

# RAADSGRIFFIES DIE DE BUITENWERELD NAAR BINNEN HALEN - HOE DAN?

Barbara Belder (communicatieadviseur gemeenteraad Apeldoorn) en David Kok (communicatieadviseur gemeenteraad Almere)

10

## Van de hoofdredacteur

*Digitalisering beïnvloedt ook heel concreet het werken in de democratie. Wat doe je als griffier met de grote online buitenwereld? Barbara Belder en David Kok van de griffies van Apeldoorn en Almere zijn al langer bezig met het online monitoren van social media, en maken daarvan bijvoorbeeld issue-analyses voor hun raadsleden. Ze laten zien wat ze doen en voorzien collega's van concrete tips om hier een start mee te maken.*

---

Ze bestaan nog. Gemeenteraadsleden die niets op of met social media doen. Het zijn de mensen 'die liever de straat op gaan', uitgeprinte stukken lezen, met een pen aantekeningen in kantlijnen schrijven, die de telefoon pakken omdat ze gewoon, menselijk contact willen hebben. Deze raadsleden vervullen anders, maar met net zoveel verve hun werk als de raadsleden met een (meer of minder) indrukwekkende schare volgers op Instagram, Twitter, LinkedIn of Facebook. En die laatste groep zien we natuurlijk ook in de gemeenteraad, steeds meer zelfs.

Bij de Almeerse en Apeldoornse raadsgriffie zoeken we continu naar een manier waarop we alle raadsleden stevig kunnen ondersteunen bij hun werk. Voor ons betekent dat, dat een raadsgriffie anno 2018 niet kan zonder een communicatiefunctie.

Raadscommunicatie is er in de eerste plaats op gericht om aan de inwoners, bedrijven en instellingen duidelijk te maken wat de gemeenteraad doet (rollen en werkzaamheden), wie in de raad zitten en welke besluiten de raad neemt. Doel van raadscommunicatie is het in contact brengen van burgers, bedrijven en instellingen met de raad zodat ze hun verhaal kunnen doen en tegelijkertijd de raad input te geven van wat er speelt in de gemeente. Deze input kan de raad betrekken bij zijn oordeelsvorming.

Tegelijkertijd brengt een communicatieadviseur van de raad de (online) buitenwereld voor alle raadsleden naar binnen. En brengt daar –als het even kan – structuur in aan. Niet alleen voor de 'analoge' raadsleden met weinig ervaring en affiniteit met de online wereld, maar ook voor de raadsleden die wel in dit wereldje vertoeven. En die daar soms door de bomen het bos niet meer zien. Raadscommunicatieadviseurs David Kok en Barbara Belder nemen u mee in hun zoektocht hoe dit vormgegeven zou kunnen worden.

## Mondiger online

Waarom zou je je als raadslid bezig moeten houden met wat er allemaal online wordt geroepen? En waarom zou je als raadsgriffie moeten investeren in manieren om de online wereld in te zetten in raadscommunicatie? De reden is simpel: het verrijkt het werk van een gemeenteraadslid en het kan het bij juiste inzet versterken. Social media hebben burgers mondiger gemaakt en een bredere groep burgers toegang verschaft tot informatie en het hebben van een mening over zaken die binnen een gemeente spelen. Is dat niet precies waar gemeenteraadsleden al jaren om roepen en met participatietrajecten proberen vorm te geven? Inwoners kunnen op onder andere Twitter, Facebook, LinkedIn en Instagram vanuit hun luie stoel hun (meestal openbare) mening geven. De meningen en ideeën van burgers worden tegenwoordig niet alleen meer uitgesproken tijdens verjaardagsfeestjes, maar ook in de publieke ruimtes van het internet. Mensen reageren misschien niet op berichten van de overheid zelf, maar posten zelf wel berichten over rondzwervend afval, afgesloten wegen, etcetera. Dat maakt de mening van een deel van de bevolking voor gemeenteraden gemakkelijker bereikbaar. Uiteraard is het zo dat niet iedereen op social media zit, maar het aantal mensen dat dagelijks actief is op deze kanalen, is inmiddels zo groot, dat reacties een goed extra beeld bieden van het humeur van de stad. Online is niet het antwoord op alle participatiewensen, maar maakt er dus zeker onderdeel van uit.

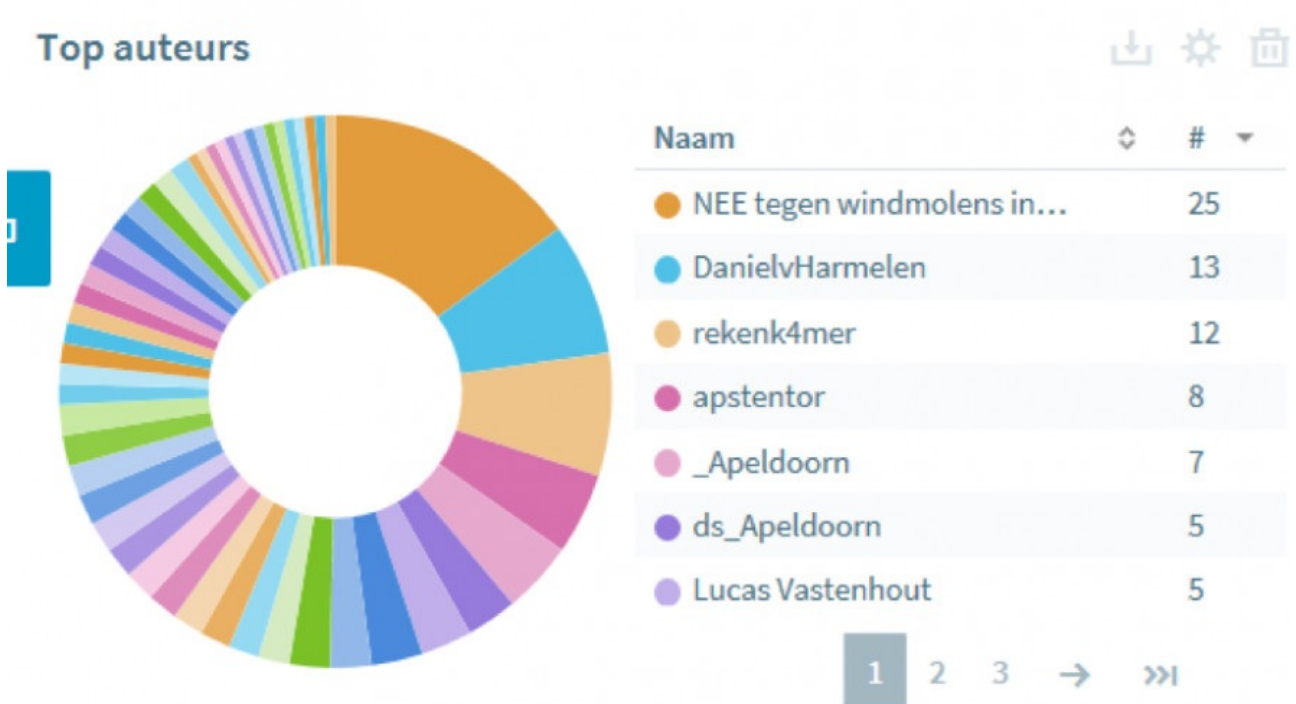
## Online issuemanagement

Issues zijn maatschappelijk controversiële kwesties die vaak worden getriggerd door een (onverwachte) gebeurtenis. Dat is wat anders dan maatschappelijke problemen en mediahypes. Internet en social media zorgen ervoor dat er issues op de maatschappelijke agenda komen die er anders buiten zouden blijven.

Online kunnen gemakkelijk issues opkomen buiten de reguliere politieke agenda om. Soms zijn dat issues die raadsleden actief op kunnen pakken en op de lokale bestuurlijke agenda kunnen zetten. Het kunnen ook issues zijn waar de lokale politiek he-le-maal niet op zit te wachten, maar waar raadsleden als volksvertegenwoordiger wel een rol in krijgen. Als raadsleden een actueel en gestructureerd beeld hebben van wat er in hun stad online speelt, kunnen ze hun volksvertegenwoordigende rol goed vervullen. (online) Issuemanagement wordt hiermee in toenemende mate onderdeel van het gemeenteraadswerk; issuemanagement is het analyseren van maatschappelijke issues, gevolgd door het ondernemen van actie om het issue positief te beïnvloeden of problemen rondom een issue op te lossen. Issuemanagement betekent ook dat je door analyses het ontstaan van issues kunt aan zien komen.

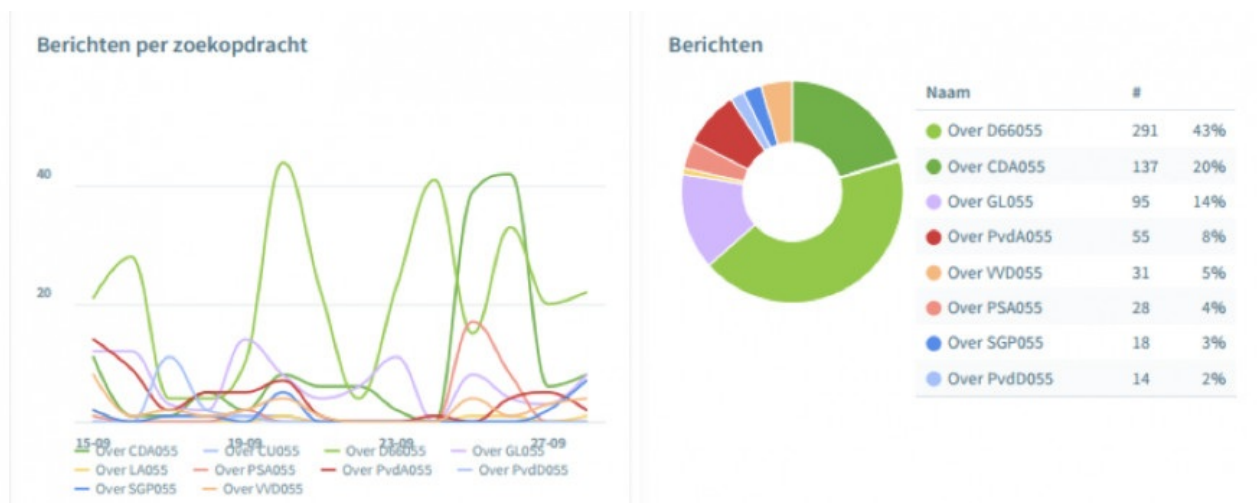
*Voorbeeld: windmolens*

De Apeldoornse raadsgriffie maakte in 2017 een issueanalyse over mogelijke windmolens in de gemeente. Alle raadsleden kregen hiermee als aanvulling op de beleidsstukken een overzicht van wat Apeldoorners op internet over dit onderwerp zeggen. Dat levert geen 100 procent representatief beeld op, maar het geeft wel inzicht in de meningen en argumenten die in de discussie hierover werden gebruikt.



## Online reputatiemanagement

De ontwikkelingen op social media brengt ook voor een gemeenteraad en gemeenteraadsleden de noodzaak met zich mee om actief aan de slag te gaan met online reputatiemanagement. Gemeenteraadsleden die online actief zijn, zijn meer dan ooit zichtbaar en benaderbaar. Dat kan een kwetsbare positie zijn (een website als Politwoops met verwijderde tweets van politici en gedoe rondom nepnieuws maken dit meer dan duidelijk). Serieus aan de slag gaan met reputatiemanagement van raadsleden en de gemeenteraad als geheel is anno 2018 geen overbodige luxe meer. Uiteraard biedt dit ook kansen: een gemeenteraad met actieve online raadsleden die zichtbaar op de hoogte zijn van issues in hun stad, die reageren op wat er lokaal online gebeurt en die een afgewogen vertaalslag van issues naar de raadzaal kunnen maken, leveren een krachtige, positieve bijdrage aan de reputatie van een gemeenteraad.



## Rol van de raadsgriffie

Raadsgriffies moeten een rol kunnen en willen spelen om met online monitoring en issuemanagement de gemeenteraad een plek te geven in het lokale bestuurlijke speelveld. Daar komt meer bij kijken dan het plaatsen van Facebookberichten over de eerstkomende raadsvergaderingen. Juist het opvangen van geluiden uit de lokale samenleving, daarop kunnen inspelen en – nog beter – op kunnen anticiperen, bieden meerwaarde voor de gemeenteraad anno 2018.

## Raadsgriffies die de buitenwereld naar binnen halen – hoe dan?

1. Onderzoek wat de gemeentelijke organisatie kan bieden op het gebied van online monitoring en online issuemanagement.

Steeds meer gemeenten investeren in online monitoring en gebruiken hiervoor social media-tools (zoals Obi4Wan, Coosto, Buzzcapture etcetera) waarmee ze dit kunnen doen. Met dit soort tools kun je online berichtgeving over de gemeenteraad en issues binnen de gemeenten op een overzichtelijke manier in kaart brengen en analyseren. Je ziet steeds meer newsrooms ontstaan: een plek binnen de organisatie waar medewerkers van verschillende disciplines voortdurend monitoren wat er over de gemeente wordt gezegd, om daar waar nodig, snel op te kunnen reageren. Daarbij wordt gebruik gemaakt van monitoring tools die je als Raadsgriffie ook uitstekend kunt gebruiken voor online monitoring voor de gemeenteraad.

Eén van de producties van newsrooms is een dagelijks online media overzicht die per e-mail naar ambtenaren en bestuurders wordt gestuurd. In deze e-mails (in Apeldoorn heten ze de TamTam055, in Almere Fanfare) staat ook hoe en in welke mate er op nieuws en issues wordt gereageerd. Een voor raadsleden interessante informatievoorziening, die dagelijks het humeur van de stad op een presenteerblaadje geeft. Kostbare informatie, want zeker voor een raadslid zeggen de reacties onder online artikelen vaak meer dat het artikel zelf.

In Apeldoorn hebben alle raadsleden een abonnement op deze TamTam. De communicatieadviseur van de raadsgriffie zorgt ervoor (door simpelweg mee te werken aan het maken van deze TamTams) dat ook politieke issues regelmatig in dit overzicht verschijnen en worden geanalyseerd.

## 2. Maak ruimte voor online binnen de raadsgriffie.

Uit een onderzoek naar raadscommunicatie binnen griffies in Nederland (Kok, 2018) blijkt dat er weinig capaciteit is binnen raadsgriffies voor communicatie. Maar 6% van de respondenten van het onderzoek hebben minimaal 1FTE in dienst voor communicatie. Veruit de meeste griffies (60%) hebben minder dan 1 FTE beschikbaar en 35% heeft helemaal geen capaciteit in dienst. Dat betekent dat er weinig tot geen ruimte is om met communicatieonderwerpen bezig te zijn. Driekwart van de griffies in Nederland heeft geen communicatieplan en maar 12% gebruikt één van de eerder genoemde tools voor monitoring van online media.

In Almere is er zo ruimte om, naast de “gewone” werkzaamheden, na te denken over een rapportage die specifiek wordt gemaakt voor de gemeenteraad, en wellicht zelfs per partij. In die rapportage wordt een onderscheid gemaakt in niveaus van informatie: algehele informatie over de gemeente, informatie over relevante onderwerpen die binnen de gemeente spelen (eventueel aangevuld met thema's waar een partij zich op wil focussen), informatie over de politieke partij (wat wordt er online over de partij gezegd) en tenslotte informatie over individuele raadsleden.

Wij vinden dat je als raadsgriffie er bent voor de hele gemeenteraad; van het raadslid dat liever niet online is tot het raadslid met socialbesitas. Een raadsgriffie moet op het gebied van kennis en kunde van online mee kunnen denken met het meest vooruitstrevende raadslid. Bijvoorbeeld door raadsbrede issue-analyses te leveren over onderwerpen die op de raadsagenda staan) Daarnaast moet rekening worden gehouden met het minst online raadslid, bijvoorbeeld door online media-overzichten over de gemeenteraad te maken zodat iedereen kan zien wat er over de gemeenteraad wordt gezegd). De monitoringstools bieden hiertoe ruime mogelijkheden, maar zonder capaciteit zal dit niet tot stand gaan komen.

Ben je dus maar een kleine griffie, kijk dan of er in de ambtelijke organisatie ruimte is om hierin bij te springen.

## 3. Denk niet in 'of-of', maar in 'en-en'.

We leven nog steeds in een tijd waarin de papieren krant en social media naast elkaar bestaan, waarin we nog papieren rapporten maken, maar ook digitale (raads-)informatiesystemen. Dat betekent dat we ons werk als raadsgriffie (voorlopig nog) op verschillende sporen moeten doen: het analoge en het digitale. En waar mogelijk kunnen we deze twee werelden elkaar laten versterken. De online ontwikkelingen zorgen er in ieder geval overduidelijk voor dat de buitenwereld een nadrukkelijker rol krijgt in het werk van de gemeenteraad. Dus voor raadsgriffies een spannende uitdaging om de gemeenteraden te helpen om deze ontwikkeling ten volle te benutten en een stevige positie te behouden in de (online) samenleving.

## Over de auteurs

Barbara Belder (1970) werkt sinds augustus 2009 als communicatieadviseur voor de gemeenteraad Apeldoorn. Daarvoor heeft zij gewerkt als webmanager en als redacteur van digitale media bij onder andere het Rotterdamse openbaar vervoerbedrijf RET. Barbara specialiseert zich op dit moment in (online) issue- en reputatiemanagement voor politici en bestuurders.

<https://www.linkedin.com/in/barbarabelder/>

David Kok (1977) werkt sinds 1 juli 2013 als communicatieadviseur voor de gemeenteraad Almere. Naast zijn werk is David trendwatcher en verzamelde hij (op persoonlijke titel) voor vier boeken 160 publieke cases over onder meer sociale media, online mogelijkheden, open data, co-creatie, participatie en dienstverlening. In 2017 schreef hij, samen met Ewoud de Voogd en Frank de Goede, het boek *Van buiten naar binnen, een visie op klantcontact en interactie in het publieke domein*. In 2018 wordt zijn nieuwe boek over raadscommunicatie verwacht. Tenslotte is hij auteur voor onder meer de platformen Overheid in Contact en Frankwatching.

<https://www.linkedin.com/in/kokdavid/>

## Bronnen

### Online:

Communiceren vanuit de raadsgriffie – Pascale Georgopoulou en David Kok: <http://www.socialmediameetlat.nl/pdf/digiloog/34%20georgkok.pdf>

Newsroom – Gemeente Utrecht - Gemeentepioniers: <https://www.gemeentepioniers.nl/newsroom/>

The Fundamentals of Social Media Analytics – Crimson Hexagon: [https://pages.crimsonhexagon.com/GU-The-Fundamentals-of-Social-Media-Analytics\\_Registration.html](https://pages.crimsonhexagon.com/GU-The-Fundamentals-of-Social-Media-Analytics_Registration.html)

Issues en maatschappelijke problemen – Gerard Bartels (proefschrift): [https://pure.uvt.nl/ws/files/1551468/Bartels\\_issues\\_11-12-2013.pdf](https://pure.uvt.nl/ws/files/1551468/Bartels_issues_11-12-2013.pdf)

### Boek:

Issues en maatschappelijke problemen – Gerard Bartels, 2013

Van buiten naar binnen – klantcontact & interactie in het publieke domein - Frank de Goede, David Kok en Ewoud de Voogd, 2017

Issuedenken – Mayke van Keep en Sybrig van Keep, Boom, 2018