

Verslag Werkbijeenkomst Communicatieplan Gemeenteraad



Op donderdag 29 juni om 17:00 uur vond een bijeenkomst plaats over het communicatieplan van de gemeenteraad. Doel van de bijeenkomst was het ophalen van input uit de raad. Deze input vormt de basis voor het nieuwe communicatie plan dat deze zomer door de griffie wordt geschreven.

Enkele communicatie experts van de gemeente, waaronder directeur communicatie Wim Ortjens, waren aanwezig om de raad te helpen en te voorzien van advies. Leidraad voor het advies waren de resultaten van het grote doelgroepenonderzoek dat onlangs werd afgerond.

Het onderzoek werd op wetenschappelijk verantwoorde wijze uitgevoerd en is in volledigheid terug te lezen via [deze link](#). De resultaten laten een trend zien die weinig mensen zal verbazen: online neemt toe, offline neemt af. Aan de hand van een overzichtelijke infographic werd door de experts inzichtelijk gemaakt dat middelen als Facebook en Email steeds meer mensen kunnen bereiken voor weinig geld, terwijl toch steeds minder mensen hun informatie ontvangen via televisie of de krant. Zelfs onder de doelgroep 75+ is online het snelst groeiende communicatiemiddel.

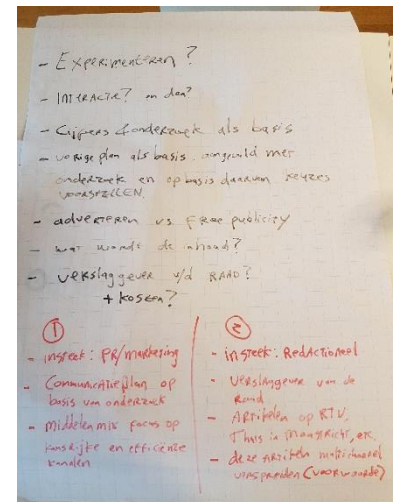


Er was ook aandacht voor gemeentelijke website Thuis in Maastricht. Deze website, opgericht als platform voor buurten en de Maastrichtse

samenleving, publiceert tegenwoordig ook artikelen over actuele zaken uit de stad en de gemeenteraad. Zo stond er een uitgebreid artikel op Thuis in Maastricht over de bespreking van het landbouwbelang in de raad. Direct de dag erna online en inclusief kritische noot richting de gemeente zelf. Onafhankelijke journalistiek dus.

Dit vormde aanleiding voor een fundamentele vraagstuk: moet de communicatie van de raad zich richten op het vergroten van kennis over het instituut 'Gemeenteraad', of moet juist de inhoud meer aan bod komen? Dat wil zeggen, meer verslaggeving van wat er in de raad gebeurt, waar de raad mee bezig is en welke spannende dossiers er liggen? De pers speelt een enorm belangrijke rol hierin, maar die laat het vaak afweten door gebrek aan tijd, budget en interesse. Steeds meer gemeentes, waaronder grotere gemeentes als Leiden, hebben een eigen 'Verslaggever van de Raad' aangesteld die artikelen schrijft over alles dat de raad aangaat. Deze artikelen worden dan via een partnership gepubliceerd in de lokale media en de eigen kanalen van de gemeente. Is dit iets voor Maastricht, in combinatie met bijvoorbeeld lokale nieuwszenders en Thuis in Maastricht?

Misschien wel! De aanwezige raadsleden én de professionals waren enthousiast over het idee en hebben de griffie gevraagd dit scenario uit te werken, naast een vernieuwde versie van het 'traditionele' communicatieplan zoals het vorig jaar ook voorlag. De raad zou kunnen kiezen hoe zij haar budget liever besteed. De



details zouden nog verder moeten worden uitgewerkt, maar het concept sprak iedereen aan. De kosten van het aanstellen van een verslaggever zijn waarschijnlijk hoger dan het huidige communicatiebudget. Maar is dat budget überhaupt wel voldoende?

De afspraak is nu dat de griffie in de zomer aan de slag gaat met het uitwerken van de verschillende concepten en deze voorlegt aan de raad. Daarnaast is de griffie natuurlijk al volop aan de slag met enkele communicatiemiddelen waar de raad in mei over heeft beslist, zoals meer Facebook en Livestreaming. Wij gaan met enthousiasme aan de slag en komen snel bij u terug!

Raadsgriffie