

## **Raadscommunicatie gemeente Den Helder: hoe de kloof een klik kan worden (CONCEPT)**

1. inleiding: waarom raadscommunicatie? Afbakening beleidsterrein
2. beeld : hoe kijken de inwoners tegen de gemeenteraad aan?
3. gewenste profiel: wat voor beeld willen we hebben?
4. doelgroepen : tot wie richten we ons vooral?
5. doelen voor de raadscommunicatie om het gewenste profiel te kunnen bereiken
6. uitgangspunten en activiteiten die passen bij de geformuleerde doelen
7. samenvatting/slot

### **1. Inleiding**

#### **1.1 Waarom raadscommunicatie?**

Met het coalitieprogramma geeft de gemeenteraad zijn opdracht aan burgemeester en wethouders voor de komende vier jaar (tot 2010). Een citaat:

*Er is door vorige gemeentebesturen veel werk verzet, maar er is ook tegenwind geweest waardoor doelen niet altijd konden worden bereikt. Bij de bevolking leeft vooral het laatste, geheel in de lijn van de in het begin al genoemde vicieuze cirkel. De coalitie hecht grote waarde aan het herstel van vertrouwen, het verbeteren van de cultuur en de sfeer, alsmede het bereiken van een goede, onderlinge samenwerking.*

*De bevolking dient (weer) trots op haar stad en unieke leefomgeving te kunnen zijn ..... en dat ook uit te dragen! Een goede communicatie en adequate inschakeling van de in de stad aanwezige kwaliteit is daarvoor essentieel.*

Sinds de invoering van het dualisme hebben de gemeenteraad en het college ieder hun eigen communicatieverantwoordelijkheid. De raadsgriffie van Den Helder kan daarvoor sinds dit jaar een beroep doen op een 'halve' communicatieadviseur. Een van de communicatieadviseurs van de afdeling Bestuur, Communicatie en Financiën heeft hiervoor de gemeenteraad als 'account' en is het eerste aanspreekpunt voor de raad als het gaat om communicatieadvies en –werkzaamheden.

De Wet dualisering gemeentebestuur c.q. het dualisme staat voor een heldere rolverdeling tussen gemeenteraad en college. Daarnaast voor het versterken van de rollen van de gemeenteraad: om de belangen van de burgers zo goed mogelijk te behartigen stelt de raad (meer dan voorheen) vroeg in het beleidsproces kaders waaraan het beleid dat nog moet worden ontwikkeld, moet voldoen. Aan het einde van het beleidsproces controleert de gemeenteraad of het college deze kaders ook heeft ingevuld zoals bedoeld. Daarnaast is de raad vertegenwoordiger van – in ons geval - de inwoners van Den Helder.

Als volksvertegenwoordiger zal de raad signalen vanuit de bevolking moeten gebruiken bij de vertaling naar beleid, als het kan interactief. Een gemeenteraad die de bevolking actief wil betrekken bij de beleidsvorming, zal de bevolking daarover gedurende het beleidsproces (van voorbereiding tot en met besluitvorming en zelfs daarna) natuurlijk ook actief moeten informeren. De raad moet daarom helder laten zien waarmee hij zich bezig houdt en hoe (met achtergronden en afwegingen) de politieke keuzes tot stand zijn gekomen. Zo wordt de gemeenteraad een spil tussen samenleving en bestuur. Zo kan ook de nog steeds bestaande kloof tussen burger een stukje kleiner worden. De relatie burger-bestuur staat dus hoog in het vaandel, ook voor de gemeenteraad. Communicatie kan een middel zijn om die relatie te versterken.

Dit plan beschrijft hoe we de communicatiedoelstellingen van de gemeenteraad van Den Helder kunnen bereiken. Het is een plan op hoofdlijnen, geen werkplan. Specifieke onderdelen kunnen in praktische communicatie(werk)plannen worden uitgewerkt.

## 1. 2. Afbakening beleidsterrein

Als we spreken over raadscommunicatie, waarover hebben we het dan? De raad bestaat immers uit verschillende fracties, die weer bestaan uit individuele raadsleden. Waar liggen de grenzen van de raadscommunicatie? Welke gemeenschappelijke belangen heeft de raad op het gebied van communicatie?

Als we spreken over de gemeenteraad, hebben we het over:

- de raad, als hoogste bestuursorgaan van de gemeente
- de raad, bestaande uit 11 politieke fracties, verdeeld in coalitie en oppositiepartijen
- de raadscommissies, bestaande uit raadsleden en niet-raadsleden
- 11 politieke partijen met een eigen gezicht en een eigen profilering
- 31 individuele raadsleden

Op het gebied van raadscommunicatie baseren we ons op een aantal gemeenschappelijke doelen van de raad (zie hoofdstuk 5). We richten ons dan ook op de gemeenteraad als collectief (de raad als bestuursorgaan). In de uitvoering kunnen individuele fracties zich (inhoudelijk) onderscheiden. De raadscommunicatie gaat niet over de politieke profilering van raadsfractie, van individuele raadsleden of van politieke partijen. Partijpolitieke communicatie blijft een verantwoordelijkheid van de fracties en de politieke partijen zelf. De griffie kan wel met fracties meedenken bij het opzetten van communicatieactiviteiten of bij praktische vragen. En door te faciliteren (bijvoorbeeld door aanplakruimte beschikbaar te stellen, adressen te vermelden van partijen, politieke debatten te organiseren rond verkiezingstijd, te verwijzen en internetlinks aan te bieden).

## 2. Het beeld: hoe kijken de inwoners tegen de gemeenteraad aan?

### 2.1 Knelpunten

Uit reacties die raadsleden zelf krijgen, ingezonden brieven in de krant, reacties op internetforums, gehouden onderzoeken (zie: de staat van de gemeente) en dergelijke blijkt dat behoorlijk wat inwoners van Den Helder een negatief beeld heeft van (het functioneren van) hun vertegenwoordigers. Zo ervaart men 'de' gemeente nogal eens als 'één pot nat': voor veel mensen is het niet duidelijk wie waarvoor verantwoordelijk is, hoe de besluiten tot stand komen en waar de politiek inhoudelijke verschillen liggen. De raad heeft geen eigen gezicht. Men heeft daarnaast geen hoge pet op van de bestuurders: men denkt dat het een bestuurslaag is die niet overlegt met de burger maar die meer op elkaar is gericht en vooral voor eigen eer en glorie in de weer is ("Ze hebben de burgers alleen nodig rond verkiezingstijd, schuiven beslissingen zo lang mogelijk voor zich uit en komen afspraken niet na"). Het duurt lang voordat 'het schip van koers verandert', resultaten (vooral in de binnenstad) blijven uit. Mensen hebben het gevoel dat hun mening er niet toe doet, dat er toch niet naar hen wordt geluisterd. Er is dus sprake van onwetendheid, achterdocht, onverschilligheid en weinig vertrouwen in de volksvertegenwoordigers. Oftewel: er is sprake van een kloof.

Enkele oorzaken:

- de verschillende bestuurlijke crises en de publiciteit daarover hebben geleid tot minder vertrouwen in het gemeentebestuur ('de gemeente');
- tussen politici, college en ambtenaren heerst soms wantrouwen over elkaars goede bedoelingen en/of over het kennisniveau. Dat blijkt uit uitspraken in de plaatselijke media, uit de vergadercultuur en de onderlinge strijd om de macht tussen coalitie- en oppositiepartijen waarbij nogal eens op de persoon wordt gespeeld. Dit voedt het al bestaande negatieve beeld bij de bevolking;
- niet alle raadsleden realiseren zich dat zij zelf 'de gemeente' zijn. Verwijtende uitspraken richting andere partijen of college, hebben indirect een negatief effect op de beeldvorming naar buiten over de gemeente(raad) als geheel;
- tussen besluitvorming en uitvoering zit nogal eens veel tijd;

- burgers lijken niet altijd te weten wie ze moeten benaderen en wanneer, welke wegen ze moeten bewandelen om invloed te krijgen op het lokale bestuur. Hierdoor ontstaat een verkeerd verwachtingspatroon;
- de raad had tot dit jaar geen eigen communicatiekanaal om zich op lokaal niveau te profileren: vooral de berichtgeving in de Helderse Courant beïnvloedt de publieke opinie en is dus direct van invloed op de beeldvorming. Sturing van publiciteit is daardoor moeilijk;
- het nieuwe vergadersysteem heeft ook enkele nadelen: in commissieverband is weinig sprake van echt debat, journalistieke weergave is moeilijker geworden omdat er gelijktijdig meerdere vergaderingen plaatsvinden;
- de individualisering van de samenleving: de interesse van de burger voor de stad als geheel is afgenomen. De burger is over het algemeen erg gericht op zijn directe omgeving. Dat blijkt ook uit de ingezonden brieven in de kranten, de reacties op artikelen op de internetsite.

Dit alles heeft - naast het negatieve beeld en het gebrek aan vertrouwen - een bepaalde desinteresse tot gevolg: de opkomst in Den Helder bij verkiezingen is onder het landelijk gemiddelde (48,4 tegen 57,5%), er is weinig actieve participatie, de publieke belangstelling voor commissie/raadsvergaderingen is over het algemeen gering. Gezien de reacties in de media (internet, ingezonden brieven) is er echter geen reden om aan te nemen dat de inwoners van Den Helder minder zijn betrokken bij hun leefomgeving dan vroeger.

## 2.2 meten is weten

'De staat van de gemeente' is de naam van een extern onderzoek uit 2006 over het functioneren van onder andere onze gemeente. De onderzoekers hebben daarin burgers gevraagd naar hun mening over de gemeente als organisatie en over de dienstverlening aan de publieksbalies. Het resultaat geeft een indicatie van het beeld van de gemeente, gezien vanuit het perspectief van de burger in een aantal rollen: de burger als kiezer, klant, onderdaan, partner, wijkbewoner en belastingbetaler.

Enkele resultaten:

De gemiddelde burger kent de naam van de burgemeester en soms van een enkele wethouder. Raadsleden zijn vaak onbekend. Erger is dat onze inwoners vinden dat ze als kiezer weinig invloed hebben (oordeel: 4,2). Bovendien voelen ze zich in het algemeen niet goed door de gemeenteraad vertegenwoordigd (cijfer 3,9).

Nu hebben we bij zo'n beoordeling ook te maken met weinig genuanceerde typering en min of meer vastgeroeste oordelen/beelden. Het imago van de gemeente is daardoor wel voor een belangrijk deel bepaald. Het is moeilijk dat imago te veranderen. Successen worden snel vergeten of overschaduwd door negatieve zaken.

**Conclusie: te veel inwoners van Den Helder ervaren het functioneren van de raad als volksvertegenwoordiger als onvoldoende. Om hieraan iets te verbeteren zal de band met de burger moeten worden hersteld, allereerst door de directe (raads) communicatie met de burger te verbeteren.**

### 3. gewenst profiel: wat voor beeld willen we hebben?

#### 3.1 Waar staat de raad voor?

Als we de beeldvorming positief willen bijstellen en het vertrouwen van de burger in de gemeenteraad vergroten, dan zal de raad allereerst over een aantal zaken overeenstemming moeten bereiken. Waar staat de raad vooral voor in Den Helder, hoe wil die door de inwoners van Den Helder worden gezien?

Uit gesprekken met fractievoorzitters (zie 'note' blz. 9) blijkt dat de gemeenteraad van Den Helder zichzelf in de eerste plaats wil zien als volksvertegenwoordiger, als stadsbestuur waarin de inwoners van Den Helder vertrouwen hebben en waarvan zij profijt (kunnen) hebben. Deze nota is daarom vooral op die rol gebaseerd.

De gevonden knelpunten en het gewenste beeld vormen de uitgangspunten voor het plan van aanpak.

#### PLAN VAN AANPAK

### 4. Tot wie richten we ons?

Raadscommunicatie richt zich in principe op de volgende doelgroepen:

- burgers, bedrijven en maatschappelijke organisaties, vanuit de rol van volksvertegenwoordiger en controleur (communicatie is gericht op inspraak en interactie)
- organisaties en andere overheden die op een of andere wijze actief zijn betrokken bij de voorbereiding en uitvoering van het gemeentelijke beleid, vanuit de rol van kaderstellen (communicatie is gericht op informeren)
- college (communicatie is gericht op informatie-uitwisseling en overleg)
- pers als intermediair (communicatie is gericht op attenderen en informeren)
- mederaadsleden en fracties (communicatie is gericht op informatie)

Omdat het in het dualisme vooral gaat om het verkleinen van de kloof en het voor de burgers toegankelijk en aantrekkelijk maken van de gemeentepolitiek richten we ons in eerste instantie in de raadscommunicatie op de doelgroep 'burger' en dan de burger in de rollen zoals in hoofdstuk 2.2. genoemd:

- de burger als kiezer
- de burger als partner
- de burger als wijkbewoner
- de burger als belastingbetaler
- de burger als onderdaan

Omdat Den Helder goed scoort als het gaat om de dienstverlening aan de publieksbalies richten we ons niet in eerste instantie op de rol van de burger als klant

## 5. Doelen om naar het gewenste beeld te kunnen werken

### 5.1 Betere relatie

Het stadsbestuur moet goed functioneren als lokale democratische overheid. De gemeente wil daarbij een betrouwbare partner zijn, transparant, inspirerend, faciliterend.

Om dit te bereiken stelt de gemeenteraad zich het volgende ten doel:

1. grotere herkenbaarheid van de gemeenteraad bij de inwoners van Den Helder
--

2. het herstellen van het vertrouwen van de inwoners in de gemeenteraad van Den Helder
--

3. het vergroten van de betrokkenheid van de burgers bij het voorbereiden van beleid
--

Het resultaat moet af te leiden zijn aan een hogere score in het vervolgonderzoek van de 'staat van de gemeente'.

### 5.2 Communicatiedoelstellingen en - strategie

Mensen begrijpen best dat hun belangen niet hoeven overeen te komen met de belangen van een ander. Belangrijk is het volgende voor ogen te houden:

- Mensen kunnen met behulp van goede communicatie politieke beslissingen begrijpen, ook al zijn ze het niet met de beslissingen eens.
- Mensen kunnen met behulp van goede communicatie begrip krijgen voor genomen beslissingen, ook al zijn ze het niet met de beslissingen eens
- Mensen zullen meestal niet met behulp van goede communicatie politieke beslissingen gaan steunen waar ze eerder sterk op tegen waren.

Het formuleren van meetbare communicatiedoelstellingen maakt het bereiken van resultaten inzichtelijker. Om die doelstellingen preciezer te kunnen vaststellen en ze ook meetbaar te kunnen maken is een 0-meting van belang. Een lokaal onderzoek kan concreter ingaan op vragen als:

- wat de reden is om (niet) te stemmen
- hoe de inwoners tegen de gemeentepolitiek aankijken
- hoe geïnteresseerd de inwoners in gemeentepolitiek zijn
- hoe goed ze op de hoogte zijn van bestuurlijke besluiten
- hoe hoog de invloed van het gemeentelijke beleid is op de leefomgeving
- of de raad herkenbaar is
- of de rol van de raad duidelijk is
- of de inwoners de wegen kennen om invloed te kunnen uitoefenen

Na verloop van tijd kunnen de metingen worden herhaald. Zo wordt duidelijk of de doelstellingen zijn/worden bereikt. Dit is van belang bij het bepalen van de activiteiten, vermeld in de jaarplannen. Bijstelling van het communicatiebeleid is ook mogelijk.

Van de eerdergenoemde algemene doelen (vergroten van herkenbaarheid, vertrouwen, betrokkenheid) kunnen we de volgende communicatiedoelstellingen afleiden:

#### a. herkenbaarheid van de gemeenteraad

De raad moet zich actief op de hoogte stellen van wat er binnen de Helderse samenleving speelt. Als het mogelijk is betreft de raad bewoners (interactief) bij het maken van de beleidskaders. Daarvoor is het nodig dat de raad (functies en zijn doelstellingen) bij de inwoners bekend is. Bovendien: onbekend maakt onbemind. Door een actieve houding van raadsleden en actieve raadscommunicatie moeten

burgers zien en merken waar de raad voor staat, dat de raad onafhankelijk van het college opereert, wat de bijdrage van de raad is in de ontwikkeling van Den Helder, wat de rol van de raad is (geweest) als het gaat om de leefbaarheid van de stad, hoe mensen daarin kunnen meedenken en meepraten en dat stemmen zinvol is.

**Communicatiedoelstellingen:**

- meer inwoners weten hoe de rollen tussen raad en college zijn verdeeld;
- meer inwoners weten hoe zij invloed kunnen uitoefenen op het lokale bestuur c.q. welke wegen zij daarvoor moeten bewandelen;
- meer inwoners weten wat de rol van de raad is (geweest) bij besluitvorming;
- meer inwoners weten hoe zij raadsleden kunnen bereiken;
- meer inwoners kennen Helderse raadsleden/fracties/fractievoorzitters;
- meer inwoners weten waar zij agenda's voor vergaderingen kunnen inzien/krijgen;
- meer inwoners kennen/lezen Raad & Daad;
- meer inwoners weten waar zij informatie over de raad kunnen vinden.

**b. herstel van vertrouwen**

Het succes of falen van een organisatie hangt sterk samen met haar reputatie. Dat geldt ook voor de gemeente. De onderlinge strijd die heerst tussen coalitiepartijen en oppositie is inherent aan politiek. Echter, het spelen op de persoon, het beeld bij de burgers dat het bij de gemeente 'een pot nat' is, dat 'ze' toch niet luisteren naar de burgers en dat het vooral om eigenbelang van politici gaat, maakt die toch al niet zo goede reputatie er niet beter op.

We kunnen Communicatie inzetten om de relatie met de burgers te verbeteren en te onderhouden. Maar Communicatie is geen wondermiddel: de raad zal allereerst moeten waarmaken wat hij belooft (afpraak = afspraak). De burgers moeten kunnen zien dat er wat gebeurt, resultaten moeten toetsbaar zijn. Dit bevordert het vertrouwen in en de betrokkenheid van de burger bij de politiek. Raadsleden zijn hierbij hun eigen ambassadeurs. Ze moeten bereid zijn ideeën en belangen van inwoners over te nemen en te verdedigen. En teruggaan naar betrokkenen om verantwoording af te leggen over wat ze met hun inbreng hebben gedaan. Zo worden burgers serieus genomen.

Het betekent ook dat raadsleden zich in hun uitingen naar buiten bewust moeten zijn van de effecten daarvan (beeldvorming) op de burger: die manier waarop dat gebeurt, heeft vaak meer impact dan de inhoud. Strookt dat effect met de algemene doelstellingen?

**Communicatiedoelstellingen:**

- meer mensen vinden dat ze (als kiezer) invloed hebben op het bestuur van de gemeente
- meer mensen zijn tevreden over het functioneren van de raad
- meer mensen spreken positiever over 'het' gemeentebestuur

**c. vergroten van de betrokkenheid**

Betrokkenheid is pas mogelijk als je weet waarbij je bent betrokken. Communicatie over het werk van de raad is daarbij van belang. Maar vooral ook communicatie over onderwerpen die de inwoners aanspreken. Ook de manier van debatteren speelt een rol: het debat in commissie- en raadsvergadering is een van de middelen die een raadslid heeft om zijn rol als volksvertegenwoordiger vorm te geven. Een goed debat maakt vergaderingen aantrekkelijker. Het draagt bij aan prettige onderlinge verhoudingen en aan de externe beeldvorming.

Daarnaast bevordert een groter vertrouwen in de gemeenteraad ook de betrokkenheid van de burger bij de politiek.

### **Communicatiedoelstellingen:**

- meer mensen zijn op de hoogte van de agendapunten van raad en commissies
- meer mensen zijn aanwezig bij vergaderingen, wijkbezoeken, themabijeenkomsten e.d.
- steeds meer mensen volgen online de raadsvergaderingen en raadplegen het digitale archief
- meer mensen spreken in bij vergaderingen/bijeenkomsten
- meer mensen hebben het gevoel te worden gehoord door de raad (commissie)
- de opkomst bij volgende gemeenteraadsverkiezing is hoger

## **6. activiteiten die passen bij de geformuleerde doelen**

informatief: voorlichting aan inwoners/media over rollen, proces, inspraak en raadsbesluiten:

De uitdaging is meer inwoners van Den Helder te interesseren voor de gemeentepolitiek. Dit kan door informatie te geven over specifieke onderwerpen. Door te laten zien wat dat is, een raad. Wat kan die voor je doen? Waar zijn de stadsbestuurders mee bezig? Wat hebben ze besloten? Hoe heb je invloed, wat zijn de wegen die je kunt bewandelen? Door te laten zien dat de raad actief is in de lokale gemeenschap. Dit is en continu proces: mensen zullen herhaaldelijk overtuigd moeten worden.

Om het communicatieproces te kunnen sturen is het belangrijk de regie in eigen hand te hebben. Zo is het mogelijk ook positieve en genuanceerde geluiden te laten horen. De raad moet dus zelf zorgen voor de informatievoorziening en bepaalt zelf de kanalen, onderwerpen, de toon, de middelen en de aanpak (actief, pro-actief, passief).

Dat kan bijvoorbeeld via:

- Raad & Daad, de eigen informatiepagina
- Folder
- Internet
- Nieuwsbrief
- expositie

Actief:

Burgers betrekken kan ook actief. Als het kan interactief, waardoor burgers een deel van de taak die ze hadden overgedragen aan raadsleden, weer zelf verrichten. De burger denkt mee, beslist mee, neemt zelf initiatief. Zo vullen bestuur en betrokken burgers samen de input van het politieke proces.

Het is daarbij niet nodig dat elk afzonderlijk raadslid probeert de mening van de inwoners boven water te krijgen. Partijen moeten zich niet meer voornamelijk richten op hun eigen achterban maar de hele stad als werkterrein zien. Een gezamenlijke inzet van de hele raad richting de inwoners draagt ertoe bij dat het contact met de burger hoger op het prioriteitenlijstje komt te staan. Gezamenlijk optreden stimuleert elkaar en geeft net even dat extra zetje dat soms nodig is om het raadswerk juist ook buiten de raadszaal uit te voeren. Wat bij alle activiteiten wel belangrijk is, is de politieke verschillen neer te zetten: voor de burgers is het belangrijk standpunten te bekijken en te vergelijken zodat er uiteindelijk echt wat valt te kiezen.

Om een goede en herkenbare gemeenteraad te kunnen zijn, moeten de raadsleden weten wat de bevolking wil. De bouwstenen die ze nodig hebben bij het nemen van beslissingen en voor de kaderstelling moeten ze vooral buiten de deur vinden: op straat, tussen de mensen.

De raad gaat daarom:

- actief op zoek naar die informatie, 'de straat op', andere mensen ontmoeten dan de eigen achterban
- de bevolking vragen naar haar mening, luisteren wat er speelt, open staan voor discussie
- in gesprek met hen over het voorgenomen beleid.
- uitleggen waarmee je bezig bent, waarom je dingen doet en vooral waarom niet; keuzes transparant maken en vooral de gevolgen daarvan, laten zien hoe je tot de overweging bent gekomen, terugkoppelen
- zoveel mogelijk de 'woorden' / uitspraken van de doelgroep gebruiken. In heldere, aansprekende en duidelijke taal – normaal Nederlands –
- problemen en ideeën signaleren
- indien mogelijk vooraf bedenken waarover je later moet communiceren.
- proactief denken, anticiperen, alert zijn
- (positief) herkenbaar zijn in de media

Om een betrouwbare gemeenteraad te zijn, zullen de raadsleden:

- verantwoording afleggen waarom zij tot een bepaalde keuze zijn gekomen;
- goede informatie verschaffen voor, tijdens en na besluitvorming;
- na interactie kaders stellen waarin de betrokkenen hun inbreng ook kunnen herkennen;
- afspraken nakomen;
- de onderlinge sfeer verstevigen/verbeteren;
- controleren of het college kaders in visies en beleid goed vertaalt;
- controleren of het college goed bestuurt.

Mogelijke activiteiten

- gast van de raad
- raadslid in de klas (voortgezet onderwijs)
- op stap met de raad (voortgezet onderwijs) – raadsleden bezoeken met leerlingen een project dat belangrijk is voor jongeren
- wijkbezoeken/werkbezoeken aan bedrijven of wijken voorafgaande aan commissievergaderingen, bewonersavonden/buurtgesprekken
- thema-avonden in overleg met presidium
- enquêtes/opiniepeilingen
- bewonerspanel, wijkpanels
- 'stage in de stad'
- actief uitnodigen van doelgroepen om aanwezig te zijn bij commissievergaderingen

enzovoort.

Jaarlijks wordt een overzicht gemaakt van geplande communicatieactiviteiten en communicatiemiddelen voor de komende raadsperiode, inclusief begroting (jaarplan). De raad stelt dat overzicht vast.



## 7. Samenvatting/slot

Te veel inwoners van Den Helder ervaren het functioneren van de gemeenteraad als volksvertegenwoordiger als onvoldoende. Om hieraan iets te verbeteren moet de band met de burger worden hersteld, allereerst door de directe (raads) communicatie met de burger te verbeteren.

Omdat het in het dualisme vooral gaat om het verkleinen van de kloof en het voor de burgers toegankelijk en aantrekkelijk maken van de gemeentepolitiek richten we ons in eerste instantie in de raadscommunicatie op de doelgroep 'burger' in de rollen kiezer, partner, wijkbewoner, belastingbetaler en onderdaan.

De gemeenteraad wil vooral dat de inwoners van Den Helder haar zien als volksvertegenwoordiger, als stadsbestuur waarin zij vertrouwen hebben en waarvan zij profijt (kunnen) hebben.

De communicatiedoelstellingen die in deze nota zijn geformuleerd moeten leiden tot:

1. grotere herkenbaarheid van de gemeenteraad bij de inwoners van Den Helder
2. het herstellen van het vertrouwen van de inwoners in de gemeenteraad van Den Helder
3. het vergroten van de betrokkenheid van de burgers bij het voorbereiden van beleid

De raad bepaalt jaarlijks welke communicatiemiddelen en - acties worden ingezet om deze doelstellingen te bereiken. Die worden vastgelegd in een jaarplan raadscommunicatie.

### *Noot:*

*Dit beleidsplan is onder meer tot stand gekomen naar aanleiding van gesprekken met de raadsleden Kees Visser, Theo Rijnten, Wiltrude Turnhout, Pieter Bakker, Loek Wijker, Rachel Post, Roel Prins, Nel Dol, Freek Bellinga, Tjitske Biersteker, Frans Klut.*

## Bijlage: Jaarplan raadscommunicatie 2007 – 2008

<u>Activiteit</u>	<u>Omschrijving</u>	<u>Procedure</u>	<u>Kosten begroot</u>	<u>Planning</u>
0-meting	Onderzoek om inzicht in resultaten mogelijk te maken. Eventueel te combineren met onderzoek naar 'ontvangst' nieuwe vergadersysteem.	Via Facilitair Bedrijf, onderzoek en statistiek voert onderzoek uit en brengt daarvan verslag uit. Begeleiding door communicatieadviseur. Onderzoek moet regelmatig worden herhaald om inzicht te krijgen in effecten communicatie.	€ 2.500,-- evt. te combineren met evaluatie Helder Beraad	4 <sup>e</sup> kwartaal 2007
Raad & Daad	Informatiepagina van de raad	Communicatieadviseur i.s.m. twee leden van de raad	€ 25.000	verschijnt 1 x per maand, twee pagina's in Helders Weekblad op donderdag, huis aan huis.
debattraining	Cursus om de kwaliteit van argumenteren in vergaderingen te verbeteren	Organisatie via Nederlands Debat Instituut	Eenmalig, gedekt uit budget raadsgriffie	September 2007
Gast van de Raad	Initiatief waarbij inwoners worden uitgenodigd om een raadsvergadering bij te wonen. Uitleg over het werk van de gemeenteraad.	Initiatiefvoorstel KiesKees.nl, uitwerking via communicatieadviseur i.s.m. griffier en raadsleden	Vn. uren, overige kosten nihil	Uitwerkingsvoorstel: augustus Daarna 1 x per maand maximaal 5 gasten
Raadslid in de klas	Raadsleden geven op school voor voortgezet onderwijs uitleg over het werk van een raadslid en de gemeenteraad	1x per maand een 'gastcollege' door twee raadsleden, coördinatie en advies: communicatieadviseur	Vn. uren, overige kosten nihil	Initiatief wordt 3e kwartaal 2007 opgepakt
Op stap met de raad	Raadsleden bekijken samen met jongeren op locatie een project dat voor jongeren belangrijk is	i.s.m. jongerenadviesraad Twee x per jaar, 1 <sup>e</sup> kwartaal 2008 3 <sup>e</sup> kwartaal 2008	Vn. uren, overige kosten nihil	Voorstel 4 <sup>e</sup> kwartaal 2007
Informeel wijkbezoeken	Raad bezoekt als geheel twee keer per jaar een wijk	Eventueel te combineren met themabijeenkomsten	€ 2.000,--	Vóór voorjaarsnota 2008  Vóór begroting 2008 (oktober)

Themabijeenkomsten - boxendiscussie	Vooruitlopend op discussie over onderwerpen die hele stad aangaan. In gesprek met betrokkenen, 'stage' bij betrokken organisatieonderdelen.	i.s.m. Bestuursondersteuning	Enmalig € 1.000,--	3 <sup>e</sup> kwartaal 2007
Live-stream video raadsvergaderingen	Live uitzending van raadsvergaderingen via website gemeente	Facilitair Bedrijf	€ 65.000,--, gedekt uit budget raadsgriffie	3 <sup>e</sup> kwartaal 2007
Leesbaarheid agenda's Helderberaad, raadsvoorstellen, brieven aan burgers met raadsvragen e.d.	Verbeteren van de kwaliteit van de informatievoorziening	Uitwerking in voorstel door communicatieadviseur	Vn, uren, overige kosten nihil	1 <sup>e</sup> kwartaal 2008
Actualiseren website	Verbeteren van de kwaliteit van de digitale informatievoorziening	Via team Communicatie .Als middel zeer serieus nemen en goed organiseren: elke dag de site controleren c.q. vernieuwen en e- mails professioneel beantwoorden (= snel, adequaat en vriendelijk)	Vn. uren, overige kosten (p.m.) bestaan uit eventuele doorberekening van werkzaamheden die extern worden weggezet	Afhankelijk van invulling vacature webmaster
Activiteitenoverzicht	Wekelijks overzicht van activiteiten (al dan niet in de stad) waarvoor raadsleden zijn uitgenodigd of activiteiten waarvan zij op de hoogte moeten zijn. Doel: betrokkenheid stimuleren, herkenbaarheid bevorderen	Via de griffie	Uren	3 <sup>e</sup> kwartaal 2007
'over de kook'	Project waarbij raadsleden en burgers tijdens het koken én dineren een onderwerp bespreken dat de burger hoog zit.	drie keer per jaar, 11 raadsleden, 11, burgers, 11 onderwerpen. Locatie: schoolrestaurant De 2-getijden	3 x 22 66x € 25 (?) € 1.650	Voorstel uitwerken 4 <sup>e</sup> kwartaal 2007

## Begroting

We proberen zo veel mogelijk activiteiten low-budget uit te voeren, dat wil zeggen dat daarvoor voornamelijk uren zijn begroot en er weinig bijkomende kosten zijn. Voor de themabijeenkomst vooruitlopend op de boxendiscussie is eenmalig € 1.000,00 geraamd. Structureel is voor raadscommunicatie tenminste € 31.000,00 nodig. In de huidige situatie en bij een gelijkblijvend raadsbudget kan dit bedrag worden bekostigd uit het reguliere budget van de raadsgriffie. De overgang van (het inhuren van) notulisten naar het digitaal opslaan en uitzenden in beeld en geluid van de raadsvergadering levert een belangrijke besparing op. Door een deel van dat bedrag voor raadscommunicatie in te zetten kunnen we deze taak volwaardig oppakken.

Den Helder, augustus 2007,

José van der Burg, team Communicatie gemeente Den Helder