



COMMUNICATIEVOORSTEL GEMEENTERAAD DORDRECHT 2020-2022



1. Inleiding

Bij een goed functionerende lokale democratie is het belangrijk dat inwoners goed op de hoogte zijn van wat de gemeenteraad doet. Ze krijgen informatie van bijvoorbeeld lokale media, politieke partijen en belangengroepen. Tegelijkertijd is het ook van belang dat niet alleen anderen informatie over de gemeenteraad geven. Het is zonder twijfel van toegevoegde waarde als de gemeenteraad zelf ook inwoners actief informeert.

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

In dit communicatieplan staan voorstellen die een bijdrage leveren aan 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.

In de volgende paragrafen staan voorstellen om zoveel mogelijk inwoners van Dordrecht te bereiken met berichtgeving over de gemeenteraad. Daarbij gaat het om een breed scala aan onderwerpen: nieuws, aankondigingen, besluitvorming, hoe werkt de gemeenteraad, hoe komen inwoners in contact met de gemeenteraad et cetera.

Als eerste volgt nu een samenvatting van de voorstellen.

Samenvatting voorstel:

Bij een goed functionerende lokale democratie is het belangrijk dat inwoners goed op de hoogte zijn van wat de gemeenteraad doet. In dit plan staan voorstellen die een bijdrage leveren aan de vier communicatiedoelstellingen van de gemeenteraad.

1. Social media

Op social media communiceert de raadsgriffie op dit moment alleen op twitter. Het voorstel is om onze social media in eerste instantie (vierde kwartaal 2020) uit te breiden met een eigen Facebookpagina en op termijn (medio 2021) met een eigen Instagram-account en een LinkedIn-pagina.

Met een eigen Facebookpagina (en later ook via Instagram en LinkedIn) kunnen nieuwe groepen inwoners bereikt worden met berichtgeving over de gemeenteraad. Denk daarbij nieuws, aankondigingen, praktische informatie. Een eigen Facebookpagina biedt ook extra kansen voor interactie met inwoners en belanghebbenden.

2. 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, raadsfracties, de burgemeester en de medewerkers van de griffie meedoen, ieder vanuit de eigen rol. Voor raadsleden, raadsfracties en de burgemeester als voorzitter van de gemeente geldt dat ze met name via hun eigen social media en de social media van de raadsgriffie kunnen bijdragen aan de zichtbaarheid van de gemeenteraad als geheel.

3. Dordt Centraal

In Dordt Centraal staat iedere week de rubriek 'Stem uit de Raad', met bijdrages van twee raadsleden van verschillende fracties. Het voorstel is om de berichtgeving in Dordt Centraal uit te breiden met wekelijks extra berichtgeving over de gemeenteraad. Denk daarbij aan het aankondigen van vergaderingen, terugblikken op vergaderingen en praktische informatie over de gemeenteraad.

4. Crossmediale werkwijze

Het voorstel is om crossmediaal te gaan werken. Dat betekent dat we de informatie die we nu afzonderlijk op verschillende kanalen delen zoveel mogelijk delen en publiceren op al onze kanalen. Onze berichtgeving op twitter gaan we dan ook publiceren op Facebook. De bijdrages voor 'Stem uit de Raad' in Dordt Centraal delen we dan ook via Twitter en Facebook. Praktische informatie over de gemeenteraad die nu alleen op onze website te vinden is, gaan we dan ook delen via social media en de krant.

5. Pers krijgt extra aandacht

In dit voorstel is ook extra aandacht voor de relatie met de pers. Zo is het de bedoeling om bij de pers te inventariseren waar journalisten behoefte aan hebben om hun werk makkelijker te maken, vaker actief persberichten en agenda's te sturen over activiteiten van de gemeenteraad en de pers zoveel mogelijk te faciliteren met informatie en beeldmateriaal.

6. Uitvoering

De raadsgriffie heeft een eigen communicatieadviseur die 2,5 dag per week beschikbaar is. Hij zal het uitrollen van dit plan voor zijn rekening nemen. De voorstellen die in dit communicatieplan worden gedaan, zijn te realiseren binnen het communicatiebudget van de raadsgriffie.

2. Hoe doen we het nu?

Op dit moment richt de raadscommunicatie in Dordrecht zich vooral op communicatiedoelstelling 1, namelijk dat inwoners weten met welke (grote) onderwerpen de gemeenteraad zich bezighoudt. We maken gebruik van het raads gedeelte van de gemeentelijke website, een eigen twitteraccount, een digitale nieuwsbrief, huis-aan-huisblad (Dordt Centraal) en tot en met juli 2020 maakte RTV Dordrecht het programma Rechtstreeks uit de Raad. Verder zijn er activiteiten zoals scholenbezoeken, het spel Democracy (voor scholieren, opgezet door ProDemos) en 'Raadslid, Is Dat Iets Voor Mij?' Ook plaatsen we sporadisch een bericht op de Facebookpagina van de gemeente Dordrecht.

Wat daarbij opvalt is dat de meeste communicatievormen specifiek voor één kanaal worden gebruikt. De teksten voor de krant verschijnen alleen in de krant. De berichten op twitter plaatsen we alleen op twitter. De nieuwsbrief is voor abonnees en bezoekers van de website. De informatie op de website is vrijwel alleen te vinden op de website.

Eerst volgt nu een schets van de huidige communicatiemiddelen, hoe we die inzetten en de doelgroepen die we daarmee bereiken.

Twitter

Van alle vormen van social media is twitter op dit moment de enige die wordt ingezet voor communicatie over de gemeenteraad van Dordrecht. Het twitterprofiel @raaddordt bestond in mei precies tien jaar en heeft 1955 volgers. In de periode 1-1-2019 t/m 31-12-2019 zijn 101 tweets geplaatst. In de eerste acht maanden van 2020 waren dat er 104.

Momenteel gebruiken we twitter om raads- en commissievergaderingen aan te kondigen, aan te geven wat de belangrijkste en/of meest aansprekende onderwerpen in die vergaderingen zijn en de link te delen waarop de vergadering live is te volgen. Tijdens gemeenteraadsvergaderingen twitteren we over besluitvorming.

Het raadsdeel van de website

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

De pagina is in 2019 meer dan 12.000 keer bezocht. Gemiddeld bleven bezoekers 2 minuten en 22 seconden aanwezig op dit deel van de gemeentelijke website. Dat zijn interessante cijfers. Helaas zijn er geen data bekend over de unieke bezoekers van dit deel van de gemeentelijke website. Het is dus niet aan te geven welke doelgroep we hiermee bereiken.

Vergaderstukken en agenda's

Het RIS, waar de agenda's en de raadsstukken te vinden zijn, is in 2019 gemiddeld 46.129 keer per maand bezocht. Veel van de bezoekers komen via zoekwoorden op Google op de pagina terecht.

Kijkcijfers live uitzendingen raadsbijeenkomsten

De live uitzendingen van raadsbijeenkomsten worden per keer door enkele tientallen mensen bekeken (cijfers 2020). Soms zijn er uitschieters, zoals de vergadering waarbij het ging over de toekomst van RTV Dordrecht. Op 28 januari keken er 952 mensen live naar de raadsvergadering.

Raadsvergaderingen en commissievergaderingen worden op de dag zelf op twitter aangekondigd. Daarbij staat ook het tijdstip waarop de bijeenkomsten beginnen en de link waar inwoners de vergadering live kunnen volgen.

Digitale nieuwsbrief

Na elke raadsvergadering verschijnt een digitale nieuwsbrief met daarin verslaglegging over debatten en besluiten. Iedere geïnteresseerde Dordtenaar kan zich daar gratis op abonneren en krijgt daarna de nieuwsbrief na verschijning in de mailbox. Op dit moment zijn er 337 abonnees. De nieuwsbrief is ook te lezen op het raadsdeel van de website en wordt verspreid op SID, het intranet van de gemeente.

In maart 2020 is op twitter voorzichtig een begin gemaakt met het actiever bekendheid geven aan de nieuwsbrief.

Huis-aan-huisblad

In de woensdageditie van Dordt Centraal (oplage 60.000, huis-aan-huis verspreid) worden elke week twee columns van raadsleden geplaatst.

Rechtstreeks uit de Raad

De lokale omroep 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 heeft in februari na een uitgebreide analyse besloten om niet verder te gaan met het programma. Argumenten daarvoor waren toen:

- lengte en vorm van het programma
- lange inleidingen bij de verschillende onderwerpen
- gebruik politiek jargon dragen niet bij aan toegankelijkheid programma

Onderzoeken: bereik onder inwoners

Uit onderzoek van het Onderzoekscentrum Drechtsteden (OCD, 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 andere 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.

In de eerste helft van 2020 heeft Fébé van Benschop (HBO-studente Communicatie) tijdens haar afstudeerstage onderzoek gedaan naar de communicatie van de gemeenteraad. 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 en AD De Dordtenaar.

Geen enkele inwoner heeft aangegeven Rechtstreeks uit de Raad als informatiebron te gebruiken. Wel geven 82 van de 463 geënquêteerden aan dat ze RTV Dordrecht als informatiebron gebruiken. Het gaat dan vooral om mensen van 55 jaar en ouder.

3. Communicatievoorstellen

In deze paragraaf staan voorstellen hoe we de communicatie over de gemeenteraad van Dordrecht verder kunnen uitbouwen. 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, groeit het bereik van de berichtgeving binnen de verschillende doelgroepen, winnen boodschappen aan kracht en zal de zichtbaarheid van de gemeenteraad aanzienlijk toenemen.

De verschillende doelgroepen geven in het afstudeeronderzoek van Fébé van Benschop (2020) aan graag informatie te ontvangen over de gemeenteraad. Van de 463 respondenten geven er 314 berichten te zien over de gemeenteraad. Zij geven aan vooral interesse te hebben in de volgende onderwerpen:

- Wat staat er op de agenda van raads- en commissievergaderingen?
- Inhoudelijke informatie over agendapunten
- Hoe kom je in contact met de gemeenteraad?
- Informatie over besluiten van de gemeenteraad.

Voorstel 1: Social media uitbreiden

Het voorstel is om in het vierde kwartaal van 2020 een eigen Facebookpagina voor de gemeenteraad te lanceren en medio 2021 van start te gaan met eigen accounts op Instagram en LinkedIn.

Met een eigen account op Facebook en op langere termijn Instagram en LinkedIn zijn – als aanvulling op de bestaande offline communicatie - veel meer mensen uit verschillende doelgroepen te bereiken. Bovendien bieden social media een platform om de interactie met inwoners te vergroten. Daarmee kunnen eigen accounts op social media een bijdrage leveren communicatiedoelstelling 3 die de gemeenteraad heeft vastgesteld, namelijk: *de raad weet wat er leeft in de stad door interactie met belanghebbenden.*

Facebook

Uit het Nationaal Social Media Onderzoek 2020 (Newcom) blijkt dat van alle social media Facebook nog altijd het meest gebruikt wordt. In Nederland heeft Facebook 10,4 miljoen gebruikers, van wie 7,1 miljoen mensen dagelijks gebruik maken van Facebook. In de leeftijdsgroepen 20-39 jaar, 40-64 jaar, 65-79 jaar en 80 jaar en ouder is Facebook met grote voorsprong het meest gebruikte sociale medium.

Uit het afstudeeronderzoek dat Fébé van Benschop in de eerste helft van 2020 deed naar de zichtbaarheid van de gemeenteraad van Dordrecht, geven 201 van de 463 respondenten aan dat ze bij voorkeur via Facebook informatie willen krijgen over de gemeenteraad. Vrijwel alle leeftijdsgroepen geven dat aan, met uitschieters in de groepen van 18-25, 25-34 en 45-54 jaar.

Instagram

Uit het Nationaal Social Media Onderzoek 2020 komt naar voren dat Instagram wordt gebruikt door 3,4 miljoen Nederlanders, vooral in de leeftijdsgroepen 15 tot 19 jaar en 20 tot 39 jaar. Daarbij komt dat dit social mediakanaal het snelst groeit (In 2020 29 procent meer gebruikers dan in 2019).

Uit het afstudeeronderzoek dat Fébé van Benschop in de eerste helft van 2020 deed naar de zichtbaarheid van de gemeenteraad van Dordrecht, geven 44 van de 463 respondenten aan dat ze bij voorkeur via Instagram informatie willen krijgen over de gemeenteraad. Dat zijn vooral inwoners in de leeftijdsgroepen 18-24 en 25-34 jaar, een doelgroep die via andere media lastig te bereiken is.

LinkedIn

LinkedIn is vooral gericht op professionals die op dit platform hun portfolio delen, netwerken met andere professionals en informatie zoeken en delen die in hun beroep van pas kan komen.

LinkedIn wordt het meest gebruikt door mensen in de leeftijdsgroepen 20-39 jaar en 40-64 jaar. (Nationaal Social Media Onderzoek 2020). Het aantal dagelijkse gebruikers groeide in 2019 met 19 procent en dit jaar met nog eens 24 procent. In Nederland hebben 4,7 miljoen mensen een LinkedIn-account van wie er 771.000 dagelijks actief zijn.

Uit het afstudeeronderzoek dat Fébé van Benschop in de eerste helft van 2020 deed naar de zichtbaarheid van de gemeenteraad van Dordrecht, geven 34 van de 463 respondenten aan dat ze bij voorkeur via LinkedIn informatie willen krijgen over de gemeenteraad. Die respondenten komen uit vrijwel alle leeftijdsgroepen, met uitschieters in de groepen van 18-24 en 25-34 jaar.

Content

Op social media liggen dus grote kansen om de zichtbaarheid van de gemeenteraad te vergroten. Wel is er tijd nodig om een substantieel aantal volgers te krijgen. Daarvoor is het nodig regelmatig aansprekende en actuele berichten, foto's en video's te plaatsen. Denk daarbij aan aankondigingen van vergaderingen, verslag doen van besluitvorming, werkbezoeken en andere openbare raadsactiviteiten en het regelmatig delen van praktische informatie over de gemeenteraad (inspreken, contact met de raad, werkwijze raad).

Het is belangrijk de toon van de berichten af te stemmen op de doelgroepen die vooral actief zijn op Facebook (persoonlijk), Instagram (jongeren) en LinkedIn (zakelijk).

Voorstel 2: 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, raadsfracties, de burgemeester en de medewerkers van de griffie meedoen, ieder vanuit de eigen rol.

Actieve rol voor raadsleden

Bij het lanceren van nieuwe social media voor de gemeenteraad is het belangrijk dat de raadsfracties en -leden ook actief hun rol pakken. Allereerst bij het promoten van de pagina onder de eigen volgers. Maar ook door actief berichten te delen en in gesprek te gaan met inwoners die de Facebookpagina van de gemeente volgen.

Interactie

Facebook is niet alleen geschikt om te informeren. Het is ook een platform waarop inwoners laagdrempelig in contact kunnen komen met de gemeenteraad. Dat kan door te reageren op berichtgeving of vragen te stellen. Hier ligt een uitgelezen kans voor raadsleden om in gesprek te gaan met inwoners, antwoord te geven op vragen of een toelichting te geven. Daarmee kan de raad invulling geven aan communicatiedoelstelling 3, namelijk: *de raad weet wat er speelt in de stad door interactie met belanghebbenden.*

Voorstel 3: Communicatie in Dordt Centraal uitbreiden

Tegenwoordig ligt de focus van communicatie vooral op online. Dat is niet zo vreemd, want 97 procent van de Nederlanders van 15 jaar en ouder is actief op social media (om precies te zijn 14.064.537, zo blijkt uit Nationaal Social Media Onderzoek 2020). Het is een snelle manier om makkelijk en goedkoop in contact te komen met je doelgroepen.

Toch blijft het van groot belang om ook offline te communiceren. Het voorstel is om communicatie via het huis-aan-huisblad uit te breiden met meer informatie over de activiteiten van de gemeenteraad en welke onderwerpen er spelen. Uit onderzoek van het SCD onder het bewonerspanel blijkt dat dat de gemeentelijke pagina's door mensen vanaf 40 jaar goed gelezen worden. 19 procent van het panel geeft aan behoefte te hebben aan nieuws over de gemeenteraad. In die behoefte kan worden voorzien.

Nu koopt de raadsgriffie iedere week een halve pagina in Dordt Centraal om daar twee raadscolumns te plaatsen in de rubriek 'Stem uit de Raad'. Dat kan worden uitgebreid naar bijvoorbeeld een hele pagina. Daarop kunnen we lezers actief informeren over het werk van de gemeenteraad en welke onderwerpen er spelen.

Voorstel 4: Crossmediaal werken

Het voorstel is om crossmediaal te gaan werken. Dat betekent dat we de informatie die we nu afzonderlijk op verschillende kanalen delen zoveel mogelijk delen en publiceren op al onze kanalen. Op die manier kunnen we een veel grotere groep mensen bereiken met alle informatie die beschikbaar is en die nu nog versnipperd wordt aangeboden.

In de praktijk betekent crossmediaal werken voor ons dat we de berichtgeving op twitter ook gaan publiceren op andere social media. De bijdrages voor Dordt Centraal delen we ook op social media. Praktische informatie over de gemeenteraad die nu alleen op onze website te vinden is, gaan we dan ook delen via social media en de krant.

Op die manier kunnen we niet alleen meer inwoners bereiken, maar kunnen we ook meer inwoners uit verschillende leeftijdsgroepen bereiken. De twee tabellen op de volgende pagina laten dat zien.

Nu:

	15-19	20-39	40-64	65-79	80+
Twitter		**	**	*	
Krant		*	**	**	*
RTV Dordt			*	**	**

*= klein bereik

**=groot bereik

Met nieuwe communicatiemiddelen:

	15-19	20-39	40-64	65-79	80+
Twitter		**	**	*	
Facebook	*	**	**	**	
Instagram	**	**	*		
LinkedIn		**	**		
Krant		*	**	**	**
RTV Dordt			*	**	**

*= klein bereik

**=groot bereik

Voorstel 5: 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 Hoofdredacteuren

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 nieuwswaarde. 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.

4. Uitvoering

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) het voorstel om de raadscommunicatie uit te bouwen, dan zou dat in de volgende stappen mogelijk zijn:

Stap 1 Facebook/Dordt Centraal/versterken relatie lokale media (vierde kwartaal 2020)

- Facebookpagina lanceren
- Extra ruimte in Dordt Centraal kopen voor berichtgeving over de raad, bijvoorbeeld een vooruitblik op de komende vergaderingen en een terugblik op de vergaderingen die zijn

