

## **Wat brengt onze raadscommunicatie ons? (Een eerste evaluatie)**

26 oktober 2023  
Rob Janssens, griffier

### **Ik adviseer het presidium:**

- deze eerste evaluatie raadscommunicatie voor kennisgeving aan te nemen;
- met elkaar het gesprek te voeren over de wens om raadscommunicatie op de ingeslagen weg verder invulling te geven, tegen de achtergrond dat hiervoor extra capaciteit op de griffie nodig is en een (kleine) verhoging van het griffiebudget.

### *Samenvatting conclusies*

Vanaf voorjaar 2023 geeft de griffie meer invulling aan raadscommunicatie. Conform afspraak hierover met het presidium hebben we een eerste (tussen-)evaluatie gedaan over de effecten hiervan.

Doel van het meer invulling geven aan raadscommunicatie is de betrokkenheid van de inwoners van Doetinchem met de gemeenteraad vergroten, o.a. om de opkomst bij de volgende verkiezingen te verhogen.

De griffie heeft meer invulling aan raadscommunicatie gegeven door:

- het maken van een Facebookaccount Gemeenteraad Doetinchem;
- het plaatsen van berichten op dat account;
- het (laten) maken van filmpjes Raad in Actie en die op de Facebookaccount te plaatsen;
- het aanschaffen van een 'inwonerportaal' voor ons bis.

Na het eerste half jaar trekken we de volgende inhoudelijke conclusies:

- Met onze activiteiten hebben we ons nog vooral gericht op het krijgen van aandacht en het wekken van interesse voor de gemeenteraad. Met zo'n 1.300 volgers en tussen 500 en 1.300 lezers van onze berichten na een half jaar, kunnen we tevreden zijn over het effect van die berichten en filmpjes. Om te kunnen spreken van een succesvol effect, vinden we dat we moeten doorgroeien naar minimaal 2.500 volgers en kijkers per bericht.
- We zijn nog niet toegekomen aan het actiever krijgen van inwoners richting de gemeenteraad. Dat vinden we ook niet erg, omdat dat het vervolg is op het wekken van interesse voor de gemeenteraad. Vanaf 2024 willen we wel hiermee aan de slag gaan.
- We vragen ons af of het inwonerportaal voor ons bis bijdraagt aan dat wat we beogen met raadscommunicatie. Vooralsnog zien we het inwonersportaal als niet meer dan een wat 'leuker' ogende homepage van het bis. We hebben niet de tijd gevonden om meer inhoud te geven aan het inwonerportaal.

Naast deze inhoudelijke conclusies, trekken we nog de volgende conclusies die gaan over de benodigde middelen voor de nieuwe invulling van raadscommunicatie:

- we ervaren dat het goed vormgeven van raadscommunicatie meer capaciteit vraagt dan dat de griffie op dit moment heeft (dit uit zich in het maar beperkt realiseren van een Facebookbericht per week en in het geen tijd hebben voor het verder ontwikkelen van het inwonersportaal);
- de financiële kosten voor raadscommunicatie hebben we in 2023 kunnen dekken uit het beschikbare raadsbudget, maar met name *Raad in Actie* gaat ten koste van budget voor andere raadsactiviteiten (zoals specifieke bijeenkomsten en trainingen).

Onze eerste algemene conclusie is dat het zinvol is met raadscommunicatie op de ingeslagen weg door te gaan, om daarmee inwoners niet alleen te interesseren voor het raadswerk, maar ook te activeren contact te zoeken met de raad en raadsfracties en te gaan stemmen bij de volgende gemeenteraadsverkiezingen. Onze tweede algemene conclusie is dat de griffie dat alleen kan met voldoende personele capaciteit en voldoende financiële middelen.

---

#### *Inleiding – nieuwe invulling raadscommunicatie*

September 2022 is het presidium akkoord gegaan met het voorstel van de griffie om meer invulling te geven aan raadscommunicatie door (a) het bis toegankelijker te maken via een inwonerportaal, (b) een facebookpagina gemeenteraad te starten en (c) onder de noemer *Raad in Actie* een serie publieksgerichte filmpjes van en over de gemeenteraad te maken. Het betreffende voorstel is als bijlage toegevoegd aan deze notitie.

Het doel van de nieuwe invulling van raadscommunicatie is dat meer inwoners bekend zijn met de leden en het werk van de gemeenteraad en zich meer betrokken voelen bij de gemeente en besluitvorming door de raad. Het uiteindelijke doel is dat meer inwoners hun stem uitbrengen bij de gemeenteraadsverkiezingen c.q. dat in Doetinchem het opkomstpercentage bij de gemeenteraadsverkiezingen minimaal gelijk is aan het landelijk opkomstpercentage.

#### *Het AIDA-model*

Om onze acties te richten, maakt de griffie gebruik van het zgn. AIDA-model. Dit model laat acties 'trechters' in vier achtereenvolgens te doorlopen stappen, om uiteindelijk de doelgroep te stimuleren tot het gewenste gedrag. Het door ons gewenste gedrag is dat inwoners van Doetinchem invloed proberen uit te oefenen op de gemeenteraad, enerzijds door contact te zoeken met raad en fracties, anderzijds door te gaan stemmen bij de komende gemeenteraadsverkiezingen. Het AIDA-model geeft vier stappen om dit gewenste gedrag te realiseren: (1) aandacht krijgen, (2) interesse wekken, (3) behoefte creëren en (4) aanzetten tot de gewenste actie. In deze notitie bespreken we de vier stappen achtereenvolgens.

#### *Stap 1 – Het krijgen van aandacht voor de gemeenteraad.*

##### *- Gemeentepagina Doetinchems Vizier*

De eerste stap in het AIDA-model is het krijgen van aandacht voor de gemeenteraad. Wij doen dat al jaren door de agenda's van de beeldvormende raden en raadsvergaderingen te publiceren op de gemeentepagina's van de lokale huis-aan-huis-krant, met daarin een link naar de betreffende vergadering in het bis.

##### *- Gemeenteraad op Facebook*

Met de nieuwe invulling van raadscommunicatie proberen we wat actiever aandacht te creëren voor de gemeenteraad. Het voor ons belangrijkste medium daarvoor is de gemeenteraadspagina op Facebook. Op deze pagina publiceren we één of twee keer per week een bericht om aandacht te vragen voor de raadsbijeenkomst-/vergadering van die week en inwoners te interesseren om de bijeenkomst fysiek of digitaal te volgen.

#### *Volgers en lezers Facebookpagina Gemeenteraad Doetinchem*

Op 20 oktober 2023 hadden we 1.314 volgers van onze Facebookpagina. Daarnaast zien we dat onze berichten in de vier weken daarvoor door 6.206 mensen gezien zijn. Dit aantal wordt overigens vertekend door de filmpjes die voor de Kinderraad geplaatst zijn

en soms door meer dan 3.000 mensen bekeken zijn. Per bericht over de gemeenteraad zelf gaat het steeds om zo'n 500 tot 1.300 mensen (met één uitschieter naar 3.000 mensen):

- het bericht van 5 oktober (over de gecombineerd woonvorm asielzoekers en andere woningzoekenden, filmpje Raad in Actie) is door 3.067 mensen bekeken (met in totaal 3.307 weergaven);
- het bericht van 21 september (ook over de gecombineerde woonvorm asielzoekers en andere woningzoekenden) is bekeken door 668 mensen (met in totaal 820 weergaven);
- het bericht van 12 september (over cameratoezicht in de binnenstad) is bekeken door 870 mensen (met in totaal 1.016 weergaven);
- het bericht van 28 augustus (over de gecombineerde woonvorm asielzoekers en andere woningzoekenden) is bekeken door 778 mensen (met in totaal 939 weergaven);
- het bericht van 12 juli (onze zomervakantiegroet) is door 697 mensen bekeken (met in totaal 750 weergaven);
- het bericht van woensdag 21 juni (over het woonproject voor asielzoekers en andere woningzoekenden) is door 480 mensen bekeken (met in totaal 542 weergaven);
- het bericht van 12 juni (over het raadsbezoek aan Spoorzone) is door 1.069 mensen bekeken (met in totaal 1.216 weergaven);
- het bericht van 9 juni (over de opbrengst van de ideeënmarkt) is door 878 mensen bekeken (met in totaal 1.021 weergaven);
- het bericht van 2 juni (terugblik op de ideeënmarkt) is door 1.295 mensen bekeken (met in totaal 1.510 weergaven).

## *Stap 2 – Het wekken van interesse voor het belang van de gemeenteraad*

### *- Facebookberichten*

Het krijgen van aandacht voor de gemeenteraad gaat in onze Facebookberichten hand in hand met het wekken van interesse voor het belang van de gemeenteraad. Die berichten bevatten namelijk niet alleen de mededeling dat er donderdagavond een raadsbijeenkomst of -vergadering is, maar ze proberen ook te prikkelen om die bijeenkomst of vergadering bij te wonen of digitaal te bekijken. Dat doen we door in de berichten één aansprekend onderwerp met een bijpassende foto te presenteren.

### *Voorbeelden Facebookberichten:*

- Kans of probleem? Barmhartigheid of veiligheid? De gemeente gaat onderzoek doen naar huisvesting van asielzoekers in de Spoorzone. In dit filmpje zie je waarom de gemeenteraad heeft ingestemd met dit onderzoek.
- Cameratoezicht voor een veilige binnenstad. Nodig of overbodig? De gemeenteraad praat erover met de burgemeester. Interessant? Kom dan....
- Een woonproject voor asielzoekers en andere woningzoekenden in Doetinchem? Morgenavond vanaf 19.30 uur praat de raad over de plannen. Volg het live via ...
- De keuvelende boertjes terug op hun plek! Heb jij ook een goed idee? Laat het zien op de ideeënmarkt op 1 juni 2023. Info en aanmelden via ....
- Wordt de Canadatunnel aangepast voor fietsers? 1400 inwoners willen dat graag. Wat zegt de raad?
- Doetinchem naar 70.000 inwoners? Kijk donderdagavond om 19.30 uur mee als het college de raad informeert over de lokale woonvisie. Live via ...

- Raad in Actie

Naast Facebookberichten over raadsbijeenkomsten en – vergaderingen proberen we via de serie filmpjes *Raad in Actie* op een beeldende manier te laten zien hoe de raad bepaalde onderwerpen behandelt. De filmpjes laten de diversiteit van onderwerpen zien waar de raad zich mee bezig houdt en geven ook informatie over de verschillende standpunten binnen de raad over de betreffende onderwerpen. Ongeveer één keer per maand publiceren we een filmpje via onze Facebookpagina. De volgende onderwerpen zijn daarbij aan de orde gekomen: informatieve raadsbijeenkomst mobiliteitsplan, werkbezoek aan Sité, raadsbehandeling aankoop zonnepark en de aanbidding petitie Canadatunnel.

De filmpjes *Raad in Actie* beogen inwoners een beeld te geven van het werk van de gemeenteraad en het belang daarvoor voor de gemeente. Daarmee proberen we interesse te wekken voor die gemeenteraad.

*Kijkers filmpjes Raad in Actie*

De filmpjes worden door zo'n 600 tot 1.500 mensen bekeken (met één uitschieter naar 3.000 kijkers). Hiervan kijkt steeds ongeveer 1/3 deel het gehele filmpje (van zo'n 3 minuten) en is na één minuut de helft van de kijkers afgehaakt.

- Politiek Actief

In de aanloop naar de vorige twee gemeenteraadsverkiezingen hebben we meerdere cursussen Politiek Actief georganiseerd. Een cursus bestaat uit een viertal avonden waarin verschillende aspecten van ons (lokale) politieke stelsel aan de orde komen. De cursussen beogen inzicht te geven in en interesse te wekken voor de lokale politiek. Per verkiezingsjaar deden steeds zo'n 30 à 40 mensen mee aan de cursus.

*Stap 3 – Het creëren van de behoefte om invloed uit te oefenen op de gemeenteraad*

Via Facebook en Raad in Actie en via Politiek Actief proberen we interesse te wekken voor het werk van de gemeenteraad. De volgende stap is om, vanuit die interesse, de behoefte te creëren om niet alleen kennis te nemen van hetgeen de gemeenteraad doet, maar om ook invloed uit te oefenen op de gemeenteraad. Op dit moment doen we daar alleen via Politiek Actief iets aan.

Onze inzet is om vanaf 2024 meer in te zetten op het creëren van de behoefte om invloed uit te oefenen op de gemeenteraad. Via Facebook en Raad in Actie doen we dat in eerste instantie door bij daarvoor geschikte onderwerpen, inwoners te laten zien dat het zinvol is om in te spreken bij de raad, contact te zoeken met raadsfracties, een petitie aan te bieden, enzovoort. Daarnaast zullen we (in elk geval in 2025) de cursus Politiek Actief weer aanbieden aan inwoners.

*Stap 4 – Het mensen stimuleren om daadwerkelijk invloed uit te oefenen op de gemeenteraad*

Daadwerkelijk invloed uitoefenen op de gemeenteraad kan op verschillende manieren. Ten eerste door tijdens de gemeenteraadsverkiezingen te gaan stemmen. Daarmee beïnvloeden inwoners de samenstelling van de gemeenteraad en dus de inhoud van de besluitvorming door de raad. Dit is een algemene manier van beïnvloeden. Meer specifiek kunnen inwoners de raad beïnvloeden o.a. door een petitie aan te bieden, in te spreken tijdens beeldvormende raadsvergaderingen (over agendaonderwerpen of over eigen onderwerpen), in gesprek te gaan met raadsfracties (buiten vergaderingen om) of ideeën aan te dragen tijdens de jaarlijkse ideeënmarkt.

Met uitzondering van de ideeënmarkt en de cursus Politiek Actief hebben we ons nog niet gericht op acties om inwoners te stimuleren daadwerkelijk invloed te gaan uitoefenen op de gemeenteraad. In samenhang met de berichten die gericht zijn op het creëren van de behoefte om invloed uit te oefenen (zie stap 3), gaan we dat vanaf 2024 wel doen. Dat gaan we doen door mensen op te roepen in te spreken bij beeldvormende raadsvergaderingen en contact op te nemen met raadsfracties. In vervolg hierop kunnen we de insprekers en andere belangstellenden uitnodigen aanwezig te zijn bij de raadsvergadering waar het betreffende voorstel geagendeerd staat (vooraf gegaan door een introductie op de raadsvergadering).

Met de cursus Politiek Actief proberen we niet alleen om de interesse in de lokale politiek te versterken, maar ook om inwoners te stimuleren om politiek actief te worden. Meerdere deelnemers zijn ook politiek actief geworden. Overigens niet alleen door de cursus, want een aantal van hen was al actief en zag de cursus als een goed instrument om bekend te raken met het lokale politieke systeem.

Tenslotte, voorafgaand aan de gemeenteraadsverkiezingen van 2026 zullen we ons in onze Facebookberichten ook richten op het stimuleren van onze inwoners om te gaan stemmen. Dat heeft echter alleen zin als het ons gelukt is om de interesse in de gemeenteraad te wekken en om de behoefte te creëren invloed te willen uitoefenen op die gemeenteraad.

#### *Een eerste evaluatie*

Uitgaande van het AIDA-model, kunnen we concluderen dat we na ongeveer een half jaar inzetten op raadscommunicatie vooral invulling gegeven hebben aan stap 1 (aandacht krijgen) en stap 2 (interesse creëren):

- Het effect van stap 1 is dat steeds zo'n 500 à 1.500 onze Facebookberichten over de gemeenteraad lezen. Hier mogen we tevreden over zijn. Maar of dat voldoende is om te concluderen dat stap 1 succesvol is? 500 tot 1.500 personen is ongeveer 1 tot 3% van het aantal kiesgerechtigde inwoners van Doetinchem (circa 47.500). Wij denken dat we pas echt succesvol zijn als we met bepaalde berichten minimaal 5% van het aantal kiesgerechtigden bereiken, d.w.z. minimaal 2.500 mensen. Kortom, we zijn wel tevreden met het huidig aantal lezers van onze berichten, maar zien dat aantal als tussenstap naar het doel dat minimaal 2.500 mensen onze (belangrijkste) berichten lezen. Dit doel willen we begin 2026 gerealiseerd hebben.
- We veronderstellen dat degenen die volger zijn van onze Facebookpagina, ook geïnteresseerd zijn. Het effect van stap 2 is dat ongeveer 1.300 mensen volger zijn van de Facebookpagina gemeenteraad Doetinchem. Ook hier mogen we tevreden over zijn. En ook hier is de vraag of dat voldoende is om te concluderen dat stap 2 succesvol is c.q. of dat we pas succesvol zijn als zo'n 2.500 mensen (5% aantal kiesgerechtigden) onze Facebookpagina volgen?
- Los van de vraag wanneer we vinden dat stap 1 en 2 succesvol zijn, kunnen we wel concluderen dat we een goede start hebben gemaakt met onze inzet op raadscommunicatie.
- De vraag is of we met Raad in Actie veel toevoegen aan het interesse wekken voor de gemeenteraad, naast onze Facebookberichten. Wijzelf (de griffie) vinden dat de filmpjes duidelijk verdieping geven en een breder beeld geeft van de gemeenteraad. Dus.....
- In de tweede helft van 2023 de overstap naar stap 3 en 4 maken, lijkt een goed moment. Deze overstap maken zou een dubbel effect moeten hebben: enerzijds zouden meer mensen contact moeten zoeken met raadsfracties en inspreken tijdens beeldvormende raadsvergaderingen, anderzijds zouden meer mensen volger moeten worden van onze Facebookpagina en/of onze facebookberichten lezen.

#### *Tijdsbeslag raadscommunicatie*

Tot op heden pakt de griffie raadscommunicatie op binnen de bestaande formatie. De griffie ervaart dat dat wel 'schuurt'. Het wekelijks aandacht besteden aan goede Facebookberichten en meedenken over de Raad in Actie-filmpjes lukt niet altijd. Voor het verder vormgeven van het inwonerportal bij het bis, heeft de griffie geen tijd. Het verder uitbouwen van raadscommunicatie is volgens de griffie daarom niet mogelijk met de huidige formatie.

#### *Financieel beslag raadscommunicatie*

De kosten die raadscommunicatie met zich meebrengt (m.n. de kosten voor de Raad in Actie-filmpjes) hebben we in 2023 betaald uit de reguliere griffie- en raadsbudgetten. Die staan daardoor onder druk, wat effect heeft op het totaal aan andere activiteiten die de griffie kan organiseren voor de raad. Raadscommunicatie voortzetten vraagt daarom om een beoordeling van de budgetten die raad en griffie ter beschikking hebben.

## **Bijlage 1 – Presidiumvoorstel en -besluit Raadscommunicatie**

Aan: Presidium  
Van: Marta Schennink, locogriffier  
Datum: 13 september 2022

*29-09 presidium akkoord met de aanvulling dat evaluatie plaatsvindt na een jaar. Alleen als het te veel tijd van de griffie kost of uit budget loopt dan eerder naar presidium; MS*

### **Advies:**

- 1. Akkoord te gaan met het meer invulling geven aan raadscommunicatie door de griffie via:**
  - a. het inwonerportaal gekoppeld aan ons bis (structureel);
  - b. een Facebookpagina (pilot)
  - c. Raad in Actie (pilot)
- 2. Deze invulling na 6 maanden in het presidium te evalueren (april 2023).**

### *Aanleiding*

Vanuit het presidium is verschillende keren aandacht gevraagd voor een betere zichtbaarheid van de gemeenteraad, bijvoorbeeld via [www.doetinchem.nl](http://www.doetinchem.nl). Informatie over de gemeenteraad is op deze website immers niet eenvoudig vindbaar.

De gemeenteraad en griffie hebben al langer de wens om de raad meer zichtbaar te maken voor inwoners. Burgemeester en presidium hebben na de verkiezingen dit voorjaar afgesproken om te werken aan een betere opkomst bij de gemeenteraadsverkiezingen. Een informatieve raadsbijeenkomst hierover is in voorbereiding.

Vooruitlopend op deze informatieve raadsbijeenkomst stellen wij in dit memo voor om meer inhoud te geven aan raadscommunicatie. We willen toe naar structurele inzet van raadscommunicatie om de raad meer zichtbaar te maken en daarmee de betrokkenheid van onze inwoners met de raad te vergroten. Ons voorstel is om hiertoe aan het bis een inwonerportaal toe te voegen en om te experimenteren met twee, elkaar overlappende vormen van raadscommunicatie (Facebook en Raad in Actie).

### *Wat is raadscommunicatie?*

Alle communicatie door en vanuit de gemeenteraad als geheel is raadscommunicatie. Hier doen we al het een en ander aan, zoals de publieksagenda beeldvormende raad, smoelenboek in het bis, aandacht rondom de kinderraad etc.

Het werk van de gemeenteraad en zijn leden kan een stuk zichtbaarder zijn en het beeld naar buiten toe mag positiever. Wij willen graag dat duidelijker is (voor inwoners) wat de rol van de raad is, wie de raad is (zakelijk en persoonlijk) en wat de raad besluit. De kern van raadscommunicatie is een goede positionering en profilering van de raad.

Wij willen onze raadscommunicatie moderniseren in taal en beeld. En verbreden met een inwonerportaal zodat we helder kunnen laten zien wat de gemeenteraad doet. Ons doel is dat meer inwoners bekend zijn met de (leden van de) gemeenteraad en zich meer betrokken voelen bij de gemeente en besluitvorming door de raad.

### **1. Van bis naar een inwonerportaal**

Het bis is een prima site voor het publiceren van (vergader-)stukken van de raad. Het is een openbare werkplek waar onze raadsleden, collega's en journalisten stukken kunnen vinden. Zij kennen de weg omdat er in een vaste structuur wordt gewerkt.

Het inwonersportaal is een vriendelijke, moderne website waarin informatie overzichtelijk staat voor iedereen, ook voor onze inwoners. Het is dé startpagina met relevante, actuele en (digitaal) toegankelijke informatie over de gemeenteraad. Het portaal haalt veel data rechtstreeks uit het bis en zet dit duidelijker in beeld. Daarnaast kan andere informatie toegevoegd worden.

Op het inwonerportaal kan dan bijvoorbeeld de volgende informatie geplaatst worden:

- Nieuws met foto's;
- De raad in één oogopslag met raadsactiviteiten;
- Subpagina's voor de beeldvormende raad, auditcommissie, raads werkgroepen etc.;
- Themamappen weergegeven in een tijdlijn (veel overzichtelijker)
- Een pagina over de kinderraad.

We beginnen eerst met een goed ingerichte basis portaal die we in de loop van het jaar naar eigen inzicht kunnen uitbreiden met diverse functies. GemeenteOplossingen heeft ongeveer een maand de tijd nodig om het inwonerportaal voor te bereiden. Dit betekent dat het portaal in november in de lucht kan zijn.

Een goed voorbeeld is het inwonersportaal van gemeente [West Betuwe](#). Ook de gemeente Groningen is een prima voorbeeld.

Kosten: eenmalige investering € 3.000. Jaarlijks € 850,- voor beheer en hosting. De eenmalige kosten worden gedekt uit het raadsbudget 2022. De jaarlijkse kosten kunnen ten laste komen van de jaarlijkse beheerskosten voor het bis. De griffie heeft in het begin tijd nodig voor het inrichten van het portaal, daarna houden we het bij. In de loop van het jaar kan de griffie het portaal uitbreiden met functies. Dit kunnen wij naar eigen inzicht binnen de werkzaamheden op de griffie organiseren.

## **2. Social media / Facebook (pilot)**

Naast het inwonerportaal willen wij een facebookpagina maken voor de gemeenteraad. Hier plaatsen wij onder meer contactgegevens van raadsleden, nieuwsberichten over de raad, filmpjes van raadsactiviteiten et cetera. We verwijzen naar het inwonerportaal. Inwoners kunnen direct reageren op berichten en vragen stellen aan de griffie over de gemeenteraad. Raadsleden kunnen zich persoonlijk voorstellen. Voorbeeld: [\(1\) Gemeenteraad Castricum | Facebook](#)

We willen na 6 maanden evalueren hoeveel bezoekers de pagina trekt, welke reacties we ontvangen, of berichten worden gedeeld en hoeveel tijd de griffie kwijt is aan het beheer. Om die reden zien we de inzet van Facebook als een pilot van 6 maanden.

Kosten: Er zijn geen directe kosten voor het aanmaken van een facebookpagina. Het inrichten van de pagina kost enige tijd van de griffie, daarna is het een kwestie van bijhouden (minimaal 2 nieuwe berichten per week plaatsen) en ervaren hoe het gaat.

## **3. Raad in actie (pilot)**

In juni 2022 hebben wij de fractievoorzitters geïnformeerd over een serie korte filmpjes waarin fracties zich voorstellen aan de inwoners, aangevuld met een stukje op de Gemeentepagina. We denken dat de opzet voor de filmpjes beter past binnen de bredere aanpak van raadscommunicatie. Vandaar *Raad in Actie* (in plaats van Fractie in Actie).

Raad in Actie is niet eenmalig maar terugkerend, elke twee of drie weken een filmpje. We kunnen aanhaken bij actuele thema's op de agenda van de raad, bijvoorbeeld werkbezoeken, debatten in de gemeenteraad, de ideeënmarkt enz.



De filmpjes van max. 1,5 minuut worden gemaakt door VariaMedia volgens een vast format. Herkenbaar, informeel, actueel. Na vier maanden kijken we of het format werkt en wat de reacties zijn. De bedoeling is Raad in Actie de hele raadsperiode in te zetten.

Kosten: Voor de eerste vier maanden hebben we budget beschikbaar uit het raadsbudget 2022. We schatten de jaarlijkse kosten in op € 10.000 per jaar. Deze kosten kunnen worden gedekt uit het raadsbudget voor 2023. Dit betekent wel dat er minder budget beschikbaar is voor activiteiten die we voor corona vaker organiseerden, bijvoorbeeld het organiseren van gesprekken met inwoners over zorg en ondersteuning. Of het inhuren van een externe schrijver voor het maken van journalistieke stukjes over de raadsvergaderingen.

### **Evaluatie**

Na zes maanden zullen we deze drie activiteiten (inwonerportaal, Facebook en Raad in Actie) evalueren. Wat levert het op, wat kost het en met name: wat betekent het voor de inzet van de medewerkers op de griffie? De evaluatie leggen we voor aan het presidium, met voorstellen hoe het vervolg vorm te geven.