

Communiceren vanuit de raadsgriffie

Pascale Georgopoulou en David Kok

Onderzoek naar het gebruik van sociale media door raadsgriffies laat zien dat 58% van de raadsgriffies gebruik maakt van sociale media. Uit het onderzoek blijkt echter dat veel raadsgriffies denken te weinig content te hebben om via sociale media te communiceren. Daarom geven wij graag een beeld van hoe wij, namens en voor onze gemeenteraden, actief proberen te communiceren en daarbij ook sociale media inzetten. We beschrijven ook welke content we hiervoor gebruiken en waarom juist de griffie deze content kan verspreiden.

Onze raadscommunicatie is er allereerst op gericht om aan de inwoners, bedrijven en instellingen duidelijk te maken wat de gemeenteraad doet (rollen en werkzaamheden), wie in de raad zitten en welke besluiten de raad neemt. Beoogd doel van onze communicatie is het in contact brengen van burgers, bedrijven en instellingen met de raad zodat ze hun verhaal kunnen doen en tegelijkertijd de raad input te geven van wat er speelt in onze gemeente. Deze input kan de raad betrekken bij zijn oordeelsvorming. Kernbegrippen bij onze raadscommunicatie zijn openheid en transparantie, actieve aanspreekbaarheid, verantwoording, draagvlak en vertrouwen.

Raadscommunicatie richt zich op de communicatie van de gemeenteraad als collectief. Partijpolitieke communicatie (inhoud) is uiteraard uitsluitend aan de fracties.

Brede communicatiemiddelenmix belangrijk

De basis van al onze communicatie-uitingen is de gemeentelijke website. Hier is alle informatie te vinden over de samenstelling, taken en rollen van de raad en de raadscommissies, de vergaderingen, de schriftelijke vragen, de manier waarop men in contact kan komen met de raad en het nieuws. In Amstelveen wordt de raadsagenda toegelicht in een publieksvariant, over raadsbesluiten worden artikelen geschreven. In Almere is er een digitale kaart waar online burgerinitiatieven gestart kunnen worden. De vergaderingen van de raad en de raadscommissies worden live uitgezonden via internet en, in Amstelveen, via de lokale omroep RTV-Amstelveen. Via de website zijn alle vergaderingen achteraf te raadplegen. Voor het archief van alle vergaderstukken wordt in Almere gebruik gemaakt van een RaadsInformatieSysteem.

Naast de website maken we gebruik van een digitale nieuwsbrief, worden er persberichten gemaakt, maken we elk jaar een jaarverslag van de raad en worden

folders gemaakt over onder meer het spreekrecht en het burgerinitiatief. In 2013 is in Amstelveen gestart met een wekelijkse weblog van de raadsleden. De bereidheid onder de raadsleden om hieraan mee te werken, is groot. Elke week schrijft een raadslid een weblog. Almere wil hier in 2014 mee beginnen. Het doel van deze raadsweblogs is om een beeld te geven van het raadswerk, de raadsleden en hun drijfveren. De weblogs worden gepubliceerd op de website van de raad en ook via de sociale media onder de aandacht gebracht. Op Facebook worden de weblogs in Amstelveen gemiddeld 140 keer per week gelezen.

Activiteiten als 'Gast van de Raad' waarin inwoners van Amstelveen op een laagdrempelige manier kennis maken met de raad voorafgaand aan de raadsvergaderingen (ongeveer vijftig deelnemers per jaar), 'schoolbezoeken' van middelbare scholen voor een les over het lokale bestuur en het houden van een raadssimulatie (per jaar 300 leerlingen in Amstelveen en ongeveer 150 in Almere) en een wekelijkse krantpagina (Almere) zijn andere manieren om het contact tussen inwoners en raadsleden te faciliteren. Almere heeft tenslotte nog een raadspanel: een panel van bewoners waar fracties over actuele onderwerpen enquêtes bij kunnen uitzetten.

Sociale media zijn er bij gekomen

Sociale media zijn een extra communicatiekanaal. De raad van Amstelveen is sinds 2009 op Twitter, sinds 2011 op Facebook en sinds 2013 op Pinterest. Met deze middelen, was de verwachting, is het mogelijk om interactie aan te gaan met de volgers. Volgers kunnen reageren op geplaatste berichten, vragen stellen, hun mening delen. Tot nu toe stijgt het bereik mondjesmaat (Twitter van 350 in 2011 naar 926 in 2014 en Facebook van 100 likes in 2011 naar 260 in 2014), maar valt de interactie vooralsnog tegen. Door een continue berichtenstroom (en vooral op Facebook veel foto's) en jaarlijks een speciale actie worden de raadsaccounts onder de aandacht gebracht. In 2013 en 2014 zijn opstelwedstrijden voor kinderen tot twaalf jaar op Facebook georganiseerd. Het opstel met de meeste 'likes' won een prijs (een dag op stap met de burgemeester). De actie bracht honderden nieuwe bezoekers op Facebook. Daarnaast is gestart met een wekelijkse nieuwsbrief via Twitter: de Gemeenteraad Amstelveen Weekupdate.

In Almere geldt hetzelfde beeld. Almere is ook sinds 2009 actief op Twitter en sinds mei 2013 op Facebook. Op Twitter is het bereik het afgelopen jaar gegroeid van 1.800 volgers in juli 2013 tot bijna 2.700 in augustus 2014. Hoewel het bereik dus fors gegroeid is, is er nog weinig interactie. Dit kan echter ook liggen aan het type berichten dat op het medium geplaatst wordt. Op Facebook zijn we van 45 likes (juli 2013) naar 692 likes in augustus 2014. Dit stijging komt vooral door betaalde advertenties rondom de verkiezingen. Opvallend is dat er niet op één bepaald bericht

meer gereageerd wordt dan op andere berichten. Wel blijkt het met meer regelmaat posten van berichten van invloed op de betrokkenheid.

Digitaal heeft de toekomst

Voor het realiseren van de communicatiedoelstellingen wordt een mix van schriftelijke, digitale, mondelinge en audiovisuele middelen ingezet. Gelet op de bezuinigingen in zowel Amstelveen als Almere geldt ook voor de raadscommunicatie dat meer gedaan moet worden met minder geld. Dit betekent feitelijk minder papier, meer digitaal, meer sociale media en meer free publicity. Voor een deel van het publiek blijft echter ook informatie op papier (huis-aan-huisblad, folders, publieksagenda etc.) nodig.

De vraag is of het bij raadscommunicatie slechts gaat om de middelenmix. Aan de ene kant zal de griffie altijd alle beschikbare middelen inzetten om de communicatiedoelen te realiseren. Als sociale media daarbij helpen, dan worden deze ingezet. Aan de andere kant is er ook een wezenlijke maatschappelijke verandering gaande. Inwoners willen niet alleen informatie, maar ook interactie en dialoog. Zij willen niet communiceren met een anonieme gemeente of een anonieme raad, zij willen persoonlijk en direct communiceren. Als ze een vraag hebben, welke ook, dan willen ze een direct en duidelijk antwoord. Hebben ze een klacht, probleem of opvatting, dan willen ze deze zonder administratieve rompslomp ergens kunnen ventileren en verwachten dat er een reactie op komt.

Deze algemene trend/verandering wordt waarschijnlijk versterkt door de decentralisaties van de zorg. Er zal sprake zijn van meer maatwerk en individuele oplossingen voor specifieke situaties. Dit zal een andere houding vragen van gemeenten(raden). De raad zal meer dan ooit tevoren mee moeten doen met de buitenwereld. Dat betekent voor raadscommunicatie meer dan de vraag welke middelen moeten worden ingezet. De griffie kan hierin een ondersteunende rol spelen richting raadsleden, maar raadsleden zullen het in eerste instantie toch echt zelf moeten doen.

Contentstrategie: combineren van content per kanaal

De raadsgriffies van Amstelveen en Almere gebruiken dus een brede communicatiemiddelenmix. Aan alleen middelen heb je echter niks; je hebt tenslotte ook content nodig. Zoals gezegd hebben meerdere griffies aangegeven juist hier moeite mee te hebben. Ze willen wel een Twitterkanaal openen, maar weten dan niet wat ze er op moeten posten.

In Almere is hiervoor onlangs een contentstrategie geschreven. Het belangrijkste punt hierin is eigenlijk: combineer content per kanaal. De agenda van de volgende

raadsvergadering kan op de website geplaatst worden, maar tegelijkertijd op Twitter. Waarbij we op Twitter nog regelmatig doorverwijzen naar de website of Facebook. Op Facebook schrijven we over een agendapunt een verdiepend stukje (waar gaat het over, wat is de bedoeling van de bespreking). Bewoners krijgen daardoor beter een beeld wat er tijdens de vergadering besproken wordt, maar kunnen ook direct reageren. Raadsleden kunnen deze reacties weer meenemen in hun bespreking. De tekst op Facebook plaatsen we weer in de weekmail voor bewoners, want niet alle bewoners volgens ons nog op Facebook.

Door zo content slim te gebruiken, heb je elke dag wel iets te melden. Al helpt het natuurlijk dat we in Almere elke week vergaderen. In Almere gaan we de volgende content actief delen via onze kanalen:

Content	Websit e	RI S	Faceboo k	Twitte r	Almere dichtbi j	Weekmai l Raad	Weekmai l bewoners
Actueel nieuws							
Agenda Politieke Markt (wekelijks)	X	X	X	X	X	X	X
Agendapunt(en) PM uitgediept	X		X	X	X		X
Besluiten PM	X	X	X	X		X	X
Schrift. vragen	X	X	X	X			
Brieven a/d raad	X	X					
Raadsbrieven	X	X					
Algemeen "laatste nieuws"	X		X	X		X	X
Raadsledennieuws	X					X	
Jaarverslagen (+ nieuwsbericht)	X	X	X	X	X	X	X
Verslagen studiedagen	X	X	X			X	X
Niet actueel nieuws							
Raadsleden blog (voorstellen raadslid)	X		X	X	X		X
Geschiedenis Gemeenteraad			X	X			X
Wist-u-datjes			X	X			X
Promotie "invloed			X	X	X		X

mogelijkheden” voor burgers							
--------------------------------	--	--	--	--	--	--	--

Tabel 20: overzicht beschikbare content gemeenteraad Almere

Hiermee kunnen we de hele week vullen. Veel van de content kunnen we bovendien al van tevoren maken en inplannen, waardoor er relatief weinig tijd nodig is om de week te vullen.

	ZSM	Maandag	Dinsdag	Woensdag	Donderdag	Vrijdag	Zaterdag
Websi te	Schrift. vragen Brieven raad Raadsbrieven Laatste nieuwsRaads nieuws	Raadsb log				Agen da PM Beslui ten PM	Agendapu nt PM uitgediept
RIS	Schrift. vragen Brieven raad Raadsbrieven					Agen da PM beslui ten PM	
Faceb ook	Schrift. vragen laatste nieuws	Raadsb log	Geschie denis Politiek	Agenda PM Inspreek mogelijkh eden	wist u datjes	beslui ten PM	Artikel agenda + agenda
Twitte r	Schrift.vragen laatste nieuws	Raadsb log	Geschie denis Politiek	Agenda PM Inspreek mogelijkh eden	Wist u datjes	Beslui ten PM	Artikel agenda + agenda
Almer e Dicht bij							Artikel agenda + agenda Raadsblog inspreek- mogelijkh eden

Weekmail Raad				Agenda PM Besluiten PM laatste nieuws raadsnieuws			
Weekmail Bewoners				Artikel agenda + agenda Besluiten PM laatste nieuws Raadsblog inspreek- mogelijkheden Wist u datje			

Tabel 21: content gemeenteraad Almere ingedeeld naar dagen van de week

Conclusie

Sociale media horen in deze tijd een onderdeel te zijn van je communicatiemiddelenmix. Daarbovenop geldt dat juist deze middelen je in staat kunnen stellen bewoners eenvoudig te bereiken en andersom. Los van het feit dat raadsleden uiteindelijk zelf het contact moeten zoeken, merken we dat er toch regelmatig ook vragen aan “de gemeenteraad” gesteld worden. Hieruit blijkt dat het hebben van een algemeen account ook voordelen met zich meebrengt. Ook het algemene account kan overigens persoonlijk(er) gemaakt worden. Hoewel de interactie nu nog tegenvalt op onze sociale media kanalen, zien we daar in de toekomst wel verandering in komen. De kanalen moeten meer bekendheid gaan krijgen.

Ook voor wat betreft content zien wij geen probleem voor de raadsgriffie. De informatie is er, combineer handig, en dan is het alleen nog een kwestie klaarzetten en alle griffies kunnen los op Twitter, Facebook en alle andere kanalen!