



# Horen, zien en praten

## Raadscommunicatiebeleid

# Horen, zien en praten

## Raadscommunicatiebeleid

Auteur: Myrthe Honingh  
Onderdeel: Raadsgriffie  
Datum: 20 mei 2022

<b>INLEIDING .....</b>	<b>4</b>
<b>VISIE OP RAADSCOMMUNICATIE .....</b>	<b>5</b>
<b>WAT IS RAADSCOMMUNICATIE? .....</b>	<b>5</b>
<b>AMBITIE .....</b>	<b>5</b>
<b>DOELSTELLINGEN .....</b>	<b>5</b>
<b>DOELGROEPEN .....</b>	<b>6</b>
<b>UITGANGSPUNTEN .....</b>	<b>6</b>
<b>COMMUNICATIESTRATEGIE .....</b>	<b>7</b>
<b>COMMUNICATIESTRATEGIEËN .....</b>	<b>7</b>
<b>MIDDELEN &amp; STRATEGIE .....</b>	<b>7</b>
<b>COMMUNICATIEMIDDELEN .....</b>	<b>8</b>
<b>SUCCESVOLLE RAADSCOMMUNICATIE BEREIKEN .....</b>	<b>11</b>
<b>SCENARIO'S TUSSEN MINIMAAL EN MAXIMAAL .....</b>	<b>11</b>
<b>SCENARIO'S .....</b>	<b>11</b>
<b>BIJLAGE : MIDDELENINZET .....</b>	<b>13</b>

## Inleiding

Eén van de uitgangspunten van de raad in het kader van burgerparticipatie is dat er bij ieder onderwerp bewust gekozen wordt welke momenten en vormen van communicatie, interactie en participatie passend zijn. Het spreekt vanzelf dat dit uitgangspunt toegepast wordt in het kader van kaderstelling en controle door de raad en terugkomt in de uitvoering door het college. Maar dit uitgangspunt gaat ook op voor de eigen volksvertegenwoordigende rol. De raad vertegenwoordigt de gehele bevolking. Maar hoe geven we communicatie, interactie en participatie in deze rol vorm? Daarvoor is het van belang om beleid op te stellen (en uit te voeren) onder de noemer raadscommunicatie.

De raad vertegenwoordigt de hele bevolking van de gemeente, dat is één van de belangrijkste uitgangspunten binnen onze lokale democratie. Door te weten wat er speelt worden de belangen en wensen zichtbaar. Het ophalen van die kennis is een wisselwerking: enerzijds door als raad te luisteren en het gesprek aan te gaan, en anderzijds door goed zichtbaar en bereikbaar te zijn voor inwoners die contact zoeken over een vraag, initiatief of idee.

Op dit moment wordt een afstand tussen de gemeenteraad en haar inwoners ervaren en die afstand willen we graag verkleinen. Dat blijkt onder meer uit het communicatieonderzoek uit 2019 waarin vier op de tien (40%) inwoners in de gemeente Dalfsen aangeeft 'zeer geïnteresseerd' of 'geïnteresseerd' te zijn in de lokale democratie, maar dat slechts 12% zich betrokken voelt bij de gemeenteraad. Dat betekent dat 88% van onze inwoners zich niet betrokken voelt bij de raad. Ook de mate waarin inwoners contact willen met de raad verschilt. 45% van de inwoners is neutraal, maar slechts 14% voelt echt die behoefte. Daar liggen kansen.

Voor een inwoner is de rol van de gemeenteraad niet altijd even duidelijk. Wat kan de gemeenteraad voor inwoners betekenen? We willen daarom de raad meer zichtbaar maken bij onze inwoners en andere samenwerkingspartners en het contact stimuleren. Dat streven is door de raad bevestigd bij het beantwoorden van de vragenlijst ter voorbereiding op het communicatiebeleid van de raad zelf: zichtbaar voor de samenleving, heldere positionering over de rol en een kans voor het laten groeien van interesse in de lokale democratie.

We zijn niet de eerste gemeente die zich bewust is van wat er met gerichte raadscommunicatie kan worden bereikt. Verschillende gemeenteraden voeren activiteiten uit. Zo worden er columns geschreven op de website van de raad (Vlissingen), wordt er teruggeblikt op raadsvergaderingen in de lokale krant (Almere) en worden er ronde tafel gesprekken gehouden met inwoners (Raalte). In de basis wordt hetzelfde doel gedeeld: als raad zichtbaar en toegankelijk zijn voor je inwoners, laten weten en zien wat je doet. Echter de wijze waarop, de frequentie en wie hierin het initiatief neemt verschilt per gemeente. Een goede vervolgstap die veelal wordt gezet is om van ad-hoc naar gestructureerde communicatie te gaan. Diverse gemeenten maken daarbij gebruik van een raadscommunicatieplan of –visiedocument.

Dit beleidsplan is de concrete vertaling van de kaders en uitgangspunten uit de kadernota naar de doelen die de gemeenteraad wil bereiken. Het bevat geen activiteitenplan, maar beschrijft wel op hoofdlijnen hoe we met de inzet van raadscommunicatie de doelen willen bereiken.

### Leeswijzer

Dit beleidsplan begint met de visie op raadscommunicatie en de ambitie die in de kadernota is neergelegd. Vervolgens beschrijven de doelen wat we willen bereiken en de doelgroepen tot wie wij ons daarmee richten. In het hoofdstuk 'Wat wil de raad communiceren' wordt op basis van een viertal communicatiestrategieën de verbinding gelegd met communicatiemiddelen die een strategie ondersteunen waarna in het daarop volgende hoofdstuk de huidige en potentiële communicatiemiddelen uiteen worden gezet. Het laatste hoofdstuk bevat vier verschillende scenario's, variërend in tijd en kosten, waaruit gekozen kan worden en op basis van die keuze raadscommunicatie de stap naar uitvoering kan zetten.

## Visie op raadscommunicatie

Hoe komen besluiten tot stand, en wat is de uitkomst? Hoe werkt een gemeente, hoe kan ik als inwoner, ondernemer of samenwerkingspartner de stappen die een gemeente zet volgen en controleren. Waar moet ik als inwoner zijn met een vraag, plan of idee om samen te werken? Heb ik invloed? En wat kan de raad eigenlijk voor mij betekenen? De taken van de gemeenteraad zijn grofweg in drieën op te delen: het vormen van de volksvertegenwoordiging, het stellen van kaders en het controleren van het college van burgemeester en wethouders. Voor veel inwoners is niet duidelijk hoe onze lokale democratie werkt en welke rol een inwoner, raad en college daarin speelt. Voor een goede wisselwerking, die zorgt voor een goed krachterspel, helpt het om dat wel duidelijk te hebben. Uiteraard is communicatie een tweerichtings-kanaal: inwoners moeten zich ook (willen) informeren. Maar het start bij een gemeente die transparant en communicatief is<sup>1</sup> en uitnodigt voor contact.

## Wat is raadscommunicatie?

Raadscommunicatie definiëren we als 'het geheel aan communicatie-activiteiten voor en door de gemeenteraad als geheel en is gericht op het contact tussen raad en inwoners, ondernemers en andere samenwerkingspartners'. Wat daarbuiten valt is en blijft het domein van politieke partijen, fracties of individuele raadsleden. Dat maakt raadscommunicatie apolitiek en neutraal.

Tegelijkertijd kunnen we vanuit raadscommunicatie ook het woord geven aan fracties of een individueel raadslid. Hetzij als vertegenwoordiging van de raad als geheel, dan wel als representant die onderdeel uitmaakt van het geheel.

## Ambitie

De gemeenteraad heeft de ambitie uitgesproken om meer zichtbaar te willen zijn in de samenleving. Daarmee wordt enerzijds beoogd de afstand te verkleinen tussen inwoners en gemeenteraad en anderzijds om inwoners te interesseren voor het werk van de gemeenteraad en raadsleden. De mate waarin inwoners geïnteresseerd zijn moet echter wel gezien worden als 'bijvangst', aangezien die interesse niet enkel door communicatie gestimuleerd kan worden. De ambitie voor meer zichtbaarheid hangt nauw samen met de ambities op het gebied van participatie en de zichtbaarheid van individuele raadsleden in het licht van het handelen van de raad als geheel. Het doel van raadscommunicatie is om de gemeenschap en gemeente dichter bij elkaar te brengen. Dit gebeurt vanuit een heldere positionering van de gemeenteraad die mede voortvloeit uit het traject Goed Goan. De rol van de raad moet duidelijker uitgedragen worden naar inwoners. Zo zijn inwoners zich meer bewust van die rol en weten zij:

1. Hoe je als inwoner invloed kunt uitoefenen in het besluitvormingsproces
2. Hoe je kunt informeren over (het werk van) de gemeenteraad en de raadsleden en
3. Hoe je in contact komt met de gemeenteraad.

## Doelstellingen

We vullen de doelstellingen van raadscommunicatie aan de hand van drie invalshoeken in:

1. Bekendheid vergroten

Zichtbaarheid vergroten begint met bekendheid, door inwoners te informeren over de taken, bevoegdheden en werkwijze van de gemeenteraad. Inwoners krijgen via raadscommunicatie inzicht in wat de gemeenteraad precies doet voor de gemeente, voor hem of haar kan betekenen en hoe zij in contact komen met de gemeenteraad.

2. Rollen verduidelijken

Alle raadsleden zijn inwoners, maar niet alle inwoners zijn raadsleden. Het is belangrijk om aan de hand van raadscommunicatie te laten zien wat de gemeenteraad voor zijn inwoners doet en wat de rol

---

<sup>1</sup> Uit: Rapportage Quick Scan Lokale Democratie gemeente Dalfsen 2019

van raadsleden is. Daardoor zien inwoners ook wat hun eigen rol kan zijn in het besluitvormingsproces.

### 3. Betrokkenheid verhogen

We vinden het belangrijk om de afstand tussen inwoners en de raad te verkleinen. Inwoners weten hoe zij de gemeenteraad of raadsleden kunnen bereiken. De raad betreft inwoners, zo veel mogelijk, bij zijn werkzaamheden. We verhogen de interesse in de lokale democratie.

Het verhogen van de interesse heeft ook invloed op de continuïteit en kwaliteit van het lokaal bestuur. Door mensen te motiveren voor het lokaal bestuur, bestaat ook de kans dat mensen zelf actief zouden willen worden in het openbaar bestuur door lid te worden van een partij of zich verkiesbaar te willen stellen. Dit is in raadscommunicatie niet een doel op zich, maar raadscommunicatie kan hier wel aan bijdragen (neveneffect).

## Doelgroepen

Primair zijn inwoners de voornaamste doelgroep in de communicatie. Voor gerichte communicatie, die is afgestemd op de boodschap en het communicatiemiddel, is het van belang om deze groep nader te segmenteren naar leeftijd, woonplaats of interesse. Tevens dient in de communicatie rekening gehouden te worden met laaggeletterden, nieuwe Nederlanders en andere doelgroepen die de Nederlandse taal beperkt beheersen. Naast inwoners zijn ook samenwerkingspartners een belangrijke doelgroep, aangezien zij ook een rol spelen in het bevorderen van wonen, werken en leven in de gemeente Dalfsen. Bij onze samenwerkingspartners kan onder meer gedacht worden aan de Plaatselijke Belangen, zorg- en welzijn organisaties, (sport)verenigingen en de kerken. In onderstaand overzicht staat per doelgroep de relatie met raadscommunicatie toegelicht.

- Inwoners;
  - Kinderen; door aan te sluiten op hun belevingswereld hen laagdrempelig kennis laten maken met de rol en het werk van de raad (initiatief kinderburgemeester en kindergemeenteraad).
  - Tieners (12-18 jaar); voeden met kennis over de rol en werkzaamheden van een raad en het stimuleren van wederzijds contact
  - Jong volwassenen (18+); vergroten bewustwording van de rol en werkzaamheden van een raad, wat dat betekent voor de lokale democratie en welke invloed deze doelgroep daarop heeft.
  - Volwassenen (30+); vergroten van zichtbaarheid van de raad, vergroten van kennis over de rol en het besluitvormingsproces en de positie die deze doelgroep daarin heeft en de wijze waarop invloed is uit te oefenen, stimuleren van wederzijds contact, betrokkenheid en het benutten van kennis en capaciteit richting gemeenschap.
- Samenwerkingspartners; vergroten van zichtbaarheid en toegankelijkheid naar de raad, mede door kennis over rol en werkzaamheden van de raad en inzicht in de rol en positie in het besluitvormingsproces van een raad en samenwerkingspartner.

## Uitgangspunten

Raadscommunicatie is communicatie die voor en door de gemeenteraad als geheel wordt geïnitieerd en is gericht op het contact tussen raad en inwoners. Om te komen tot een goede uitvoering van de raadscommunicatie gelden de volgende uitgangspunten:

- De gemeenteraad communiceert als geheel, raadsleden spelen hierin een rol (representant); partijpolitiek is aan de partijen zelf;
- Raadscommunicatie vraagt om betrokkenheid en inzet van de gehele raad;
- Raadscommunicatie vindt onafhankelijk van het college plaats (verschillende rollen in het proces)

## Communicatiestrategie

De gemeenteraad wordt door raadscommunicatie als zichtbare eenheid (collectief) naar buiten toe 'gepresenteerd'. Belangrijk is dat inwoners horen en ervaren dat de raad er voor de inwoners is, wat hij voor de inwoners kan betekenen en hoe inwoners betrokken worden. Als raad wil je uitstralen dat je aanwezig, toegankelijk en betrokken bent.

## Communicatiestrategieën

De communicatiestrategie beschrijft op welke wijze de doelstellingen bereikt kunnen worden. Op basis van de gekozen strategie in combinatie met de doelgroep wordt de boodschap en het communicatiemiddel bepaald.

- **Informereren:** aan inwoners bekendmaken wat activiteiten en onderwerpen zijn waar de raad mee bezig is; (verhogen bekendheid)
- **Verduidelijken:** inwoners activeren door te communiceren over de rol en de waarde van de raad voor inwoners en wijze waarop inwoners zelf invloed kunnen uitoefenen; (verduidelijken rol)
- **Terugkoppelen:** inwoners informeren over genomen besluiten, uitleggen wat de raad gedaan heeft met de mening van inwoners en waarom bepaalde keuzes worden gemaakt; (verduidelijken rol en verhogen betrokkenheid)
- **Uitnodigen (luisteren):** inwoners aanzetten tot deelname aan discussies en bijeenkomsten tussen raad en inwoners of uitnodigen voor inspraak, participatie of gesprek. (verhogen betrokkenheid)

## Middelen & strategie

Welk middel sluit aan op welke strategie? Onderstaand overzicht koppelt deze aan elkaar. Bij de middelen staan zowel de huidige communicatiemiddelen als een aantal potentiële communicatiemiddelen. De communicatiemiddelen worden hierna uitgebreid beschreven.

Communicatiestrategie	Middeleninzet	Voorbeelden
Informereren	Alle middelen	Gedrukte en digitale media, zoals kranten (KernPunten), flyers, folders  Strips, praatplaten, infographic  Persberichten
Verduidelijken	Gedrukte middelen Persoonlijk contact	Raadsinformatiesysteem (Thema-) bijeenkomst (fysiek of digitaal) Wijkbezoek
Terugkoppelen	Alle middelen	Ris (Raadsinformatiesysteem) Gemeentelijke website KernPUNTEN
Uitnodigen (luisteren)	Persoonlijk contact Sociale middelen	Burgerpanel, enquêtes  Twitter (@gem_dalfsen, @GriffieDalfsen) Facebook (@gemeenteDalfsen) Instagram (@raad_dalfsen)

## Communicatiemiddelen

Op dit moment worden een aantal middelen ingezet voor raadscommunicatie. Het Raadsinformatieysteem (Ris), nieuwsberichten op de gemeentelijke website, KernPUNTEN, persberichten en social media. Naast het uitbreiden van de mogelijkheden van de bestaande middelen of het intensiever benutten ervan, zijn er ook andere communicatiemiddelen die ingezet kunnen worden voor het bereiken van de doelstellingen.

Uit een enquête is gebleken dat raadsleden de voorkeur geven aan een pagina of column in KernPUNTEN, berichten via social media, inwoners te gast bij de raad, wijkbezoek, themabijeenkomsten en de website (Ris). De suggestie van een nieuwsbrief werd minder gekozen. Ideeën die werden aangedragen betroffen een column, een bericht over onderwerpen of besluiten uit de raads- of commissievergadering, een 'Maak kennis met' rubriek voor de raadsleden en griffier, een overzicht met veel gestelde vragen (FAQ) en het uitnodigen van een wijk of kern voor een specifiek onderwerp. Hierna worden de verschillende bestaande en nieuwe middelen beschreven, die in meer of mindere mate kunnen bijdragen aan het behalen van de doelstellingen.

### 1. KernPUNTEN

De gemeentelijke informatiepagina (KernPUNTEN) uitbreiden met een vaste rubriek (pagina of halve pagina) voor raadscommunicatie. Periodiek, startend met 1x per maand. De invulling van de rubriek wordt in overleg met de griffie ingevuld en biedt ruimte voor informatie van en over de gemeenteraad bijvoorbeeld door het plaatsen van:

- Column griffier;
- Column raadslid: Het raadslid (met foto) legt aan de hand van voorbeelden aan de inwoners uit wat zijn/haar bevoegdheden, taken en rollen zijn. Door te wisselen van raadslid, leren inwoners verschillende raadsleden 'kennen'. Deze columns kunnen ook geplaatst worden op het Ris;
- Terugblik op 'rol van de raad bij', een onderwerp uit de actualiteit en wat de rol van de raad is bij bv. besluit over begroting;
- Samenvatting van een raadsvergadering.
- Vermelden genomen besluiten

### 2. Raadsinformatiesysteem (Ris)

Het Ris is een uitgebreide website die naast de basisinformatie over de gemeenteraad ook de historie en agenda van de raads- en commissievergaderingen bevat. Inwoners kunnen tijdens raads- en commissievergaderingen 'live' meekijken en ook achteraf de vergadering terug zien.

Als basisplatform, waar inwoners meer te weten kunnen komen over wat de raad kan betekenen voor haar inwoners, liggen er een aantal kansen om dit middel meer in zijn kracht te zetten. De website is in een nieuw aantrekkelijk jasje gestoken met duidelijke buttons. Het bevat naast tekst nu meer ruimte voor het plaatsen van plaatjes, infographics of video's die visueel de tekstuele uitleg ondersteunen.

De tekst is herschreven, maar de website kan nog aangevuld worden met visueel materiaal waarmee de boodschap over wat de gemeenteraad doet en hoe een inwoner daarin een rol kan spelen, aantrekkelijker en duidelijker wordt weergegeven. Een 'vertaling' van de informatie en inrichting kan de drempel voor een bezoek aan het Ris verlagen en de vraag 'Wat kan de raad voor mij betekenen?' beantwoorden.

### 3. Gemeentelijke website

Via de pagina 'nieuws- en persberichten' van de gemeentelijke website worden berichten vanuit de raad, o.a. persberichten en berichten uit de rubriek in KernPUNTEN, gedeeld. Om de zichtbaarheid van de raad te vergroten en vergaderingen makkelijker vindbaar te maken is op de eerste pagina een button (toptaak) geplaatst die direct doorverwijst naar de website van de raad.



#### **4. Persberichten**

Of een nieuwsbericht nu gaat over een voorgelegd besluit door het college of een genomen besluit door de raad is voor een gemiddelde lezer niet altijd goed te zien. Hoe de media een bericht verwoordt is lastig zelf te bepalen. Door consequent in eigen berichtgeving de status van een plan te duiden, kan dit zo veel mogelijk gestuurd worden. Vanuit de raad kan het aantal persberichten per jaar worden verhoogd, de griffie is aan zet om te kijken welke onderwerpen zich goed lenen voor een gezamenlijk bericht. Daarbij kan gedacht worden aan: de achtergronden van de besluitvorming, het benadrukken van het belang van een bepaald besluit of de uitnodiging aan inwoners om mee te praten en/of mee te denken.

#### **5. Jaarverslag van de raad**

Jaarlijks kan de gemeenteraad terugblikken en benoemen wat er in dat jaar heeft gespeeld. Naast in tekst kan de terugblik op het jaar met bepaalde data in een infographic gevisualiseerd worden. Het doel van het jaarverslag is om de inwoner mee te nemen in wat de raad heeft gedaan en zo zichtbaar te maken wat de raad doet. Anders gezegd: waarover is besloten en welke onderwerpen (moties) er zijn aangedragen. Dat moment van terugkoppelen kan nog meer worden benut door bewust die inwoner daarin mee te nemen. Wat waren de hoogtepunten, dieptepunten, leermomenten en hoe wordt gevisualiseerd wat de raad voor de inwoner heeft gedaan. Via KernPUNTEN en social media kan het jaarverslag onder de aandacht worden gebracht. 'Terugblik op het jaar' kan ook een onderwerp zijn voor een 'ronde tafel gesprek', digitale bijeenkomst of een andere vorm waarin de inwoners worden uitgenodigd om in gesprek te gaan en de raad de kans heeft om te luisteren naar hoe zij het hebben ervaren.

#### **6. Videofilm**

Via een film of animatie kan op een aansprekende wijze, bijvoorbeeld voor de jeugd, met woord en beeld verteld worden wat de raad van Dalfsen doet. De film kan gedeeld worden als gespreksstarter bij een bijeenkomst, via social media en op het Ris. Via een film of animatie kunnen inwoners ook uitgenodigd worden bij de raad. Op welke wijze kan een inwoner in contact komen met de raad of een raadslid? Hoe kan een inwoner laten weten hoe hij/zij over een plan denkt of hoe werkt 'inspreken'?

#### **7. Infographic/ praatplaat/ strip**

Het opwekken van interesse begint met begrijpen wat er gebeurt. Hoe doorloopt een raad een besluitvormingsproces, wat heeft een raad daarvoor nodig en welke rol speelt een inwoner daarin. Een tekening kan soms meer zeggen dan veel woorden. Ook voor het bereiken van laaggeletterden of nieuwe Nederlanders bieden plaatjes een goed middel.

#### **8. Social media**

Via twitter en facebook worden de raadscommissie- en vergaderingen aangekondigd. Dat is een minimale inzet van de mogelijkheden. Juist via deze kanalen kan met beeld getoond worden wat een raad nu precies doet, wie er plaats heeft in de raad en kan ook teruggekoppeld worden waartoe is besloten. Hiermee maken we de raad meer zichtbaar. Wanneer 'posts' op de kanalen beter aansluiten op wat gewenst is te bereiken (doelen raadscommunicatie) en het ook aansluit op de belevingswereld van de inwoners, kunnen we meer inwoners bereiken. Bij de gemeenteraadsverkiezingen van 2022 is hiermee geëxperimenteerd. Naast de inzet van de social media van de raad en gemeente, is het ook van belang dat berichten door de politieke partijen en raadsleden zelf worden gedeeld. Aangezien zij ook een groep 'volgers' hebben. Stel dat de interactie met inwoners via social media groeit, zal de inzet voor 'webcare' ook verhoogd moeten worden (meer tijd).

## **9. Publieksagenda**

Met een 'publieksagenda' wordt op de agenda van de commissie- en raadsvergadering een korte publieksvriendelijke toelichting gegeven bij de onderwerpen die op de agenda staan. Er kan gekozen worden om dit alleen te doen bij voor inwoners interessante onderwerpen of onderwerpen die in relatie staan met de prioriteiten vanuit de raad. Deze agenda/toelichting kan worden gepubliceerd op Social Media (facebook), via KernPunten, digitale media (Dalfsennet) en als algemene agendabijlage bij de vergadering op het RIS.

## **10. Wijk-/werkbezoek**

Veel raadsleden zijn aanwezig bij de jaarvergaderingen van verenigingen van Plaatselijk Belang in de kernen of zij bezoeken informatiebijeenkomsten over wonen, duurzaamheid, verkeer of andere thema's. Naast het volgen van een bijeenkomst kan de raad ook zelf het initiatief nemen voor het organiseren van een dorpsontmoeting of kan er een doelgericht bezoek gebracht worden aan een kern of wijk. Denk daarbij aan het bezoeken van een project of een bezoek om vraagstukken in een kern of wijk zelf te bekijken. Het is een laagdrempelige manier om inwoners te spreken en te horen wat er leeft. Tijdens of na het bezoek kan via social media kenbaar worden gemaakt waar raadsleden 'actief' waren.

## **11. Themabijeenkomst (fysiek of online)/ Rondetafelgesprek/ Politieke markt**

Om het persoonlijk contact met de inwoners te versterken, kan de gemeenteraad themabijeenkomsten/ rondetafelgesprekken of een politieke markt organiseren. Deze gesprekken zijn vooral goed in te zetten om met inwoners in gesprek te gaan over belangrijke thema's die bij de inwoners spelen. Wat houdt hen bezig? De gemeenteraad kan hier de dialoog aangaan met inwoners. Het motto "de raad gaat graag in gesprek" staat daarbij centraal. Het effect van deze actieve benadering is dat de raadsleden zichtbaar, herkenbaar en toegankelijk worden en dat de raadsleden weten wat er speelt in de samenleving. Door het persoonlijk contact en actief te luisteren wordt de interactiviteit bevorderd en worden inwoners gestimuleerd om hun mening te geven. Zij worden zo meer betrokken bij de besluitvorming.

## **12. Raadslid in de klas**

Bij het programma 'raadslid in de klas' komen één of meer raadsleden tijdens een schoolbezoek een gastles 'lokale democratie' geven. In het verleden heeft de raad hiermee ervaring opgedaan bij het Agnieten College in Nieuwleusen. Eventueel zou een raadslid ook te gast kunnen zijn op een basisschool. Al is de doelgroep kinderen mogelijk nog erg jong en sluit het meer aan op tieners die ook vakken als maatschappijleer volgen. Vragen die o.a. besproken kunnen worden zijn: wat is een gemeente en wat is de rol van de gemeenteraad hierin; welke politieke partijen zitten er in de raad en waarover gaat de raad? En wat kan de raad voor mij betekenen? In overleg met de scholen kan het programma ook een interactief element bevatten. Een andere vorm waarmee jongeren betrokken kunnen worden bij de lokale democratie is door het volgen van democratiespellen welke worden gehouden door de Provincie Overijssel.

## **13. Dag van de Kindergemeenteraad**

Vanaf 2021 gaat de 'Dag van de Kindergemeenteraad' spelen. Een aantal raadsleden vervullen in dit programma een rol en geven de kinderen spelenderwijs uitleg over wat de gemeenteraad doet.

## Succesvolle raadscommunicatie bereiken

Randvoorwaarden om de doelen te kunnen behalen en daarmee raadscommunicatie tot een succes te maken zijn volgende:

- Commitment en inzet van raadsleden, griffie en de ambtelijke organisatie voor het uitvoeren van de in dit plan opgenomen activiteiten.
- Beschikbaarheid van capaciteit. Raadscommunicatie is een verantwoordelijkheid van de raad zelf en valt daarom binnen het takenpakket van de griffie. Op dit moment is 4 uur per week aan formatie beschikbaar.
- Budget voor uitvoeringsmaatregelen in tijd en geld. Op dit moment is met ingang van 2022 € 18.000,- aan jaarlijks budget gereserveerd voor realiseren van communicatiemiddelen.
- Ontvangen van noodzakelijke input vanuit stakeholders: raadsleden, collegeleden, ambtenaren & inwoners.

## Scenario's tussen minimaal en maximaal

Met de beschikbare 4 uur en het huidige budget kan een start gemaakt worden met het uitvoeren van het beleid. In het licht van de opgave die er ligt en het belang van het ondersteunen van de lokale democratie, is dit voor het realiseren een beperkte basis en is het raadzaam om de communicatieondersteuning uit te breiden. Want voor het leveren van kwaliteit is goede ondersteuning noodzakelijk, zo onderschrijft ook de Raad voor het Openbaar Bestuur in het rapport 'Goede ondersteuning, sterke democratie'<sup>2</sup>.

Bij de scenario's wordt naast uitbreiding in uren ook gekeken naar hoe en door wie het kan worden ingevuld. Voor een sterkere en meer betrokken invulling van raadscommunicatie is het wenselijk om meer focus aan te brengen. Met een onderscheid tussen 'focus vanuit raad' en 'focus vanuit gemeentelijke organisatie', is de betrokkenheid niet alleen intrinsiek, maar ook organisatorisch belegd en heeft de griffie meer invloed op de slagkracht. De griffie beschikt op dit moment niet over de mogelijkheden om op de communicatieopgave in te spelen. In de scenario's die hieronder staan beschreven, wordt daarmee rekening gehouden.

## Scenario's

<b>Scenario 1. Minimaal (tot aan 2021 de stand van zaken)</b>
- Realisatie: informeren
- Beschikbare inzet: 4 uur per week ambtelijke ondersteuning vanuit team communicatie
- Externe kosten: € 5.000,-

Binnen het bestaande budget is een beperkte inzet mogelijk, gericht op het ondersteunen bij het informeren en verduidelijken door de raad. Hierbij kan gedacht worden aan redactie op columns, persberichten en jaarverslag, plaatsen van social media posts en ondersteuning bij de ontwikkeling van een advertentie of infographic. Voor de externe kosten (o.a. vormgeving) is een budget vereist.

### Doelstelling

- Bekendheid vergroten
  - Vergroten van de zichtbaarheid door inwoners te informeren over de taken, bevoegdheden en werkwijze;
  - Aan inwoners bekendmaken waar de raad (activiteiten en onderwerpen) mee bezig is;
  - Inwoners informeren over wat een raad kan betekenen voor een inwoner en hoe zij in contact kunnen komen.

<sup>2</sup> [https://www.raadopenbaarbestuur.nl/binaries/raad-openbaar-bestuur/documenten/publicaties/2020/11/05/goede-ondersteuning-sterke-democratie/Goede-ondersteuning-sterke-democratie\\_Adviesrapport\\_202011.pdf](https://www.raadopenbaarbestuur.nl/binaries/raad-openbaar-bestuur/documenten/publicaties/2020/11/05/goede-ondersteuning-sterke-democratie/Goede-ondersteuning-sterke-democratie_Adviesrapport_202011.pdf)

<b>Scenario 2. Basis (2022)</b>
- Realisatie: + verduidelijken en terugkoppelen
- Beschikbare inzet: 8 uur per week/ 4 uur intern en 4 uur inhuur junior communicatieadviseur (€ 65,- p/u)
- Externe kosten: inhuur (€ 260,- x 40 wk = € 10.400) + middelen € 8.000,- = +/- € 18.000,-

Met het scenario 'gedegen inzet' kan door een uitbreiding in uren en budget, steviger gewerkt worden aan het informeren, verduidelijken én terugkoppelen. Aanvullend op de eerdere genoemde werkzaamheden kan meer ingezet worden op berichten over de raad en/of raadsvergaderingen en kan gewerkt worden aan het zichtbaar maken van de raad via bijvoorbeeld (online) bijeenkomsten en film. De raad is hierdoor 'actiever' zichtbaar en kan via andere middelen in contact komen met verschillende doelgroepen (o.a. laaggeletterden).

### **Doelstellingen**

*Naast de eerder genoemde doelstellingen onder 'minimale inzet':*

- Bekendheid vergroten
- Rollen verduidelijken
  - inwoners informeren over genomen besluiten;
  - uitleggen wat de raad gedaan heeft met de mening van inwoners en waarom bepaalde keuzes worden gemaakt;
  - verduidelijken wat de rol van de raad en de rol van een inwoner is in het besluitvormingsproces.

<b>Scenario 3. Optimaal</b>
- Realisatie: + uitnodigen/participeren
- Beschikbare inzet: 4 uur intern en 12 uur inhuur junior communicatieadviseur (€ 65,- p/u)
- Externe kosten: inhuur (€ 780,- x 40 wk = 31.200) + middelen € 10.000,- = +/- € 41.500,-

Een groter budget aan tijd en geld biedt, naast het informeren en terugkoppelen, meer ruimte voor het actief opzoeken en betrekken van inwoners. Met het organiseren van ontmoetingen en het promoten ervan worden inwoners uitgenodigd om in gesprek te komen met de raad en/of individuele raadsleden. Door de communicatie wordt de drempel voor contact verlaagd, helpen de visuele middelen (beeld en film) om verschillende doelgroepen aansprekend te informeren en nodigen de verschillende communicatiekanalen uit om contact te maken.

### **Doelstellingen**

*Naast de eerder genoemde doelstellingen:*

- Bekendheid vergroten
- Rollen verduidelijken
- Betrokkenheid verhogen
  - inwoners of uitnodigen voor inspraak, participatie of gesprek;
  - inwoners stimuleren tot deelname aan discussies en bijeenkomsten met de raad;

<b>Scenario 4. Maximaal</b>
- Realisatie: in dienst nemen eigen medewerker door de raad
- Beschikbare inzet: In dienst communicatiemedewerker 16 u/pw (schaal 8)
- Externe kosten: salaris € 29.100,- + middelen € 10.000,- = +/- 40.000,-

Bij het scenario 'excellent plus' worden de benodigde uren niet ingehuurd, maar wordt een communicatiemedewerker in dienst genomen. Op deze manier wordt raadscommunicatie 'dedicated' belegd bij de griffie en valt deze ook formatief rechtstreeks onder de griffier.

### **Conclusie**

Des te uitgebreider het scenario is met uren en budget, des te meer van de ambitie en daarbij geformuleerde doelstellingen bereikt kan worden. Aangezien er voor nu 4 uur geserveerd is vanuit de ambtelijke organisatie, zal er bij een uitbreiding van uren een beroep op inhuur gedaan moeten worden. Op een zeker punt kan het dan lonend zijn om niet meer in te huren, maar iemand in dienst te nemen die zich focust op raadscommunicatie.

## Bijlage : Middeleninzet

Middel	Wat	Hoe	Tijd communicatie	Kosten
<b>Kernpunten</b>	Column raadslid	2x per maand raadslid schrijft column. Redactie op column	1 uur per column = 24 uur per jaar	Extra pagina +/- 185,- per editie ( 25x = 4.625,-)
	Terugblik raadsvergadering	1x per maand artikel met samenvatting van raadsvergadering	4 uur per vergadering = (uitgaande van 12x) 48 uur per jaar	Zie boven, combinatie van column en terugblik op 1 pagina
<b>Ris</b>	Herzien Ris irt doelen	Beoordelen waar kansen liggen voor tekst en beeld.	8 uur, website analyse Actueel houden, 4 uur per maand = 48 per jaar	<i>Aanpassingen ntb</i>
<b>Persberichten</b>	Over belangrijke onderwerpen rol/keuze/inzet raad belichten	5x per jaar een persbericht i.o.m. de raad/griffie	5 x 3 uur per persbericht (15 uur)	
<b>Jaarverslag &amp; infographic</b>	Jaarverslag, terugblik op wat er heeft gespeeld	Basis wordt gelegd door de griffie, communicatie verzorgt redactie en traffic naar vormgever.	8 uur jaarverslag 4 uur infographic	Vormgeving jaarverslag ('pimpen' 1.000,-) en infographic (+/- 1.000,-)
<b>Film/ animatie</b>	Bijvoorbeeld via film uitleggen wat de raad doet	1x per jaar/ onderwerp & boodschap-> script -> opname en bewerking door externe partij	Afhankelijk van 'grootte' tussen de 4-12 uur	<i>Professional is afh. van grootte film/animatie. Instap +/- 600,- (1 persoon op film). Basisanimatie +/- 2.000,-</i>
<b>Infographic/ praatplaat/ strip</b>	Via beelden een proces/ stappen/ ed uitleggen	O.b.v. boodschap in afstemming met vormgever grafische afbeelding inrichten	+/- per middel 10 uur boodschap, middel en traffic	Vormgeving 10 uur = +/- 1.000,-
<b>Social media</b>	Plaatsen van 'posts'	Op basis van contentkalender	+/- 30 min per week (25 uur per jaar)	
<b>Publieksagenda</b>	Opstellen korte toelichting	Op basis van vergaderagenda in afstemming met griffie	+/- 30 min per item (2 per vergadering= +/- 24 per jaar) = 12 uur per jaar	
<b>Wijk-/werkbezoek</b>	Organiseren van een 'contact' moment op locatie	Organiseren locatie, uitnodiging, gesprek en terugkoppeling in afstemming met griffie	Redactie uitnodiging/ plaatsing en delen terugkoppeling +/- 3 uur per bezoek. (3x bezoek = 9 uur)	<i>Ntb: o.a. catering op locatie</i>
<b>Themabijeenkomst (fysiek of online)/ Rondetafelgesprek/ politieke markt</b>	Organiseren van een 'contact' moment op locatie of op het gemeentehuis	Organiseren locatie, uitnodiging, gesprek en terugkoppeling in afstemming met griffie	Redactie uitnodiging/ plaatsing en delen terugkoppeling +/- 3 uur per bezoek. (3x bezoek = 9 uur)	<i>Ntb: o.a. catering op locatie</i>
<b>Raadslid in de klas</b>	Organiseren van een bezoek aan de klas	Voorbereiden van bezoek (afstemming school) en ondersteunen raadslid bij uitvoering	Afstemming +/- 3 uur Voorbereiding materiaal +/- 3 uur	
<b>Dag van de Kindergemeenteraad</b>				<i>Apart gebudgetteerd (JongDalfsen!)</i>