



COMMUNICATIEPLAN GEMEENTERAAD DORDRECHT 2023-2026

Raadsgriffie Dordrecht, september 2022



RAADSCOMMUNICATIE

"Raadscommunicatie is bedoeld om collectief als bestuursorgaan te communiceren. Het is politiek neutraal en geeft objectieve en feitelijke informatie over de gemeenteraad."

Inhoud

1. Samenvatting.....	2
2. Inleiding.....	3
2.1 Wat is raadscommunicatie?	3
3. Aanleiding.....	3
3.1 Waarom raadscommunicatie?	3
4. Doelen	3
4.1 Doelstellingen.....	3
4.2 Doelgroepen.....	4
5. Raadscommunicatie & communicatie van het college	4
6. Strategie	4
6.1 Kernboodschap.....	5
6.2 Interactie	5
6.3 Planning.....	5
7. Hoe doen we het nu?	5
7.1 Website gemeenteraad.....	6
7.2 Sociale mediakanalen gemeenteraad Dordrecht.....	6
7.3 Digitale nieuwsbrief	7
7.4 Huis-aan-huis blad.....	7
7.5 Lokale televisie	7
8. Onderzoeken	8
8.1 Onderzoek naar gemeentenieuws	8
8.3 Onderzoek naar raadscommunicatie	8
8.4 Uitslag enquête raads- en commissieleden	9
9. Inzet (nieuwe) communicatiemiddelen	9
9.1 Doorontwikkeling website / RIS	9
9.1.1 Raadsleden op de site	10
9.2 Sociale media	10
9.2.1 Meer volgers creëren op sociale media	10
9.3 Digitale nieuwsbrief	11
9.4 Huis-aan-huis blad.....	11
9.5 Lokale televisie	11
9.6 Podcast	12

9.7 Wijk safari's	12
9.8 Scholenbezoek, Democracy en cursus Politiek Actief.....	13
9.9 Animatievideo	13
9.10 Rondleiding stadhuis	14
9.11 Jongerenraad.....	14
9.12 Evaluatie met klankbordgroep	14
10.0 Extra aandacht pers.....	14
11.0 Uitvoering.....	16
12.0 Begroting 2023	16

1. Samenvatting

Bij een goed functionerende lokale democratie is het belangrijk dat inwoners op de hoogte zijn van wat de gemeenteraad doet. In dit plan staan voorstellen die een bijdrage leveren aan de 5 communicatiedoelstellingen van de gemeenteraad. De OCD onderzoeken naar Gemeentenieuws (2019) en raadscommunicatie (2021), het afstudeeronderzoek naar de zichtbaarheid van de gemeenteraad van Fébé van Benschop (HBO-studente Communicatie) (2020) én de uitkomst van de enquête bij de raads- en commissieleden (2022) hebben bijgedragen aan de totstandkoming van dit plan. Het conceptueel plan is getoetst en verder aangescherpt bij enkele raads- en commissieleden tijdens de bijeenkomst op dinsdag 11 oktober.

Communicatie is van ons allemaal

Vroeger was het misschien zo dat communicatie belegd kon worden bij één persoon of één afdeling in een organisatie. Tegenwoordig geldt: communicatie is van iedereen. Dat is ook bij raadscommunicatie van groot belang. Daarom is het nodig dat raadsleden, fracties, de burgemeester en de medewerkers van de griffie meedoen, ieder vanuit hun eigen rol. Voor raadsleden, raadsfracties en de burgemeester als voorzitter van de gemeenteraad geldt dat ze met name via hun eigen sociale media kunnen bijdragen aan de zichtbaarheid van de gemeenteraad als geheel.

Bestaande communicatiemiddelen

De website, digitale nieuwsbrief, sociale media, lokale televisie en de raadspagina in het huis-aan-huis blad zijn de huidige communicatiemiddelen van de raad. Deze middelen zijn nog steeds goed bruikbaar, mits ze continu worden verbeterd en vernieuwd.

Nieuwe communicatiemiddelen

De nieuwe communicatiemiddelen die door de raad ingezet kunnen worden zijn de ideeënmarkt, animatievideo, nieuwjaarswens, rondleiding in het stadhuis en het scholenbezoek. Het laatste middel is terug van weggeweest en wordt opnieuw geïntroduceerd.

Uitvoering

Indien dit plan goedgekeurd wordt door het presidium zullen de nieuwe ideeën verder uitgewerkt worden. De raadsgriffie heeft een eigen communicatieadviseur die 32 uur per week beschikbaar is. Zij zal het uitrollen van dit plan voor haar rekening nemen.

2. Inleiding

Voor u ligt het raadscommunicatieplan van de gemeenteraad in Dordrecht. Dit plan is opgesteld voor de periode 2023-2026. Het raadscommunicatieplan wordt ter bespreking en goedkeuring op dinsdag 22 november voorgelegd aan het presidium. In dit communicatieplan staan voorstellen die een bijdrage leveren aan het realiseren van die doelstellingen. Door verschillende communicatiemiddelen in te zetten, is het mogelijk om verschillende doelgroepen te bereiken. Daarbij is het belangrijk om een mix van online en offline communicatie in te zetten.

2.1 Wat is raadscommunicatie?

Raadscommunicatie is bedoeld om collectief als bestuursorgaan te communiceren. Het is politiek neutraal en geeft dus objectieve en feitelijke informatie over de gemeenteraad. Ze is daarmee te onderscheiden van communicatie vanuit politieke partijen, fracties en individuele raadsleden. In dit plan vindt u de uitwerking van de raadscommunicatie voor Dordrecht.

De fracties verzorgen zelf de zichtbaarheid van hun politieke standpunten en de communicatie voor hun eigen partij. Daarnaast dragen ze zelf zorg voor de zichtbaarheid voor hun eigen partij in de stad en gaan ze in gesprek met inwoners.

De diversiteit aan standpunten binnen de gemeenteraad kunnen in de communicatie namens de gehele raad wel worden benoemd, maar niet worden benadrukt.

3. Aanleiding

Het presidium heeft aangegeven dat zij behoefte heeft aan ondersteuning vanuit de griffie op het gebied van raadscommunicatie. In 2019 keurde zij het huidige raadscommunicatieplan goed, deze loopt in 2022 ten einde. Daarom wordt u dit nieuwe raadscommunicatieplan voorgelegd.

3.1 Waarom raadscommunicatie?

Raadscommunicatie draagt bij aan de profilering en de zichtbaarheid van Dordtse gemeenteraad. Gezien het tijdsbestek van dit raadscommunicatieplan (2023 t/m 2026) is het goed om nu al te werken aan deze zichtbaarheid van de raad in de opmaat naar de gemeenteraadsverkiezingen in 2026. Daarnaast ondersteunt raadscommunicatie bij het contact met de inwoners. Door intensief contact met de inwoners kan de gemeenteraad weloverwogen besluiten nemen en draagvlak creëren.

4. Doelen

De doelen in dit plan zijn uitgewerkt in doelstellingen en doelgroepen.

4.1 Doelstellingen

In 2019 heeft de gemeenteraad van Dordrecht vier communicatiedoelstellingen vastgesteld:

1. Inwoners weten met welke (grote) onderwerpen de raad bezig is
2. Inwoners weten wat de raad voor hen kan betekenen en weten de gemeenteraad te vinden als het nodig is
3. De raad weet wat er leeft in de stad door interactie met belanghebbenden
4. Jongeren zijn betrokken bij de gemeenteraad

De feedback van inwoners tijdens de gemeenteraadsverkiezingen was dat partijen en raadsleden niet alleen tijdens de campagneperiode zichtbaar moeten zijn, maar juist ook gedurende de bestuursperiode. Ook de campagneleiders hebben aangegeven niet alleen tijdens verkiezingstijd gezamenlijk zichtbaar te willen zijn, maar ook in de periode tussen de verkiezingen. Om deze reden voegen we een vijfde doelstelling toe, namelijk:

5. Raadsleden zijn als hoogste bestuursorgaan samen zichtbaar in de stad.

4.2 Doelgroepen

De raadscommunicatie richt zich naast de inwoners van Dordrecht, ook op de Dordtse ondernemers, winkeliers, onderwijs, maatschappelijke partners en de ambtelijke organisatie.

5. Raadscommunicatie & communicatie van het college

Hoe verhoudt de communicatie van de raad zich tot de communicatie van het college? Voor inwoners en doelgroepen in de stad behorende gemeenteraad en het college tot dé gemeente. Zij zien vaak geen verschil. Het presidium heeft in 2019 besloten om de dualisering tussen raad en gemeente in de communicatie verder door te voeren door de raad haar eigen sociale media kanalen, nieuwsbrief en krantenpagina in Dordt Centraal te laten ontwikkelen en lanceren.

De content die de gemeente plaatst gaat over beleid, dienstverlening, crises en zaken over de stad die interessant en leuk zijn om te weten. Communicatie vanuit het college en de raad kunnen elkaar versterken, bijvoorbeeld tijdens de gemeenteraadsverkiezingen, daarom is afstemming en samenwerking tussen communicatie vanuit de gemeente en communicatie vanuit de raad gewenst.

6. Strategie

Inmiddels is duidelijk op welke doelgroepen de raadscommunicatie zich richt en wat de doelen zijn. De strategieën die hiervoor ingezet worden komen in dit hoofdstuk aan de orde. Er is onderzocht welke elementen van belang zijn om een effectieve communicatiestrategie in te zetten en welke kernboodschap de communicatie moet bevatten. Door deze elementen toe te passen kan communicatie bijdragen aan het creëren van betrokkenheid bij de doelgroepen.

De volgende elementen zijn van belang:

- **Verbinding tussen stad en raad**
 - Laat zien dat de gemeenteraad in contact is met de stad door middel van onder andere werkbezoeken.
 - Maak duidelijk welke instrumenten inwoners kunnen inzetten om onderwerpen op de agenda van de gemeenteraad te krijgen.
 - Benader de doelgroepen actief door middel van bijvoorbeeld uitnodigingen voor een bezoek aan het stadhuis en bezoeken aan scholen.
 - Maak raadsleden benaderbaar, laat de gezichten / personen achter de raadsleden zien.
- **Belang voor de inwoners**
 - Maak duidelijk wanneer inwoners in contact kunnen treden met de raad.
 - Laat weten wat de raad voor inwoners kan betekenen.
 - Maak duidelijk wat de invloed kan zijn voor inwoners op een onderwerp uit de stad.

- **Transparantie**

- Maak duidelijk wat de bevoegdheden zijn van de gemeenteraad.
- Laat weten met welke belangrijke onderwerpen de gemeenteraad bezig is.
- Omschrijf hoe het vergaderproces van de gemeenteraad werkt.

6.1 Kernboodschap

De Dordtse gemeenteraad is er als hoogste bestuur van en voor Dordrecht. Voor al haar inwoners en ondernemers. Voor haar flora en fauna. Voor haar historie en geschiedenis. Voor haar kunst en cultuur. Ze is er voor elk geloof en elke afkomst. De Dordtse gemeenteraad is trots op de lokale democratie en wil dit ten volste benutten om democratische besluiten te kunnen nemen. Dit doet ze door in contact te staan met de stad. Door te luisteren, te kijken, te voelen en te praten.

Kernboodschap: De gemeenteraad die met trots en passie het raadswerk uitoefent in het belang van de stad.

6.2 Interactie

Het contact met de doelgroepen gebeurt als volgt:

Er is een aantal communicatiemiddelen die voor verschillende doelgroepen ingezet worden. Met sociale media bijvoorbeeld, hiermee kunnen we alle doelgroepen (inwoners, ondernemers, winkeliers, onderwijs, maatschappelijke partners en de ambtelijke organisatie) bereiken. Dit geldt ook voor de nieuwsbrief, het huis-aan-huis blad, de website, lokale televisie en de animatievideo.

Een aantal communicatiemiddelen is toegespitst op een specifieke doelgroep zoals de wijk safari's voor de doelgroep inwoners, ondernemers, winkeliers en maatschappelijke partners. Het scholenbezoek en de rondleiding in het stadhuis voor de doelgroep inwoners.

Voor de specifieke doelgroep jongeren heeft een jongerenorganisatie (R-newt) aangeboden ons te willen ondersteunen in de communicatie. Zij richten zich op jongeren in de leeftijd 14 tot en met 26 jaar. Tegelijkertijd zijn andere jongerenorganisaties wellicht ook bereid de raad hierin te supporten.

6.3 Planning

De planning van de communicatiemomenten is als bijlage toegevoegd aan dit document.

7. Hoe doen we het nu?

In deze paragraaf staat informatie over de inzet van de huidige communicatiemiddelen en het bereik ervan. Momenteel richt de raadscommunicatie zich vooral op doelstelling 1 namelijk dat inwoners weten met welke (grote) onderwerpen de raad bezig is en doelstelling 2 namelijk dat inwoners weten wat de raad voor hen kan betekenen en hoe de gemeenteraad te vinden als het nodig is.

De gemeenteraad heeft een eigen website raad.dordrecht.nl, eigen sociale media kanalen (Twitter, Facebook, Instagram en LinkedIn), een digitale nieuwsbrief en een pagina in het huis-aan-huisblad (Dordt Centraal). Door de coronapandemie was het de afgelopen jaren niet mogelijk om fysieke bijeenkomsten te organiseren. Daarom konden activiteiten zoals scholenbezoeken en het spel Democracy (voor scholieren, opgezet door Prodemos) helaas niet georganiseerd worden.

7.1 Website gemeenteraad

Op het raadsdeel van de website is veel informatie over de gemeenteraad te vinden:

- Wie zitten er in de raad?
- Hoe kom je in contact met de raad?
- De vergaderstukken en agenda's
- Live uitzendingen van vergaderingen
- Nieuwsbrief
- Hoe werkt de raad?
- Informatie over de raadsgriffie
- Jongerenraad

Helaas is er geen data bekend van het aantal bezoekers van de website. Het is dus niet aan te geven welke doelgroep we hiermee bereiken. De wens voor een analysetool zoals Google analytics of Siteimprove is er wel. Ook om te gebruiken voor de evaluatiemomenten zoals genoemd bij punt 11 Uitvoering. Momenteel onderzoekt de communicatieadviseur van de griffie hoe en welke analysetool geïnstalleerd kan worden. Zie verder bij punt 9.1 Doorontwikkeling website / RIS.

7.1.1 Website gemeenteraad kijkcijfers

De raads- en commissievergaderingen zijn in 2021 gemiddeld 90 keer live bekeken. De vergaderingen zijn gemiddeld 138 keer teruggekeken. Soms zijn er uitschieters, zoals de raadsvergadering van 14 juli 2021 waarbij de kadernota werd vastgesteld en de agenda 2030 werd besproken. Toen keken er 822 mensen live mee.

Raads- en commissievergaderingen worden op de dag zelf op Twitter, Facebook en LinkedIn aangekondigd. Daarbij staat ook het tijdstip waarop de bijeenkomsten beginnen met de link waar inwoners de vergadering live kunnen volgen.

7.2 Sociale mediakanalen gemeenteraad Dordrecht

Omdat Instagram als enige van de sociale media kanalen voor de raad andere berichtgeving vraagt wordt hiervoor elke 3 maanden een content kalender gemaakt. Voor Twitter, Facebook en LinkedIn worden in ieder geval de belangrijkste onderwerpen van de agenda, de link naar het live meekijken en werkbezoeken gedeeld. Hieronder staat een overzicht van de huidige sociale media kanalen, wanneer ze gelanceerd zijn, hoeveel en welk type berichten geplaatst worden.

Kanaal:	Start:	Volgers:	Type berichten:	Aantal berichten in 2021:
Twitter 	Mei 2010	2.309	• Onderwerpen vergaderingen • Meekijken vergaderingen • Nieuwsbrief • Werkbezoeken	130

Facebook 	September 2020	679	• Onderwerpen vergaderingen • Meekijken vergaderingen • Nieuwsbrief • Werkbezoeken	50
Instagram 	Januari 2022	500	• Weetjes • Raadsleden voorstellen • Mooie foto's • Actualiteiten (Story's)	nvt
LinkedIn 	Januari 2022	183	• Onderwerpen vergaderingen • Meekijken vergaderingen • Nieuwsbrief • Werkbezoeken	nvt

7.3 Digitale nieuwsbrief

Een dag na elke raadsvergadering wordt het raadsnieuws in de vorm van een nieuwsbrief verzonden. Hierin staan de belangrijkste besluiten die tijdens de vergadering genomen zijn. Iedere geïnteresseerde Dordtenaar kan zich gratis op abonneren en ontvangt daarna de nieuwsbrief na verschijning in de mailbox. Op dit moment heeft de nieuwsbrief van de gemeenteraad 548 abonnees en wordt door gemiddeld 346 abonnees geopend, 103 abonnees klikken op 1 of meerdere hyperlinks in de nieuwsbrief. Er zijn tot nu toe geen abonnees die zich hebben uitgeschreven. Op de sociale media kanalen, de website van de gemeenteraad en SID het intranet van de gemeente Dordrecht wordt ook aandacht besteed aan de nieuwsbrief.

7.4 Huis-aan-huis blad

De inwoners van Dordrecht hebben de voorkeur om via het gemeentenieuws in Dordt Centraal geïnformeerd te worden over de gemeenteraad*. Dordt Centraal verschijnt wekelijks huis-aan-huis in Dordrecht en Zwijndrecht en heeft een oplage van 75.000. De gemeenteraad plaatst wekelijks een pagina met informatie over de belangrijkste onderwerpen op de agenda. Daarnaast krijgen elke week 2 fracties de mogelijkheid te schrijven over een thema naar keuze. Daarnaast brengen we 2 keer per jaar een special uit in Dordt Centraal bestaande uit 3 pagina's. Een keer met de kadernota en een keer met de begroting. Alle fracties worden dan gevraagd een bijdrage te leveren.

7.5 Lokale televisie

De lokale omroep RTV Dordrecht maakte tot en met juli 2020 iedere week met raads- en commissievergaderingen het televisieprogramma Rechtstreeks Uit De Raad en verzorgde berichtgeving op de website. Het presidium besloot om dit te wijzigen naar 10 thema-uitzendingen per jaar. Begin 2021 is hiervoor een nieuwe uitvraag gedaan bij RTV Dordrecht. Zie ook punt 8.5.

*) Volgens het OCD wil 52% van de Dordtse inwoners geïnformeerd worden via het gemeentenieuws in Dordt Centraal. (Onderzoek naar raadscommunicatie, april 2021)

8. Onderzoeken

In de samenvatting heeft u kunnen lezen dat er een 4-tal onderzoeken zijn gebruikt voor de totstandkoming van dit communicatieplan. Hieronder leest u meer informatie over de onderzoeken.

8.1 Onderzoek naar gemeentenieuws

Uit onderzoek van het Onderzoekscentrum Drechtsteden (OCD), Uitkomst lezersonderzoek gemeentenieuws 2019 blijkt dat 25 procent van de inwoners van Dordrecht de gemeentelijke pagina's in Dordt Centraal iedere week leest, 38 procent doet dat af en toe. De gemeentelijke pagina's worden vooral gelezen door inwoners van 35 jaar en ouder. Van de leeftijdsgroep 60 jaar en ouder geeft 43 procent van de mensen aan de gemeentelijke pagina's iedere week te lezen, 40 procent doet dat af en toe. Van de leeftijdsgroep 35 – 59 jaar leest 24 procent de gemeentelijke pagina's iedere week, 38 procent doet dit af en toe.

Uit het onderzoek komt nog een ander interessant gegeven naar voren. Zo is ook de vraag gesteld met welk doel mensen de gemeentelijke pagina's lezen. 19 procent van de lezers geeft aan op zoek te zijn naar nieuws over de gemeenteraad.

8.2 Onderzoek naar hoe de Dordtenaar geïnformeerd wil worden

In de eerste helft van 2020 heeft Fébé van Benschop (HBO-studente Communicatie) tijdens haar afstudeerstage onderzoek gedaan naar hoe de zichtbaarheid van de gemeenteraad vergroot kan worden. Daarbij heeft ze een enquête uitgezet waar 463 Dordtenaren op hebben gereageerd.

Uit het onderzoek blijkt dat er duidelijk behoefte is aan informatie over de gemeenteraad. Van de 463 respondenten gaven 314 inwoners van Dordrecht (bijna 68 procent) aan berichten te zien van de gemeenteraad. De leeftijdsgroepen met de grootste interesse zijn 45 tot 54 jaar en 55 tot 65 jaar. Zij zien nu berichten vooral via het huis-aan-huisblad.

8.3 Onderzoek naar raadscommunicatie

In april 2021 heeft het OCD onderzoek gedaan naar raadscommunicatie in Dordrecht. Hieruit blijkt dat de helft van alle inwoners weet in meer of mindere mate wat de gemeenteraad doet. Bij de jongeren is dat 4 op de 10. Van het totaal wil 17% wel meer weten over de gemeenteraad, van de jongeren is dat 26%. 6 op de 10 bewoners weten niet welke onderwerpen het afgelopen jaar door de gemeenteraad zijn besproken. Van de jongeren weten 8 op de 10 dat niet. Een kwart van het totaal wil wel meer weten over de besproken onderwerpen. 4 op de 10 jongeren willen dat ook wel. Ook een kwart weet niet hoe ze in contact moeten komen met de gemeenteraad. Van de jongeren is dat een vijfde. 6 op de 10 bewoners volgen regelmatig of af en toe nieuws over of van de gemeenteraad. Driekwart van de jongeren volgt het nieuws van de gemeenteraad niet. 7 op de 10 bewoners volgen het nieuws uit de gemeenteraad via Dordt Centraal. Jongeren volgen nieuws vaker via de website van gemeente of raad. De helft van de bewoners volgt het nieuws het liefst via Dordt Centraal. Jongeren hebben een grotere voorkeur voor een nieuwsbrief of website. Een kwart van de bewoners vindt dat de gemeenteraad een beetje weet wat er bij de inwoners van Dordrecht leeft. Van de jongeren vinden 8 op de 10 dat de gemeenteraad niet weet wat er leeft bij de inwoners. Een op de 5 vindt dat de gemeenteraad enigszins voldoende doet om de inwoners te betrekken en te informeren. Bijna de helft van de jongeren weet niet of de gemeenteraad

voldoende doet, een derde vindt dat zeker niet.

8.4 Uitslag enquête raads- en commissieleden

Op 1 juli is een digitale enquête verstuurd aan alle 67 raads- en commissieleden van Dordrecht. De enquête is uiteindelijk door 22 respondenten ingevuld; een respons van 32%. Uit de enquête blijkt dat 95,5% van de respondenten de doelstellingen van 2019 nog relevant vindt, 62,2% vindt dat de nieuwe doelstelling, namelijk raadsleden zijn als hoogste bestuursorgaan samen zichtbaar in de stad, toegevoegd moet worden. Over het algemeen zijn de respondenten tevreden met de huidige communicatiemiddelen welke momenteel ingezet worden. Er zijn wel suggesties voor verbeteringen gedaan, zoals het vernieuwen van de raadspagina in Dordt Centraal, het overzichtelijker maken van de website, insprekers aan het woord te laten in de nieuwsbrief en stemgedrag terug laten komen in de communicatie. Ook is het merendeel te spreken over de inzet van de nieuwe communicatiemiddelen. Met uitzondering van de podcast, daar vindt 36,4% de podcast een goed idee, 40,9% vindt het een goed idee, maar heeft bedenkingen en 22,7% vindt het geen goed idee. Om deze reden is de podcast niet meegenomen in dit communicatieplan.

9. Inzet (nieuwe) communicatiemiddelen

In deze paragraaf staat omschreven hoe de raadscommunicatie de komende jaren verder uitgebouwd wordt. De middelen zoals genoemd bij punt 4 "hoe doen we het nu?" blijven we inzetten. Deze middelen leveren een bijdrage aan de gestelde doelen. Daarnaast wordt het communicatie pakket verder uitgebreid door ook de pijlen te richten op doel 3 namelijk de raad weet wat er leeft in de stad door interactie met belanghebbenden, 4 namelijk jongeren zijn betrokken bij de gemeenteraad en 5 namelijk raadsleden van de 14 fracties zijn als hoogste bestuursorgaan samen zichtbaar in de stad. Daarbij is het belangrijk om open en transparant te zijn en regelmatig berichten te publiceren. Door dezelfde informatie over meerdere online- en offline-communicatiekanalen te verspreiden (cross mediaal), groeit het bereik van de berichtgeving binnen de verschillende doelgroepen, winnen boodschappen aan kracht en zal de zichtbaarheid van de gemeenteraad aanzienlijk toenemen. Aan elk middel is een SMART doelstelling gekoppeld gebaseerd op de uitvoering (*output*) en niet op het resultaat (*outcome*). De reden hiervan is dat de uitvoering door ons zelf te meten is en het resultaat niet.

9.1 Doorontwikkeling website / RIS

Het is belangrijk dat inwoners en ondernemers van Dordrecht makkelijk informatie over de raad kunnen vinden op raad.dordrecht.nl. Op dit moment wordt de site continu verbeterd en aangepast, om te zorgen dat de meest relevante informatie makkelijk te vinden is. Hierin is nog winst te behalen. Bij het aanpassen van de site is het belangrijk om de gebruikers van de site in gedachten te houden. Met welke reden komen mensen naar de site van de raad? Een aantal respondenten van de enquête onder de raads- en commissieleden deed suggesties zoals het meer toegankelijk en interactief maken, nieuwsberichten plaatsen met foto's, raadsleden een eigen plek geven op de site, het makkelijker vindbaar maken van de link naar de livestream, moties en amendementen, overzicht van de stemmingen en de mogelijkheden om in te spreken duidelijker naar voren te laten komen.

Voorbeelden van verbeteringen die onderzocht of uitgevoerd worden:

- Actuele berichten delen door twitterberichten van @raaddordt te laten zien op de homepage
- Zo veel mogelijk begrijpelijk Nederlands taalgebruik
- Hyperlinks plaatsen naar bijvoorbeeld *live meekijken*, *contact met de raad* en *hoe werkt de raad* in de fotoheaders opnemen zodat deze makkelijker te vinden zijn
- Nieuwsbrieven van de raad ook plaatsen bij de nieuwsberichten op de homepage
- Analyse tool, zoals Google analytics of Siteimprove voor de website

9.1.1 Raadsleden op de site

Alle raadsleden hebben een eigen 'pagina' op de site. Hier kunnen ze hun sociale media-accounts delen, maar ook een stukje over zichzelf schrijven. De communicatieadviseur attendeert de raads- en commissieleden hier op.



De website draagt bij aan het bereiken van communicatiedoel 1, 2 en 3.



Doelstelling doorontwikkeling website: in 2023 zijn de tweets van @raaddordt op de homepage te zien, kunnen bezoekers van de site snel vinden waar ze de uitzendingen kunnen zien en zijn de nieuwsbrieven ook terug te vinden op de homepage.

9.2 Sociale media

De sociale media zijn niet meer weg te denken en goed bruikbaar voor de Dordtse raad. Bij de sociale media kanalen van de raad is het van belang om wekelijks te blijven posten met content die past bij het kanaal. Omdat Instagram als enige van de sociale media kanalen voor de raad andere berichtgeving vraagt wordt hiervoor elke 3 maanden een content kalender gemaakt. Voor Twitter, Facebook en LinkedIn worden in ieder geval de belangrijkste onderwerpen van de agenda, de link naar het live meekijken en werkbezoeken gedeeld. De hashtags die gebruikt worden in de berichten van de Dordtse raad zijn #raaddordt #dordrecht. Daarnaast wordt bij *hottoppics* ook een hashtag gebruikt bijvoorbeeld #GR2022 #afval #biesbosch.

9.2.1 Meer volgers creëren op sociale media

Door middel van te adverteren op sociale media om aandacht te vragen voor de gemeenteraad worden meer volgers gegenereerd op sociale media. Dit is het meest effectief door een campagne te starten welke bijvoorbeeld gekoppeld kan worden aan een videoanimatie zie 8.7. Bewoners uit bepaalde postcode gebieden krijgen dan bijvoorbeeld een week lang de berichten van de raad te zien. Daarnaast is het bij het plaatsen van berichten op sociale media van belang om interactie op te zoeken. Berichten met een hoge interactie zijn meer zichtbaar dan berichten zonder interactie. Interactie creëren we door vragen te stellen, een onlinequiz te doen, het inzetten van een poll, prijsvragen of volgers vragen iets in te sturen bijvoorbeeld een mooie foto of een weetje. Korte video's doen het ook goed op de sociale media kanalen. Een korte reactie van een raadslid voorafgaand aan de vergadering bijvoorbeeld.

De kanalen van raaddordt krijgen ook meer volgers als de berichten gedeeld worden door de raadsleden en politieke partijen. Tag bij het plaatsen van de berichten over de raad @raaddordt.



Sociale media draagt bij aan het bereiken van alle communicatiedoelen.

Doelstelling sociale media: Elke week plaatsen we berichten op sociale media, m.u.v. de recessen.

9.3 Digitale nieuwsbrief

Uit het OCD onderzoek blijkt dat 34% van de bewoners zich bij voorkeur laat informeren via de digitale nieuwsbrief van de gemeenteraad. Naar aanleiding van de enquête onder de raads- en commissieleden opperde een respondent om insprekers en bezoekers hun ervaring te laten delen via de nieuwsbrief. Gezien de tijdsdruk die bij het maken van de nieuwsbrief komt kijken is het niet mogelijk om hen uitgebreid aan het woord te laten. Wel kunnen we insprekers tijdens de beeldvormende commissievergaderingen vragen om een quote die we mogen gebruiken bij het betreffende onderwerp, welke in de gemeenteraad als bespreekstuk terug komt, met eventueel een foto van de inspreker.



De digitale nieuwsbrief draagt bij aan het bereiken van communicatiedoelen 1 en 2.

Doelstelling nieuwsbrief: We betrekken insprekers bij de nieuwsbrief door middel van een quote en een foto.

9.4 Huis-aan-huis blad

De raadspagina in Dordt Centraal vernieuwen we. Door meer beeldmateriaal te gebruiken en kortere stukken tekst is de pagina aantrekkelijker om te lezen. In plaats van elke week 2 fracties te laten zien, leveren alle 14 fractie 1 keer in de maand een bijdrage aan over een bepaald thema in de stad. Dit thema kan gekoppeld worden aan het thema van RTV Dordrecht, zie punt 9.5 Lokale televisie. Dit concept is alleen uitvoerbaar onder strikte voorwaarden, zoals het tijdig aanleveren van de bijdrage en binnen het maximum aantal tekens blijven.

De tarieven van Dordt Centraal worden verdubbeld. De vraag is of de gemeente blijft adverteren in Dordt Centraal. Om het nieuws uit de gemeente en de gemeenteraad niet te laten versnipperen volgt de gemeenteraad het beleid van de gemeente. Indien de gemeente door blijft gaan met het plaatsen van het gemeentenieuws in Dordt Centraal koppelen we hier de volgende doelstelling aan. Indien de gemeente op een andere manier het gemeentenieuws naar buiten brengt, brengt de raadsgriffie u daarvan op de hoogte.



Het huis-aan-huis blad draagt bij aan het bereiken van communicatiedoelen 1, 2 en 5.



Doelstelling huis-aan-huis blad: In februari 2023 vernieuwen we de raadspagina vernieuwd door middel van meer afbeeldingen en minder tekst en 1 keer per maand een special waar alle fractie een bijdrage voor mogen aanleveren.

9.5 Lokale televisie

Op basis van de uitgewerkte opties van RTV Dordrecht heeft het Presidium de voorkeur uitgesproken voor het maken van 10 uitzendingen.. RTV Dordrecht geeft deze uitleg over de maandelijkse uitzendingen: " 'Thema van de Maand' staat voor een maandelijks video-programma waarin we een belangrijk/groot/actueel thema van college en raad eruit lichten en uitgebreid behandelen. Denk hierbij aan onderwerpen als de woningbouw, de arbeidsmarkt, duurzaamheid/energietransitie, het onderwijs, de zorg, verkeer en waterveiligheid. Het gekozen onderwerp kan aansluiten op de raadsagenda van die maand, maar dat hoeft niet. Met 'Thema van de Maand' willen we de bewoners van het eiland van Dordt informeren over, meer inzicht geven in en meer betrekken bij hun 'toekomstige leefomgeving'."

De productie van de maandelijkse uitzendingen zou starten in september 2022. De evaluatie van de uitzendingen vindt plaats in april 2023 en desgewenst maakt RTV Dordrecht tijdig (uiterlijk juni 2023) een nieuwe offerte voor de periode na de zomer van 2023.



Lokale televisie draagt bij aan het bereiken van communicatiedoelen 1, 2 en 5.



Doelstelling lokale televisie: Vanaf september '22 tot en met juni '23 produceert RTV Dordrecht de uitzendingen "Thema van de maand uit". Het presidium evalueert in april '23.

9.6 Podcast

Steeds meer mensen luisteren tegenwoordig naar podcasts. Een podcast is een audio-uitzending welke wordt opgenomen en te beluisteren is op elk willekeurig moment en plek. Veel mensen luisteren bijvoorbeeld tijdens het reizen naar een podcast. Het idee is om podcast uitzendingen op te nemen met fracties. Dit kan gaan over een actueel thema waarbij belanghebbenden (bewoners, partners uit de stad en fracties) deelnemen aan het gesprek. De podcast uitzendingen zijn te luisteren op Spotify en Apple (via Buzzsproud) en de sociale media kanalen van de gemeenteraad. De fracties dienen de uitzending ook zelf te verspreiden via hun eigen kanalen. Een andere invulling van de podcast is dat de fracties zelf invulling geven. Ze bepalen zelf het thema, welke sprekers er komen en een gespreksleider, etc. De griffie faciliteert en bekostigt de opnamestudio met apparatuur en technische ondersteuning, stelt de randvoorwaarden op en maakt een schema voor de fracties die in toerbeurten gebruik mogen maken van de ruimte.



De podcast draagt bij aan communicatiedoelstelling 1, 2, 3 en 5.



Doelstelling podcast: Elke kwartaal zenden we een podcast uit over een actueel thema.

9.7 Wijk safari's

Wijk safari's zijn rondleidingen op de fiets georganiseerd door ambtenaren (wijkmanagers) voor ambtenaren. Tijdens de wijk safari vertelt de wijkmanager over het wel en wee van de wijk. Wat speelt er in de wijk? Wat zijn de aandachtspunten? Welke initiatieven zijn er? Wat weten veel Dordtenaren niet over de betreffende wijk? Raads- en commissieleden kunnen aansluiten bij de wijk safari's. Maar er kan ook een wijk safari georganiseerd worden gericht op raads- en commissieleden. Toegespitst op bepaalde thema's en wijken. Wijkprofessionals en inwoners worden uitgenodigd voor de wijk safari, zodat raads- en commissieleden vragen kunnen stellen en met hen in gesprek kunnen om zo een beeld te vormen over de verschillende wijken in Dordrecht.



De wijk safari's dragen bij aan het bereiken van communicatiedoelen 2, 3 en 5



Doelstelling wijk safari's: 1 keer in de 2 maanden wordt een wijk safari georganiseerd toegespitst op raads- en commissieleden.

9.8 Scholenbezoek

Raadsleden bezoeken middelbare scholen in Dordrecht om jongeren te betrekken bij de lokale politiek. Jongeren worden (tijdens het vak maatschappijleer) voorgelicht over de Dordtse raad en krijgen de mogelijkheid te vertellen wat zij goed vinden aan de stad, maar ook wat ze graag anders zien en hoe ze de raad kunnen inzetten om die verandering teweeg te kunnen brengen. Raadsleden leggen uit wat een raadslid doet en wat het raadswerk inhoud. De samenstelling van het presentatie pakket wordt gecoördineerd door de communicatieadviseur van de griffie, samen met het samenstellen van de poule met raadsleden die hieraan mee willen werken. De communicatieadviseur benadert de scholen in Dordrecht. Eventueel kan iemand van de jongerenraad aansluiten bij deze bezoeken om een toelichting te geven en de afstand met de scholieren wat te verkleinen.



De bezoeken aan scholen dragen bij aan het bereiken van communicatiedoelstelling 2, 3, 4 en 5.



Doelstelling scholenbezoek: 3 keer per jaar bezoeken raadsleden een school in Dordrecht.

9.9 Klassenbezoek aan stadhuis, democracy en cursus Politiek Actief

De klassenbezoeken aan het stadhuis (middelbare scholieren), het spel Democracy (basisscholieren) in samenwerking met Prodemos blijven we voortzetten. Naast basisscholieren kan het spel ook toegespitst worden op een volwassenen doelgroep; nieuwe Nederlanders. Daarnaast heeft Prodemos de cursus Politiek Actief in hun programma welke zij toe kunnen spitsen op specifieke doelgroepen namelijk jongvolwassenen (18 tot en met 30 jaar). De cursus bestaat meestal uit 5 bijeenkomsten met trainingen, zoals 'overtuigend debatteren', en lezingen van gastdocenten uit de politieke praktijk.



Klassenbezoek aan stadhuis, Democracy en cursus Politiek Actief dragen bij aan het bereiken van communicatiedoelstelling, 2, 3, 4 en 5.



Doelstelling democracy: Elk kwartaal worden scholen geïnformeerd en uitgenodigd over deze programma's.

9.10 Animatievideo

Beelden zeggen meer dan woorden. Daarom is het idee om een korte animatievideo te laten ontwikkelen. In deze video wordt uitgelegd hoe inwoners de instrumenten van de gemeenteraad kunnen inzetten om zaken in de stad te organiseren. De video wordt gedeeld op alle communicatiekanalen (sociale media, website, qr code in de krant) van de gemeenteraad. In tegenstelling tot een video met echte beelden en mensen blijft een animatievideo langer actueel. Hierdoor kan de video op latere momenten weer ingezet worden.



De animatievideo draagt bij aan het bereiken van communicatiedoelstelling 2, 3, 4 en 5.



Doelstelling animatievideo: In januari 2023 lanceren we de video tegelijkertijd met de advertentiecampagne voor het verhogen van de volgers op sociale media.

9.11 Rondleiding stadhuis

Voor aanvang van een raadsvergadering worden inwoners uitgenodigd voor een rondleiding in het stadhuis. Dit gebeurt via sociale media, krant, intranet, nieuwsbrief. Als zich een actueel onderwerp voordoet in een wijk, nodigen we actief deze bewoners uit voor de rondleiding. Ook tijdens de scholenbezoeken kunnen we jongeren attenderen om aan te sluiten. We laten zien wat er achter de schermen ter voorbereiding van een vergadering gebeurt. Onder het genot van een Dordtse lekkernij en een kop koffie maken de inwoners informeel kennis met 1 of meer raadsleden. Daarna schudden ze nog even de hand van de burgemeester. Hierna is men welkom in de raadzaal om de raadsvergadering fysiek bij te wonen vanaf de tribune in de raadzaal. Na het bezoek wordt er aandacht besteed aan het bezoek op de sociale media kanalen, intranet, de nieuwsbrief en Dordt Centraal.



De rondleiding door het stadhuis draagt bij aan het bereiken van communicatiedoelstelling 1, 2, 3 en 5.



Doelstelling rondleiding stadhuis: Bij elke raadsvergadering nodigen we bewoners uit voor de rondleiding.

9.12 Jongerenraad

De jongerenraad is gevraagd mee te denken over behalen van doelstelling 4 namelijk, jongeren zijn betrokken bij de gemeenteraad.

9.13 Evaluatie met klankbordgroep

Onder de respondenten heeft 72,7% oftewel 16 raads- en commissieleden aangegeven affiniteit met communicatie te hebben en af en toe mee te willen denken over nieuwe communicatie ideeën. Zij hebben hun naam achtergelaten op het enquête formulier. De communicatieadviseur van de griffie zal contact met hen opnemen voor 2 evaluatie momenten per jaar.

10.0 Extra aandacht pers

Een betrouwbare en pluriforme journalistiek is van het grootste belang voor de democratische samenleving, die niet goed kan functioneren zonder geïnformeerde burgers en een vrije uitwisseling van ideeën. In die open samenleving komt de journalist het recht op vrije nieuwsgaring toe én de verantwoordelijkheid het nieuws waarheidsgetrouw, onafhankelijk, fair en met open vizier te brengen.

- Nederlands Genootschap van Hoofdredacteurs

Onafhankelijke journalistiek blijft van onverminderd groot belang. Het betekent dat journalisten zelf in vrijheid kiezen aan welke onderwerpen ze aandacht geven, hoe ze dat doen en wanneer ze dat doen. Onafhankelijke journalistieke berichtgeving over de gemeenteraad van Dordrecht is broodnodig voor het functioneren van de lokale democratie.

Journalisten doen verslag van raadsvergaderingen. Ze laten inwoners en instanties aan het woord over kwesties waar de gemeenteraad zich over buigt. Ze houden de integriteit van de gemeenteraad in de gaten. Als journalisten merken dat zaken niet in de haak zijn, dan zullen ze daarover publiceren. Daarom worden journalisten ook wel de waakhond van de democratie genoemd.

Onafhankelijke journalistiek is niet per definitie positief van toon. Reportages en verslaggeving

zijn vaak kritisch en dat hoort ook zo te zijn. Maar onafhankelijke journalistiek biedt ook een platform aan bestuurders en raadsleden. Het is aan hen om de kansen die daarvoor zijn te pakken.

Er zijn gemeenten waar geen journalisten meer aanwezig zijn bij raadsvergaderingen. Wat dat betreft mag Dordrecht zich gelukkig prijzen met ruime aandacht in AD De Dordtenaar, Dordt Centraal, RTV Dordrecht en in mindere mate RTV Rijnmond. Verslaggevers van die media zijn (vrijwel) altijd aanwezig bij raads- en commissievergaderingen of volgen de vergaderingen via de livestream.

De lokale politiek is interessant voor de media omdat er besluiten worden genomen over kwesties die lokaal belangrijk zijn. Raadsleden kunnen zelf bijdragen zichtbaarheid van de gemeenteraad en aan duidelijke en aantrekkelijke berichtgeving. Dat kan door scherp te debatteren, korte, duidelijke en originele bijdrages te leveren tijdens vergaderingen.

Commissievergaderingen duren doorgaans een paar uur en een raadsvergadering duurt meestal een middag en een avond. Tijdens de bijeenkomsten wordt veel gezegd, maar de ruimte in kranten en uitzendingen is beperkt. Raadsleden kunnen het werk van journalisten makkelijker maken door de teksten door bondig en duidelijk te spreken en te zorgen voor een attractief debat.

Zichtbaarheid traditionele media

Vanzelfsprekend blijft de raadsgriffie zich inzetten om de gemeenteraad zoveel mogelijk zichtbaar te houden in traditionele media. Het faciliteren van journalisten is dan ook een belangrijk aandachtspunt van de raadscommunicatie.

Dat kan bijvoorbeeld door:

- De pers actief uit te nodigen voor alle publieke raadsactiviteiten. Nu houden journalisten zelf de agenda van de gemeenteraad bij. Dat kan veranderen door ruim vooraf de pers actief op de hoogte brengen van vergaderdata en –agenda's. Dus elke keer als er raads- en commissievergaderingen zijn kunnen we de pers actief uitnodigen met aanvangstijden en een agenda. Daarmee faciliteren we de pers, geven we aan dat we het belangrijk vinden dat journalisten aandacht geven aan de gemeenteraad en het is een vorm van gastvrijheid.
- Actief persberichten te versturen over alle openbare raadsactiviteiten. Dat kan ervoor zorgen dat media vaker berichten over de gemeenteraad. Persberichten zijn niet alleen bedoeld om journalisten te informeren, maar vooral ook om de bevolking te informeren. Er zijn best veel mensen die de activiteitenagenda's in kranten lezen. Het zou mooi zijn als in die activiteitenagenda's ook de vergaderingen van de gemeenteraad worden opgenomen.
- De pers volop faciliteren met informatie en beschikbaar beeldmateriaal.
- De pers actief benaderen en peilen bij journalisten hoe we hen kunnen faciliteren bij hun werk.
- Journalisten zijn tegenwoordig meer dan ooit geïnteresseerd in data. Het voorstel is om te onderzoeken of we voorafgaand aan het zomerreces en aan het eind van het jaar zoveel mogelijk cijfers over de raad kunnen delen met de media. We kunnen overzichten maken van hoeveel vergaderingen er zijn geweest, hoeveel moties en amendementen zijn ingediend, hoeveel burgerinitiatieven er waren, hoeveel uur er is

vergaderd, hoeveel en welke besluiten er zijn genomen, een overzicht maken van andere opvallende zaken et cetera.

- Met activiteiten (en berichtgeving over die activiteiten) aansluiten op de actualiteit of op specifieke dagen (vb. internationale vrouwendag) of ontwikkelingen. Daarmee wordt het voor traditionele media aantrekkelijk om aandacht te besteden aan de gemeenteraad van Dordrecht.
- Nieuwe dingen opzetten. De corebusiness van journalistiek is nieuws. Als je iets voor het eerst doet (liefst als eerste in Nederland, of van Zuid-Holland, of in de Drechtsteden) dan heeft dat nieuws waarde. Daarin is het belangrijk om niet te bescheiden te zijn en elke keer als er iets bijzonders gebeurt, de pers daarover te informeren. Met creatieve invalshoeken zijn journalisten ook te verleiden om aandacht aan je te besteden. Bij journalistieke aandacht geldt altijd dat je ook tegen een stootje moet kunnen. Journalisten zijn er niet om hosanna-verhalen te schrijven, ze zullen altijd voor een kritische benadering kiezen.

11.0 Uitvoering

De raadsgriffie heeft een eigen communicatieadviseur welke 32 uur per week beschikbaar is. Zij zal het uitrollen van dit plan voor haar rekening nemen. Het is onbegonnen werk om alle bovenstaande ideeën in één keer op te pakken. Het is belangrijk om de ideeën die de gemeenteraad omarmt, stapsgewijs uit te voeren en na een bepaalde periode ook te evalueren en te verbeteren of uit te bouwen. Als de gemeenteraad akkoord is met (delen van) de inzet van de communicatiemiddelen zoals omschreven in dit plan, dan zou dat mogelijk zijn volgens het actieplan in de bijlage. De planning van de uitvoering is als bijlage bij dit plan toegevoegd.

12.0 Begroting 2023

De raadsgriffie van Dordrecht heeft een communicatiebudget van 46.667 euro per jaar. De voorstellen welke in dit communicatieplan worden gedaan, zijn te realiseren binnen het communicatiebudget van de raadsgriffie. De uitvoering brengen de volgende kosten met zich mee:

• Dordt Centraal wekelijkse pagina	€ 28.000,=
• Integreren Google Analytics / Siteimprove	€ 230,=
• Maandelijkse uitzendingen RTV Dordrecht	€ 10.500,=
• Scholenbezoek, goodies	€ 400,=
• Animatievideo	€ 4.000,=
• Rondleidingstadhuis, Dordtse lekkernij	€ 200,=
• Adverteren / campagne social media	€ 2.640,=
• Vormgeving opmaak begroting en kadernota	€ 600,=
• Podcast	€ NTB
• Totaal	€ 46.570,=