

Rekenkamer Alblasserdam

Rekenkamerbrief Raadscommunicatie

Datum: 2 november 2020

Bijlage: Betrokkenheidsanalyse

Geachte leden van de gemeenteraad,

In de afgelopen maanden heeft de Rekenkamer Alblasserdam onderzoek gedaan naar de externe communicatie van de gemeenteraad van Alblasserdam. Met dit onderzoek wil de rekenkamer handvatten meegeven aan de gemeenteraad voor nadere invulling van de relatie tussen gemeenteraad en samenleving. Centraal in dit onderzoek staan de betrokkenheidsprofielen. Dit houdt in dat er een analyse is gemaakt van de aanwezige profielen in de gemeente Alblasserdam, en ook waar de verschillende profielen zich bevinden binnen de gemeente. Het doel van het onderzoek is om een handelingsperspectief mee te geven aan de gemeenteraad aan de hand van de betrokkenheidsprofielen, zodat de gemeenteraad zijn veranderende rol op het gebied van inwonersparticipatie kan vormgeven.

De brief gaat allereerst in op de aanleiding van dit onderzoek. Vervolgens komen de vraagstelling en onderzoekverantwoording aan bod. En tot slot leest u de bevindingen van het onderzoek en concrete tips voor de gemeenteraad van Alblasserdam.

Waarom dit onderzoek?

Aanleiding

De gemeenteraad staat in continu contact met de samenleving. Een doelmatig en doeltreffend communicatiebeleid is daarbij cruciaal, niet alleen voor het betrekken van inwoners, maar juist ook voor het creëren en behouden van draagvlak voor gemeentelijk beleid.

In elke gemeente is er een groep inwoners die zeer geïnteresseerd is in de lokale politiek. Deze groep, ook wel de participatie-elite genoemd, is vaak aanwezig bij inspraak- en informatieavonden. Maar er zijn ook andere groepen die graag betrokken willen zijn. De vraag voor veel gemeenten is hoe de gemeente ook deze groepen kan bereiken.

Doelstelling

In het onderzoek staat enerzijds beleid centraal (welke ambities heeft de gemeenteraad, wat is het beleid) en anderzijds de communicatievoorkeuren van inwoners (middels een betrokkenheidsanalyse). Op basis hiervan kan de rekenkamer de gemeenteraad inzicht geven in het huidige beleid en in de beweegredenen, keuzes

en communicatievoorkeuren van de inwoners van Alblasserdam, om vervolgens handelingsperspectief te schetsen voor de gemeenteraad op het gebied van communicatie. Het onderzoek kan handvatten opleveren en inzicht bieden in de vormen van communicatie die aansluiten bij verschillende inwonersgroepen in Alblasserdam. Dat inzicht kan de gemeenteraad benutten bij het communiceren met zijn inwoners.

Vraagstelling

De hoofdvraag van het onderzoek luidde:

In hoeverre sluit het raadscommunicatiebeleid aan bij de in de gemeente Alblasserdam aanwezige betrokkenheidsprofielen, en welk handelingsperspectief kan op basis hiervan meegegeven worden aan de raad?

De hoofdvraag is beantwoord aan de hand van de onderstaande deelvragen:

1. Hoe ziet het extern communicatiebeleid van de gemeenteraad van Alblasserdam er uit?
 - a. Wat zijn de ambities van de gemeenteraad met betrekking tot raadscommunicatie en op welke wijze is dat vastgelegd in beleidskaders?
 - b. Welke instrumenten en werkwijzen hanteert de gemeenteraad voor raadscommunicatie?
 - c. In welke mate houdt de gemeenteraad rekening met de samenstelling van doelgroepen bij zijn externe communicatie?
2. Welke betrokkenheidsprofielen zijn vertegenwoordigd in de gemeente Alblasserdam en welke communicatievoorkeuren passen hierbij?
3. Hoe kan de raadscommunicatie van de gemeente Alblasserdam (beter) aansluiten bij de communicatievoorkeuren van haar inwoners?

Onderzoeksverantwoording

Voor dit onderzoek heeft de rekenkamer communicatiedocumenten geanalyseerd die door de griffie aan de rekenkamer beschikbaar zijn gesteld. Er is een betrokkenheidsanalyse van de gemeente Alblasserdam uitgevoerd door het bureau Citisens.¹ Daarnaast heeft een interview plaatsgevonden met de burgemeester en griffier. De bevindingen zijn gebundeld in deze rekenkamerbrief en die is op 29 oktober aangeboden aan de griffier voor een toets op de feitelijke bevindingen. Op 30 oktober ontving de rekenkamer een reactie. Op 2 november is deze brief aangeboden aan de gemeenteraad.

¹ Onderzoeksbureau Citisens (door Necker van Naem) is expert op het gebied van het vergroten van betrokkenheid en heeft een eigen model ontwikkeld waarin verschillende typen inwoners onderscheiden worden die van elkaar verschillen in participatievoorkeuren en vertrouwen in de overheid. Meer informatie over de Citisens-methode is opgenomen in de bijlage.

Bevindingen

Deel 1 - De situatie in Alblasserdam

In dit eerste deel worden de ambities van de gemeenteraad met betrekking tot raadscommunicatie beschreven, evenals de inzet van instrumenten, werkwijzen en doelgroepenbeleid (deelvragen 1a, 1b en 1c).

Ambities en doelstellingen

Informeren en betrekken van inwoners

Voor de gemeenteraad blijken twee ambities centraal te staan in de communicatie: inwoners informeren en inwoners betrekken. Het betrekken van inwoners staat met name centraal in de Samenlevingsagenda. Deze agenda is een uitwerking van ambities uit het coalitieakkoord en in de uitvoering staat de samenwerking met betrokkenen uit Alblasserdam centraal. Niet alleen het bestuur staat hiermee voor de taak om inwoners, ondernemers, maatschappelijke instellingen en andere belanghebbenden te betrekken, er is ook een rol weggelegd voor de raad en samenleving om stappen te zetten in de uitvoering van ambities en acties.² De Samenlevingsagenda is bij de totstandkoming ervan in 2014, door de gehele gemeenteraad omarmd.

Als belangrijke randvoorwaarde voor het betrekken van samenleving en partners bij de Samenlevingsagenda 2.0 wordt genoemd, dat dit dient te gebeuren op een manier die aanspreekt en uitnodigt. Hierbij wordt gesproken over de vormgeving, herkenbaarheid in de communicatie-uitingen en het door ontwikkelen van communicatieconcepten met behulp van de ambtelijke organisatie en een communicatiebureau.³

Recent aandacht voor zichtbaarheid van gemeenteraad

Naast de ambities om inwoners te informeren en te betrekken, heeft de raad ook de ambitie om zichtbaar te zijn voor/in de samenleving. Recent is hier extra aandacht voor gekomen door de opening van het verbouwde gemeentehuis 'de Rederij'. In dit kader is vanuit de raad eenmalig een werkgroep bijeengekomen om na te denken over activiteiten om, samen met andere in het pand gevestigde partijen, de verbinding te maken met inwoners. Bijvoorbeeld door in combinatie met de in pandige bibliotheek bijeenkomsten met inwoners te organiseren. Daarnaast is er in het presidium aandacht voor communicatie vanuit de raad en de mogelijkheden hieromtrent. Fractievoorzitters leggen bij de bespreking van de voorraadagenda geregeld de vraag op tafel hoe men over bepaalde onderwerpen wenst te communiceren.

² Gemeente Alblasserdam (2018). Eerste aanzet Samenlevingsagenda 2.0 Van Samen Doen naar Samen Versterken.

³ Gemeente Alblasserdam (2018). Eerste aanzet Samenlevingsagenda 2.0 Van Samen Doen naar Samen Versterken.

Tijdens de coronapandemie is het belang van raadscommunicatie duidelijker geworden. Er is meer dan voorheen inzet nodig om inwoners te bereiken nu fysieke bijeenkomsten worden beperkt. Dit mondde uit in een initiatief van het presidium voor een videoboodschap aan inwoners. Ook worden gemeenteraadsvergaderingen live uitgezonden op het YouTube-kanaal en via de website van de gemeente Alblasserdam.

Werkwijzen en instrumenten

Gemeenteraad communiceert via traditionele kanalen en sociale media

Er zijn een aantal vaststaande momenten en mogelijkheden voor de gemeenteraad om te communiceren. Een daarvan is 'Blik op de raad', een gedeelte in het lokale nieuwsblad waarin fracties de gelegenheid krijgen om een stuk tekst aan te leveren. De fracties zenden afzonderlijk teksten in over een zelfgekozen thema. Vaak blikken zij hierin terug op de afgelopen vergadering. Daarnaast worden raadsleden geregeld uitgenodigd bij Klokradio, de lokale omroep van Alblasserdam en Molenlanden, om een programma te vullen. Tenslotte weten lokale journalisten de gemeenteraad te vinden. De beheerder van de lokale nieuwspagina alblasserdamnieuws.nl en een journalist van de Klaroen zijn bij gelegenheid aanwezig bij raadsvergaderingen en schrijven hier achteraf over.

Daarnaast maakt de gemeenteraad gebruik van de eigen communicatiekanalen, te weten Twitter, YouTube en de eigen webpagina. Op Twitter worden vergaderingen aangekondigd en video's van YouTube gedeeld. Het account wordt beheerd door de griffie. Op YouTube wordt gebruikgemaakt van het account van de gemeente, vanwege het grotere bereik. De gemeenteraad zet YouTube voornamelijk in voor het streamen van raadsvergaderingen. Op de webpagina van de gemeenteraad zijn contactgegevens van de raadsleden, de agenda's en vergaderstukken en informatie over de spelregels van de raad te vinden. Ook zijn hier geluidsfragmenten van vergaderingen terug te luisteren.

Raadsbrede communicatie komt ad hoc tot stand

Gezamenlijke communicatie vanuit de gemeenteraad rondom onderwerpen die spelen komt nu voornamelijk ad hoc tot stand. De raad is niet structureel in gesprek over raadscommunicatie. Er zijn geen gezamenlijke uitgangspunten geformuleerd en er is niet afgestemd op welke momenten de raad als collectief communiceert, dan wel wanneer de communicatie wordt overgelaten aan fracties of individuele raadsleden. Als er initiatieven voor raadscommunicatie zijn, worden altijd in het presidium besproken en uitgewerkt. Per onderwerp wordt nagegaan hoe de communicatie wordt georganiseerd en of dit wordt uitgevoerd door de afdeling communicatie van de gemeente of door de griffie. Ook het budget voor de raadscommunicatie staat niet vast. De griffier heeft een aantal uur per jaar beschikbaar voor raadscommunicatie, en daarnaast wordt er per onderwerp nagegaan welk budget hiervoor beschikbaar is vanuit de organisatie.

Doelgroepen

De gemeenteraad van Alblasserdam heeft geen doelgroepen geformuleerd voor zijn communicatie. Wel is er regelmatig aandacht voor de vraag hoe men ook de inwoners

bereikt die op dit moment nog niet worden bereikt. In werksessies is het belang hiervan regelmatig door raadsleden benoemd. Ook in de evaluatie van het proces rondom de Samenlevingsagenda 1.0 (2018) is geadviseerd oog te hebben voor degenen die niet aan de Samenlevingsagenda meedoen.⁴ Het blijkt echter niet altijd eenvoudig om nieuwe doelgroepen te betrekken. Zo is er eens een jongerenbijeenkomst geweest, maar bleek het vervolgens lastig deze groep vast te houden.

Ambities en werkwijzen niet vastgelegd in raadscommunicatiebeleid

Wat opvalt is dat ambities, doelstellingen en werkwijzen rondom raadscommunicatie niet zijn vastgelegd in beleid. De genoemde ambities komen naar voren op basis van andere beleidsdocumenten, huidige communicatie-uitingen en het in het kader van dit onderzoek gevoerde gesprek met de burgemeester en griffier. De huidige werkwijzen lijken afgestemd op communicatiekanalen die de gemeente zelf heeft, of wel die extern beschikbaar worden gesteld (bijvoorbeeld lokale krant en radiozender). Hieraan ligt geen beleid ten grondslag waarin bewuste keuzes zijn gemaakt en waarop de uitvoering is gebaseerd. Deze bevinding wordt ook ondersteund door de evaluatie van de Samenlevingsagenda 1.0 (2018), waaruit blijkt dat de rol van de raad in de totstandkoming en uitvoering van de samenlevingsagenda onduidelijk was. Daarbij gaat het zowel om de rol van de raad in het proces van individuele dossiers (wanneer wordt de raad betrokken, welke taken heeft hij) als over de rol van de raad richting de samenleving (vanuit de samenleving werd op sommige dossiers geklaagd over 'radiostilte'). In de evaluatie wordt hierover gezegd: "werken met de samenleving is continu werken aan communicatie".⁵ De evaluatie leidt tot gesprek tussen raad en college over rollen en taken met betrekking tot de samenlevingsagenda (zie ook hieronder 'best practices'), maar leidt niet tot een breder gesprek in de raad over communicatiedoelen en -werkwijzen.

Goede voorbeelden uit de praktijk

In de afgelopen periode is de gemeenteraad zoekende geweest naar zijn rol in de Samenlevingsagenda en richting de samenleving. Dit heeft geleid tot nieuwe manieren waarop raadsleden in contact stonden met de inwoners van Alblisserdam. Zo zijn er in het kader van het gemeentelijk verkeers- en vervoersplan gesprekken met de samenleving gevoerd, waarbij raadsleden de rol van gespreksleiders op zich hebben genomen. En bij de herinrichting van de wijk Blokweer heeft de gemeenteraad een rol op zich genomen bij de afweging tussen straat-, wijk- en dorpsbelangen. Door middel van een wijkschouw en een bewonersavond is informatie uit de wijk opgehaald. De besluitvorming en hierbij behorende afwegingen zijn helder gecommuniceerd met de bewoners.

⁴ Rekenkamercommissie Alblisserdam (2018, 27 november). Klaar voor de start: De samenwerking tussen college en raad van Alblisserdam bij de uitvoering van de Samenlevingsagenda 2014-2018.

⁵ Evaluatie Samenlevingsagenda 'Samen doen' 2014-2018 (2018), p. 9.

Deel 2 – Betrokkenheidsanalyse Alblasserdam

Deze paragraaf beschrijft welke betrokkenheidsprofielen vertegenwoordigd zijn in de gemeente Alblasserdam. Aan de hand van enkele diagrammen wordt duidelijk welke communicatievoorkeuren (bijvoorbeeld kanalen en *relevante thema's*) bij de verschillende profielen passen (deelvraag 2).

De analyse

In het kort hoe het werkt

De betrokkenheidsprofielen categoriseren op basis van big data inwoners in acht onderscheidende groepen die van elkaar verschillen in participatievoorkeuren en vertrouwen in de overheid. Van elke groep zijn achtergrondkenmerken zoals leeftijd, welvaart en opleidingsniveau bekend. Door een landelijk dekkende database weten we het betrokkenheidsprofiel van elk huishouden in Nederland. Op basis van deze gegevens heeft Citisens een gebiedsanalyse uitgevoerd voor de gemeente Alblasserdam. Daarmee is in kaart gebracht wat de samenstelling van de gemeente is, ingedeeld naar de groepen inwoners. Op basis hiervan ontstaat een beeld van de betrokkenheid van inwoners bij de eigen leefomgeving, hun vertrouwen in instituties, participatiegedrag en communicatievoorkeuren.⁶

Gebiedsanalyse Alblasserdam

In Alblasserdam zijn de profielen Geïnformeerde Gezinsdrukte (27%) en Gevestigde Beïnvloeders (21%) het grootst. In vergelijking met Nederland, zijn beide groepen oververtegenwoordigd in de gemeente. Bijna de helft van de inwoners van Alblasserdam behoort tot één van deze groepen. Bij de keuze voor communicatiemiddelen en participatiemethoden is het daarom belangrijk om rekening te houden met de voorkeuren van deze twee groepen. Naast de Geïnformeerde Gezinsdrukte en Gevestigde Beïnvloeders, zijn de profielen Honkvaste Buurtbewoners (17%) en Zorgzame Senioren (13%) ook goed vertegenwoordigd in de gemeente. Waarbij de Zorgzame Senioren in vergelijking met heel Nederland, oververtegenwoordigd zijn in Alblasserdam.

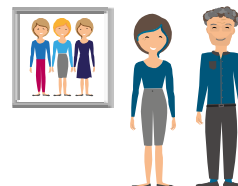
De betrokkenheidsprofielen zijn gekoppeld aan de zes positie postcode in Alblasserdam. Hiermee kan gekeken worden welke groepen inwoners waar in de gemeente wonen. De populatie in de wijken in Alblasserdam is dan ook niet overal hetzelfde. Bijvoorbeeld in Kinderdijk en Blokweer zien we naast de Geïnformeerde Gezinsdrukte een grote groep Honkvaste Buurtbewoners. In Souburgh is daarnaast de groep Zorgzame Senioren relatief groot, samen met de Gevestigde Beïnvloeders. De samenstelling van de gemeente, maar ook de verschillen tussen de wijken biedt de gemeenteraad mogelijkheden om gericht contact te maken met verschillende inwoners. Hiermee kunnen naast de inwoners die zeer betrokken zijn, ook inwoners bereikt en betrokken worden die uit zichzelf minder goed de weg naar de gemeente vinden.

⁶ Zie bijlage voor een uitgebreide toelichting op de betrokkenheidsprofielen en de volledige analyse van de betrokkenheidsanalyse in Alblasserdam.

Wat het betekent⁷

Gevestigde Beïnvloeders

De Gevestigde Beïnvloeders is een groep inwoners die bekend is met het reilen en zeilen van de gemeente. Dit is een groep die voor de gemeente vaak bekend is.

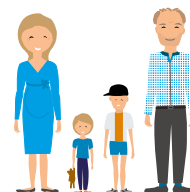


Zij weten waar zij informatie van de gemeente kunnen vinden en zijn betrokken bij wat er gebeurt op gemeenteniveau.

Inwoners die tot deze groep behoren zijn vaak aanwezig bij inloopavonden, maar weten ook wanneer ze kunnen inspreken bij een raadsvergadering. De meeste klassieke communicatiemiddelen van de gemeente (raad) passen goed bij deze groep.

Geïnformeerde Gezinsdrukte

De Geïnformeerde Gezinsdrukte is een groep die juist minder heeft met klassieke communicatie- en participatievormen, zoals het weekblad en inloopavonden. Dit is een groep die wel geïnteresseerd is in wat er in de gemeente gebeurt, maar voor wie de drempel om 's avonds tijd vrij te maken voor een avond/raadsvergadering hoog is. Deze groep is beter te bereiken door hen op te zoeken op plekken waar zij toch al komen: bijvoorbeeld via online nieuwsplatforms.



Honkvaste Buurtbewoners

Inwoners die behoren tot de groep Honkvaste Buurtbewoners hebben een redelijk laag vertrouwen in de overheid. Ze geloven dat zij weinig invloed hebben op de politiek en voelen zich vaak niet gehoord door de overheid. Deze groep voelt zich wel betrokken bij de lokale leefomgeving, maar vermijdt het directe gesprek met de gemeente.



Honkvaste Buurtbewoners volgen het nieuws op Facebook en via hun eigen netwerk. Ze worden het liefst via hun eigen netwerk (familie, vrienden, buurtbewoners) uitgenodigd om te participeren in een initiatief of project, waarbij 'meedoen' voorop staat, in plaats van 'meedenken'.

Zorgzame Senioren

Zorgzame Senioren hebben relatief weinig vertrouwen in de gemeente en in instituties. In vergelijking met andere profielen scoren deze inwoners ook laag op betrokkenheid, zowel in zich betrokken voelen als overgaan tot maatschappelijke of politieke actie. Als ze iets doen, is het een politieke partij benaderen. Deze groep wordt bovengemiddeld graag geïnformeerd



⁷ De betrokkenheidsprofielen worden uitgebreid toegelicht in de bijlage (zie p. 16 voor Honkvaste Buurtbewoners, p. 18 voor Geïnformeerde Gezinsdrukte p. 26 voor Gevestigde Beïnvloeders en p. 28 voor Zorgzame Senioren).

via het huis-aan-huis blad en als het aankomt op meedenken over de direct leefomgeving, dan doen ze dit graag via een papieren enquête.

Communicatievoorkeuren

Algemene trend in Nederland als het gaat om communicatie en participatie

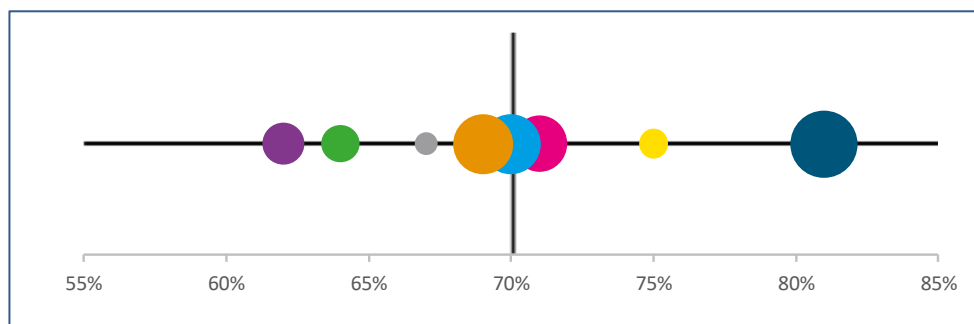
In de bijlage is per betrokkenheidsprofiel weergegeven welke voorkeuren zij hebben op het gebied van communicatie en participatie. Daarnaast blijkt uit het onderzoek dat ten grondslag ligt aan de betrokkenheidsprofielen een aantal algemene voorkeuren van inwoners van Nederland:

- Nederlanders hebben een voorkeur voor meedenken (planvorming), wanneer hen gevraagd wordt op welke manier zij het liefst participeren.
- Nederlanders participeren graag omdat zij gehoord willen worden als inwoner. Dit is het belangrijkste motief.
- Specifiek gekeken naar aanpassingen in de eigen leefomgeving, worden inwoners het liefst geïnformeerd via een bewonersbrief per post.
- Nederlanders willen het liefst hun mening geven via een online enquête. Voor alle betrokkenheidsprofielen geldt dat dit hun voorkeursmethode is.

Huis-aan-huisblad, krant en online platforms zijn belangrijke kanalen voor inwoners in Alblasserdam

Naast de algemene inzichten (zie voorgaand kopje) zijn er verschillen tussen de betrokkenheidsprofielen, bijvoorbeeld als het gaat om de manier waarop zij nieuws volgen of op welke manier zij betrokken willen worden. Voor de betrokkenheidsprofielen die in Alblasserdam voornamelijk voorkomen zien we dat Gevestigde Beïnvloeders vaker de krant gebruiken om nieuws te volgen, terwijl de Geïnformeerde Gezinsdrukte online nieuwsplatforms als belangrijke nieuwsbron heeft. Honkvaste Buurtbewoners gebruiken bij voorkeur het lokale huis-aan-huisblad en ook voor de Gevestigde Beïnvloeders is dit een belangrijke bron.

Figuur 1: Nieuws volgen via krant (digitaal of papier)



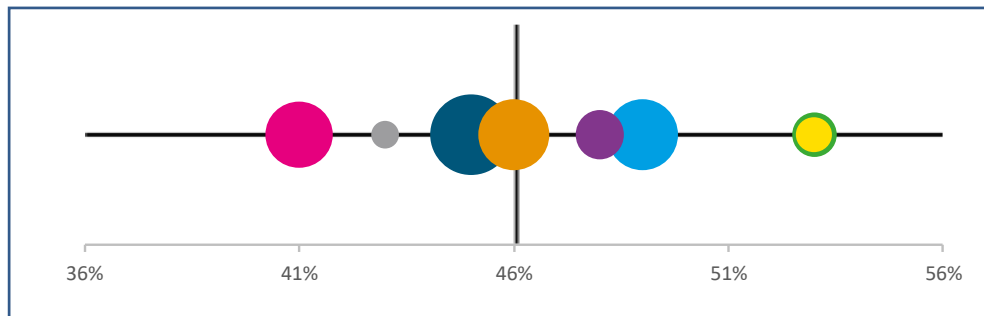
Legenda

Kritische Vernieuwers	Zelfbewuste Aanpakkers
Stadse Nomaden	Zorgzame Senioren
Geïnformeerde Gezinsdrukte	Honkvaste Buurtbewoners
Gevestigde Beïnvloeders	Eigengereide Digitalen

Voorkeuren voor het meedenken over inrichting van de buitenruimte

Op basis van de betrokkenheidsprofielen is bepaald op welke manier inwoners behorend tot deze groep het liefst willen meedenken als het gaat om aanpassingen in de eigen leefomgeving (openbare ruimte). Voor elk van de twee grootste profielen in Alblasterdam is een ander kanaal het meest passend. Voor Geïnformeerde Gezinsdrukte geldt dat zij graag online meedenken, terwijl de Gevestigde Beïnvloeders relatief vaker de voorkeur geven aan een bewonersavond.

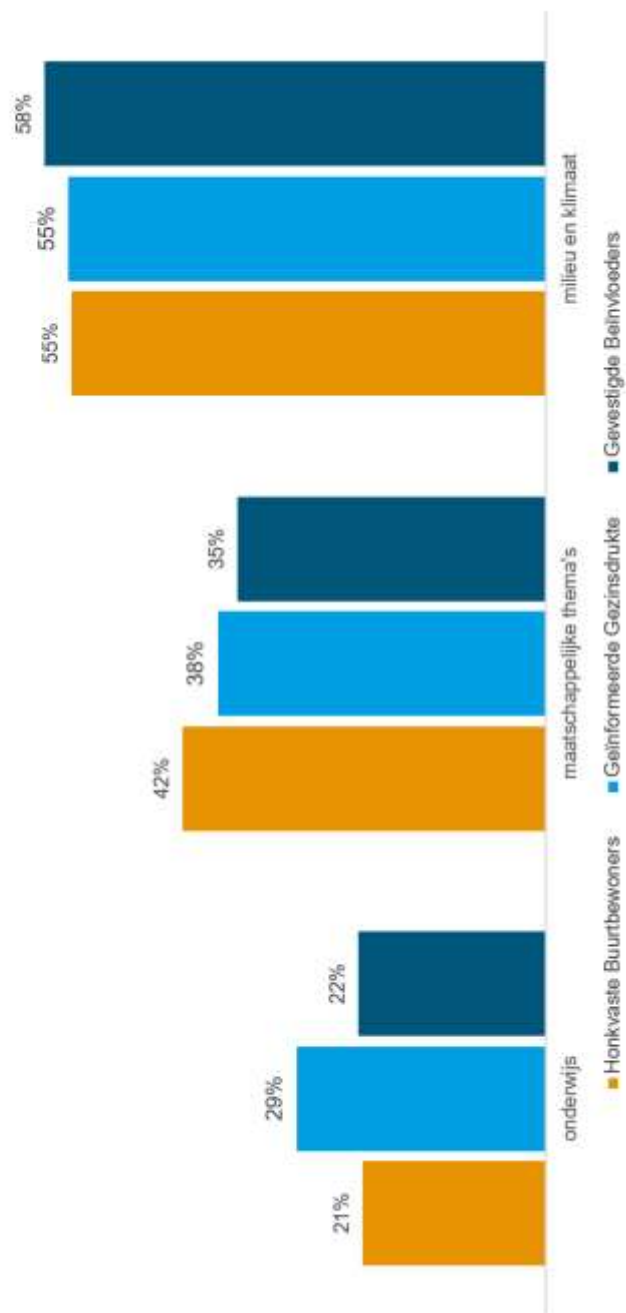
Figuur 2: Meedenken of -doen via een online enquête



Inwoners denken en/of doen graag mee als het gaat om onderwijs of maatschappelijke thema's

De ervaring leert dat niet alle inwoners op dezelfde manier betrokken zijn bij de verschillende onderwerpen die in een gemeente spelen. Voor de gemeenteraad is het daarom van belang inzicht te hebben in welke thema's voor de verschillende betrokkenheidsprofielen van belang zijn. Met die kennis kan namelijk ook een reële inschatting gemaakt worden van wat de raad kan verwachten op participatievlak. Een onderwerp dat helemaal niet leeft onder inwoners zal namelijk, hoe goed de participatie of communicatie ook wordt ingestoken, tot minder interactie leiden. Voor de betrokkenheidsprofielen is geanalyseerd op welke thema's zij graag met de gemeente meedenken en/of meedoen. De drie profielen die in Alblasterdam sterk vertegenwoordigd zijn blijken graag mee te denken en/of te doen op maatschappelijke thema's, milieu en klimaat en voor de Geïnformeerde Gezinsdrukte is ook onderwijs een belangrijk thema.

Figuur 3: Thema's waarop inwoners graag meedenken en/of -doen





Deel 3 - Aandachtspunten en tips

Dit hoofdstuk beschrijft hoe de raadscommunicatie van de gemeente Alblasserdam (beter) kan aansluiten bij de communicatievoorkeuren van haar inwoners (deelvraag 3) en welk handelingsperspectief op basis hiervan kan worden meegegeven aan de raad (hoofdvraag).

Op basis van de bevindingen heb ik de indruk dat de raad van Alblasserdam er belang aan hecht dat inwoners worden geïnformeerd over wat er speelt in de raad (bijv. belangrijke besluiten en thema's) en betrokken worden bij beleidsvorming en/of -uitvoering (met name via de Samenlevingsagenda). De gemeenteraad kiest daarbij een pragmatische benadering: het speelt in op de praktijk van beschikbare kanalen en beslist op basis van een thema of besluit of en hoe hier over gecommuniceerd moet worden. De rekenkamer constateert dat er aan de huidige werkwijze geen door de raad gedeeld kader, dan wel een communicatiestrategie ten grondslag ligt op basis waarvan communicatiekeuzes gemaakt worden.

De communicatiekanalen die de raad benut zijn de gemeentelijke website (delen van agenda's en stukken, terugluisteren van vergaderingen) en het eigen Twitterkanaal (@raadalbldam, beheerd door de griffie). Op Twitter wordt met name praktische informatie gedeeld: de aankondiging van vergaderingen van raad en commissies. De rubriek 'Blik op de raad' in het lokale nieuwsblad en Klokradio communiceren ook over de raad, maar dan over afzonderlijke raadsfracties of raadsleden. De Klaroen en ook het nieuwsplatform alblasserdamnieuws.nl berichten met regelmaat over raadsvergaderingen. De raad en ook de afzonderlijke fracties lijken in meer of mindere mate reactief: de lokale media bieden het platform en het initiatief lijkt minder vaak bij de raad(sfracties) te liggen.

De effectiviteit van communicatie staat of valt bij de mate waarin wordt aangesloten bij de communicatievoorkeuren van inwoners. Uit de betrokkenheidsanalyse blijkt dat veel inwoners van Alblasserdam bij voorkeur via het huis-aan-huis blad, krant en online-platforms worden geïnformeerd. Het huidige gebruik van kanalen zoals 'Blik op de raad', Twitter en berichtgeving in de Klaroen en via alblasserdamnieuws.nl passen hierbij. De rekenkamer constateert echter wel dat onder het gebruik van deze communicatiekanalen geen afwegingskader ligt en dat de kanalen minimaal benut worden voor raadsbrede communicatie op initiatief van de raad.

Belang van raadscommunicatie

Voor het functioneren van de lokale democratie is het van belang dat zoveel mogelijk mensen mee kunnen doen (bijvoorbeeld door te stemmen, maar ook door andere vormen van participatie). Daarnaast is het binnen een representatieve democratie belangrijk dat de bevolking zich vertegenwoordigd weet en voelt door de volksvertegenwoordiging. Daarvoor is het op lokaal niveau onder andere nodig dat inwoners weten wat de raad doet en hoe dit voor hen van nut is, dat de raad verantwoording aflegt en ook dat raadsleden zichtbaar zijn en inwoners betreft. Raadscommunicatie kan een belangrijke bijdrage leveren aan de zinvolle invulling van de lokale democratie.

Vanuit deze visie op raadscommunicatie acht de rekenkamer het van belang dat de raad in gesprek gaat over de raadscommunicatie. De rekenkamer geeft u enkele tips⁸ mee om het gesprek en eventueel communicatiebeleid vorm te geven.

Tip 1: Stel ambities vast voor raadscommunicatie. Maak bewuste keuzes en houdt daarbij rekening met:

- Doelstelling van raadscommunicatie: wat moet communicatie opleveren?
- Prioriteiten van de raad: ondersteunt de communicatie de inhoudelijke prioriteiten van de raad?
- Verschillende actoren: meerdere actoren zijn betrokken (raad, fracties, individuele raadsleden). Wie heeft welke verantwoordelijkheid?
- Beschikbare capaciteit en middelen: zijn doelen en werkwijzen in overeenstemming met de beschikbare capaciteit en budgetten?

Tip 2: Blijf bewust de afweging maken welke communicatiemiddelen passen bij de verschillende groepen van inwoners. De gemaakte betrokkenheidsanalyse kan helpen om ook die mensen bij de gemeente te betrekken die niet uit zichzelf de route naar het gemeentehuis weten te vinden.

Tip 3: Nodig een communicatieadviseur van de eigen gemeente, of een extern specialist op het gebied van (raads)communicatie uit om u te laten informeren en/of adviseren op dit gebied.

Tenslotte

De Rekenkamer Alblisserdam wil de betrokkenen van de gemeente heel hartelijk danken voor hun medewerking bij dit onderzoek. Met deze rekenkamerbrief hoop ik u te hebben geïnformeerd over de stand van zaken rondom raadscommunicatie, evenals dat ik hiermee wil bijdragen aan het verbeteren van de kwaliteit van de raadscommunicatie in het belang van de lokale democratie. Indien bij u de behoefte bestaat, ga ik graag met u in gesprek over de inhoud van deze rekenkamerbrief.

Met vriendelijke groet,

Heleen van Rijnbach
Directeur Rekenkamer

Bijlage: Betrokkenheidsanalyse

⁸ De rekenkamer geeft met de tips géén communicatiestappenplan en is ook niet uitputtend in het noemen van aandachtspunten. De genoemde punten zijn wat de rekenkamer betreft een eerste belangrijke aanzet voor het verbeteren van de raadscommunicatie en geven een aantal overwegingen mee aan de raad.

Bijlage: Betrokkenheidsanalyse

BETROKKENHEIDSANALYSE – GEMEENTE ALBLASSERDAM

Aan: Necker van Naem

Afzender: Citisens | door Necker van Naem

datum: 7 september 2020

Inhoudsopgave

BETROKKENHEIDSANALYSE – GEMEENTE ALBLASSERDAM

Inhoudsopgave

Over de betrokkenheidsprofielen

Achtergrond en totstandkoming

Gemeente Alblasserdam in beeld

Het globale beeld in één oogopslag

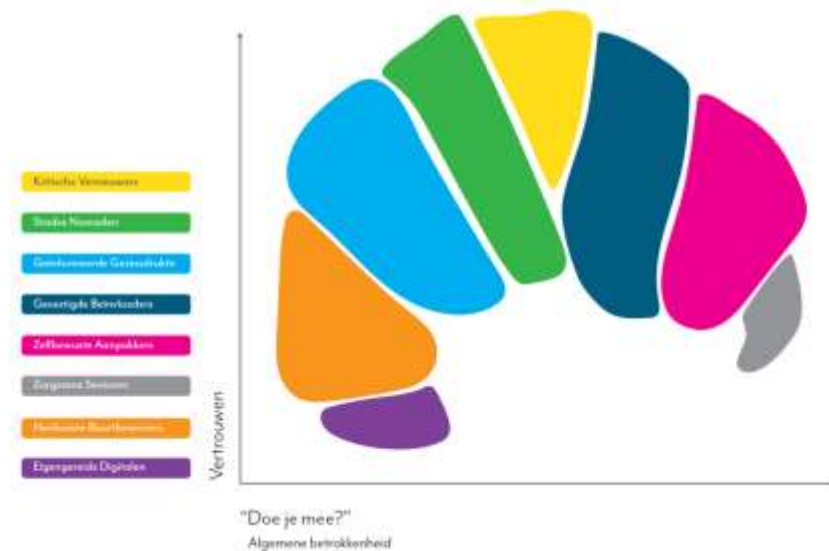
Inzicht in gebieden

Bijlage. Onderzoeksverantwoording

Bouwstenen

De Citisensmethode

43



Over de betrokkenheidsprofielen

Achtergrond en totstandkoming

De Citisensmethode categoriseert inwoners in acht onderscheidende groepen. Voor iedere groep is een betrokkenheidsprofiel opgesteld; hierbij hebben we sociaal-demografische kenmerken uit gerenommeerde bronnen gecombineerd met eigen onderzoeksdata over: *betrokkenheid* van inwoners bij de eigen leefomgeving, hun *vertrouwen* in instituties, *participatiegedrag* en *communicatievoorkeuren*. Zo krijgt iedere groep een eigen gezicht: van Kritische Vernieuwers en Zelfbewuste Aanpakkers tot Zorgzame Senioren.

Om de acht betrokkenheidsprofielen op de aspecten betrokkenheid, vertrouwen, communicatie en participatie actueel te houden, voert Citisens regelmatig (deel)onderzoeken uit naar deze aspecten onder haar Citisens community, bestaande uit 55.000 Nederlanders. Deze rapportage is gebaseerd op onze meest recente data uit 2019 (CBS 2019, Whize 2019, Staat van Betrokkenheid 2019).

Ontwikkelingen op gebiedsniveau (per postcode) worden door onze externe bronnen jaarlijks geactualiseerd en hebben dan ook de geldigheid van één jaar. Voorbeelden van ontwikkelingen: de bouw van huizen, vernieuwingen in wijken en beweging van inwoners.⁹

Op de volgende pagina's vindt u een omschrijving per betrokkenheidsprofiel.

⁹ Meer informatie over de onderzoeksmethode vindt u in de bijlage bij deze betrokkenheidsanalyse.

Honkvaste Buurtbewoners

'Het is wat het is'



Kenmerken

- / Leeftijd tussen 45 en 65 jaar
- / Inkomen lager dan gemiddeld
- / Opleidingsniveau lager dan gemiddeld
- / Gezinnen en empty-nesters, zijn sterk verbonden met hun wijk/buurt

Betrokkenheid en vertrouwen

Betrokkenheid komt tot uiting in zowel houding (betrokken voelen) als gedrag (maatschappelijke/politieke actie) van inwoners. Honkvaste Buurtbewoners hebben van alle groepen de op één na minst betrokken houding. In hun gedrag tonen zij vaak wel betrokkenheid. Honkvaste Buurtbewoners scoren dan ook gemiddeld op maatschappelijke/politieke actie. Het meest doen ze mee aan een handtekeningactie.

Honkvaste Buurtbewoners hebben over het algemeen weinig *vertrouwen* in de gemeente en andere instituties. Zij geloven dat 'het niks uitmaakt' wat zij doen, waardoor de wil om te participeren ook laag is. Tegelijkertijd heeft deze groep ook weinig vertrouwen in zichzelf.

Honkvaste Buurtbewoners voelen zich over het algemeen niet gehoord door 'de hoge heren in Den Haag'. Hun stellingname is dat de overheid meer zou moeten doen voor de 'gewone man'.

Communicatie en participatie

Honkvaste Buurtbewoners scoren het hoogst van alle groepen op *meedoen* als participatievorm (samen met Zelfbewuste Aanpakkers). Zij helpen graag mee in de uitvoering van werkzaamheden.

Over aanpassingen in hun eigen leefomgeving worden Honkvaste Buurtbewoners bovengemiddeld graag geïnformeerd door de gemeente via een huis-aan-huis blad of lokale krant (39%).

Actief bijdragen aan een project of initiatief van de gemeente doen Honkvaste Buurtbewoners bovengemiddeld graag door een papieren enquête in te vullen (22% - samen met Zorgzame Senioren).

Ze scoren ook bovengemiddeld op 'als ik gevraagd word' als motief om te participeren. Hun participatiestijl kan dan ook als reactief bestempeld worden.

De top 3 nieuwsbronnen voor Honkvaste Buurtbewoners is: televisie, (digitale) krant en online nieuwsplatform/-app (bv. NU.nl).

- / Deze groep scoort bovengemiddeld op het lokale huis-aan-huisblad als nieuwsbron (53%).
- / Ook maken ze bovengemiddeld vaak gebruik van Facebook (24%).

Doe je mee?

"Het is wat het is"

Thema's en interesses

Honkvaste Buurtbewoners voelen zich het sterkst verbonden met de eigen straat, buurt of wijk. In vergelijking met de andere groepen zijn zij minder geïnteresseerd in Europese/mondiale thema's.

Deze groep voelt zich sterk verbonden met familie en/of vrienden.

- / In vergelijking met de andere groepen is daarnaast hun betrokkenheid bij goede doelen en het verenigingsleven hoog.

Wanneer de gemeente inwoners vraagt mee te denken of mee te doen, doen Honkvaste Buurtbewoners dit het liefst op de onderwerpen 'wonen' en 'leefomgeving'.

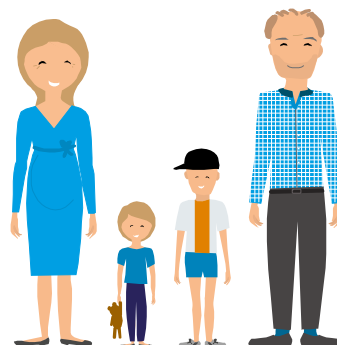
- / Daarnaast scoren Honkvaste Buurtbewoners bovengemiddeld op: veiligheid en gezondheidszorg.



Natasja Anker (47) woont met haar man Rob in Enschede. Hun enige zoon is sinds vorig jaar het huis uit. De drie honden blijven nog even. "Als ik dieren om me heen heb, is het goed". Het idee om haar eigen trimsalon te starten moest ze opgeven omdat haar man Rob arbeidsongeschikt is geraakt. Gelukkig komen ze in aanmerking voor huurtoeslag. Met haar werk bij een administratiekantoor kunnen ze net rondkomen. Rob heeft twee rechterhanden en helpt graag bij klussen in de buurt. "Ze zeggen altijd: 'Wie bij Anker aanbelt, staat nooit voor een dichte deur!'."

Geïnformeerde Gezinsdrukte

‘Druk met het gezin’



Kenmerken

- / Leeftijd tussen 30 en 65 jaar
- / Hoog inkomen, heeft een goede baan
- / Opleidingsniveau hoger dan gemiddeld
- / Gezinnen met jonge kinderen

Betrokkenheid en vertrouwen

Betrokkenheid komt tot uiting in zowel houding (betrokken voelen) als gedrag (maatschappelijk/politieke actie) van inwoners. Voor Geïnformeerde Gezinsdrukte geldt dat deze een bovengemiddeld betrokken houding heeft ten aanzien van een verscheidenheid aan onderwerpen. Dit uit zich echter niet in betrokken gedrag. Deze groep onderneemt weinig acties om invloed uit te oefenen op de eigen omgeving (vergeleken met de andere groepen). Het hoogst scoren ze op meedoen aan een online discussie.

Geïnformeerde Gezinsdrukte heeft een gemiddeld *vertrouwen* in de gemeente en in andere instituties. Het vertrouwen in zichzelf en in de samenleving is groot.

Deze groep inwoners heeft geen sterke positieve dan wel negatieve gevoelens t.a.v. het zich vertegenwoordigd/gehoord voelen door de politiek.

Communicatie en participatie

Geïnformeerde Gezinsdrukte scoort relatief hoog op *meebeslissen* als participatievorm. Alleen praten over een onderwerp of beleidsthema is voor deze groep dus niet genoeg. Dit profiel wil knopen doorhakken, bijvoorbeeld over de inrichting van een speeltuin.

Geïnformeerde Gezinsdrukte scoort bovengemiddeld op informatie ontvangen van de gemeente via sociale media (12%) over aanpassingen in hun eigen (fysieke dan wel sociale) leefomgeving.

Actief bijdragen aan een project of initiatief van de gemeente doet Geïnformeerde Gezinsdrukte bovengemiddeld graag via een online platform als ikpraatmee.nl of mijnwijkplan.nl (25%).

Ze scoren het hoogst van alle groepen op ‘als ik gevraagd word’ als motief om te participeren.

De top 3 nieuwsbronnen voor Geïnformeerde Gezinsdrukte is: televisie, (digitale) krant en online nieuwsplatform/-app (bv. NU.nl).

- / Deze groep scoort bovengemiddeld op Facebook als nieuwsbron (24%).

Doe je mee?

“Druk met mijn gezin”

Thema's en interesses

Geinformeerde Gezinsdrukte voelt zich het sterkst verbonden met de eigen straat, buurt of wijk. In vergelijking met de andere groepen zijn zij minder geïnteresseerd in Europese/mondiale thema's.

Deze groep voelt zich sterk verbonden met familie en/of vrienden.

- / In vergelijking met de andere groepen is daarnaast hun betrokkenheid bij de school van hun kinderen en het eigen werk hoog.

Wanneer de gemeente inwoners vraagt mee te denken of mee te doen, doet Geïnformeerde Gezinsdrukke dit het liefst op de onderwerpen 'wonen' en 'leefomgeving'.

- / Daarnaast scoort Geïnformeerde Gezinsdrukke bovengemiddeld op: onderwijs en veiligheid.



Ben Matulessy (45) woont samen met zijn vrouw Mariska en hun drie dochters in een kindvriendelijke wijk in Zeewolde. “Lekker veel ruimte, en wonen is hier net wat goedkoper.” Ben werkt als functioneel beheerder bij een ROC in Amersfoort. Doordeweeks is het in huize Matulessy een drukte van belang om de programma’s van de gezinsleden rond te krijgen. Mariska bewaakt de familieplanner. School gaat voor, en vlak daarna komt korfbal. Dat betekent in de weekenden heen en weer rijden voor wedstrijden. Ben doet het met plezier. “En als een van ons jarig is, gaan we met het gezin uit eten.”

Stadse Nomaden

'Loopt prima zo'



Kenmerken

- / Leeftijd tot 40 jaar
- / Hoog opgeleid, is vaak (nog) single
- / Laag inkomen, maar ook weinig vaste lasten
- / Sterk verbonden met vrienden en gelijkgestemden, minder met hun wijk/buurt

Betrokkenheid en vertrouwen

Betrokkenheid komt tot uiting in zowel houding (betrokken voelen) als gedrag (maatschappelijke / politieke actie) van inwoners. Stadse Nomaden laten zowel in houding als gedrag een ondergemiddelde betrokkenheid zien. Vergeleken met andere groepen zijn ze bij minder onderwerpen betrokken. Ook gaan ze, bijvoorbeeld in vergelijking met Kritische Vernieuwers, minder vaak over tot maatschappelijke of politieke actie om invloed uit te oefenen op hun eigen omgeving.

Stadse Nomaden hebben een bovengemiddeld *vertrouwen* in de gemeente en in andere instituties. Het vertrouwen in zichzelf is groot.

Deze groep heeft geen sterke positieve dan wel negatieve gevoelens t.a.v. het zich vertegenwoordigd/gehoord voelen door de politiek. Ze stellen zich neutraal op t.o.v. de stelling 'de regering geeft niet veel om mensen zoals ik.'

Communicatie en participatie

Stadse Nomaden scoren relatief hoog op *meedenken* als participatievorm. Deze groep is bereid op een wat hoger, abstract niveau mee te denken over een onderwerp of beleidsthema.

Stadse Nomaden scoren het hoogst van alle groepen op informatie ontvangen van de gemeente via sociale media (14%), als het gaat over aanpassingen in hun eigen leefomgeving.

Actief bijdragen aan een project of initiatief van de gemeente doen Stadse Nomaden bovengemiddeld graag via een online platform als ikpraatmee.nl of mijnwijkplan.nl (28%).

Ze scoren bovengemiddeld op 'het ontmoeten van anderen' en 'er zelf iets van willen leren' als motief om te participeren.

De top 3 nieuwsbronnen voor Stadse Nomaden is: televisie, online nieuwsplatform/-app (bv. NU.nl) en (digitale) krant.

- / Deze groep scoort bovengemiddeld op Facebook als nieuwsbron (24%).
- / Twitter en Instagram gebruiken ze het meest van alle groepen (12% en 8%).

Doe je mee?

"Loopt prima zo"

Stadse Nomaden voelen zich het sterkst verbonden met Nederland. In vergelijking met de andere groepen zijn zij minder geïnteresseerd in thema's die spelen in de eigen gemeente. Ook gaat hun interesse niet primair uit naar de straat/buurt/wijk waarin zij wonen.

/ In vergelijking met de andere groepen is daarnaast hun betrokkenheid bij het eigen werk hoog. Ook voelen zij zich bovengemiddeld betrokken bij de politiek.

/ Daarnaast scoren Stadse Nomaden bovengemiddeld op: asiel & integratie en werk & inkomen.



21

Kritische Vernieuwers

'Wij denken vooruit'



Kenmerken

- / Leeftijd tussen 30 en 50 jaar
- / Hoogst opgeleide groep, ambitieus
- / Bovengemiddeld inkomen
- / Aandacht voor voeding, leefstijl, milieu en klimaat

Betrokkenheid en vertrouwen

Betrokkenheid komt tot uiting in zowel houding (betrokken voelen) als gedrag (maatschappelijke/politieke actie) van inwoners. Op beide scores Kritische Vernieuwers het hoogst van alle profielen. Het is een actieve groep, die zich betrokken voelt bij veel verschillende onderwerpen. Deze zeer betrokken houding komt tot uiting in zowel maatschappelijke als politieke actie. Hiermee oefenen Kritische Vernieuwers veel invloed uit op hun eigen leefomgeving.

Kritische Vernieuwers hebben van alle groepen het meeste *vertrouwen* in de overheid en instituties. Ook staan ze op nummer één qua vertrouwen in de mensen om hen heen.

Deze groep is sterk positief over de eigen invloed op de regering en de 'maakbaarheid' van de samenleving. Ze omarmen innovatie, 'dat zouden meer mensen moeten doen!' Men voelt zich ook gehoord door de politiek.

Communicatie en participatie

Kritische Vernieuwers hebben sterke voorkeur voor *meedenken* als participatievorm. Hun score op dit onderdeel is het hoogst van alle groepen. Deze groep is bereid om op een wat hoger, abstract niveau mee te denken over een onderwerp of beleidsthema.

Kritische Vernieuwers scoren het hoogst van alle groepen op informatie ontvangen van de gemeente via een digitale nieuwsbrief (59%), als het gaat over aanpassingen in hun eigen leefomgeving.

Actief bijdragen aan een project of initiatief van de gemeente doen Kritische Vernieuwers het liefst van alle groepen via een online platform (28%). Ook zijn zij het vaakst lid van een inwonerspanel (28%).

Ze scoren bovengemiddeld op 'ik wil graag een probleem oplossen' als motief om te participeren.

De top 3 nieuwsbronnen voor Kritische Vernieuwers is: (digitale) krant, televisie en online nieuwsplatform/-app (bv. NU.nl).

- / Deze groep scoort bovengemiddeld op Twitter als nieuwsbron (11%).
- / Instagram gebruiken ze het meest van alle groepen (8% - samen met Stadse Nomaden).

Doe je mee?

"Wij denken vooruit"

Thema's en interesses

Kritische Vernieuwers voelen zich het sterkst verbonden met Europa en de rest van de wereld. In vergelijking met de andere groepen zijn zij minder geïnteresseerd in thema's die spelen in de eigen gemeente.

Deze groep voelt zich sterk verbonden met familie en/of vrienden.

- / In vergelijking met de andere groepen is daarnaast hun betrokkenheid bij het eigen werk hoog. Ook voelen zij zich bovengemiddeld betrokken bij de politiek en goede doelen.

Wanneer de gemeente inwoners vraagt mee te denken of mee te doen, doen Kritische Vernieuwers dit het liefst op de onderwerpen 'wonen' en 'leefomgeving'.

- / Daarnaast scoren Kritische Vernieuwers bovengemiddeld op: milieu & klimaat, asiel & integratie en cultuur & sport.



Amsterdam is helemaal 'zijn' stad sinds Rutger Smith (35) er bedrijfskunde ging studeren. Hij is inmiddels projectmanager bij een internationale voedingsdistributeur en woont in een loft met uitzicht op het IJ. Samen met vrienden heeft hij dit najaar een coöperatieve supermarkt in het leven geroepen waar de nadruk ligt op streekproducten. Daarnaast is de circulaire economie een ontwikkeling die Rutger niet snel genoeg kan gaan. "We moeten toe naar producenten die verantwoordelijkheid nemen. Als technische levensduur de maatstaf is, kunnen we de wegwerptrend stoppen."

Eigengereide Digitalen

'Wij krijgen geen invloed'



Kenmerken

- / Leeftijd tot 40 jaar
- / Laag inkomen, heeft vaak parttime/flexibele baan
- / Opleidingsniveau lager dan gemiddeld
- / Starters met fun, gericht op mode en uitgaan

Betrokkenheid en vertrouwen

Betrokkenheid komt tot uiting in zowel houding (betrokken voelen) als gedrag (maatschappelijke/politieke actie) van inwoners. Op beide scoren Eigengereide Digitalen gemiddeld ten opzichte van de andere profielen. Kijkend naar politieke actie nemen Eigengereide Digitalen het meest frequent van alle groepen deel aan online discussies. Maatschappelijk komen zij in actie door bijvoorbeeld een raamposter op te hangen.

Eigengereide Digitalen hebben – evenals Honkvaste Buurtbewoners – over het algemeen weinig *vertrouwen* in de gemeente en andere instituties (bv. de regering maar ook de reguliere media). Deze groep heeft daarnaast weinig vertrouwen in zichzelf.

Eigengereide Digitalen voelen zich over het algemeen niet vertegenwoordigd/gehoord door politici. Hun stellingname is dat politici er vooral voor zichzelf zijn.

Communicatie en participatie

Eigengereide Digitalen scoren het hoogst van alle groepen op *meebeslissen* als participatievorm (samen met Gevestigde Beïnvloeders). Alleen praten over een onderwerp of beleidsthema is voor deze groep dus niet genoeg. Dit profiel wil knopen doorhakken, bijvoorbeeld over de inrichting van een openbaar stuk groen.

De groep scoort bovengemiddeld op informatie ontvangen van de gemeente via sociale media (13%), als het gaat over aanpassingen in hun eigen leefomgeving.

Eigengereide Digitalen scoren het hoogst van alle groepen op een actieve bijdrage leveren (meedenken) via sociale media (7%).

Ook scoren ze het hoogst van alle groepen op 'het ontmoeten van anderen' en 'er zelf iets van willen leren' als motief om te participeren.

De top 3 nieuwsbronnen voor Eigengereide Digitalen is: online nieuwsplatform/-app (bv. NU.nl), televisie en (digitale) krant.

- / Deze groep scoort het hoogst van alle groepen op Facebook als nieuwsbron (29%).
- / Ook gebruiken ze bovengemiddeld vaak Twitter (11%).

Doe je mee?

"Wij krijgen geen invloed"

Thema's en interesses

Eigengereide Digitalen voelen zich het sterkst verbonden met de eigen straat, buurt of wijk. In vergelijking met de andere groepen zijn zij minder geïnteresseerd in landelijke thema's.

Deze groep voelt zich sterk verbonden met familie en/of vrienden.

/ In vergelijking met de andere groepen is daarnaast hun betrokkenheid bij het eigen werk (of school) hoog.

Wanneer de gemeente inwoners vraagt mee te denken of mee te doen, doen Eigengereide Digitalen dit het liefst op de onderwerpen 'wonen' en 'leefomgeving'.

/ Daarnaast scoren Eigengereide Digitalen bovengemiddeld op: maatschappelijke thema's, asiel & integratie en werk & inkomen.



Fatma Yilmaz (23) uit Heerlen heeft met hangen en wurgen haar opleiding Beveiligers niveau 2 afgemaakt. "Ik zeg altijd: de enige school waar je mij een plezier mee doet, is de sportschool." Daar is ze dan ook zeker drie keer per week te vinden. Ze heeft een paar jaar samengewoond, maar is nu weer single. Ongeveer twintig uur per week werkt Fatma als beveiligers bij Airport Eindhoven. Dat nul-urencontract biedt weinig zekerheid, maar de huur van haar flat is prima op te brengen. Bovendien houdt ze zo genoeg tijd over om te shoppen en te chillen met vriendinnen.

Gevestigde Beïnvloeders

‘Ik ken de wegen’



Kenmerken

- / Leeftijd 45 jaar en ouder
- / Hoog opgeleid, werkt als manager of consultant
- / Groep met het hoogste inkomen
- / Interesse in sport en cultuur

Betrokkenheid en vertrouwen

Betrokkenheid komt tot uiting in zowel houding (betrokken voelen) als gedrag (maatschappelijke/politieke actie) van inwoners. Op beide scores Gevestigde Beïnvloeders hoog (vergeleken met andere profielen). Het is een actieve groep, die zich betrokken voelt bij veel verschillende onderwerpen. Ook is deze groep, na Kritische Vernieuwers, het meest actief in het tonen van betrokkenheid. Voor Gevestigde Beïnvloeders is het politiek-bestuurlijke speelveld belangrijker dan het maatschappelijke speelveld (om invloed uit te oefenen op hun eigen omgeving).

Gevestigde Beïnvloeders hebben een groot *vertrouwen* in de gemeente, in instituties en in de democratie. Ook hebben ze een groot vertrouwen in hun eigen invloed.

Deze groep is positief over de eigen invloed op de regering en de ‘maakbaarheid’ van de samenleving. Men voelt zich vertegenwoordigd/gehoord door de politiek.

Communicatie en participatie

Gevestigde Beïnvloeders scoren het hoogst van alle groepen op *meebeslissen* als participatievorm (samen met Eigengereide Digitalen). Alleen praten over een onderwerp of beleidsthema is voor deze groep dus niet genoeg. Dit profiel wil knopen doorhakken, bijvoorbeeld over de inrichting van een fysieke plek.

Over aanpassingen in hun eigen leefomgeving worden Gevestigde Beïnvloeders het liefst geïnformeerd via een bewonersbijeenkomst (64% – samen met Zelfbewuste Aanpakkers).

Gevestigde Beïnvloeders scoren het hoogst van alle groepen op het leveren van een actieve bijdrage aan een project of initiatief van de gemeente via het versturen van een e-mail (23%).

Ook scoren zij het hoogst van alle groepen op ‘ik wil graag samen met buurtbewoners iets doen’ als motief om te participeren.

De top 3 nieuwsbronnen voor Gevestigde Beïnvloeders is: (digitale) krant, televisie en online nieuwsplatform/-app (bv. NU.nl).

- / Deze groep scoort bovengemiddeld op de radio en het lokale huis-aan-huisblad als nieuwsbron (52% en 53%).

Doe je mee?

“Ik ken de wegen”

Thema's en interesses

Gevestigde Beïnvloeders voelen zich het sterkst verbonden met Nederland. In vergelijking met de andere groepen zijn zij minder geïnteresseerd in thema's die spelen in de straat/buurt/wijk waarin zij wonen.

Deze groep voelt zich sterk verbonden met familie en/of vrienden.

- / In vergelijking met de andere groepen is hun betrokkenheid bij de politiek hoog. Ook voelen zij zich bovengemiddeld betrokken bij het verenigingsleven en doen zij relatief veel vrijwilligerswerk.

Wanneer de gemeente inwoners vraagt mee te denken of mee te doen, doen Gevestigde Beïnvloeders dit het liefst op de onderwerpen 'wonen' en 'leefomgeving'.

- / Daarnaast scoren Gevestigde Beïnvloeders bovengemiddeld op: milieu & klimaat en mobiliteit.



Wilfred Hollestelle, 64 jaar, is met vervroegd pensioen. Vaste klanten mogen hem nog op ad-hoc basis inhuren voor advieswerk. Elsbeth, zijn vrouw, is vijf jaar jonger. Nu ook de jongste van hun drie kinderen het huis uit is, werkt ze regelmatig via de vrijwilligerscentrale. Het echtpaar Hollestelle heeft een twee-onder-een-kapwoning in De Lier. Elke dag begint met het Financieel Dagblad. Samen zeilen ze graag. "Als het mooi weer is zijn we natuurlijk op het water te vinden." Wilfred was de laatste twaalf jaar van zijn carrière partner bij een ingenieursbureau.

Zorgzame Senioren

'Wat ik nog kan doe ik'



Kenmerken

- / Ouder dan 65 jaar
- / Opleidingsniveau lager dan gemiddeld, woont in dorp/kern
- / Inkomen het laagst van alle groepen
- / Sober leven, geen verspilling

Betrokkenheid en vertrouwen

Betrokkenheid komt tot uiting in zowel houding (betrokken voelen) als gedrag (maatschappelijke/politieke actie) van inwoners. Voor beide geldt dat Zorgzame Senioren laag scoren vergeleken met de andere profielen. Zij voelen zich minder betrokken bij onderwerpen die spelen in hun omgeving. Daarnaast gaat deze groep ook nauwelijks over tot maatschappelijke of politieke actie. Als ze wat doen, is het een politieke partij benaderen.

Zorgzame Senioren hebben relatief weinig *vertrouwen* in de gemeente en in instituties. Deze groep heeft het minste vertrouwen in zichzelf en de mensen om hen heen. 'Er is minder omzien naar elkaar, dat is een gemis.'

Zorgzame Senioren zijn het meest negatief over de eigen invloed op de regering. Men voelt zich niet vertegenwoordigd en gehoord door (vooral de landelijke) politiek.

Communicatie en participatie

Wanneer Zorgzame Senioren gevraagd worden naar hun voorkeur qua participatievorm, geven zij meer dan andere groepen het antwoord '*ik doe liever niets*' (14%). Onderliggende oorzaak is deels hun fysieke beperking. Ook kenmerkt deze groep zich door een matig vertrouwen in het eigen 'kunnen'.

Over aanpassingen in hun eigen leefomgeving worden Zorgzame Senioren bovengemiddeld graag geïnformeerd door de gemeente via een huis-aan-huisblad of lokale krant (40%).

Actief bijdragen aan een project of initiatief van de gemeente doen Zorgzame Senioren bovengemiddeld graag door een papieren enquête in te vullen (22% - samen met Honkvaste Buurtbewoners).

Ook scoren ze bovengemiddeld op 'ik wil graag nieuwe mensen ontmoeten' als motief om te participeren.

De top 3 nieuwsbronnen voor Zorgzame Senioren is: televisie, (digitale) krant, en online nieuwsplatform/-app (bv. NU.nl).

- / Deze groep scoort bovengemiddeld op het lokale huis-aan-huis blad als nieuwsbron (51%).

Doe je mee?

"Wat ik nog kan doe ik"

Thema's en interesses

Zorgzame Senioren voelen zich het sterkst verbonden met de straat, buurt of wijk waarin zij wonen. In vergelijking met de andere groepen zijn zij minder geïnteresseerd in thema's die spelen in de gemeente.

Deze groep voelt zich sterk verbonden met familie en/of vrienden.

- / In vergelijking met de andere groepen is daarnaast hun betrokkenheid bij het geloof (of hun levensbeschouwing) hoog. Ook doen zij relatief veel vrijwilligerswerk.

Wanneer de gemeente inwoners vraagt mee te denken of mee te doen, doen Zorgzame Senioren dit het liefst op de onderwerpen 'wonen' en 'leefomgeving'.

- / Daarnaast scoren Zorgzame Senioren bovengemiddeld op: gezondheidszorg en maatschappelijke thema's.



"We zijn op de wereld om elkaar te helpen, nietwaar?" Voor Riet Eshorst mogen meer mensen zich die tegeltjeswijsheid eigen maken. Haar leven lang woont ze in Dalfsen. Ze vindt dat de samenleving er niet op vooruit gaat. "Er is minder omzien naar elkaar. Dat is een gemis." Vorig jaar besloot ze na lang wikken de stacaravan op de Veluwe te verkopen. Hier bracht ze ruim dertig jaar de vakanties door, tot haar Herman overleed. Zeker drie keer in de week bezoekt ze de begraafplaats om het graf te verzorgen. Vorig jaar vierde Riet haar 75^e verjaardag in het dorpshuis met de kinderen en kleinkinderen.

Zelfbewuste Aanpakkers

'Wij doen het zelf'



Kenmerken

- / 55+
- / Opleidingsniveau gemiddeld, selfmade doeners (mkb, boerenbedrijf)
- / Inkomen hoger dan gemiddeld
- / Spil van het verenigingsleven

Betrokkenheid en vertrouwen

Betrokkenheid komt tot uiting in zowel houding (betrokken voelen) als gedrag (maatschappelijke/politieke actie) van inwoners. Voor beide geldt dat Zelfbewuste Aanpakkers bovengemiddeld scoren. Zij voelen zich bij relatief veel onderwerpen betrokken. Deze houding zetten zij ook om in actie. Voor Zelfbewuste Aanpakkers is het politiek-bestuurlijke speelveld belangrijker dan het maatschappelijke speelveld (om invloed uit te oefenen op hun eigen omgeving).

Het *vertrouwen* dat zelfbewuste aanpakkers hebben in de gemeente en instituties is gemiddeld. Deze groep heeft ook vertrouwen in zichzelf en de mensen om zich heen.

Zelfbewuste Aanpakkers tonen zich licht positief tegenover de eigen invloed op de regering. Hetzelfde geldt voor de mate waarin men zich vertegenwoordigd/gehoord voelt door de politiek. Ook hierover zijn ze licht positiever dan de andere groepen.

Communicatie en participatie

Zelfbewuste Aanpakkers scoren het hoogst van alle groepen op *meedoen* als participatievorm (samen met Honkvaste Buurtbewoners). Zij helpen graag mee in de uitvoering van werkzaamheden.

Ook scoren Zelfbewuste Aanpakkers het hoogst van alle groepen op een bewonersbijeenkomst als middel om geïnformeerd te worden over aanpassingen in de leefomgeving (64% – samen met Gevestigde Beïnvloeders).

Actief bijdragen aan een project of initiatief van de gemeente doen Zelfbewuste Aanpakkers het liefst van alle groepen ook via een bewonersbijeenkomst (57%).

Het hoogst van alle groepen scoren ze op 'ik wil graag samen met buurtbewoners iets doen' als motief om te participeren.

De top 3 nieuwsbronnen voor Zelfbewuste Aanpakkers is: televisie, (digitale) krant, en online nieuwsplatform/-app.

- / Deze groep scoort het hoogst van alle groepen op het lokale huis-aan-huisblad en de radio als nieuwsbron (55% en 54%).

Doe je mee?

"Wij doen het zelf"

Thema's en interesses

Zelfbewuste Aanpakkers voelen zich het sterkst verbonden met de gemeente waarin ze wonen (dorp, stad). In vergelijking met de andere groepen zijn zij minder geïnteresseerd in landelijke thema's en thema's die spelen op Europees/mondiaal niveau.

Deze groep voelt zich sterk verbonden met familie en/of vrienden.

- / In vergelijking met de andere groepen is daarnaast hun betrokkenheid bij het verenigingsleven hoog. Ook doen zij relatief veel vrijwilligerswerk en is hun betrokkenheid bij het geloof bovengemiddeld.

Wanneer de gemeente inwoners vraagt mee te denken of mee te doen, doen Zelfbewuste Aanpakkers dit het liefst op de onderwerpen 'wonen' en 'leefomgeving'.

- / Daarnaast scoren Zelfbewuste Aanpakkers bovengemiddeld op: milieu & klimaat.

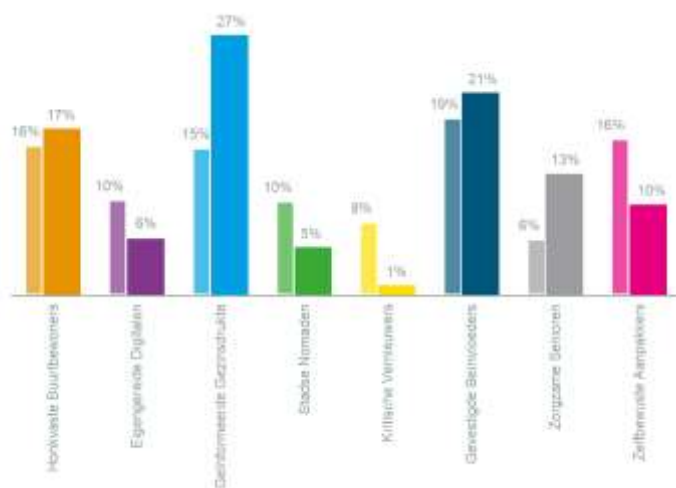


Dirk Verschiere (59) woont met zijn vrouw Monika in een vrijstaand huis dat ze zelf in Terneuzen hebben gebouwd. Vijftien jaar geleden kocht Dirk een perceel van vijftig hectare aan de rand van de gemeente. Het productiebos dat hij er liet aanleggen begint nu rendement op te leveren. Dat komt mooi uit, want Dirk wil zijn aannemersbedrijf graag overdragen aan zijn twee zoons. Na jaren zeventig uur per week te hebben gewerkt is het mooi geweest. Straks hoopt hij meer tijd te hebben om in de voetbalclub te steken waarvan hij bestuurslid is. "Als mijn zoons me nodig hebben ben ik er voor ze."

Gemeente Alblasserdam in beeld

Het globale beeld in één oogopslag

De meest voorkomende betrokkenheidsprofielen in Alblasserdam zijn: *Geïnformeerde Gezinsdrukte* (27%) en *Gevestigde Beïnvloeders* (21%). Beide profielen zijn sterk oververtegenwoordigd in Alblasserdam in vergelijking met Nederland. Ook *Honkvaste Buurbewoners* (17%) en *Zorgzame Senioren* (13%) komen relatief veel voor.



Samenstelling betrokkenheidsprofielen Nederland (links) en gemeente Alblasserdam (rechts)



De kleurvlakken geven elk een postcodegebied weer. Het aantal huishoudens per postcodegebied kan verschillen, grotere gebieden hebben niet per definitie meer inwoners.

Inzicht in gebieden

De gemeente Alblasserdam bestaat uit zes wijken en buurten. In deze analyse is de volgende wijkindeling gehanteerd:

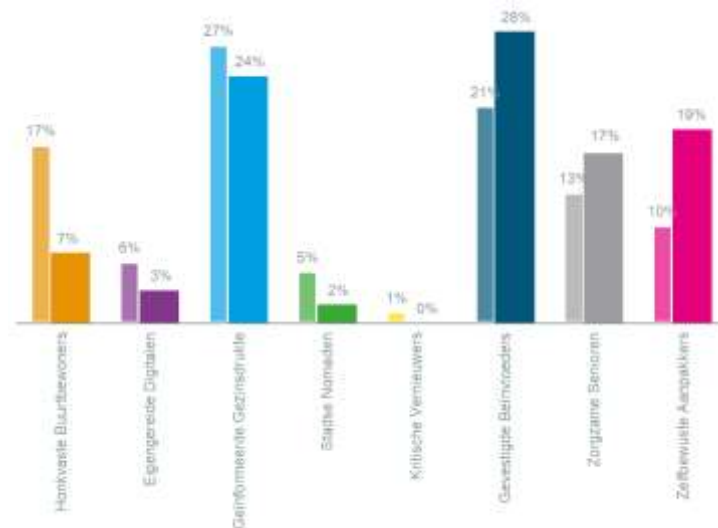
- / Centrum (inclusief bedrijventerrein)
- / Kinderdijk
- / Blokweer (inclusief landelijk gebied)
- / Souburgh

Deze wijkanalyse bestaat uit een tweetal verschillende onderdelen:

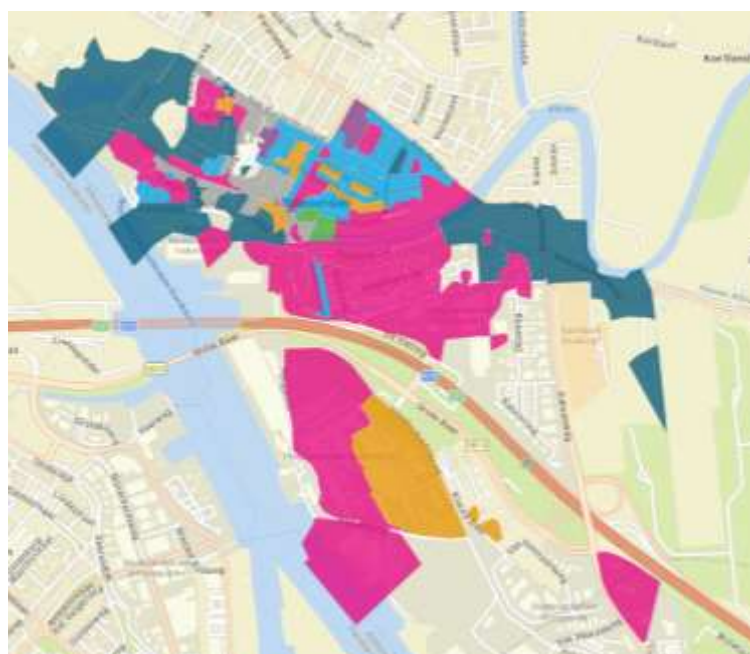
- / Cijfermatig inzicht t.a.v. de samenstelling van het gebied qua betrokkenheidsprofielen – vergeleken met de gemeente Alblasserdam (totaal).
- / Een kwalitatieve omschrijving van de dynamiek tussen de meest voorkomende profielen in het gebied, op het terrein van menselijke interactie en samenwerking.

Centrum

Centrum (inclusief bedrijventerrein) bestaat uit 2.150 huishoudens.



Samenstelling betrokkenheidsprofielen gemeente Alblaserdam (links) en Centrum (rechts).



Dynamiek tussen de profielen

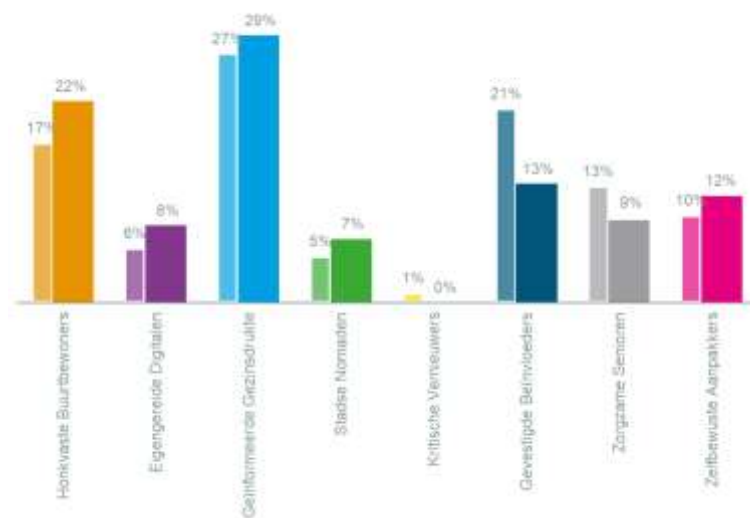
In het Centrum wonen veel inwoners met het profiel Gevestigde Beïnvloeders. Ook zijn de profielen Geïnformeerde Gezinsdrukte en Zelfbewuste Aanpakkers hier aanwezig.

Deze drie profielen vertonen op het eerste oog veel overeenkomsten. Bijvoorbeeld als het gaat om demografische kenmerken (opleidingsniveau, gezinssamenstelling). Op het gebied van vertrouwen bevinden zij zich rondom het gemiddelde. Gevestigde Beïnvloeders scoren hierop het hoogst van de drie profielen. Gekeken naar betrokkenheid, valt op dat Zelfbewuste Aanpakkers en Geïnformeerde Gezinsdrukte sterk lokaal georiënteerd zijn. Voor Gevestigde Beïnvloeders is dit een mix van lokaal en nationaal.

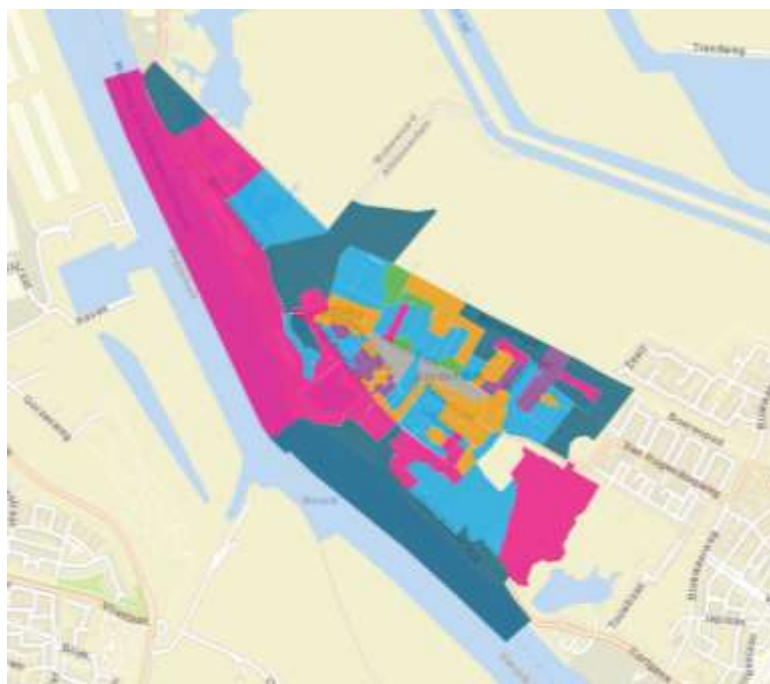
Overeenkomsten op het gebied van participatie zijn vooral te vinden tussen Zelfbewuste Aanpakkers en Gevestigde Beïnvloeders. Voor beide groepen is een bewonersavond geschikt. Dit geldt echter niet voor Geïnformeerde Gezinsdrukte, een groep met (veelal) thuiswonende kinderen. Zij participeren graag online (bijv. sociale media, online platform), op een moment dat past in de gezinsagenda. Alle drie de profielen geven graag hun mening via een online enquête en ontvangen graag een bewonersbrief via de post.

Kinderdijk

Kinderdijk bestaat uit 1.620 huishoudens.



Samenstelling betrokkenheidsprofielen gemeente Alblasterdam (links) en Kinderdijk (rechts).



Dynamiek tussen de profielen

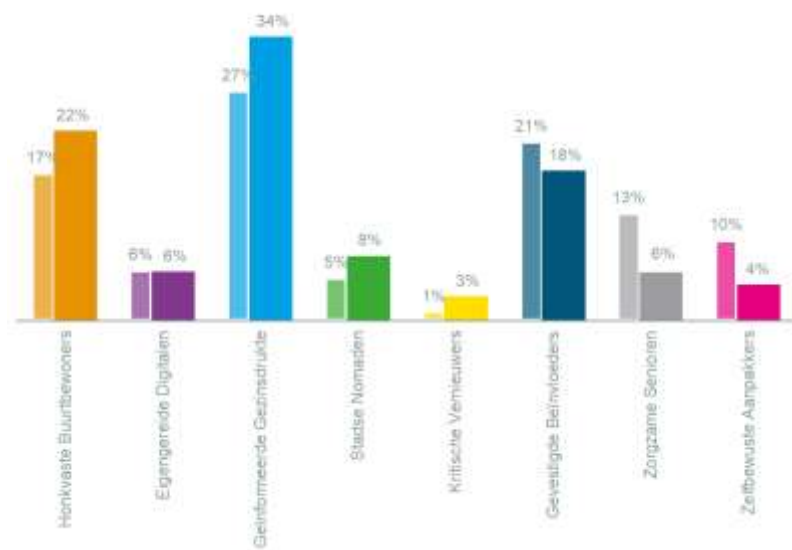
In Kinderdijk wonen veel inwoners met het betrokkenheidsprofiel Honkvaste Buurtbewoners en Geïnformeerde Gezinsdrukte.

Hoewel deze profielen op elkaar lijken qua leeftijd en gezinssituatie, verschillen ze als het gaat om betrokkenheid en vertrouwen. Zo hebben Honkvaste Buurtbewoners aanzienlijk minder vertrouwen in de gemeente dan Geïnformeerde Gezinsdrukte. Daarentegen komen Honkvaste Buurtbewoners wel vaker in actie (maatschappelijk én politiek) dan Geïnformeerde Gezinsdrukte. Honkvaste Buurtbewoners zijn betrokken bij thema's als veiligheid en gezondheid. Geïnformeerde Gezinsdrukte is vooral betrokken bij het thema onderwijs.

Op het gebied van participatie en communicatie hebben de profielen overeenkomsten. Zij worden het liefst door de gemeente geïnformeerd via een huis-aan-huis verspreide brief of flyer. Een bewonersbijeenkomst is minder geschikt. Qua meedenk-kanaal is er verschil in oriëntatie: Geïnformeerde Gezinsdrukte wil vrijwel uitsluitend digitaal meedenken (bijv. via een online enquête of platform). Honkvaste Buurtbewoners kiezen liever voor een mix (naast online ook een enquête op papier).

Blokweer

Blokweer (inclusief landelijk gebied) bestaat uit 3.130 huishoudens.



Samenstelling betrokkenheidsprofielen gemeente Alblasterdam (links) en Blokweer (rechts).



Dynamiek tussen de profielen

In Blokweer komen de profielen Geïnformeerde Gezinsdrukte, Honkvaste Buurtbewoners en Gevestigde Beïnvloeders voor.

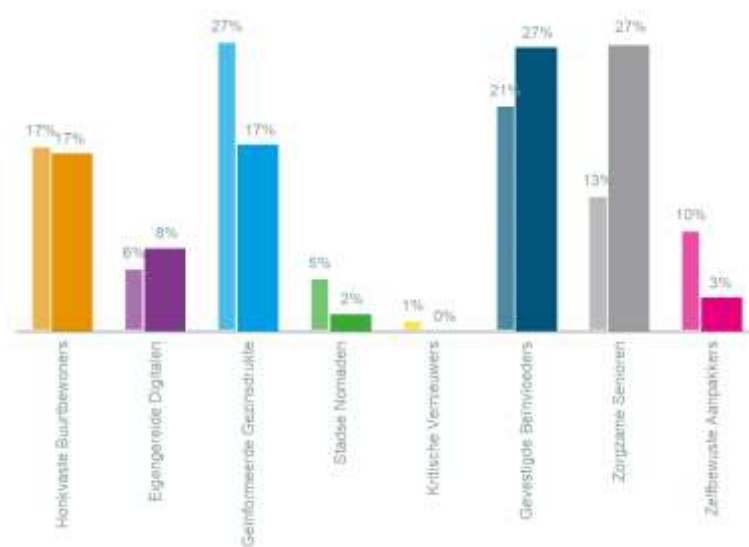
Geïnformeerde Gezinsdrukte en Gevestigde Beïnvloeders hebben meer vertrouwen in de gemeente en andere instituties dan Honkvaste Buurtbewoners. Qua betrokkenheid zijn de overeenkomsten tussen Geïnformeerde Gezinsdrukte en Honkvaste Buurtbewoners weer groter. Deze betrokkenheid is laag, vooral bij projecten of initiatieven van de gemeente.

Alle drie de profielen worden het liefst door de gemeente geïnformeerd via een huis-aan-huis verspreide brief of flyer. Een bewonersbijeenkomst is vooral geschikt voor Gevestigde Beïnvloeders. Meedenken doet Geïnformeerde Gezinsdrukte het liefst digitaal (bijv. online enquête of platform). Honkvaste Buurtbewoners en Gevestigde Beïnvloeders kiezen voor een mix (naast online enquête ook een enquête op papier).

Honkvaste Buurtbewoners en Geïnformeerde Gezinsdrukte zijn goed bereikbaar via sociale media. Dit geldt niet voor Gevestigde Beïnvloeders.

Souburgh

Souburgh bestaat uit 1.480 huishoudens.



Samenstelling betrokkenheidsprofielen gemeente Alblaserdam (links) en Souburgh (rechts).



Dynamiek tussen de profielen

In Souburgh wonen veel Gevestigde Beïnvloeders. Ook de groepen Zorgzame Senioren en Honkvaste Buurtbewoners komen veel voor.¹⁰

Qua betrokkenheid en vertrouwen verschillen deze drie profielen van elkaar. Zo zijn Honkvaste Buurtbewoners minder betrokken bij hun eigen leefomgeving dan Zorgzame Senioren en Gevestigde Beïnvloeders. Gevestigde Beïnvloeders scoren in vergelijking met de andere twee hoog op vertrouwen in de gemeente. Zowel Gevestigde Beïnvloeders als Zorgzame Senioren hebben voorkeur voor klassieke vormen van participatie, (bijv. bewonersavonden). Ook laten zij zich graag informeren via traditionele communicatiekanalen, zoals een papieren nieuwsbrief. Honkvaste Buurtbewoners zijn op bewonersavonden meestal niet aanwezig; zij zijn vooral online actief.

Wanneer deze groepen elkaar ontmoeten, ontstaat er mogelijk onbegrip. Honkvaste Buurtbewoners zijn sterk verbonden met hun eigen buurt, en redeneren vooral vanuit hun eigen belang. Gevestigde Beïnvloeders hebben een bredere blik op dingen, al betekent dit niet dat zij het per definitie 'eens' zijn met de gemeente. Ook zij hebben een sterke mening en laten deze horen.

¹⁰ Hoewel de betrokkenheidsprofielen *Honkvaste Buurtbewoners* en *Geïnformeerde Gezinsdrukte* in gelijke mate voorkomen, komt het profiel *Geïnformeerde Gezinsdrukte* in vergelijking met de totale gemeente minder voor. Namelijk 17% in de wijk Souburgh ten opzichte van 27% gemeentebreed. Voor *Honkvaste Buurtbewoners* is dit in beide gevallen 17%. Om deze reden is het profiel *Geïnformeerde Gezinsdrukte* niet meegenomen in de beschrijving van de dynamiek tussen profielen in Souburgh.

Bijlage. Onderzoeksverantwoording

Bouwstenen

De acht betrokkenheidsprofielen van Citisens zijn een verrijking op de klantsegmentatie van Whize. Deze segmentatie is ontworpen om alle ruim 7,7 miljoen huishoudens in Nederland te identificeren en classificeren in *50 sub-segmenten*, op basis van sociaal-demografische en leefstijlkenmerken. Daarbij is gebruikgemaakt van registratiedata, geografische data en data uit consumentenonderzoek.

Voor de betrokkenheidsprofielen zijn aan bovenstaande data nog *ruim 20 kenmerken* toegevoegd toe, die bepalend zijn voor het specifieke betrokkenheidsprofiel van groepen inwoners (zie volgende pagina). Deze kenmerken worden door onszelf tweejaarlijks uitgevraagd middels een online enquête onder de *Citisens community*. Deze community bestaat inmiddels uit ruim ~~50~~55.000 Nederlanders.

Regelmatig voegen wij aan onze database relevante data toe uit onze stemhulp MijnStem en andere lokale onderzoeken (bijv. online raadplegingen). Deze lokale onderzoeken zetten wij uit in samenwerking met gemeenten en/of andere overheden.

De categorisatie is tot stand gekomen middels een statistische clusteranalyse. De Whize segmenten zijn hierbij opnieuw ingedeeld tot acht profielen die onderscheidend zijn voor de mate waarin en de manier waarop inwoners betrokken zijn bij hun eigen leefomgeving.



De Citisensmethode

De Citisensmethode categoriseert inwoners in acht onderscheidende groepen. Centraal in deze categorisatie staat de vierdeling betrokkenheid, vertrouwen, communicatie en participatie. In detail gaat het om de volgende kenmerken:

Betrokkenheid en vertrouwen

- Basisvertrouwen: vertrouwen van inwoners in zichzelf en de mensen om zich heen
- Vertrouwen van inwoners in de gemeente, de regering en andere instituties (bijv. rechtspraak)
- Schaal van betrokkenheid: straat, buurt, wijk/dorp, stad, gemeente, regio, landelijk, Europa en de wereld
- Betrokkenheid bij onderwerpen: o.a. school, werk, goede doelen, verenigingsleven en vrijwilligerswerk

- Onderwerpen waarover inwoners graag willen meepraten of meedenken: o.a. cultuur & sport, wonen & leefomgeving, gezondheidszorg en mobiliteit
- Algemene betrokkenheid: de mate van betrokkenheid van inwoners op voor hen belangrijke onderwerpen (houding en gedrag)

Communicatie en participatie

- Voorkeuren qua participatievorm: meedenken vs. meedoen
- Wijze waarop inwoners geïnformeerd willen worden door de gemeente over aanpassingen in hun eigen leefomgeving: o.a. bewonersbijeenkomst, digitale nieuwsbrief en/of een bericht op sociale media
- De manier waarop zij zelf een actieve bijdrage willen leveren aan een project dat geïnitieerd wordt door de gemeente: o.a. online enquête, een bewonersbijeenkomst en/of een e-mail sturen
- Hun motieven en belemmeringen voor participatie
- Via welk offline/online kanaal zij het nieuws volgen, favoriete krant, platform, zender, sociale media, etc.
- Het soort nieuws dat zij volgen: lokaal, regionaal, nationaal of internationaal

Koppeling van genoemde databronnen vindt plaats via 6-posities postcode. Alle data is conform de huidige AVG-richtlijnen verzameld.