tijdens de gehele vorige bestuursperiode.
Gemeentemagazine	Viermaal per jaar verschijnt het gemeentemagazine. De gemeenteraad neemt hierin twee pagina's voor zijn rekening.	Ingezet tijdens de gehele vorige bestuursperiode.
Website	Het plaatsen van content op het raadsdeel van de gemeentelijke website.	Ingezet tijdens de gehele bestuursperiode.
Social Media	Het aanmaken en beheren van sociale media accounts Twitter, YouTube, Facebook.	Ingezet tijdens de gehele bestuursperiode.
Gemeenteraads-verkiezingen	Opkomstbevorderende activiteiten.	Voor de verkiezingen van 2014 en 2018 zijn in samenwerking met derden debatten georganiseerd. Ook zijn de standpunten van de partijen weergegeven in een verkiezingsspecial van Buren Magazine.

Bijlage 2:
Kengetallen raadscommunicatie
Bron: Jaarplan Griffie 2018

Onderwerp	Werkelijk 2015	Werkelijk 2016	Werkelijk 2017	Begroot 2017	Begroot 2018
Facebook volgers	-	155	181	160	190
Twitter volgers	651	720	821	740	900
LinkedIn connecties	549	635	640	640	640
Totaal	1200	1510	1642	1540	1730
Facebook posts	-	20	12	25	18
Twitter raadsvergaderingen (gem. 65 tweets per vergadering)	-	600	650	600	600
Twitter overig	-	18	20	18	20
Bijdragen Gemeentenieuws	34	34	38	35	40
Buren Magazine	4	4	4	4	4
Nieuwsbrief Griffie	23	24	22	24	23
Nieuwsitems website	30	13	11	13	12
Gast van de raad	3	-	-	-	-
Raadspraak (in 2018 minder ivm verkiezingen)	8	23	23	23	19
Raad on Tour	-	16	13	12	13
Debatbijeenkomsten verkiezingen	-	-	2	1	5
Cursus Politiek Actief	-	-	2	-	-
Totaal	102	752*	795*	755*	754*