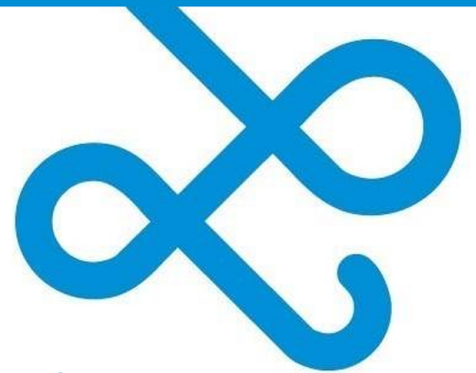




gemeente
**Stichtse
Vecht**



Communicatieplan gemeenteraad Stichtse Vecht

RONDONOM DE RAAD

Inleiding

“De bewoners moeten op de eerste rij zitten”, schreef burgemeester Witteman in zijn 100-dagenbrief en dat herhaalde hij in de raadsvergadering van 26 januari 2016. Deze stelling had betrekking op de inrichting van de nieuwe raadzaal, maar kan breder getrokken worden als het gaat om betrokkenheid bij de lokale democratie. Het uitgangspunt is dat politieke partijen communiceren over hun eigen standpunten, maar dat er een gedeelde opdracht is om die betrokkenheid bij de democratie te stimuleren en de kennis over deze democratie te vergroten. Om onze 63.000 bewoners echt op de eerste rij te zetten.

In die gedeelde opdracht past communicatie vanuit de raadsgriffie namens de gemeenteraad. De tijden zijn namelijk veranderd. Er wordt meer gecommuniceerd dan ooit. Via sociale media, traditionele media, online en offline. In onze nieuwe raadzaal zullen straks de raadsvergaderingen niet alleen meer met geluid worden uitgezonden, maar ook met beeld. Tegelijk zien we een groep bewoners die meer geïnteresseerd is in het werk van de gemeenteraad als geheel, dan in de standpunten van specifieke politieke partijen. Eerst kijken wat er op de agenda staat, om vervolgens individuele raadsleden te benaderen. Of de raad als geheel.

Daarom dit communicatieplan. Waarin we u voorstellen doen over wat wij willen realiseren de komende jaren als het gaat om algemene communicatie over de gemeenteraad. Waarin we prioriteren en aangeven wat er binnen de huidige mogelijkheden kan. Maar ook wat er niet kan, maar in onze ogen wel noodzakelijk is. Omdat we de bewoners op de eerste rij willen laten zitten. Omdat we zien dat bewoners geïnteresseerd zijn in het werk van de gemeenteraad.

De komende jaren gaan we werken aan een aantal doelstellingen en daarmee bewoners betrekken bij ons democratisch proces. Door bijvoorbeeld gemiddeld 1.500 mensen naar onze raadsvergaderingen te laten kijken en deze tijdens de raadsvergaderingen mogelijkheden tot interactie aan te bieden. Door bijvoorbeeld op een Facebookpagina van de gemeenteraad 1.000 volgers te krijgen en daarmee een platform te bieden om bewoners te laten reageren op onderwerpen die spelen in onze gemeente. En daarmee u de gelegenheid te bieden op dat platform daarover met bewoners en elkaar van gedachten te wisselen. Door de interactie bereiken we gemiddeld met onze berichten 10.000 bewoners.

Wij gaan graag het gesprek met u aan over onze ambities!

Marc Witteman
Burgemeester

Jelle Hekman
Griffier

Peiling wensen communicatie

Om er achter te komen wat bewoners van ons verwachten, hebben we een peiling gehouden onder de bewoners. 470 Personen hebben hierop gereageerd. Van deze respondenten is 67% niet betrokken bij de lokale politiek, 28% volgt de politiek met aandacht en 11% is lid van of actief voor een politieke partij. Iets meer dan de helft van de respondenten (51%) vindt dat zij (ruim) onvoldoende geïnformeerd wordt over de gemeenteraad, 40% vindt dat (ruim) voldoende. Op de vraag van wie respondenten informatie zouden willen ontvangen over de lokale politiek in Stichtse Vecht komt een eenduidig antwoord: 83% geeft aan informatie van de gemeenteraad als geheel te willen ontvangen. Verder wil 14% van een specifieke politieke partij informatie ontvangen en 11% van een individueel raadslid. Slechts 5% geeft aan geen informatie te willen ontvangen.

Bewoners willen bij voorkeur geïnformeerd worden via een wekelijkse digitale nieuwsbrief van de gemeenteraad. Daarna volgt een Facebookpagina specifiek van de gemeente(raad). Respectievelijk 38% en 37% scoren vervolgens de website van de gemeente en de Facebookpagina van de gemeente. Nieuwe media als Snapchat of Instagram hoeft de gemeenteraad van deze respondenten nog niet in te zetten.

Indien de raadsvergadering live in beeld (dus niet alleen geluid) te volgen zou zijn via internet, dan zou 57% van de respondenten kijken indien er een interessant onderwerp besproken zou worden, 28% zou sowieso (ongeacht de relevantie van de onderwerpen) altijd of soms kijken. Slechts 14% geeft aan nooit te zullen kijken. Indien er een – voor de respondent – relevant onderwerp besproken zou worden, zou 61% er voor kiezen dit online te bekijken in plaats van naar de raadzaal te gaan (32%). Van de respondenten zou 34% het zeker interessant vinden als er om de raadsvergadering heen een programma wordt gemaakt met verduidelijking over wat er op de agenda staat. 37% Zou het interessant vinden als het onderwerp hen aan zou spreken. Voor 13% heeft het geen meerwaarde.

Bekijk alle resultaten van de peiling in bijlage 1.

De peiling geeft aan dat er een grote meerderheid is die geïnformeerd wil worden door de gemeenteraad als geheel. Via een digitale nieuwsbrief, een aparte Facebookpagina van de raad en de website. Daarom hebben we dit communicatieplan opgesteld met daarin ons doel en een aantal concrete acties voor 2017.

Doelstelling communicatie

De overkoepelende doelstelling voor de communicatie vanuit de raadsgriffie namens de gemeenteraad is:

Het dichter bij elkaar brengen van de gemeenteraad en de bewoners van Stichtse Vecht

Aan deze invulling geven we primair invulling door algemene communicatie:

1. We informeren de gemeenteraad en bewoners zo volledig mogelijk, maar zonder politieke kleur (onafhankelijk) over (actuele) zaken rondom de gemeenteraad
2. We ondersteunen de gemeenteraad en bewoners bij het benutten van de mogelijkheden die zij hebben om invloed uit te oefenen en/of advies in te winnen

3. We kijken welk kanaal of welke kanalen het meest geschikt zijn voor de boodschap die we hebben. Als onze eigen kanalen niet het meest geschikt blijken, sluiten we aan bij bestaande kanalen van anderen.

Concreet hebben we de overkoepelende doelstelling uitgewerkt in vijf SMART doelstellingen:

1. Elke week staan er minimaal twee berichten over de gemeenteraad in de nieuwsbrief van de gemeente
2. De gemeentelijke Facebookpagina krijgt 1.000 volgers, berichten bereiken door het delen en de interactie gemiddeld 10.000 bewoners
3. Gemiddeld kijken er 1.500 bewoners naar onze raadsvergaderingen
4. We maken een programma rondom de raad, waardoor we het aantal kijkers naar de vergadering verdubbelt
5. De raadsgriffie maakt maandelijks een analyse voor de gemeenteraad van wat er speelt in de stad, op basis waarvan raadsleden eventueel aan agendasetting kunnen doen

Hieronder worden deze doelstellingen verder uitgewerkt.

Acties communicatieplan 2017

Mede op basis van de peiling, gaan we in 2017 de volgende acties ondernemen:

Digitale nieuwsbrief

De respondenten in de peiling geven als eerste aan een digitale nieuwsbrief te willen ontvangen. Deze nieuwsbrief wordt nu al wekelijks verzorgd door de gemeente en heeft een redelijk bereik. Daarom sluiten we met onze berichtgeving voorlopig aan bij deze nieuwsbrief. Elke week gaan we in deze nieuwsbrief zorgen voor minimaal twee berichten over de gemeenteraad die bewoners kunnen aanspreken. Naast de agenda's kunnen dat bijvoorbeeld korte voorstelinterviews met raadsleden zijn. Deze kunnen betrekking hebben op een specifiek onderwerp, of een algemene kennismaking met het raadslid. Daarnaast maakt de griffie een publieksvriendelijke versie van de besluiten van de raadsvergadering, met daarbij de belangrijkste argumenten waarom iets is aangenomen of juist niet.

Doel: elke week minimaal twee berichten over de gemeenteraad in de nieuwsbrief

Website van de gemeenteraad

De website van de gemeenteraad staat nu nog redelijk verstopt op de gemeentelijke website. De huidige website is, net als bij vele andere gemeenten, ingedeeld conform de toptaken: de pagina's die het meest bezocht worden, staan bovenaan. Hoewel de gemeenteraad niet één van de best bezochte pagina's is, vinden we het belangrijk om het hoogste orgaan van de gemeente een juiste plek te geven. Op dit moment staat er op de website alleen een tabje "bestuur". We gaan met het team communicatie in gesprek om te kijken of daar een tabje "gemeenteraad" naast gezet kan worden. Daarnaast willen we in onze communicatie meer gebruik maken van een directe URL, bijvoorbeeld gemeenteraad.stichtsevecht.nl. We gaan met het team communicatie kijken of dit gerealiseerd kan worden. Dit zou de zichtbaarheid van de gemeenteraad verbeteren.

We willen de pagina's van de gemeenteraad ook opnieuw inrichten, zodat ze overzichtelijker worden en er meer informatie komt over de raadsleden. Alle publieke informatie van de gemeenteraad moet eenvoudig online te vinden zijn op onze raadspagina. Ook voor raadsleden zelf. U krijgt op dit moment een weekbrief en bij actuele zaken een dagmail. Door alle relevante informatie op onze

webpagina te plaatsen, is alle relevante informatie ook voor u direct beschikbaar en vormt de weekbrief alleen nog een naslagwerk.

Het opnieuw inrichten van de raadspagina's vraagt echter veel. Allereerst moeten we kijken of het binnen de huidige technische mogelijkheden kan, dan is er ook nog een financieel plaatje. Daarom achten we een nieuwe website op dit moment niet haalbaar. De mogelijkheden zullen worden onderzocht in het kader van het project bestuursinformatiesysteem (ter vervanging van het huidige raadsinformatiesysteem) en voor de volgende periode geconcretiseerd.

Eigen Facebookpagina gemeenteraad

We denken dat een eigen Facebookpagina van de gemeenteraad een meerwaarde kan hebben, mede op basis van de peiling. Niet alleen het dualisme, maar ook de eigen regie op een dergelijke pagina zijn twee belangrijke argumenten hiervoor. Bewoners die de pagina van de gemeente volgen, zijn wellicht niet in eerste plaats geïnteresseerd in politiek. Het plaatsen van berichten over de gemeenteraad zou voor die pagina vanuit dat oogpunt zelfs negatief kunnen werken.

Een Facebookpagina moet wel goed beheerd worden. Maar door van tevoren goed over een contentstrategie na te denken, kan het plaatsen van zinvolle berichten grotendeels routine worden. Zo kunnen we van tevoren al veel standaard berichten bedenken. Een aantal voorbeelden op een rij:

- De agenda's van de commissie- en raadsvergaderingen
- Algemene wist-u-datjes over de gemeenteraad
- Korte voorstelinterviews met raadsleden
- Het Hiep Hiep Hoeraadslid bericht
- Korte polls wat bewoners van specifieke onderwerpen vinden
- Eventueel korte blogs van raadsleden zelf

Uiteraard betekent een eigen Facebookpagina niet dat we de Facebookpagina van de gemeente loslaten. Juist in het delen van belangrijke berichten zouden we elkaar kunnen versterken.

Facebook is daarnaast een plek waar veel bewoners kunnen reageren op berichten. De wens zou daarbij zijn dat raadsleden op deze plek ook op bewonersreacties kunnen reageren. We citeren daarbij nog een kort stukje uit de visie Raadslid in 2020, uit het document Informatievoorziening aan de raad 2016-2018 dat in september 2016 aan u is voorgelegd. Uit dit stukje blijkt hoe een eigen Facebook pagina zou kunnen werken:

“Met haar benen op de bank en een kopje thee erbij leest Marieke op het raadsnet van de gemeente dat er inderdaad een nieuw agendapunt is bijgekomen: de verkeersvisie. De visie is direct na de besluitvorming in het college online gezet als filmpje, op de website van de gemeente en natuurlijk ook op diverse social media. De betrokken ambtenaren leggen uit wat er gaat veranderen en waarom ze bepaalde keuzes voorstellen en de wethouder geeft een korte toelichting. Mooi gemaakt, en heel duidelijk. Er hebben al inwoners op het filmpje gereageerd, ziet ze. Die hebben vooral opmerkingen over het aanpassen van twee rotondes, dat vinden ze geen goed idee. Maar er zijn aan de andere kant ook al 850 likes voor het voorstel. Een paar reacties van bewoners vindt ze interessant genoeg om even te gaan bellen. De toelichting die ze krijgt kan ze goed gebruiken voor het gesprek in de commissie.”

Tenslotte bieden de gemeenteraadsverkiezingen van maart 2018 een mooi moment om daar (vanaf derde kwartaal 2017) over te berichten en daarmee ook “likes” te genereren. Een concrete vraag met advertentie leidt op Facebook al snel tot een groot bereik. Voor de peiling is op de Facebookpagina van de gemeente een advertentie geplaatst tegen een klein bedrag. Dit bericht heeft ruim 15.000 bewoners bereikt.

Doel: de gemeentelijke Facebookpagina wordt op dit moment door 2.000 mensen gevolgd, terwijl onderzoek uitwijst dat er ongeveer 25.000 18-plussers dagelijks actief zijn op het medium. Die zijn natuurlijk lang niet allemaal in politiek geïnteresseerd. Met een goede strategie denken wij minimaal 1.000 volgers te kunnen halen.

De gemeenteraad in beeld

De tijd van luisteren is voorbij, we leven in het visuele tijdperk. Van de grote gemeenten in Utrecht is Stichtse Vecht de grootste die alleen nog geluidsverslagen maakt van haar raadsvergaderingen. Dat is niet meer van deze tijd en moet veranderen. We willen bewoners op de eerste rij, daar past ook beeld bij.

De basisvoorziening bij de nieuwe raadzaal is daarom een audiovisuele weergave van de raadsvergadering door middel van 3 tot 5 vaste camera's die gestuurd worden door middel van het aanzetten van de sprekersmicrofoon. Deze beelden en het geluid worden rechtstreeks uitgezonden via het raadsinformatiesysteem op internet.

Op dit moment worden de raadsvergaderingen door meer luisteraars gevolgd dan de commissievergaderingen. De gemiddelde luistercijfers over 2016 waren:

	Live	Later	Totaal
Gemiddeld aantal luisteraars per commissievergadering	110	356	466
Gemiddeld aantal luisteraars per raadsvergadering	455	471	926 ¹

Uit de peiling blijkt dat indien de raadsvergadering live in beeld te volgen zou zijn via internet, 57% van de respondenten zou kijken indien er een interessant onderwerp besproken zou worden, 28% zou sowieso (ongeacht de relevantie van de onderwerpen) altijd of soms kijken. Tegelijkertijd zou 61% van de respondenten, indien er een – voor de respondent – relevant onderwerp besproken zou worden, er voor kiezen dit online te bekijken in plaats van naar de raadzaal te gaan (32%).

Dit betekent dat er een groot potentieel is in de gemeente om via de live uitzendingen online veel kijkers te bereiken. Uiteraard wel met de kanttekening dat het grootste deel van de kijkers eerder zal kijken indien er een – voor hen – interessant onderwerp besproken wordt. Opvallend is dat zelfs in dat geval meer mensen online zullen kijken dan zelf naar de raadzaal te komen. Hoewel we graag zouden willen dat er veel mensen naar de raadzaal komen om letterlijk op de eerste rij te zitten, kijken veel bewoners blijkbaar liever thuis op de bank “op de eerste rij”. De tribune thuis is tegenwoordig belangrijker dan de tribune in de raadzaal. Via eerder genoemde kanalen moeten mensen dan wel goed op de hoogte worden gebracht van welke onderwerpen er op de agenda staan, zodat ze het ook weten wanneer het voor hen relevant wordt om te kijken.

¹ Het gemiddelde was in 2016 hoger door het grote aantal luisteraars bij de 3 vergaderingen over het AZC: gemiddeld 1.273 directe luisteraars en 571 luisteraars achteraf. Het gemiddelde van de overige vergaderingen was: 250 direct en 461 achteraf.

Doel: een ambitie voor een aantal kijkers benoemen is lastig. Tenslotte weten we van tevoren niet hoeveel “interessante” onderwerpen er besproken gaan worden. Gelet op het gemiddelde aantal luisteraars, denken we echter gemiddeld minimaal 1.000 – 1.500 kijkers per raadsvergadering te kunnen krijgen.

Programma Rondom de raad

Om de raadsvergadering (nog) interessanter te maken, gaan we om de vergadering heen een programma (laten) maken met een verduidelijking van wat er op de agenda staat. Uit de peiling blijkt dat 71% het zeker interessant zou vinden als er een dergelijk programma zou zijn (waarvan 37% mits het onderwerp hen aan zou spreken).

In het programma kan bijvoorbeeld in korte items aandacht gegeven worden aan onderwerpen waarover in de raad besloten wordt, zoals de Tweede Vechtbrug in Breukelen, woningbouw in het Vierde Kwadrant van Kockengen en de aanpassing van het beleid voor huishoudelijke hulp. Daarnaast kunnen aanvullend korte interviews plaatsvinden (met belanghebbenden, de wethouder, een raadslid) vooraf en na afloop van de raad. De uitzending wordt interessanter als ook tijdens schorsingen door interviews duidelijk wordt waarom de schorsing is aangevraagd.

Dit is echter vooral zenden van informatie, terwijl we juist ook bewoners de kans willen geven op meer interactie. Bewoners moeten meedoen. Niet als raadsleden, maar wel als betrokkenen en beïnvloeders. Daarom gaan we – via onze Facebookpagina – tijdens de uitzending ook vragen stellen aan bewoners, of reacties van bewoners ter plekke aan raadsleden voorleggen. NB: alleen tijdens het programma om de raadsvergadering heen uiteraard, niet tijdens de raadsvergadering zelf.

Een dergelijk programma zet de bewoners nog meer op de eerste rij en maakt de raadsvergadering veel interessanter om naar te kijken. Misschien gaan er wel meer mensen kijken naar de “voorbeschouwing” dan naar de raadsvergadering zelf! Het idee is om een lokale omroep te vragen welke mogelijkheden er zijn dit programma te maken. Voorwaarde is wel dat de beelden ook via de eigen camera’s (raadsinformatiesysteem) te bekijken zijn.

Doel: als deze ambitie vormgegeven kan worden samen met een lokale omroep dan wordt het gemiddelde aantal kijkers ten opzichte van alleen het uitzenden van een raadsvergadering verdubbeld naar 2.000 – 3.000 kijkers.

Hashtag #raadSV

Veel van de raadsleden zijn actief op sociale media. Tijdens raadsvergaderingen worden veel tweets verstuurd. Niet alleen over standpunten, maar ook als reactie op elkaar. Bewoners reageren daarnaast steeds vaker op raadsleden tijdens raadsvergaderingen.

Dat verkeer brengen we graag in beeld. Daarom vragen we iedereen die over de gemeenteraad tweet om de hashtag #raadSV te gebruiken. Deze hashtag zal als feed zichtbaar worden gemaakt tijdens commissievergaderingen en raadsvergaderingen op schermen in de zaal en – als dat technisch mogelijk is – de online uitzending.

Vooruitblik op de raad

Passend in voorgaand voorstel is dat we een week voor de commissie- en raadsvergaderingen kijken welke agendaonderwerpen in een “trailer” aan bod kunnen komen. Dit korte filmpje wordt met minimale middelen – bijvoorbeeld op een smartphone – opgenomen en geplaatst in de nieuwsbrief

en op de Facebookpagina. Hiermee kunnen bewoners al geïnteresseerd worden in de onderwerpen die op de agenda staan en tegelijkertijd via Facebook hierop reageren.

Doel: bewoners al voorafgaand aan de commissie- en raadsvergaderingen informeren en interesseren in hetgeen er komen gaat

Webcare functie raadsgriffie

De gemeente heeft de beschikking over de webcaretool OBI4WAN. De raadsgriffie gaat hier actief van gebruik maken met twee doelen:

1. Sturen op het online verkeer. Als de gemeenteraad actief wordt op sociale media zal er redactie moeten worden gevoerd op binnengekomen berichten en reacties. Ervaringen in andere steden leren dat er op de algemene online media berichten binnenkomen voor de hele raad of specifieke raadsleden. Deze moeten doorgestuurd worden, zodat er op gereageerd kan worden.
2. Met de webcaretool kunnen analyses gemaakt worden van wat er online speelt in de gemeente. In algemene zin, maar ook op specifieke onderwerpen. Deze analyses vormen een signaalfunctie voor de raadsleden. De raadsgriffie zal maandelijks overzichten maken van deze analyses en delen met de raadsleden.

Samenvattend Acties communicatieplan 2017

	invoering	kosten	Inzet extra uren per week
1. Digitale Nieuwsbrief	medio 2017	-	2 uur
2. Eigen website voor gemeenteraad	januari 2018	PM	projectbegeleiding
3. Facebookpagina gemeenteraad	medio 2017	€ 1.000	2 uur
4. Gemeenteraad in beeld	medio 2017	€ 1.400	1 uur
5. Programma Randon de Raad	medio 2017	€ PM	2 uur
6. Hashtag #SV	januari 2017	-	-
7. Vooruitblik op de raad	medio 2017	-	2 uur
8. Webcare raadsgriffie	medio 2017	-	1 uur

ad 1: Mogelijk kosten om iemand in te huren die de interviews met de raadsleden doet. Dit moet nog nader worden uitgezocht.

ad 3: De harde kosten zitten in het adverteren van berichten.

ad 4: Extra kosten livestream met beeld i.p.v. alleen geluid moeten nog worden opgevraagd bij Notubiz. Daarnaast eenmalig € 1.000 upgradekosten.

ad5: Over deze kosten zouden we in gesprek moeten met een lokale omroep.

ad7: Ook hier geldt dat de kosten voornamelijk om capaciteit in uren gaat. Per week gaat het om enkele uren. Filmpjes worden tijdens een commissie- of raadsvergadering voorafgaand aan de volgende gemaakt, zodat de extra tijdsbesteding voor zowel griffie als raadsleden minimaal is.