

Memo

Datum Dinsdag 20 april 2021
Aan Het Presidium
Kopie aan
Van Werkgroep Raadscommunicatie
Stellers: Marja de Vries-Adriaanse / Gert Meijer
Betreft Raadscommunicatie
Ons kenmerk

Overleg werkgroep Raadscommunicatie dd 20 april 2021

aanwezig: Friso Teerink, Wim Rijnders, Frans Jansen, Gert Meijer en Marja de Vries.

Gezien het beperkte aantal aanwezige werkgroepleden, wil de werkgroep het gehele voorstel voorleggen aan het presidium en per punt geeft de werkgroep zijn opmerkingen. Het is aan het presidium om er een klap op te geven. Het totale beschikbare budget per jaar, komt uit de formatie van de griffie. Dit is ongeveer € 20.000,- . Het budget zou leidend moeten zijn in de te nemen beslissingen. Een optie vanuit de griffie is om zelf de formatie op iets te hogen, zodat de griffie zelf enkele werkzaamheden in eigen beheer kan nemen i.p.v. via She Knows How. We kunnen dan bekijken wat in eigen beheer gedaan kan worden (bijvoorbeeld social media) en wat via She Knows How gedaan moet worden. Hier staat de werkgroep voor open en wil dit voorleggen aan het presidium als optie.

Adviezen vanuit de werkgroep aan het Presidium:

1. Basis werkzaamheden

Deze moeten gewoon voortgezet worden.

2. Raadzaamschagen.nl/ social media

Het zou goed zijn om af en toe te "boosten" via social media. Op deze manier krijg je een groter bereik.

Elke maand is wat veel, evt. andere frequentie afspreken?

Dit middel kan ook gebruikt worden voor PR van belangrijke zaken zoals komende verkiezingen. Er is een kloof tussen de opkomst landelijk en de opkomst lokaal. Dit moet een boost krijgen en meer gaan leven. Evt. lokale punten uitlichten, beleving inwoners, etc.

3. Nieuwsbrief

Zou een handige optie zijn om dingen samen te vatten wat er heeft plaatsgevonden.

4. Poster/flyercampagne

Eventueel gebruiken voor PR van belangrijke zaken zoals komende verkiezingen. Er is een kloof tussen opkomst landelijk en opkomst lokaal. Dit moet een boost krijgen en meer gaan leven.

5. Raadpraat Magazine/glossy

Het draagvlak voor het magazine is niet hoog. Zeker gezien de kosten en het beschikbare budget. Welke doelgroep willen we hiermee bereiken? Hoe zou dan de verspreiding plaatsvinden?

6. Lokale media

Raad zou gratis op de banner moeten komen van Noordkop Centraal. Zij krijgen een subsidie van de gemeente, dus we zijn al vriend van "Noordkop Centraal". De raad gaat niet betalen voor de banner.

Terughoudend zijn met plaatsen van advertenties. Eventueel wel bij belangrijke zaken zoals bijv. promotie bevordering opkomst verkiezingen.

Plekje reserveren op gemeentepagina van de zondagkrant (Rodi). Moet afgestemd worden met afdeling communicatie

Overall conclusie:

Meer "wat doet de raad", "wat is er zo leuk aan het raadswerk", etc.

Minder "wie is dit en wat doet deze persoon allemaal".

Inspanningen raad meer gaan benoemen en promoten: zo maak je de raad ook zichtbaar.

Aanvullend verzoek/optie vanuit de werkgroep:

Als aanvulling op het huidige plan wil de werkgroep voorleggen om een voorstel te laten maken door She Knows how over de komende verkiezingen (16/3/22).

Het is belangrijk om in de aanloop hier een PR campagne op los te laten.

De lokale opkomst is altijd heel laag, waar ligt dat aan?

Dit zouden we een boost moeten geven door lokale activiteiten of besluiten te promoten...waar staan we voor als Raad. Welke beslissingen heeft raad genomen? Wat kan je hier als burger aan invloed op hebben, etc.

Eventueel starten aan het begin om te promoten wat de raad doet, hoe kom je in de raad, etc. Daarna meer PR op het stimuleren om te gaan stemmen.

Het passief en actief kiesrecht uit te werken en de kloof tussen stemmen landelijk en lokaal dichtert naar elkaar toe te krijgen.

Daarnaast kijken naar de opties voor kiescompas/kieswijzer. Hier zou na de zomer mee gestart kunnen worden Is er een samenvatting over hoe het vorige keer is verlopen? Tips and tricks?

Het voorstel is om dit door She Knows How te laten uitwerken (behalve optie kiescompas/kieswijzer). Deze uitwerking wordt dan besproken in het presidium van juni.