

BEGELEIDINGSFORMULIER VOOR:

**COMMISSIE BESTUUR EN WERK**

\* REG.NR 20334486

VOORSTEL VAN: **R. Elst**

**Presidium**

Telefoon: 015-219 7251

E-mail: relst@delft.nl

TITEL: **Communicatieplan griffie**

VOORSTEL:

- o De commissie wordt gevraagd zich een mening te vormen over het communicatieplan. Het presidium heeft voorgesteld afhankelijk van de discussie in de commissie bestuur en werk, het communicatieplan zo spoedig mogelijk ter vaststelling te agenderen in de gemeenteraad.

KORTE INHOUD DOCUMENT:

De gemeenteraad heeft in 2006 de griffie opdracht gegeven om van communicatie een speerpunt te maken. De gemeenteraad beschikt inmiddels over een eigen website en een eigen communicatiemedewerker die in dienst is bij de griffie. De middelen die in het plan worden voorgesteld om de communicatie met de burgers vorm te geven worden bekostigd uit het budget van de griffie. Dit eerste communicatieplan biedt de Delftse gemeenteraad middelen om beter met de burgers te communiceren. De duale gemeenteraad vraagt om eigen communicatiemiddelen en een eigen communicatieprogramma om zijn boodschap onder de aandacht te brengen. De commissie wordt gevraagd te discussiëren over de inhoud van het communicatieplan. Het communicatieplan wordt, afhankelijk van de discussie in de commissie, vastgesteld in de gemeenteraad. Het communicatieplan wordt jaarlijks geëvalueerd en eventueel bijgesteld na bespreking in uw commissie.

AANTEKENING(EN) COLLEGEBSLUIT: NVT

INTERACTIEVE BELEIDSVORMING: NVT

Soort onderwerp:

**Besluitvorming Raad**

Deadline behandeling raad

**Dd. nvt**

Behandeling commissie

**Commissie voert discussie brengt advies uit aan de raad**

FINANCIËLE CONSEQUENTIES, afwijkend van de geldende begroting en meerjarenbegroting: NVT.

AANTEKENING GRIFFIER:

PLANNING BESLUITVORMING:

Commissie: Bestuur en Werk d.d. 2-10-2007

Gemeenteraad d.d. 1-11-2007

Griffier: par  d.d. 20-09-2007

Naam: Y. van Delft

Tst 2197952

griffie@delft.nl

ADVIES COMMISSIE NA BESPREKING:

PAR.

COMMISSIEGRIFFIER : J.M. POST (ANPOST@DELFT.NL 260 2639)

## Communicatieplan gemeenteraad Delft

De kloof tussen burger en politiek is helemaal niet zo groot als altijd werd aangenomen. Dat blijkt uit het onderzoek, waarmee Harry van der Kaap op 5 juli dit jaar promoveerde aan de faculteit Bedrijf, Bestuur en Technologie van de Universiteit Twente.

Van der Kaap concludeert dat in de 30 Nederlandse gemeenten waar hij onderzoek deed het lokale overheidsbeleid overeen komt met wat de burgers willen. Het vertrouwen van de burgers staat wel op een laag pitje volgens Van der Kaap maar de eensgezindheid over het werk

van de raad is groot. Goed nieuws dus voor de gemeenteraad. Opvallend nieuws ook, want burgers vinden dat raadsleden het goed doen, zonder te weten wat het precies is. Daarvoor is dit communicatieplan bedoeld.



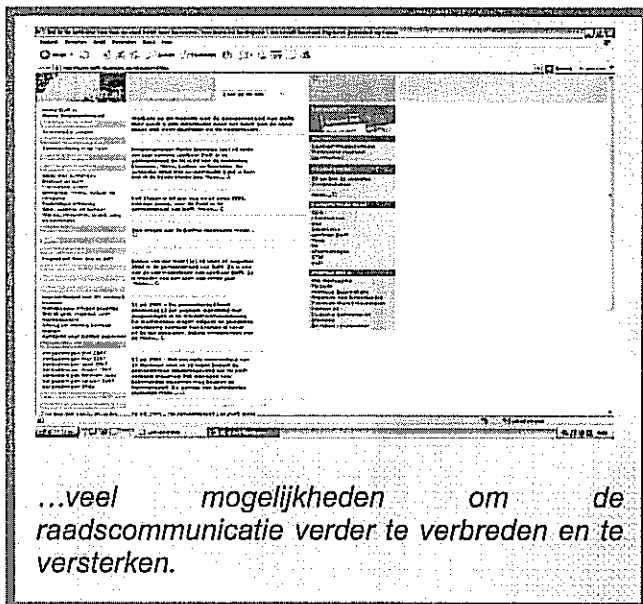
Dit eerste communicatieplan van de Delftse gemeenteraad is niet bedoeld om kloven te dichteren of ingewikkelde oplossingen te vinden voor duale vraagstukken. Dit plan biedt de Delftse gemeenteraad tijdens deze raadsperiode praktische hulpmiddelen, waarmee hij kan laten zien wat hij wil, wat hij doet en hoe burgers die dat willen, daarbij betrokken kunnen raken.

### Inleiding

Raadscommunicatie gaat niet over politieke profilering van raadsfracties en individuele raadsleden. Dat is aan de politieke partijen zelf. Raadscommunicatie is nadrukkelijk bedoeld voor de gemeenteraad als collectief. Wel kan op gebied van de raadscommunicatie een aantal gemeenschappelijke doelen van de raad onderscheiden worden. Raadscommunicatie richt zich voornamelijk op het publieke domein: burgers, belanghebbenden en pers en kent een aantal doelstellingen:

1. het wettelijk verplichte publiceren van besluiten, agenda's en verslagen van openbare commissie- en raadsvergaderingen
2. het vergroten van de zichtbaarheid en herkenbaarheid van de raad
3. het vergroten van de kennis bij burgers en belanghebbenden over beïnvloedingsmogelijkheden van de raad
4. het betrekken van burgers en belanghebbenden bij beleidsvoorbereiding en planontwikkeling door de raad
5. het versterken van het imago van het bestuur

Een aantal doelstellingen om de raadscommunicatie te verbeteren is in 2007 gerealiseerd. De griffie heeft sinds 1 maart 2007 een eigen communicatiemedewerker.



Hij houdt zich 18 uur per week bezig met de informatievoorziening over de gemeenteraad van Delft.

Op 29 maart 2007 werd de website van de gemeenteraad gelanceerd. De raad van Delft is ten opzichte van andere gemeenteraden in het land digitaal al behoorlijk dual. De meeste gemeenteraden beschikken over de mogelijkheid om via internet informatie naar buiten te brengen. Veelal gebeurt dat op de portalsite van de gemeente onder verantwoordelijkheid van het college van B en W. Delft is een van de gemeenten waar de raad zelf een plek op de digitale snelweg heeft, met een eigen

redactiecommissie en een eigen redactiestatuut. Die digitale positie van de gemeenteraad van Delft biedt veel mogelijkheden om de raadscommunicatie verder te verbreden en te versterken.

## 1. Communicatie in essentie

Communicatie is een mooi woord. Een moeilijke woord ook, omdat het een ongrijpbaar begrip is. Communiceren kunnen we allemaal. Zelfs zonder woorden. Daar gaat het ook eigenlijk niet om. Waar wel om? Wie communiceert, wil iets bereiken. Een doel halen. Een effect teweeg brengen. Wie een brief of e-mail verzendt, wil dat die boodschap op het juiste adres wordt afgeleverd. Eijsermans en Hendrixx zijn in hun 'handboek' *Raadscommunicatie in het duale bestel* hierover erg duidelijk.

Zij stellen dat duidelijk moet zijn van wie de boodschap afkomstig is. Van één afzender. Van een raad met één gezicht. Van een raad die wil communiceren als één orgaan, net zoals de gemeente één orgaan is met allerlei verschillende afdelingen, stemmen en taken.

Anders dan in het monisme, is het in het dualisme van belang dat de gemeenteraad een platform is of een arena waarin meningen en standpunten met elkaar de strijd kunnen aangaan. "Als dat platform er is en als alle spelers optimaal gebruik maken van de ruimte die hen geboden wordt om de eigen mening te verkondigen, heeft de burger een uitgelezen mogelijkheid om te kijken naar wat er zoal te koop is in de lokale politiek en om een weloverwogen keuze te maken", schrijven Eijsermans en Hendrixx.

Daarnaast is het belangrijk eerst vast te stellen wie de gemeenteraad van Delft eigenlijk wil bereiken. Het antwoord is niet zo heel erg moeilijk.

## 1.1. Boodschap overbrengen

De belangrijkste doelgroep van de gemeenteraad wordt gevormd door de inwoners van Delft. Tot die inwoners behoren weer allerlei sub-doelgroepen, waarop de raad zich kan richten als daar aanleiding toe is. Bijvoorbeeld bij de behandeling van een bestemmingsplan voor wijk A.

De wijk-A bewoners zullen alles willen weten over het plan, terwijl de bewoners van wijk B geen interesse hebben en ook niet de behoefte hebben om daarover in een commissievergadering hun mening te laten horen.

Hoe scherper de doelgroep is bepaald of hoe kleiner de doelgroep is, hoe effectiever de communicatie is. Wat doet u met die ongevraagde folder die u op straat in uw handen krijgt gedrukt? Een vluchtige blik en dan? De prullenbak in. Communicatie moet doelgericht zijn.

Daar is bij de invoering van het dualisme grotendeels aan voorbijgegaan. De gemeentepolitiek moest dichterbij de burgers worden gebracht. Het vertrouwen in en de betrokkenheid van de burgers in de gemeentepolitiek moest bevorderd worden. Het vertrouwen in wat raadsleden doen mag dan volgens Van der Kaap groot zijn, maar wat raadsleden exact doen is bij veel burgers niet bekend.

Zelfs het groeiende aantal communicatiemiddelen brengt daar geen verandering in. Niet het middel, maar de boodschap moet op de eerste plaats staan. Dan is de kans groter dat de raad haar boodschap beter kan overbrengen.

## 1.2. Boodschap selecteren

Communicatie is het middel, waarmee de raad aan burgers duidelijk kan maken:



- Hoe, wanneer, waar en waarover burgers invloed kunnen uitoefenen (volksvertegenwoordigende rol)
- Hoe deze invloed wordt meegenomen in de politieke besluitvorming (kaderstellende rol)
- Wat hiervan de resultaten zijn (controleerende rol)

In overheidsland verschillen de meningen over de vraag op welke rollen de nadruk moet liggen in de raadscommunicatie. Sommigen menen dat de nadruk juist aan de voorkant van de beleidsontwikkeling moet liggen, omdat de raad hier meer

bevoegdheden heeft. Anderen menen dat de nadruk juist aan de achterkant (controle) moet liggen, omdat communicatie over resultaten effectiever is dan over kaderstelling. Feit is dat het concreet maken van de communicatieboodschap makkelijker is in de controleerende rol. Maar ook de volksvertegenwoordigende en de kaderstellende rol kunnen concreet gemaakt worden. De vraag is echter niet op welke rol de nadruk moet

liggen, maar bij welk issue de boodschap overgebracht moet worden en in welke vorm. Selectie en beperking van het onderwerp zijn belangrijk om de boodschap zo effectief mogelijk over te brengen.

### 1.3. In de praktijk

Sinds de invoering van het dualisme op gemeentelijk niveau doen bijna alle gemeenten in Nederland pogingen om de politiek dichterbij de burger te brengen. Daarnaast zijn er ook gemeenten die een deel van hun raadscommunicatie over een andere, alternatieve boeg hebben gegooid en daarmee toch redelijk succesvol zijn.

- De Tilburgse gemeenteraad heeft een vrolijke website met een aansprekende slogan die werd ingevoerd tijdens een speciale publiciteitscampagne, waarin twee stripfiguurtjes de hoofdrol speelden. Op de site kunnen Tilburgse scholieren onder meer in de huid van een raadslid kruipen door in de klas en via internet een besluit te nemen over een megabioscoop in de stad.
- In de gemeente Eindhoven hebben raadsleden hun eigen wijk. Met elkaar en met bewoners vormen ze stadsdeelteams die op een a-politieke manier een brug slaan naar de burgers. Op de website van de gemeente Eindhoven doen ze regelmatig verslag over de geboekte resultaten.
- De gemeenteraad van Haarlem probeert sinds maart 2006 de kloof tussen politiek en burgers te overbruggen door een nieuwe manier van vergaderen. Voorafgaand aan de vergadering wordt een politieke markt gehouden waar burgers informeel met raadsleden over actuele onderwerpen kunnen praten. De rubriek Raad & Daad doet in de plaatselijke stadskrant en op de gemeentesite verslag van het wel en wee van de Haarlemse gemeenteraad.
- De gemeenteraad van Amersfoort probeert met Gast van de Raad een brug te slaan. Inmiddels is deze manier van contact leggen met burgers ook door diverse andere gemeente ondergenomen. Ook Alphen aan den Rijn heeft ervaringen met burgers die maandelijks worden uitgenodigd om een raadsvergadering bij te wonen. Burgers kunnen zichzelf aanmelden, maar worden door de griffie ook uitnodigd. Van de vijftig genodigden in Alphen aan den Rijn komen circa twee tot drie burgers ook daadwerkelijk op bezoek bij de raad. Ze krijgen dan uitleg over de vergadering, volgen een deel daarvan en praten na afloop met raadsleden over hun ervaringen.
- In Zwolle wordt op een soortgelijke manier contact met burgers gelegd. Daar kunnen burgers 'Op de koffie', aanmelden via de griffie, om voor aanvang van de vergadering informeel van gedachten te wisselen over onderwerpen die niet op de raadsagenda hoeven te staan.
- Assen pakt het anders aan met Wat schaft de pot? Daar kunnen burgers raadsleden uitnodigen voor een etentje bij hen thuis. Terwijl met het raadslid een vorkje wordt geprikt, is het de bedoeling dat tussen de soep en de aardappelen over politieke zaken wordt gesproken.



*Fracties en raadsleden hebben met elkaar afgesproken dat ze het eens zijn over het feit dat ze het met elkaar oneens zijn.*

Dit plan is niet bedoeld om bovenstaande communicatiemiddelen aan te prijzen of af te wijzen. Ze schetsen enkel een beeld van hoe diverse gemeenteraden worstelen met het vinden van een antwoord op de vraag hoe zij in contact komen met de burgers. Opvallend is dat daarbij niet doelgericht te werk wordt gegaan, maar dat veel wordt overgelaten aan het toeval. Het zijn slechts voorbeelden, waar de Delftse gemeenteraad over na zou kunnen denken. Dit communicatieplan gaat uit van de huidige situatie om van daaruit de gemeenteraad van Delft goede communicatieinstrumenten te bieden.

## 2. Positionering en communicatiestrategie

### 2.1. De raad

- Staat los van het college en heeft eigen taken
- Is het orgaan dat de belangrijkste politieke keuzes bepaalt
- Geeft politieke leiding/sturing aan en controleert het college van B en W
- Fracties en raadsleden hebben met elkaar afgesproken dat ze het eens zijn over het feit dat ze het met elkaar oneens zijn; hiervoor zijn spelregels ontwikkeld
- Luistert nauw naar groepen in de samenleving, maar maakt afwegingen op basis van algemeen belang
- Is herkenbaar en werkt aan concrete resultaten

### 2.2. Hoofddoelstellingen raadscommunicatie

- De gemeenteraad verschaft correcte informatie en communiceert beknopt en in begrijpelijke taal met Delftenaren voor, tijdens en na de besluitvorming
- De gemeenteraad is zichtbaar, herkenbaar en toegankelijk voor het publiek
- De gemeenteraad creëert de mogelijkheid om op zoek te gaan naar meningen, verwachtingen, problemen en ideeën van Delftenaren.

### 2.3. Van breed naar smal

Dit communicatieplan is erop gericht dat de boodschap van de gemeenteraad zoveel mogelijk Delftenaren op een effectieve manier bereikt. Het is aan de raad welke boodschap zij de wereld in wil sturen. De griffie speelt daarbij een adviserende en ondersteunende rol.



*De site is niet bedoeld om partijstandpunten naar voren te brengen, maar om het raadscollectief een gezicht te geven.*

de hand van actuele onderwerpen, gericht kan worden op specifieke doelgroepen die direct zijn betrokken bij een onderwerp.

Bij de inzet van communicatiemiddelen moet onderscheid gemaakt worden, zoals hiervoor is beschreven, tussen de communicatie die niet en de communicatie die wel specifiek op een doelgroep is gericht. Communicatie van breed naar smal.

Op dit moment wil de gemeenteraad zoveel mogelijk Delftenaren bereiken. Daarbij heeft ze de beschikking over een eigen website en ruimte in Stadskrant Delft. De komende jaren is het zinvol om projectmatig en proefondervindelijk de weg te vinden hoe de boodschap van de raad, aan

### **3. Communicatiemiddelen**

De gemeenteraad van Delft kan gebruik maken van alle mogelijke communicatiemiddelen om haar boodschap over te brengen. Het verschil tussen deze middelen wordt niet alleen bepaald door de manier waarop de boodschap wordt overgebracht (papier, digitaal of audio/video) maar ook door de regie die de raad heeft in het bepalen van de boodschap. Bij de middelen waar de raad de regie over heeft, kan de raad bepalen waar, wanneer en hoe de boodschap de wereld in wordt gestuurd. Bij de middelen zonder eigen regie kan de raad slechts een poging doen om een boodschap de wereld in te sturen, maar is het afhankelijk van externe factoren (zelfstandige redacties, technische middelen) of dat ook inderdaad volgens de wensen van de raad gebeurt.

#### **3.1. Middelen in eigen regie**

##### **Stadskrant Delft**

In deze huis-aan-huisuitgave van de gemeente Delft die elke zondag verschijnt heeft de gemeenteraad maandelijks een pagina waarop de standpunten van de fracties rond een bepaald thema in beeld worden gebracht. Dit gebeurt op een evenwichtige, objectieve manier. Iedere fractie, ongeacht oppositie of coalitie, krijgt hetzelfde aantal woorden.

Na elke raadsvergadering schrijft de communicatiemedewerker van de griffie of bij zijn/haar afwezigheid een medewerker van het Mediabureau van de gemeente Delft een artikel over de vergadering. Dat verschijnt 's zondags na de raadsvergadering op de voorpagina van de Stadskrant.

Na commissievergaderingen heeft de redactie van de Stadskrant ook de vrijheid om berichten over deze vergaderingen die zijn geschreven door de communicatiemedewerker van de griffie te plaatsen in de Stadskrant.

De raad kan als daarvoor aanleiding bestaat, incidenteel ook altijd extra pagina's in de Stadskrant kopen. In de aanloop naar de politieke markt van de commissie extern die in 2007 op 16 oktober wordt gehouden, verschijnt op zondag 14 oktober een full-colour spread met de standpunten van de fracties over de begroting voor 2008.

#### Website gemeenteraad Delft

De website [www.delft.nl/gemeenteraad](http://www.delft.nl/gemeenteraad) is sinds maart 2007 in de lucht. Het is net als de Stadskrant Delft het communicatiemiddel, waarover de raad zelf zeggenschap heeft. De inhoud van de site is gericht op zoveel mogelijk mensen, in eerste plaats op de inwoners van Delft, maar uiteraard kan iedere internetgebruiker waar ook ter wereld op de site informatie en nieuwsberichten vinden over de Delftse gemeenteraad. Naast actuele berichten over raads- en commissievergaderingen wordt in begrijpelijke taal uitgelegd

hoe burgers kunnen inspreken, wie er in de raad zitten en wanneer de raad of een commissie vergadert. De site biedt een zo objectief mogelijk beeld van de standpunten die de fracties innemen en hoe de raad daar besluiten over neemt. De site is niet bedoeld om partijstandpunten naar voren te brengen, maar wel om het raadscollectief een gezicht te geven.

De website staat nog in de kinderschoenen. Maandelijks wordt de site door gemiddeld 1000 bezoekers bezocht, die ieder gemiddeld twee pagina's bekijken. Het aantal bezoekers en het aantal pageviews moeten in 2008 minimaal gelijk blijven, maar zal naar verwachting stijgen als de site wordt uitgebreid met toepassingen die het interactieve gebruik voor de bezoekers van de site vergroten.

In 2008 wordt aan de artikelen en actuele berichten een reageerknop toegevoegd die bezoekers de mogelijkheid geeft te reageren op de berichten. Daarnaast krijgt de site een forum waar bezoekers kunnen reageren op de politieke actualiteit. Dit forum wordt gemonitord door de communicatiemedewerker van de griffie en zal in de loop van 2008 voor een proefperiode van een half jaar aan de site worden gekoppeld.

Momenteel wordt onderzocht op welke manier video een rol kan spelen in de manier om de raad beter in beeld te brengen. Het is de bedoeling dat ook die mogelijkheid in de loop van 2008 aan de site wordt toegevoegd.



*Met een klik op de muis kunnen burgers reageren op de inhoud van de artikelen en op elkaars reactie.*

### 3.2. Middelen zonder eigen regie

#### Stadsradio Delft

Stadsradio Delft heeft momenteel een link naar de site van de gemeenteraad op haar eigen website geplaatst. Met de redactie van de stadsradio is afgesproken dat ze



berichten op de site van de gemeenteraad kan gebruiken in haar nieuwsuitzendingen. Stadsradio Delft gaat daarnaast ook eigen berichtgeving over de raadsvergaderingen verzorgen.

#### Overige media

Eigen persberichten van de raad kunnen dienen als aanvulling op de verslaggeving door de regionale media, denk daarbij aan de diverse huis-aan-huisbladen en aan het AD. De nadruk in die persberichten ligt op nieuws van de raad als collectief.

Het kan dan gaan om werkbezoeken die de raad aflegt, waarbij de pers van harte welkom is. Bijzondere vergaderingen, zoals de externe commissie of een jubilerend raadslid zijn ook goede aanleidingen om het werk van de raadsleden nogmaals extra onder de aandacht te brengen bij een breed publiek.

Persberichten bieden nooit de garantie dat ze ook leiden tot publicaties. Daarbij is de raad afhankelijk van zelfstandige en onafhankelijke redacties.

## 4. Actiepunten

### 4.1. Website

De website [www.delft.nl/gemeenteraad](http://www.delft.nl/gemeenteraad) is op dit moment een informatiemiddel dat in één richting communiceert. Omdat bezoekers van de site niet kunnen reageren, is van communicatie eigenlijk geen sprake. De site informeert slechts van raad naar burgers.

Om de website levendig, actueel en aantrekkelijk te houden (lees: meer bezoekers trekken) is het noodzakelijk dat de communicatie via de site twee richtingen op gaat. Niet alleen van raad naar burgers, maar ook van burgers naar raad.

Dit tweerichtingsverkeer zal ontwikkeld worden door op de site een **forum** te plaatsen. In eerste instantie voor de proefperiode van een half jaar. Een forum biedt burgers de mogelijkheid om mee te praten over de actuele politieke agenda en onderwerpen die door de raadsleden zelf kunnen worden aangedragen. Hierdoor kan een levendige discussie ontstaan. Succes is echter niet verzekerd en kwaadwillenden liggen op de loer om forumdiscussies te dwarsbomen met spam of ongewenst commentaar. Het forum wordt daarom dagelijks gemonitord door de communicatiemedewerker.

De berichten op de website over commissie- en raadsvergaderingen worden voorzien van een **reageer-knop**. Met een klik op de muis kunnen burgers reageren op de inhoud van de artikelen en op elkaars reacties.

Eenmaal per maand zal op de site een **poll** rond een actueel thema gehouden worden. Deze 'verkiezing' loopt gelijk met de behandeling van het thema of onderwerp door de gemeenteraad.

De huidige site moet in de lopende raadsperiode niet alleen voor bezoekers aantrekkelijker worden gemaakt. Ook voor de raadsleden zelf moet de site een handig hulpmiddel worden om bijvoorbeeld inzicht te krijgen in het stemgedrag van collega's. Daarvoor wordt de **rubriek** Kijk en vergelijk in het leven geroepen. In een tabelvorm gaat deze rubriek het stemgedrag van de fracties tijdens de raadsvergaderingen weergeven.

Het gebruik van beeld- en geluidsmateriaal moet verbeterd worden. Nu al is het mogelijk om de website uit te breiden met bijvoorbeeld een **fotoalbum**. Daarnaast wordt onderzocht hoe **videoreportages** in de site geïntegreerd kunnen worden, met een videoschermpje op de website of via een link naar bijvoorbeeld YouTube. Onderzocht wordt momenteel hoe videobeelden op een meer journalistieke manier toegevoegd kunnen worden aan websites binnen de portal Delft.nl. Daarnaast wordt het mogelijk om webcam-beelden, net zoals geluidsopnamen, te raadplegen via het nieuwe RIS.

Hetzelfde geldt voor **geluidsfragmenten**. Hierover wordt overleg gevoerd met Stadsradio Delft.

## 4.2. Projecten

Zoals gezegd is doelgerichte communicatie gericht op een bepaalde doelgroep of beperkt tot een thema effectiever dan een algemene boodschap voor een zo groot mogelijke groep mensen.

De vraag is wel: wanneer kiezen we een doelgroep of gaan we uit van een thema? Omdat de vergaderagenda van de gemeenteraad wordt bepaald door politieke onderwerpen en thema's in plaats van doelgroepen, ligt de keuze van een actueel thema dat extra aandacht en voorlichting verdient voor de hand. De doelgroep dient zich daarbij zelf aan. Eén of enkele malen per jaar kan de raad zo'n thema bij de horens vatten om nader uit te werken.

De gemeenteraad beschikt al over een goed instrument om deze aanpak projectmatig uit te voeren. In 2001 werd hiervoor de Verordening voor het houden van een **maatschappelijke verkenning** aangenomen. De gemeenteraad heeft echter tot nu toe nooit van deze onderzoeksmogelijkheid gebruik gemaakt. In 2008 moet deze manier van communiceren met de inwoners van Delft in de praktijk worden gebracht.

Een raad of delegatie daarvan die zelf de straat, het klaslokaal of de bedrijfshal in gaat om een actueel thema te belichten of zich daarop te oriënteren doet aan maatschappelijke verkenning. Het communicatiemes snijdt daarbij aan twee kanten. De raadsleden kunnen horen wat burgers te zeggen hebben. Burgers kunnen luisteren naar de standpunten van raadsleden.

De kosten van een maatschappelijke verkenning kunnen beperkt blijven tot de vergaderkosten (zaalhuur, koffie/thee) plus de kosten voor het opmaken en drukken van het rapport.

Ook met minder inspanningen van de raad kan een brug worden geslagen naar specifieke doelgroepen. In tal van Nederlandse gemeenten heeft de Stichting Politieke Jongeren Projecten goede ervaringen met de **Kindergemeenteraad** en het project

Eigen Wijs. De Kindergemeenteraad richt zich op leerlingen van de basisschool. Het project voor de groepen zeven en acht bestaat uit vijf klassikale lessen over politiek en een middag in het gemeentehuis. Tijdens die middag bereiden de leerlingen voorstellen voor die dicht bij hun eigen leefomgeving passen. De middag wordt afgesloten met de Kindergemeenteraadsvergadering, waarin de kinderen besluiten welk voorstel aan de gemeente wordt voorgedragen ter uitvoering. Het gekozen voorstel wordt gerealiseerd door de gemeente, die daar een bedrag voor beschikbaar stelt.

**Eigen Wijs** brengt leerlingen van de middelbare school dichtbij de gemeentepolitiek en is in opzet hetzelfde als de Kindergemeenteraad. Ook hierbij wordt het gekozen voorstel van de leerlingen daadwerkelijk door de gemeente uitgevoerd. Het voordeel voor de gemeenteraad is niet alleen meer betrokkenheid van de jeugd bij de politiek, maar het project genereert ook veel positieve publiciteit over het werk dat de gemeenteraad doet.

### 4.3. Burgerinitiatief

Het **burgerinitiatief** verdient meer aandacht. Veel burgers beseffen niet dat de invloed die zij kunnen uitoefenen veel groter is dan ze denken. De participerende burger in Delft moet deze raadsperiode wakker geschud worden. De politieke markt in oktober van dit jaar is daarvoor een goed begin. Dit wordt verder uitgebouwd met meer informatie op de website van de gemeenteraad en extra aandacht in de Stadskrant.

In 2008 moet dat ook op straat in Delft te merken zijn, tijdens de Week van het Burgerinitiatief. Het voorstel is om raadsleden op een informele manier, in het centrum van de stad of in de wijken, op een informele manier in contact te brengen met de burgers. Ideeën en opmerkingen die worden aangedragen door de burgers moeten via de website, Stadskrant en andere media onder de aandacht worden gebracht. Burgers krijgen in deze week hulp bij het formuleren van hun ideeën en het verzamelen van handtekeningen.

Uit een DIP-onderzoek dat in 2004 is gehouden, blijkt dat een zeer grote meerderheid van de Delftenaren van 18 jaar en ouder het burgerinitiatief een goed tot zeer goed idee vindt. 61% van de ondervraagden spreekt van een goed idee; 23% van een zeer goed idee. Een meerderheid van de voorstanders vindt dat de raad burgers de kans moet geven om een onderwerp op de agenda te laten zetten en eventueel daarbij een concreet voorstel in te dienen.



*Veel burgers beseffen niet dat de invloed die zij kunnen uitoefenen veel groter is dan ze denken.*

Wat gaan we doen?	Wanneer?	Kosten
Rubriek Kijk/vergelijk	Derde kwartaal 2007	n.v.t
Clickable foto's/fotoalbum	Derde kwartaal 2007	n.v.t
Forum op website	Vierde kwartaal 2007	3000 euro (productiekosten)
Reageerknop website	Vierde kwartaal 2007	3000 euro (productiekosten)
Poll op website	Eerste kwartaal 2008	3000 euro (productiekosten)
Video op website/RIS	Eerste kwartaal 2008	9600 euro (productiekosten – link naar YouTube)
Geluid op website	Eerste kwartaal 2008	n.v.t. (link naar Stadsradio)
Doelgroepbenadering: project Stichting PJP	Tweede kwartaal 2008	3500 euro Eigen Wijs 2500 euro Kindergemeenteraad
Maatschappelijke verkenning	Derde kwartaal 2008	2000 euro vergader- en printkosten
Week van het Burgerinitiatief (raad in gesprek met burgers) zie participatiewijzer.nl	Derde kwartaal 2008	8000 euro advertentiecampagne

Het voorstel is om de kosten voor raadscommunicatie te dekken uit het budget voor raad en commissies dat door de griffier wordt beheerd.

## 5. Evaluatie

Communiceren is een continu proces; constant onderhevig aan veranderingen. De tussentijdse evaluatie van dit communicatieplan vindt jaarlijks plaats. Doel van deze evaluatie is het vaststellen van de lopende communicatiekoers, het zonodig bijstellen daarvan en het kiezen van speerpunten voor het volgende jaar.