

Formatie 2018 Burgerparticipatie & Overheidscommunicatie

Maatschappelijke opgaven

De samenleving verandert, de overheid verandert mee. De afgelopen jaren hebben we een duidelijke tendens gezien dat gemeente en inwoners op een andere positie ten opzichte van elkaar zijn komen te staan. Was de gemeente in het verleden toch veelal regisseur en begin- én eindpunt van het beleidsproces, steeds meer zien we dat de neiging is om inwoners, ondernemers en maatschappelijke organisaties prominenter bij trajecten te betrekken. De volgende ontwikkelingen kunnen we daarin onderscheiden:

Uitgaande van communicatie als het kanaal vanuit de overheid richting samenleving (maar zeker ook vice versa) betekenen veranderingen in die samenleving ook noodzakelijk aanpassingen in hoe de overheid zich richting inwoners opstelt. Veel gemeenten buigen zich het hoofd over hoe de inwoners (maar ook bedrijven en maatschappelijke organisaties) beter te betrekken bij wat ambtelijk en bestuurlijk gebeurt. Ook in Helmond is hier de afgelopen vier jaar over nagedacht en aan gewerkt. De bestuurscultuur van de periode voor 2014 is ontegenzeggelijk veranderd, maar het bijzonder lage opkomstpercentage tijdens de gemeenteraadsverkiezingen van 21 maart – Helmond had zelfs het laagste percentage van Nederland – toont aan dat ‘we’ er nog niet zijn. Wat de achterliggende oorzaken ook zijn, een dergelijk percentage doet afbreuk aan de democratische legitimiteit van het stadsbestuur. En dus blijft het van belang na te denken over hoe inwoners beter kunnen worden betrokken bij het proces. Dit geldt ook voor de basisdienstverlening richting inwoners. Verschillende gemeenten in Nederland werken al volgens de lijn dat mensen ook voor paspoorten en rijbewijzen niet meer naar het gemeentehuis moeten. Dit beleid is in Helmond nog niet dichtbij.

Veranderingen in het medialandschap vragen ook voor de gemeente Helmond om een nieuwe visie op bestuurscommunicatie. We zien dat veel gemeenten hun maatregelen nemen om inwoners effectief met hun boodschap te bereiken (waarbij het risico op te eenzijdige berichtgeving moet worden vermeden). Daarbij moet worden gedacht aan het hebben van een eigen tv-studio voor opnames en/of het gebruik van een breed scala aan sociale media. Overigens tonen onderzoeken aan dat Facebook en Twitter slechts een zeer beperkt bereik hebben en bovendien al op hun retour zijn.

Ook een goed bereikbaar en volledig op de klant gericht KCC is hiervoor een modaliteit. Crux van het succes binnen communicatie is als traditionele en meer moderne manieren van zenden en ontvangen goed met elkaar versleuteld raken. Zoals de communicatie via internet en social media enerzijds en de dienstverlening via balie of KCC anderzijds. Hierbij moet het belang van het ‘halen van informatie’ bovendien niet worden onderschat. Bij voorkeur moet de hele interne organisatie op de hoogte zijn van wat er ‘buiten’ speelt. Hiervoor is een moderne en dynamische omgevingsanalyse van belang.

Vigerend beleid

De afgelopen bestuursperiode heeft het college van B&W getracht in veel dossiers in nauw contact te staan met de partijen in de stad. Er zijn meer stadsgesprekken gehouden dan in welke eerder bestuursperiode dan ooit. Op thema's als duurzaamheid, het centrum en veiligheid zijn inwoners, ondernemers, maatschappelijke organisaties en experts nauw betrokken bij de planvorming en ook rondom de mogelijke komst van

vluchtelingen zijn inwoners in de gelegenheid gesteld vooraf hun mening te geven. Binnen het Sociaal Domein is met initiatieven als het Stadslab getracht meer het initiatief bij inwoners te laten. Het college van B&W heeft elk jaar alle wijken van Helmond bezocht en bij enkele wethouders stond de deur geregeld open voor een inloopspreekuur.

In 2015 is de evaluatie van het wijkgericht werken, met de titel 'Samen denken, samen doen' vastgesteld. Een van de uitkomsten was dat de communicatie richting bewoners en de vormen van samenwerking essentieel zijn om met elkaar succes te behalen. Er is een trend zichtbaar dat mensen zich minder snel voor een langere periode als vrijwilliger aan een initiatief verbinden. Veel eerder zijn ze hiertoe geneigd als het over specifieke thema's en een afgebakende periode gaat.

De afgelopen twee jaar is, parallel aan de organisatieontwikkeling, een belangrijke slag gemaakt richting het meer van buiten naar binnen denken. Dit heeft erin geresulteerd dat de gemeente steeds actiever wordt op sociale media, al moet hierbij worden aangetekend dat dit vooralsnog beperkt blijft tot Facebook en Twitter. Doel is inwoners de service en informatie te geven die zij in de moderne tijd van een gemeente mogen verwachten. In dit licht moet ook naar de bestuurscommunicatie worden gekeken. De realiteit van dit moment is dat enkele bestuurders zich zeer actief tonen via hun eigen kanalen. Voor anderen geldt dat ze dit zelden of nooit doen. Willen gemeente én bestuur daadwerkelijk toe naar een meer actieve en gestuurde manier van communicatie met de stad, dan is het belangrijk dat dit consequent en eenduidig gebeurt.

Financiële middelen

Inwonersparticipatie hoeft op zich geen - significante - extra lasten voor de gemeente met zich mee te brengen. Natuurlijk kost het organiseren van een burgertop of inspraakavonden geld, maar daar tegenover staat dat het vroegtijdig betrekken van inwoners in een later stadium juist uitgaven kan schelen. Wel moet richting toekomst rekening worden gehouden met de middelen die nodig zijn om als gemeente aan te sluiten bij de moderne digitale ontwikkelingen en bij het zo gewenste "van buiten naar binnen" denken. Hoewel de afgelopen jaren slagen zijn gemaakt, loopt de gemeente Helmond op dit moment nog achter in het gewenste service- en communicatieniveau. Hiervoor zijn deels investeringen in de digitalisering nodig zoals benoemd zijn in het overdrachtsdossier (in totaal € 2,4 miljoen, nog niet gedekt).

Puur vanuit communicatie moet worden geconcludeerd dat omgevingsanalyses nog niet standaard worden opgesteld en dat de middelen om eigen digitale (social media) kanalen te vullen zich nog in een beginstadium bevinden. Wanneer ervoor gekozen wordt hierin een slag te maken, dan kan dit incidenteel geld kosten. Structureel (bijvoorbeeld voor het aannemen van Fte's) hoeft dit niet per se tot een vraag naar meer middelen te leiden, omdat activiteiten die nu worden gedaan wellicht kunnen worden beëindigd.

Verkiezingsprogramma's

In de verkiezingsprogramma's van alle onderhandelende partijen wordt aandacht besteed aan de wijze waarop de gemeente moet omgaan met haar inwoners. Over de brede linie kan worden gesteld dat alle partijen vóór meer burgerparticipatie zijn, al

verschilt de invulling hiervan. De communicatie vanuit de gemeente moet constant aansluiten bij maatschappelijke ontwikkelingen als digitalisering, zo wordt gesteld.

GroenLinks geeft aan trots te zijn een positieve bijdrage te hebben geleverd aan het openbreken van de Helmondse bestuurscultuur en wil deze lijn graag continueren. Dit betekent dat ook initiatieven uit de oppositie een kans moeten krijgen. Richting de inwoners wil GroenLinks meer aandacht voor vernieuwende manieren van inspraak, zoals burgertoppen. De digitale communicatie met inwoners is belangrijk. Groepen die minder makkelijk communiceren met de gemeente, zoals laaggeletterden en digibeten, moeten maatgerichte ondersteuning krijgen.

De VVD vindt dat inwoners beter inzicht moeten krijgen waar belastinggeld aan wordt besteed. De gemeentelijke organisatie moet zich gaan kenmerken door haar flexibiliteit, efficiëntie, slagvaardigheid, probleemoplossend vermogen en klantgerichtheid. De VVD wil streven naar “veel affiniteit van de werkzame ambtenaren met de stad”. Dit zou de kwaliteit van de te ontwikkelen initiatieven verhogen.

De SP is tegen “plannenmakerij vanuit een kantoor”, maar wil beleid opstellen met de directe inbreng van betrokkenen. De partij wil een continuering van de wijze waarop de afgelopen vier jaar inwoners via spreekuren, wijkbezoeken, beginspraakavonden, meedenksessies, het Stadslab en het Stadsleerbedrijf konden meepraten en meedoen. Burgerinitiatieven worden aangemoedigd en – indien mogelijk – ook uitgevoerd.

Lokaal sterk constateert dat inwoners steeds minder voor lange termijn actief willen zijn als vrijwilliger of lid van een wijkraad. De gemeente zou daarop moeten inspelen. Onder meer door leidend en besluitvaardig voorop te lopen, en via die lijn inwoners ook te faciliteren in hun participatie. Daarbij is de stem en positie van wijkraden voor Lokaal sterk essentieel. Ook het voortbestaan van wijkaccommodaties is belangrijk, zeker in het tegengaan van een isolement van ouderen en mensen met een beperking. Het sluiten van deze locaties zonder goede alternatieven keurt Lokaal sterk dan ook af. Aangezien mensen zich steeds meer tot hun wijk aangetrokken voelen, moet de gemeente initiatieven uit wijken (zoals buurtpreventie) meer stimuleren. Dit geldt ook voor lokale communicatiekanalen, zoals de wijkbladen. Van het bestuur verwacht de partij een zeer transparante houding, met wijkwethouders en open spreekuren.

D66 wil dat Helmond een voortrekkersrol op zich neemt door te experimenteren met vernieuwende vormen van democratie en participatie. Democratische vernieuwing, transparantie en het durven experimenteren moeten wat D66 betreft in het DNA van het stadsbestuur, en daarmee van de gemeentelijke organisatie komen. Voorbeeld hiervan is dat meer informatie uit eigen beweging openbaar wordt gemaakt. Het aantal besloten vergaderingen, ook met de gemeenteraad, dient tot een minimum te worden beperkt. D66 hecht veel waarde aan de rol van wijkraden. Wijkregisseurs van de gemeenten moeten hieraan ondersteunend zijn en wijkraden moeten de vrijheid hebben om hun budgetten te besteden. D66 wil de stadsgesprekken nieuw leven inblazen. Dit moet ertoe leiden dat een meer divers publiek hieraan deelneemt. De partij richt zich daarbij expliciet ook op jongeren die meer aan de gemeente gebonden moeten worden. Om dit te bereiken wil D66 inzetten op jongerenparticipatie en op gastlessen van raadsleden.

Regionale samenwerking

Burgerparticipatie en overheidscommunicatie zijn begrippen die in eerste instantie lokaal vorm krijgen. Als stadsbestuur is het de kunst om een toon en stijl te hanteren die bij de inwoners van de eigen stad past. Wel is het zo dat de regionale samenwerkingsverbanden, zoals Brainport Development en de Metropoolregio Eindhoven, in sommige gevallen een beroep doen op de ambtelijke expertise van medewerkers van de gemeenten Helmond en Eindhoven. Dit was bijvoorbeeld zichtbaar bij de Brainport Nationale Actieagenda en de herpositionering van de MRE. Om de aanhaling met andere organisaties in de stad te hebben, en via die weg ook inwoners en ondernemers beter kunnen te bereiken, wordt de overheidscommunicatie veelal ook afgestemd met partijen als woningcorporaties, de LEVgroep en wijkraden. Als centrale actor binnen het totale netwerk proberen we daar als gemeente een sterke rol in te pakken.