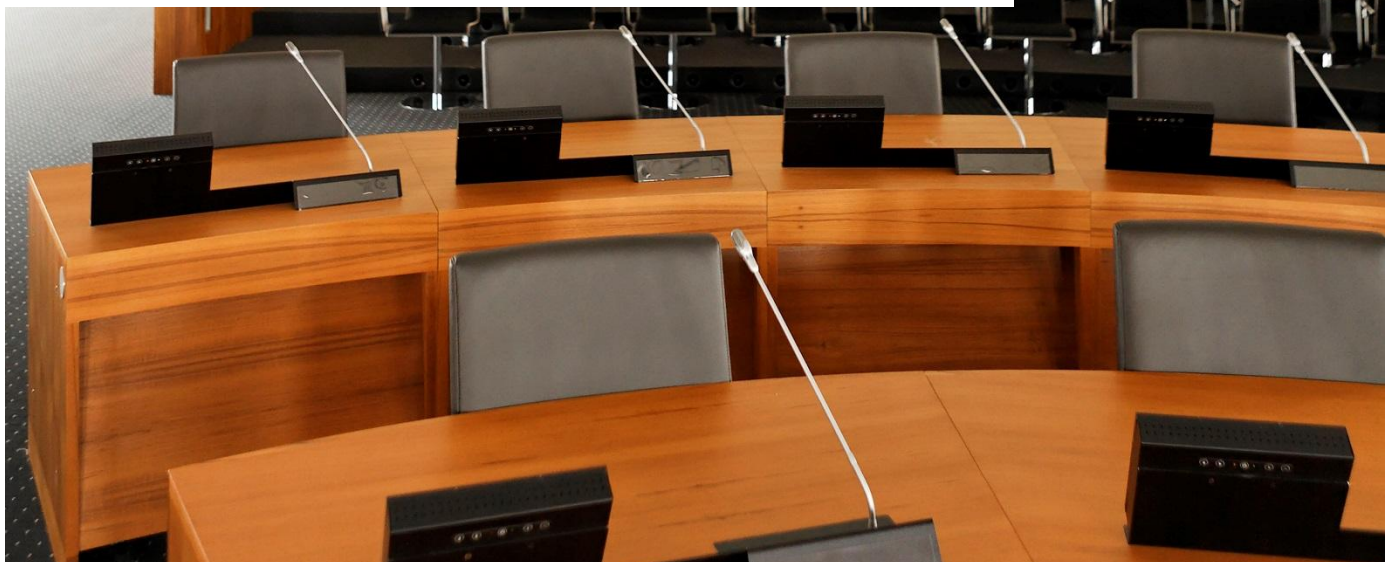




Gemeente Maastricht
GEMEENTERAAD



Communicatieplan 2017



Versie: 21 oktober 2016

Visie

Meer verbinding tussen de samenleving en het gemeentelijke besluitvormingsproces. In 2015 was dat aanleiding om onze manier van vergaderen en besluiten nemen aan te passen; meer gericht op de mensen om wie het gaat. Aan de hand van stadsrondes, conferenties en overige bijeenkomsten worden burgers betrokken bij het werk van de raad. Een werkwijze die in 2016 werd geëvalueerd.

Toen de nieuwe manier van werken werd ingevoerd in 2015 is breed hierover gecommuniceerd. De kernwoorden waren *toegankelijk*, *gastvrij* en *transparant*. Begrippen die ieder met hun eigen uitdagingen kwamen.

Hoe zorgen we dat burgers bereid zijn om mee te luisteren, te denken en te spreken? Durft iedereen onbezwaard langs te komen, ook als ze niet meteen willen meediscussiëren? Voelen zij zich welkom en uitgenodigd? Zijn onze processen transparant? Onze bevoegdheden en dossiers?

Deze kernwoorden zijn voor de communicatie in 2017 nog steeds van toepassing en vormen de basis van onze boodschap. Toch willen wij er twee toevoegen: *bekend* en *dichtbij*.

Bekend gaat over identiteit. Van fracties en raadsleden, maar ook van de gemeenteraad als bestuursorgaan. Wie of wat is de raad, wat doet zij en wat betekent dat voor mij? Het zijn wezenlijke vragen waarop het antwoord niet voor iedere burger duidelijk is. Tijd voor een (nieuwe) kennismaking. Zo maken we drempel om mee te doen lager.

Dichtbij heeft met verbinding te maken. Een belangrijke rol bij het verbinden van besluitvorming aan burgers ligt bij raadsleden zelf. Maar de communicatie van de raad kan hierbij ondersteunen. Nieuwe tijden brengen nieuwe communicatiemiddelen met zich mee. Wat zijn de verwachtingen van de burger hierin, en weet iedereen wel ermee om te gaan? De gemeenteraad Maastricht wordt in 2017 meer zichtbaar, ook in de digitale wereld.

Het afgelopen jaar stond in het teken van de nieuwe werkwijze. In 2017 bouwen we hierop verder en leggen we een sterke basis van raadscommunicatie. Zo zorgen we dat alle inwoners van Maastricht het weten:

De gemeenteraad Maastricht is toegankelijk, gastvrij, transparant, bekend en dichtbij.



Gemeente Maastricht
GEMEENTERAAD

Communicatiestrategie

Hoewel de communicatiestrategie en het activiteitenplan uit meerdere onderdelen bestaan, dragen zij allen bij aan één centrale boodschap. Deze boodschap dient als rode draad voor de strategie en tevens als kapstok voor de verschillende communicatieactiviteiten in 2017: iedere uiting, activiteit en project sluit aan op de centrale boodschap:

“De gemeenteraad Maastricht is toegankelijk, gastvrij, transparant, bekend en dichtbij.”

Deze boodschap is te verdelen in vijf pijlers, ieder met hun eigen ambities en strategie om deze te behalen. De tabel hieronder geeft een overzicht:

	Ambitie	Inzet/Strategie
Toegankelijk	Burgers ervaren géén drempel of een lage drempel om te participeren in gemeentelijke besluitvorming.	Breed informeren over de mogelijkheden die burgers hebben om te participeren en wat van hen verwacht – of niet verwacht – wordt.
Gastvrij	Een bezoek aan de raadsavond wordt door een merendeel van aanwezige burgers als zeer positief ervaren.	Burgers tijdens raadsavonden behandelen als gasten en op een klachtgerichte manier ontvangen en ondersteunen.
Transparant	Burgers begrijpen in redelijke mate de processen m.b.t. werkwijze en besluitvorming van de gemeenteraad.	Communicatie over besluitvorming verbeteren en beleidsinformatie beter vindbaar maken.
Bekend	Burgers zijn goed bekend met taken en samenstelling van de raad en raadsfracties.	Brede communicatie met informatieve insteek over gemeenteraad en raadsfracties. Kennismakingen faciliteren, zowel persoonlijk als via digitale en traditionele middelen.
Dichtbij	De raad en raadsleden worden over het algemeen ervaren als benaderbaar en bereikbaar, ook digitaal.	Verbeteren van digitale dienstverlening gemeenteraad. Kennisverbreding van fracties en griffie inzake digitale middelen.

Evaluatie en monitoring

Bovenstaande ambities spreken een algemene doelstelling of streven uit. Om beter te kunnen evalueren en bijsturen zijn hieronder enkele indicatoren geformuleerd die gedurende het jaar getoetst zullen worden. Deze indicatoren worden onderzocht door een combinatie van vragenlijsten onder bezoekers van de raadsavond, het burgerpanel en enquêtes onder burgers. Er wordt een nulmeting verricht. Zie bijlage 1 voor een voorbeeld van enquêtevragen.

Indicator	Doelstelling <i>Op 5-puntsschaal.</i>
Toegankelijkheid van participeren bij relevante thema's.	Gemiddelde score van Goed (4/5)
Kennis van processen en werkwijze van de raad.	Gemiddelde score van Redelijk (3/5)
Tevredenheid over organisatie en beleving raadsavond.	Gemiddelde score van Goed (4/5).
Bekendheid van fracties en raadsleden.	Gemiddelde score van Redelijk (3/5)

Communicatiemiddelen

Met een goede middelenmix zorgen we ervoor dat de communicatie van de raad zo veel mogelijk burgers in Maastricht bereikt. Een uitgebreid onderzoek van de gemeente gaf al eerder aan dat verschillende Maastrichtenaren via verschillende kanalen bereikt worden, en dat dit verschil veel groter bleek dan gedacht. Zo hebben senioren niet altijd toegang tot een computer, terwijl jongeren juist minder de lokale weekbladen lezen. De resultaten van het onderzoek waren voor de Gemeente Maastricht aanleiding om enkele aanpassingen te doen in haar communicatiestrategie. Van deze ontwikkelingen kunnen wij leren.

Om de inwoners van Maastricht optimaal te bereiken verdelen we onze communicatieactiviteiten over vier kwadranten. Deze mix garandeert dat we inzetten op zowel digitale als traditionele middelen, maar ook de combinatie zoeken van informatie zenden en dialoog:

	Digitale Middelen	Traditionele Middelen
Informatie zenden	<p>Online</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zichtbaarheid raad op homepage • Website: Thuis in Maastricht • Informatievideo's • Email Nieuwsbrief 	<p>Offline</p> <ul style="list-style-type: none"> • Spreads in 1Maastricht • Advertorials in doelgroep literatuur • Lokale televisie*
Dialoog opzoeken	<p>Connected</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facebook Gemeente Maastricht • Twitter cursus voor Raadsleden • RaadMaastricht op Social Media 	<p>Live</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gast van de Raad • Democratiemarkt • Introductie lokale politiek

In bovenstaande tabel staat online voor websites, nieuwsbrieven, etc. Offline refereert naar kanalen zoals tv, print, en radio. Connected slaat op digitale middelen die interactie oproepen, zoals social media en forums. Het vierde kwadrant, Live, staat voor face-to-face ontmoetingen, workshops en evenementen.

Deze middelen zijn een aanvulling op de bestaande werkwijzen zoals het handmatig uitnodigen van burgers via email. Nieuwe en bestaande werkwijzen en communicatiemiddelen worden voortdurend geëvalueerd.

Op de volgende paar pagina's worden deze communicatieactiviteiten verder toegelicht. Hier vind u tevens een planning voor de inzet van deze middelen gedurende 2017. Sommige van deze communicatiemiddelen zijn dusdanig van scope dat zij een afzonderlijk project vormen, zoals de democratiemarkt. Hier zal te zijner tijd aanvullend een projectplan worden opgesteld.

*(Lokale) televisie

Lokale televisie behoeft aparte vermelding. Het is niet verder opgenomen in onderstaande uitwerking (welke middelen allen concreet en direct uitvoerbaar zijn), maar het is wel een thema dat voldoende aandacht zal krijgen in 2017. De wensen, mogelijkheden en kosten van dit middel zullen echter eerst zorgvuldig verkend moeten worden. Lokale televisie is een relatief duur medium met een vrij specifieke doelgroep. Daarnaast zijn de lokale televisiekanalen zelf ook bezig met het evalueren van hun strategie, waarbij lokaal nieuws steeds meer verspreid wordt via een mix van website, social media, radio en televisie. Een uitgebreid partnership met de Gemeenteraad is voor beide partijen interessant. In 2017 gaan we dit verkennen. Hoe mooi zou het zijn als een lokale nieuwszender interviews afneemt tijdens de raadsavond, en deze zelf verspreidt via zowel televisie als Facebook, opgevolgd de dag erna met een radio interview of discussiepanel? Een dergelijk partnership verdient verdere bespreking en uitwerking, maar valt buiten de scope van dit document, waarmee vooral de basis voor de communicatie van de gemeenteraad wordt gelegd en geborgd. Op het thema zal dus later in 2017 worden teruggekomen.

Budget

Uitvoering van het plan wordt bekostigd uit het communicatiebudget van de gemeenteraad. Dit bedraagt € 30.000. Het plan, oorspronkelijk geschreven voor 2016-2017, zal worden uitgevoerd na besluitvorming in de raad begin 2017. Om een goede start te maken zullen enkele activiteiten reeds in 2016 worden voorbereid. Enkele eenmalige kosten voor de uitvoering van het communicatieplan worden bekostigd uit het budget van 2016.

Kanaal	Activiteit	Beschrijving
Online	Website Gemeente Maastricht	Op de website van de gemeente wordt de volgende raadsavond aangekondigd. Deze aankondiging heeft sinds kort een vaste plek op de homepage en biedt ruimte om agendapunten te benoemen. Deze informatie houden we actueel. Hiermee vragen we op een prikkelende manier continu aandacht voor de raadsbijeenkomsten. Daarnaast zal online informatie over de gemeenteraad worden geëvalueerd en verbeterd waar nodig.
Online	Thuis in Maastricht	Nieuwe, buurtgerichte website van de gemeente waar netwerken, evenementen en burgers worden uitgelicht. De gemeente zet met veel publiciteit in op deze website. Alle raadsleden krijgen hier een interview over hun (plek in de) buurt. Zo maken we raadsleden zichtbaarder in de stad.
Online	Informatievideo's	In het verleden zijn filmpjes gemaakt over de nieuwe werkwijze. Wij gaan het aanbod uitbreiden met meer video's, o.a. over de verschillende overlegvormen. Daarnaast gaan we verkennen hoe deze filmpjes beter ingezet kunnen worden, bijvoorbeeld via social media of (buurt)netwerken.
Online	Email Nieuwsbrief	Ter bevordering van de informatievoorziening en betrokkenheid van stakeholders zoals buurtnetwerken, professionals en ambtenaren, starten we een emailniewsbrief. Dit kan een nieuw middel zijn, of de bestaande 'dagmail' getransformeerd en geschikt gemaakt voor een breder publiek.
Offline	Spreads in 1Maastricht	Aan de hand van actuele thema's een serie aan spreads (eens per kwartaal) met artikelen en interviews over de lokale democratie, de gemeenteraad, de fracties en raadsleden in huis-aan-huis blad 1Maastricht ter kennismaking en informatieverbreding.
Offline	Advertorials in doelgroep literatuur	Aan de hand van actuele thema's een serie artikelen over de gemeenteraad (incl. oproep) in lokale blaadjes die gericht zijn op een specifieke subgroep burgers. Denk bijvoorbeeld aan een artikel in de Observant van de Universiteit gericht aan studenten, een artikel gericht op senioren, op professionals, op expats, etc. Inhoud steeds toegespitst op de doelgroep ("Waarom het u als senior/professional/student/etc. moeten interesseren")
Connected	Facebook Gemeente Maastricht	Momenteel worden burgers per email uitgenodigd voor raadsavonden. We gaan iedere raadsavond als "Facebook Event" publiceren op de Gemeente Maastricht pagina, zodat mensen laagdrempelig zich kunnen aanmelden en vrienden kunnen uitnodigen. Daarnaast zal de Facebookpagina meer gebruikt worden om niet-politieke aankondigingen, kennismakingen en berichten te plaatsen namens de raad.
Connected	Twitter cursus voor Raadsleden	Twitter is een laagdrempelige en transparante manier om dialoog te voeren met burgers. Om de connectie met de burger te vergroten willen wij geïnteresseerden eenmalig een sessie aanbieden (raadsleden, burgerraadsleden en griffie) om het gebruik van Twitter te stimuleren.
Connected	RaadMaastricht op Social Media	De gemeenteraad Maastricht heeft een officiële Twitter account, hoewel deze al jaren niet meer is gebruikt. Dit kunnen we opnieuw oppakken. Berichten zullen bestaan uit o.a. agenda's, sfeerbeelden en afspraken, zonder dat er politiek wordt bedreven. Afzender is de griffie. Daarnaast experimenteren gemeentes met middelen als WhatsApp, Snapchat en Instagram. Maastricht leert van deze experimenten en neemt over wat werkt.
Live	Gast van de Raad	In de vernieuwde werkwijze staat meedenken en meepraten centraal. Om burgers kennis te laten maken met de raad (en interesse in lokale politiek op te wekken) wordt meerdere keren per jaar een groep inwoners uitgenodigd om een raadsavond bij te wonen. Zij worden door de griffie (plus enkele raadsleden) als gasten ontvangen en begeleid. Aan het einde worden zij gevraagd om hun mening en input te delen.
Live	Democratiemarkt	Het creëren van de mogelijkheid voor politieke fracties, belangengroepen en organisaties om zich te presenteren aan de hand van informatietafels. Mogelijkheid voor burgers om langs te komen en kennis te maken met de fracties, de griffie en de werkwijze. Plus: Hoe politiek actief te worden?
Live	Introductie lokale politiek	Een cursusprogramma van één dagdeel (voor scholen) of meerdere sessies (voor geïnteresseerde burgers) om kennis te maken met lokale politiek. Uitgangspunt is: Laagdrempelig en back-to-basics. De cursus geeft antwoord op vragen als: Wat is een coalitie? Wat doet een wethouder? Maar ook: Hoe kan ik meedoen? Waar mogelijk aansluiting zoeken bij actuele thema's. Als afsluiting van de cursus zijn alle cursisten 'Gast van de Raad.'

Planning

Kanaal	Activiteit	Jan	Feb	Maa	Apr	Mei	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dec
Online	Website Gemeente Maastricht												
Online	Thuis in Maastricht												
Online	Informatievideo's												
Online	Email Nieuwsbrief												
Offline	Spreads in 1Maastricht												
Offline	Advertorials in doelgroep literatuur												
Connected	Facebook Gemeente Maastricht												
Connected	Twitter cursus voor Raadsleden												
Connected	RaadMaastricht op Social Media												
Live	Gast van de Raad												
Live	Democratiemarkt												
Live	Burgercursus "Introductie lokale politiek"												

Budget

Kanaal	Activiteit	Besteding	Begroting
Online	Website Gemeente Maastricht	Uren Griffie	-
Online	Website: Thuis in Maastricht	39 portretten van raadsleden (interviewer en tekstschrijver 4 uur begroot per raadslid, fotografie)	€15000
Online	Informatievideo's (x2)	Videoproductie, online promotie	€8000
Online	Email Nieuwsbrief	Uren Griffie, Mailchimp service	€500
Offline	Spreads in 1Maastricht (x3)	Ontwerp, tekst, publicatiekosten	€6000
Offline	Advertorials in doelgroep literatuur (x3)	Ontwerp, tekst, publicatiekosten	€1500
Connected	Facebook Gemeente Maastricht	Fotografie, Facebook promotie, Uren Griffie	€500
Connected	Twitter cursus voor Raadsleden	Uren Griffie	-
Connected	RaadMaastricht op Social Media	Uren Griffie	-
Live	Gast van de Raad (x3)	Uren Griffie, medewerker vrij om gasten te ontvangen en begeleiden.	-
Live	Democratiemarkt	Aankleding, catering, promotiekosten	€5000
Live	Burgercursus "Introductie lokale politiek"	Uren Griffie, eventueel externe inhuur, catering	€2500

Totaal: €39.000

Bekostigd uit communicatiebudget van de gemeenteraad 2016 en 2017.

Bijlage 1: Voorbeeldvragen voor Evaluatie

Tijdens de evaluatie worden vragen voorgelegd aan bezoekers van de raadsavond middels een formulier (digitaal of papier). Daarnaast wordt het burgerpanel betrokken bij de evaluatie en kunnen inzichten worden verkregen via polls en vragen via de gemeentelijke Facebook pagina.

Aanvullende (open) vragen kunnen interessante inzichten verschaffen. Bijvoorbeeld door gebruik te maken van een quiz ("welke foto/persoon hoort bij welke fractie") of vragen om voorkeurskanalen voor communicatie.

Hoe heeft u uw bezoek aan de raadsavond ervaren?

<i>Ze er</i>				<i>Ze er</i>
<i>Slecht</i>	<i>Slecht</i>	<i>Redelijk</i>	<i>Goed</i>	<i>Goed</i>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

In welke mate begrijpt u de werkwijze en processen van de raad?

<i>Ze er</i>				<i>Ze er</i>
<i>Slecht</i>	<i>Slecht</i>	<i>Redelijk</i>	<i>Goed</i>	<i>Goed</i>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Hoe groot schat u de kans dat u deelneemt aan het gesprek, wanneer het thema voor u relevant is?

<i>Ze er</i>				<i>Ze er</i>
<i>Slecht</i>	<i>Slecht</i>	<i>Redelijk</i>	<i>Goed</i>	<i>Goed</i>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Hoe ervaart u de bereikbaarheid van raadsleden digitaal?

<i>Ze er</i>				<i>Ze er</i>
<i>Slecht</i>	<i>Slecht</i>	<i>Redelijk</i>	<i>Goed</i>	<i>Goed</i>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Hoe goed bent u bekend met de namen en gezichten van raadsleden?

<i>Ze er</i>				<i>Ze er</i>
<i>Slecht</i>	<i>Slecht</i>	<i>Redelijk</i>	<i>Goed</i>	<i>Goed</i>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Hoe goed bent u bekend met de namen van raadsfracties?

<i>Ze er</i>				<i>Ze er</i>
<i>Slecht</i>	<i>Slecht</i>	<i>Redelijk</i>	<i>Goed</i>	<i>Goed</i>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Hoe ervaart u de bereikbaarheid van raadsleden?

<i>Ze er</i>				<i>Ze er</i>
<i>Slecht</i>	<i>Slecht</i>	<i>Redelijk</i>	<i>Goed</i>	<i>Goed</i>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>