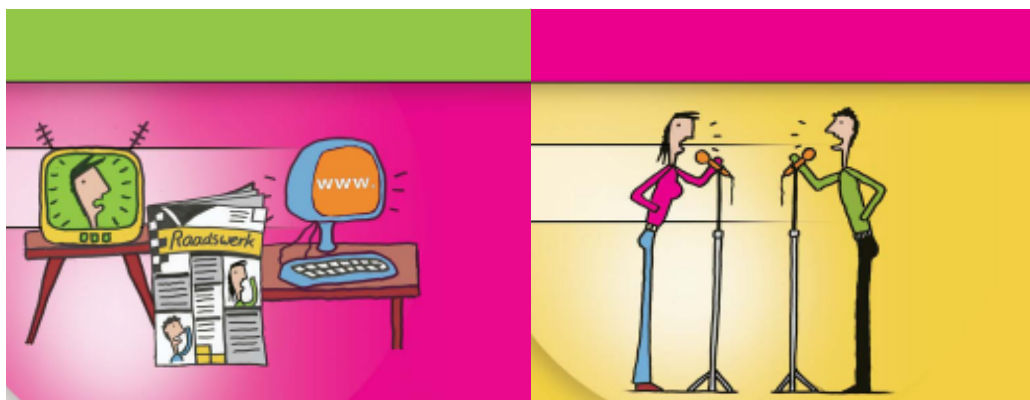




Als ik de baas zou zijn van het Journaal



Over het gebruik van multimediale strategieën
door raadsleden uit de Tilburgse gemeenteraad



Doctoraalscriptie

Titel: Als ik de baas zou zijn van het Journaal
Auteur: Charlotte Visser
Studentnummer: 292458
Universiteit: Erasmus Universiteit Rotterdam
Master: Beleid en Politiek
Bestuurskunde
Faculteit der Sociale Wetenschappen
Afstudeerbegeleider Erasmus Universiteit: Dr. A.R. Edwards
Tweede lezer Erasmus Universiteit: Ir. J. Eshuis
Afstudeerbegeleiding gemeente Tilburg: mr. G.J.C.M. Vrenken
Mw. M. van Berkel
Datum: september 2006

Voorwoord

*De pers die bestaat niet, is wat ik beweert.
Er zijn slechts journalisten, daar komt het op neer.
Wel heb ik voor mijzelf een favoriet.
Ze is blond en getraind en ze is nogal groot.
Ze brengt politici professioneel in nood.
Zelfverzekerd, vasthoudend en soms agressief,
maar diep van binnen toch echt lief.
De dag van dit kleintje is soms een feest
dankzij het grote blonde beest.¹*

Het was als journalist dat ik de auteur van dit gedicht - minister Zalm - voorbij zag schieten vlakbij de Tweede Kamer. En terwijl er een kudde van camera's en hengels achteraan rende, bleef ik met mijn microfoon staan. Ach, laat die man toch lopen dacht ik. Hij heeft hard gewerkt. Waarom moeten wij hem nou weer aanvallen en met zijn twintigen gaan wachten op dezelfde quote? Toen bedacht ik mij dat verslag doen van politiek toch misschien mijn ding niet was. Maar politiek is zo leuk, moest ik dan aan de andere kant gaan kijken? En hier ligt nu voor u, mijn doctoraalscriptie Bestuurskunde, master Beleid en Politiek. De media is altijd blijven trekken en het onderwerp van mijn onderzoek was dan ook snel gekozen.

Pers en politiek, wordt politiek en pers en het voorop stellen van de politiek bevalt mij uitstekend. Dat gevoel is enkel sterker geworden na mijn stage bij de raadsgriffie van de gemeente Tilburg. Gerard, bedankt dat jij en de rest van het team mij de ruimte hebben gegeven om met een assertieve kwebbel op roze schoenen mijn onderzoek uit te voeren. Marion!!! Wie had gedacht dat de dumping van Rick zo'n geweldig team zou opleveren? Ik vind het een eer dat ik heb mogen werken voor en vooral mét zo'n ontzettend slimme, hardwerkende, doortastende en humoristische vakvrouw. Chef, ik heb veel met je gelachen en minstens zo veel van je geleerd.

Alle respondenten dank ik dat zij tijd voor mij hebben vrij gemaakt, mijn vele vragen zo open en eerlijk hebben beantwoord en mijn flauwe grappen hebben doorstaan. Ik dank de mensen uit de pers en politiek die mij de afgelopen jaren scherp hielden met hun discussies en oppeppende woorden. Tevens dank ik vanuit de Erasmus Universiteit, de heer Edwards voor zijn scriptiebegeleiding en de heer Eshuis voor zijn keuring van mijn scriptie. Verder dank ik alle vrienden en de spekkerd voor de interesse en hulp die zij de afgelopen maanden hebben geboden. Ik voelde mij als een vis in het water (of als een netwerker in het rookhok) bij de gemeente Tilburg. Het was – om het zo maar eens te zeggen – keigaaf, om de gemeenteraadsverkiezingen, de debatten in de raad, raadsleden, interviewen voor AGT en discussies naar aanleiding van artikelen in de kranten live mee te maken in het glazen huis. Maar hoe leuk het ook is om je misselijk te eten tijdens ellenlange raadsvergaderingen en tekeningen te ontvangen van het Foster Parent kind van de raadsgriffie, uiteindelijk gaat het om de onderzoeksresultaten, de scriptie. In mijn masterthesis heb ik geprobeerd een begrijpelijk theoretisch kader neer te zetten en een deskundige analyse. Zonder al te veel jargon, maar met des te meer eigen mening! Tja, als ik de baas zou zijn van het Journaal.

Lotje

¹ VVD-minister Gerrit Zalm las op 4 december 1997 in het NPS radioprogramma 'Weldenkende Mensen' dit Sinterklaasgedicht voor dat hij had geschreven voor parlementair verslaggeefster van Den Haag Vandaag Wouke van Scherrenburg.

Inhoudsopgave

Hoofdstuk 1	Inleiding	4
	1.1 Aanleiding van het onderzoek	4
	1.2 Probleemstelling	5
	1.3 Onderzoekssetting	6
	1.4 Bestuurskundige relevantie	7
Hoofdstuk 2	Theoretisch kader	8
	2.1 Strategieën politieke en bestuurlijke vernieuwing	9
	2.2 Stijlen volksvertegenwoordigers	13
	2.3 Eenvoudig communicatiemodel	18
	2.4 Basiselementen communicatiestrategie	19
	2.5 Conceptueel model	22
Hoofdstuk 3	Methodische verantwoording	23
	3.1 Toegepaste onderzoekstechnieken	23
Hoofdstuk 4	Empirische bevindingen en analyse	28
	4.1 Inleiding	28
	4.2 Typen raadsleden	29
	4.3 Contact burgers	31
	4.4 Politieke en bestuurlijke vernieuwing	35
	4.5 Verzamelen van informatie	39
	4.6 Naar buiten brengen van informatie	43
	4.7 Externe communicatiemiddelen	48
	4.8 Persbeleid	58
	4.9 College versus raad	69
	4.10 Gemeenteraadsverkiezingen 2006	71
	4.11 Communicatie raadsgriffie	73
Hoofdstuk 5	Conclusies en aanbevelingen	76
	5.1 Typen raadsleden	76
	5.2 Contact burgers	79
	5.3 Politieke en bestuurlijke vernieuwing	80
	5.4 Verzamelen van informatie	82
	5.5 Naar buiten brengen van informatie	85
	5.6 Communicatiemiddelen raadsgriffie	88
	5.7 Persbeleid	94
	5.8 Communicatieprofielen raadsleden	102
Hoofdstuk 6	Literatuurlijst	107
Bijlagen		110/I
	Bijlage 1 Lijst van respondenten	III
	Bijlage 2 Vragenlijst raadsleden	V
	Bijlage 3 Eerste afgenomen diepte-interview	VIII

RAADSLEDEN KOMEN VAN MARS

BURGERS KOMEN HELEMAAL NIET

Lotje

1

Inleiding

1.1 Aanleiding van het onderzoek

Napoleon zei begin negentiende eeuw: 'Si je lâche la bride a la presse, je ne resterai pas trois mois au pouvoir'. (Als ik de pers de vrije teugel zou laten, zou ik niet langer dan drie maanden aan de macht blijven.) Zo angstvallig als Napoleon kijken de meeste politici niet meer tegen de pers aan. De politiek heeft door de jaren heen met de pers leren omgaan. Pers en politiek horen nu eenmaal bij elkaar als stekker en stopcontact.² Zo universeel onherroepelijk als een stekker en stopcontact zijn pers en politiek echter niet.

Het medialandschap is de afgelopen jaren sterk veranderd. Er zijn meer televisiezenders, meer omroepen, minder kranten, gratis kranten en er is heel veel media-aanbod op het nieuwste medium internet. Dit leidt bijvoorbeeld tot meer keuze voor de burgers in gebruik van media voor vrijetijdsbesteding, veranderingen in regel- en subsidietoekenning in overheidsbeleid en uiteindelijk ook tot een voor veel werknemers veranderende werkomgeving.

Het veranderende medialandschap is ook van invloed op het werk van raadsleden. Waar vroeger volstaan werd met het plaatsen van twee pagina's gemeentenuws in de huis-aan-huisbladen en het sturen van gemeentelijk buurtnieuws via de post, hebben raadsleden nu veel meer communicatieve mogelijkheden om hun boodschap te verspreiden. De lokale media spelen een grote rol in dit proces. Journalisten zijn allang niet meer de brave volgers die het nieuws zo opschrijven als de politiek het wil. Journalisten kiezen en bepalen zelf het nieuws. De lokale krant is daarmee bewaker van de lokale democratie, maar voor sommigen raadsleden een luis in de pels van het gemeentebestuur. De media zijn niet meer weg te denken uit de huidige samenleving en steeds meer mensen proberen invloed uit te oefenen op het proces van het verkondigen van de eigen boodschap in een zelf bewerkt medium. Sommige raadsleden investeren dan ook in hun sociale verhouding met de plaatselijke journalisten, andere willen politiek en journalistiek gescheiden houden. Het snelgroeende medium internet zorgt misschien nog wel voor de meeste veranderingen waar raadsleden (noodgedwongen) aan mee (moeten) doen.

Naast veranderingen in het medialandschap, heeft de gemeenteraad er in het sinds 2002 ingevoerde dualistische systeem ook een nieuw ondersteunend orgaan bij gekregen, de

² Uitspraak oud voorzitter van de Tweede Kamer Anne Vondeling

raadsgriffie. Deze raadsgriffie bestaat uit onder andere een communicatieadviseur. Interne en externe communicatie speelt binnen de gemeente een steeds grotere rol.

De groeiende mogelijkheden op het gebied van communicatie hebben voor elk raadslid een andere betekenis. Het is daarom interessant om te kijken wat voor typen raadsleden er binnen een fractie aanwezig zijn. Elk type raadslid maakt op een andere manier gebruik van de media. Wellicht is er sprake van een causale relatie tussen het type volksvertegenwoordiger en de manier waarop die volksvertegenwoordiger communiceert met de burger en met de pers.

De griffie van de gemeente Tilburg heeft opdracht gegeven om te kijken op basis van welke gronden raadsleden gebruik maken van wat voor een soort multimediale strategieën en in hoeverre de griffie daarbij op de juiste manier ondersteuning verleent. De griffie verwacht voornamelijk een descriptief onderzoek waardoor er meer kennis en beter inzicht in de multimediale strategieën van raadsleden wordt verkregen.

Om te onderzoeken welke invloed de media hebben op het werk van de raadsleden en welke invloed de keuze van welk medium heeft op het bereiken van de burgers, is er een probleemstelling geformuleerd.

1.2 Probleemstelling

De doelstelling van dit onderzoek is om te onderzoeken welke media raadsleden gebruiken en waarom zij tot die keuze komen. Hieruit kan blijken dat sommige media bijvoorbeeld niet optimaal gebruikt worden en andere media misschien overmatig ingezet worden. Doel is tevens om te kijken of er een verband is tussen het type raadslid en het mediagebruik.

Centrale doelstelling:

Onderzoeken wat voor een type raadsleden er binnen de gemeenteraad 2002-2006 aanwezig zijn en onderzoeken of er een verband is tussen het type raadslid en de multimediale strategieën die hij gebruikt.

De griffie van de gemeente Tilburg wil graag dat de verschillen in gebruik en inzet van media door de verschillende raadsleden in kaart worden gebracht. Hiervoor is de volgende probleemstelling geformuleerd.

Centrale onderzoeksvraag:

Op welke gronden maakt welk type raadslid gebruik van welke multimediale strategieën bij het verzamelen en naar buiten brengen van informatie?

Om een helder antwoord te krijgen op deze probleemstelling is het van belang stapsgewijs onderzoek uit te voeren. Hiervoor zijn enkele deelvragen geformuleerd.

1.2.1 Deelvragen

De volgende deelvragen zijn geformuleerd.

1. *Wat wordt er verstaan onder multimediale strategieën?*

In het theoretisch kader wordt het begrip multimediale strategie gedefinieerd. De basis wordt hiervoor gelegd in het basis communicatiemodel. Vervolgens worden de basiselementen van een communicatiestrategie vastgesteld, waarna de typen raadsleden uiteen worden gezet.

2. *Hoe kunnen multimediale strategieën van de gemeenteraad en de raadsgriffie worden beschreven en toegepast en in hoeverre beïnvloedt de verhouding tussen de raad en het college in het duale stelsel de multimediale strategie van een raadslid?*

De multimediale strategieën van de gemeente Tilburg worden beschreven en geïdentificeerd. Daar worden de multimediale strategieën van de gemeenteraad en de raadsgriffie naast gehouden. Onderzocht wordt of het communicatiebeleid van de gemeente Tilburg in het algemeen anders is dan het communicatiebeleid van de raadsgriffie en daarmee indirect de gemeenteraad. Tevens wordt er gekeken naar wat de rol van het in 2002 ingevoerde dualisme is in de eventuele verschillen tussen het communicatiebeleid van het college en de van gemeenteraad en wordt gekeken hoe de verschillende typen raadsleden dualisme in hun communicatiestrategie verwerken. Er wordt onderzocht of het dualisme een factor van betekenis is, in het uitvoeren van de multimediale strategie van een raadslid.

3. *Op welke manier houden de verschillende typen raadsleden rekening met de basiselementen van een communicatiestrategie bij het verzamelen van informatie?*

Het gebruik van multimediale strategieën door de verschillende typen raadsleden van de verschillende partijen wordt beschreven en geanalyseerd. Dit gebeurt onder andere door een analyse van het toepassen van de basiselementen van een communicatiestrategie bij het verzamelen van informatie door raadsleden uit de gemeenteraad van Tilburg in de periode 2002-2006. Gekeken wordt of de raadsleden rekening houden met thematiek, een doelgroep, de boodschap, het medium en timing bij het verzamelen van informatie.

4. *Op welke manier houden de verschillende typen raadsleden rekening met de basiselementen van een communicatiestrategie bij het naar buiten brengen van informatie?*

Het gebruik van multimediale strategieën door de verschillende typen raadsleden van de verschillende partijen wordt verder onderzocht en beschreven. Dit gebeurt onder andere door een analyse van de toepassing van de basiselementen van een communicatiestrategie bij het naar buiten brengen van informatie door raadsleden uit de gemeenteraad van Tilburg in de periode 2002-2006. Gekeken wordt of de raadsleden rekening houden met thematiek, een doelgroep, de boodschap, het medium en timing bij het verzamelen van informatie. De relatie tussen pers en politiek wordt verder geanalyseerd.

5. *In hoeverre maken raadsleden gebruik van de door de raadsgriffie ingezette communicatiemiddelen?*

Er wordt gekeken of de respondenten vinden dat de gemeenteraad en de raadsgriffie moeten blijven inzetten op het gebruik van de huidige communicatiekanalen of dat zij een nieuwe weg in moeten slaan. Het gebruik van de externe communicatiemiddelen - zoals opgesteld door de raadsgriffie - door raadsleden wordt onderzocht. Tevens wordt het gebruik van de media door de verschillende typen raadsleden geanalyseerd.

1.3 Onderzoeksetting

Dit onderzoek wordt afgenomen in opdracht van de raadsgriffie van de gemeente Tilburg. De gemeente Tilburg is met 200.000 inwoners de zesde stad van Nederland en bestaat naast de stad Tilburg ook uit de dorpen Berkel-Enschot en Udenhout.

Op 1 februari 2006 is begonnen met dit onderzoek, vijf weken voor de gemeenteraadsverkiezingen van 2006. De gemeenteraadsverkiezingen zijn dan ook terug te vinden in de analyse. Tijdens de verkiezingen is er massaal gebruik gemaakt van de media.

Politieke partijen hebben van elkaar geleerd, dingen van elkaar overgenomen en zich aan elkaar geërgerd. Omdat nieuwe raadsleden die in 2006 voor het eerst in de gemeenteraad zitting nemen tijdens en na de verkiezingen van alles kunnen beloven zonder dat dat getoetst kan worden, is in het onderzoek gebruik gemaakt van respondenten die zitting hadden in de gemeenteraad van 2002 tot 2006. Sommigen van hen zaten ook in de periode daarvoor in de gemeenteraad, anderen zitten ook in de nieuwe, huidige gemeenteraad.

Het onderzoek is grotendeels uitgevoerd tussen 1 februari en 1 juni 2006 in de stageperiode bij de raadsgriffie. Het onderdeel communicatie binnen de raadsgriffie vormt dan ook een onderdeel van het onderzoek.

De nadruk ligt echter op het gebruik van multimediale strategieën van de gemeenteraad van 2002-2006. Er wordt onderzocht wat voor een type raadsleden in de gemeenteraad zitten en of een bepaald type raadslid voor een bepaalde communicatiestrategie kiest. Om te onderzoeken of het mediagebruik van raadsleden ook bij de media zelf gesignaleerd wordt, bevinden zich onder de respondenten ook enkele journalisten van de lokale media in Tilburg.

1.4 Bestuurskundige relevantie

Bestuurskunde is een multidisciplinaire wetenschap die zich bezighoudt met de werking van het openbaar bestuur. De bestuurskunde heeft tot doel de werking van het openbaar bestuur te verbeteren en is daarmee een toepassingsgerichte wetenschap.

De gemeente maakt deel uit van het openbaar bestuur. Volgens artikel 125 van de Grondwet is de gemeenteraad het hoogste orgaan van de gemeente (Neelen, Rutgers en Tuurenhout: 2003, 97). Sinds de dualisering in maart 2002 heeft de gemeenteraad drie rollen, te weten de kaderstellende, de controlerende en de volksvertegenwoordigende rol. Een belangrijke verandering door de invoering van het dualisme, is ook dat de raad recht heeft op eigen ondersteuning. Hiervoor is de raadsgriffie ingesteld met als hoofd de griffier. De griffier staat 'de raad en de door de raad ingestelde commissies bij de uitoefening van hun taak ter zijde', zoals dat in artikel 107a van de Gemeentewet is vastgesteld (Neelen, Rutgers en Tuurenhout: 2003, 98). De griffier heeft in grotere gemeenten zoals Tilburg de beschikking over een raadsgriffie.

De gemeenteraad heeft op verschillende manieren te maken met burgers. Zij wil graag aan de burger laten zien hoe zij bijvoorbeeld haar volksvertegenwoordigende rol op zich neemt. Het is bestuurskundig relevant om te kijken wat voor een type raadsleden in de gemeenteraad van Tilburg zitten en om te onderzoeken hoe zij hun werk in het openbaar bestuur naar buiten proberen te brengen.

DUALISME

FLITSKAST ZONDER FILMPJE

Lotje

2

Theoretisch kader

In dit hoofdstuk wordt aangegeven vanuit welk theoretisch gezichtspunt de empirie zal worden bestudeerd. Het theoretisch kader bestaat in essentie uit een aantal begrippen waarmee de werkelijkheid volgens de onderzoeker wordt gestructureerd. Ook de eventuele relaties tussen die begrippen maken deel uit van het theoretisch kader. Hierdoor wordt het eigenlijk een soort model. De belangrijkste functie van het theoretisch perspectief is het hanteerbaar maken van de complexe werkelijkheid door het kiezen van een beperkt aantal begrippen die in 'de' werkelijkheid een rol (lijken te) spelen. Uiteindelijk zal de presentatie van het theoretisch kader moeten uitmonden in een gedegen model voor analyse, in dit geval een samenhangend geheel van concepten. Om die concepten in de empirie te kunnen waarnemen, zullen daarvoor indicatoren moeten worden geformuleerd.

Het theoretisch kader bestaat uit bevindingen van auteurs met betrekking tot communicatie in de politiek. Doel van het onderzoek is kijken naar welk type raadslid gebruik maakt van welke multimediale strategieën. Allereerst wordt er ingegaan op strategieën van politieke en bestuurlijke vernieuwing van Depla. Al meer dan tien jaar speelt de discussie van de zichtbaarheid van de gemeenteraad onder de burgers. De gemeenteraad is niet duidelijk te onderscheiden van het college en de raadsleden zijn niet bekend. Interessant is om te kijken of de gemeenteraad anno 2006 de strategieën van politieke en bestuurlijke vernieuwing van meer dan tien jaar geleden toepast. Daarna volgt een uiteenzetting van Tops en Zouridis' typen raadsleden. Volgens hen zijn er vijf typen raadsleden te onderscheiden met ieder hun eigen kenmerken. Vervolgens wordt gekeken of er een theoretisch verband is tussen het type raadslid en het gebruik van strategieën van bestuurlijke en politieke vernieuwing. Het theoretisch kader wordt afgesloten met de basiselementen van een communicatiestrategie van Beaudry en Schaeffer. Volgens hen liggen er vijf basiselementen ten grondslag aan een communicatiestrategie. Deze basiselementen worden vervolgens in het basis communicatiemodel, het ZBMO-model, gegoten. Hieruit ontstaat het conceptueel model dat gebruikt wordt in de analyse om een verband te leggen tussen theorie en praktijk.

2.1 Strategieën van politieke en bestuurlijke vernieuwing

Raadsleden en het werk dat zij doen is niet erg bekend onder de burgers. Voor veel burgers is de gemeente één huis. Als zij spreken over de gemeente - meestal negatief - gaat het over parkeerproblemen, losliggende stoeptegels en hangjeugd op straat. De gemeenteraad heeft al jaren problemen om zichzelf buiten én binnen het gemeentehuis te profileren. Raadsleden zijn vaak onbekend en het verschil met wethouders wordt niet gezien.

In 1995 presenteerde Depla drie strategieën van politieke en bestuurlijke vernieuwing. Deze strategieën werden naar voren gebracht in een samenleving waarin men zich begon te realiseren dat de kloof tussen de burger en de politiek groot is en dat daar iets aan gedaan moet worden. De gemeenteraad is op dat moment een monistisch, vrij onbekend orgaan. Met de jaren worden de grote afstand tussen burger en politiek, de ongeïnteresseerdheid van burgers in politiek, de onbekendheid van de gemeenteraad en het monistisch stelsel steeds vaker geagendeerd. In 2002 wordt het dualisme ingevoerd wat voor een duidelijkere, heldere en meer van het college onderscheidende gemeenteraad moet zorgen. Hoewel Depla zijn strategieën ten tijde van het monisme bedacht, is het interessant om te kijken in hoeverre deze voor 1995 vernieuwende strategieën (nog steeds) toegepast worden. Heeft de boodschap van een raadslid wel een dualistische aard en wordt er wel aan de burger in de vorm van de ontvanger gedacht? Depla kwam met drie strategieën, te weten: het vergroten van de daadkracht van het gemeentebestuur, het versterken van de positie van de gemeenteraad en het vergroten van de betrokkenheid van burgers.

2.1.1 Vergroten daadkracht gemeentebestuur

In de eerste strategie staat de organisatie van het gemeentelijk beleidsproces centraal (Depla, 1995: 89-90). In de organisatie is sprake van geringe daadkracht. Problemen worden niet opgelost en doelstellingen worden niet of tegen te hoge kosten gerealiseerd. De geringe doeltreffendheid en doelmatigheid zou kunnen leiden tot afnemende legitimiteit van het gemeentebestuur. Het streven naar het vergroten van de daadkracht van het gemeentebestuur wordt vanuit twee uiteenlopende benaderingen vormgegeven. "Deze benaderingen sluiten aan bij twee tradities die in de beleidswetenschappelijke literatuur worden onderscheiden; de structuur- en de netwerkbenadering (vergl: Snellen, 1987: 17-20; Frissen et al, 1992: 13-15; Van de Donk, 1993a: 34)."³

2.1.1.1 Structuurbenadering

De structuurbenadering beschouwt beleid primair als een intellectueel product. Het beleidsproces heeft in de structuurbenadering een gefaseerd karakter, waarin duidelijk van elkaar te onderscheiden activiteiten plaatsvinden. Volgens Teisman (1993: 20) zijn deze opgebouwd rond één archimedisch punt: de beleidsbepaling. "De andere activiteiten in het beleidsproces zijn hieraan ondergeschikt: zij leveren een bijdrage aan het realiseren van de doelstellingen die tijdens de beleidsbepaling zijn vastgesteld."⁴

Beschikbaarheid van informatie is een belangrijke voorwaarde om de hiërarchie tussen de verschillende fasen in het beleidsproces te handhaven. Tijdens de beleidsvoorbereiding moet de informatie verzameld worden waarmee beleidsbepalers gefundeerde beslissingen kunnen nemen. De beleidsuitvoerders worden daarna geïnformeerd over de genomen beslissingen zodat zij deze in praktijk kunnen brengen. In de structuurbenadering is informatie belangrijk onder het motto 'meer weten leidt tot beter beleid' (Depla, 1995: 90-91-92).

3 Depla, P. (1995). Technologie en de vernieuwing van de lokale democratie. Tilburg: Katholieke Universiteit Brabant. pp. 89-90.

4 Depla, P. (1995). Technologie en de vernieuwing van de lokale democratie. Tilburg: Katholieke Universiteit Brabant. pp. 89-90.

De structuurbenadering is interessant voor raadsleden, omdat die ingaat op het proces van de beleidsbepaling en beleidsvoorbereiding. In het dualisme zou de rol van de gemeenteraad hier groot in moeten zijn. Zoals blijkt uit de notitie 'De raad als volksvertegenwoordiger; het debat van de straat naar de raad' is het aan de raad om als volksvertegenwoordiger van de burgers te voelen welke zaken in de lokale gemeenschap leven en mede op grond daarvan te bepalen welke onderwerpen op de politieke agenda komen tijdens het proces van agendavoering. Bij de beleidsvoorbereiding gaat het om het uitdenken, formuleren en toelichten van keuzen over beleidsinhoud. Bij de beleidsbepaling gaat het om het vaststellen van beleid.⁵

Het Tilburgs Model is een voorbeeld van een beleidsmethodiek die ontwikkeld is om de gemeentelijke bedrijfsvoering te structureren. Ook de organisatie van het gemeentelijk apparaat krijgt aandacht in de structuurbenadering.

2.1.1.2 Netwerkbenadering

De netwerkbenadering beschouwt beleid als een interactieproces van bij het beleidsproces betrokken actoren in een beleidsnetwerk (Depla: 1995, 92-93). Deze actoren hebben allemaal eigen belangen en meningen. Zij strijden en onderhandelen om zo te proberen coalities te sluiten met andere actoren.

"In de netwerkbenadering worden wederzijdse afhankelijkheden en strategische interacties beschouwd als twee essentiële kenmerken van het beleidsproces (Frissen et al, 1992: 15)."⁶ Deze twee kenmerken bepalen de daadkracht van het gemeentebestuur. De daadkracht neemt toe wanneer er binnen de netwerken een zekere consensus ontstaat. Dit zou kunnen door een betere informatie-uitwisseling, versterking van formele en informele contacten, en door een verbetering van communicatiepatronen waardoor er gemeenschappelijke definities van problemen en oplossingsrichtingen ontstaan.

In de netwerkbenadering wordt ook gewezen op het belang van gedeelde verantwoordelijkheden in het beleidsproces. Burgers en maatschappelijke organisaties beschikken vaak over kennis van hun eigen woon- en leefomgeving of de maatschappelijke sector waarin zij actief zijn. "Deze kennis kan een belangrijke bijdrage leveren aan de oplossing van allerlei maatschappelijke vraagstukken waarmee het gemeentebestuur wordt geconfronteerd."⁷ Burgers worden op die manier co-producenten van beleid.

2.1.2 Versterken positie gemeenteraad

De tweede strategie van politieke en bestuurlijke vernieuwing richt zich op positie en functioneren van de gemeenteraad (Depla, 1995: 94-95). Ondanks het in 2002 ingetreden dualisme en een steeds zichtbaar en invloedrijker wordende raad, kan er nog steeds gesproken worden van een zwakke positie van de raad en een grote onbekendheid van raadsleden onder de burgers zoals Depla dat deed in 1995. "Vanuit twee verschillende benaderingen wordt de versterking van de positie van de gemeenteraad nagestreefd. Deze benaderingen sluiten aan bij de twee rollen van een raadslid: een interne beleidsmatige rol en een externe vertegenwoordigende rol (Denters en De Jong, 1992: 21-27)."⁸

5 Gemeente Tilburg (2003). *Notitie volksvertegenwoordigende rol. De raad als volksvertegenwoordiger; het debat van de straat naar de raad.* Tilburg.

6 Depla, P. (1995). *Technologie en de vernieuwing van de lokale democratie.* Tilburg: Katholieke Universiteit Brabant. pp. 92-93.

7 Depla, P. (1995). *Technologie en de vernieuwing van de lokale democratie.* Tilburg: Katholieke Universiteit Brabant. pp. 92-93

8 Denters, S.A.H. & Jong, H.M. de (1992). *Tussen burger en bestuur: een empirisch onderzoek naar de positie van het raadslid in de Overijsselse gemeenten.* Enschede: CBOO Universiteit Twente. pp. 21-27.

2.1.2.1 Interne rol

In de eerste benadering wordt de raad beschouwd als een onderdeel van het gemeentebestuur (Depla, 1995: 95-96). "De raad is een bestuursorgaan. Als enig rechtstreeks gekozen orgaan in de lokale politiek, zou de raad het beleidsproces moeten domineren (Denters en De Jong, 1992: 12)."⁹ In dit verband wordt vaak gesproken van het 'primaat van de gemeenteraad'. Ook al is de rol van de raad in een monistisch tijdperk onder de loep gehouden, dan nog kan worden gekeken of er ruim tien jaar na dato in een dualistisch stelsel wel sprake is van het herstel van de primaat van de raad, een onafhankelijke opstelling van de raad tegenover het college en de beleidsbepalende en controlerende taken van de raad. Een manier om de invloed van de raad te doen toenemen, is de introductie van nieuwe beleidsmethodieken die de transparantie van het beleidsproces vergroten.

2.1.2.2 Externe rol

De gemeenteraad is niet alleen een bestuurlijk orgaan, maar is ook de lokale volksvertegenwoordiging. In deze externe rol staat de verhouding tussen het electoraat en de gemeenteraad centraal. Volgens Denters en De Jong is de raad als volksvertegenwoordiging een schakel tussen burger en bestuur: "Om deze functie waar te kunnen maken, moet de raad gericht zijn op de wensen, verlangens en behoeften die onder de bevolking leven. De bevolking moet zich vertegenwoordigd voelen door de raadsleden (Depla, 1995: 97-99)."¹⁰

Vanuit de politicologische literatuur wordt verondersteld dat op twee manieren de voorkeur van burgers vertaald kan worden in het lokaal beleid. Allereerst kan een gelijkens tussen kiezers en gekozenen op persoonlijke kenmerken, zoals geslacht, leeftijd, woonbuurt en inkomen, voor een representatieve democratie zorgen. Politici zouden dan de standpunten moeten verwoorden van de sociale groepering waartoe zij zelf behoren. Raadsleden kunnen de bevolking ook representeren door het verkiezingsprogramma uit te voeren op basis waarvan de kiezers hebben gekozen. Dit veronderstelt dat kiezers zich tijdens verkiezingen daadwerkelijk hebben uitgesproken over programma's en niet enkel gekozen hebben op de gezichten (Depla, 1995).

Raadsleden kunnen verschillende rollen aannemen om invulling te geven aan hun volksvertegenwoordigende rol. In paragraaf 2.2 worden de vijf rollen die Tops en Zouridis onderscheiden in De Binnenkant van de politiek neergezet. Onder andere de ombudsachtige functie van een raadslid, kenmerkend door het opkomen voor de belangen van individuele burgers en maatschappelijke organisaties, die ook Denters en De Jong (in Depla, 1995: 97-99) omschrijven, wordt door Tops en Zouridis geanalyseerd.

De lokale volksvertegenwoordiging wordt in haar externe rol vaak een gebrekkige representatie verweten. Allereerst blijkt dat uit de eenzijdige samenstelling van veel gemeenteraden. Veel raadsleden komen uit de (semi-)collectieve sector waardoor andere maatschappelijke groepen zich minder snel vertegenwoordigd voelen door deze raadsleden. Tevens heeft de lokale politiek een bleek profiel. "Wanneer burgers niet bekend zijn met de spelers en inzet bij lokale verkiezingen, is de kans klein dat zij zich in de lokale politiek gerepresenteerd voelen."¹¹ Ten slotte blijft de lokale politiek voor veel burgers een gesloten systeem waarbinnen - naar hun mening - eigenlijk geen ruimte en interesse is voor de wensen en de mening van de gewone burger. Een meer toegankelijke lokale politiek zorgt voor een veranderend profiel van raadsleden. Bij de externe rol van een raadslid wordt ingezet op het

⁹ Denters, S.A.H. & Jong, H.M. de (1992). *Tussen burger en bestuur: een empirisch onderzoek naar de positie van het raadslid in de Overijsselse gemeenten*. Enschede: CBOO Universiteit Twente. pp. 12.

¹⁰ Depla, P. (1995). *Technologie en de vernieuwing van de lokale democratie*. Tilburg: Katholieke Universiteit Brabant. pp. 97-99.

¹¹ Depla, P. (1995). *Technologie en de vernieuwing van de lokale democratie*. Tilburg: Katholieke Universiteit Brabant. pp. 97-99.

meer in contact staan met kiezers waardoor communicatieve vaardigheden belangrijker worden. Behalve door middel van op de koffie-gesprekken, burgeronderzoeken en direct persoonlijk contact met burgers, kunnen enkele institutionele instrumenten, zoals lokale referenda of de invoering van een districtenstelsel ook bijdragen aan een directer contact met burgers.

2.1.3 Vergroten betrokkenheid burgers

De derde strategie van politieke en bestuurlijke vernieuwing richt zich op de burger (Depla, 1995: 100). De geringe politieke betrokkenheid van burgers wordt getypeerd als het voornaamste probleem van de lokale democratie. De strategie bespreekt twee rollen van burgers, de burger als kiezer en de burger als actief burgerschap.

2.1.3.1 Burger als kiezer

De eerste benadering (in Depla, 1995: 101-103) richt zich primair op de invloed van burgers op de besluitvormingsprocessen in de geïnstitutionaliseerde lokale politiek: "Verkiezingen zijn het formele moment bij uitstek waarop burgers hun politieke voorkeuren kenbaar maken en invloed uitoefenen op de besluitvorming in de lokale politiek."¹²

De burger als kiezer is niet heel actief. Allereerst laten betrekkelijk grote groepen kiezers de lokale stembus links liggen. "De relatief lage opkomst hangt ongetwijfeld samen met de geringe betekenis die burgers toekennen aan lokale verkiezingen."¹³ Ook stemmen burgers lokaal vaak hetzelfde als dat zij landelijk doen en weten zij vaak niet wat de standpunten van de betrokken lokale partijen zijn. Als burgers stemmen, kunnen zij dit maar eens in de vier jaar doen. "Omdat tussentijdse ontbinding van de gemeenteraad onmogelijk is, kunnen burgers hun mening niet kenbaar maken over conflicten, die bijvoorbeeld hebben geleid tot een breuk in het college."¹⁴ Tevens kunnen burgers geen directe invloed uitoefenen op de verkiezingen van wethouders en de benoeming van de burgemeester.

2.1.3.2 Actief burgerschap

In de tweede benadering zijn burgers niet alleen kiezers (Depla, 1995: 103-104). Zij worden beschouwd als actieve burgers die op verschillende manieren uitdrukking (kunnen) geven aan hun betrokkenheid bij ontwikkelingen in de lokale samenleving. Zo zijn burgers actief in uiteenlopende maatschappelijke organisaties en proberen zij tevens via acties, zoals een handtekeningenactie, een bezetting of een demonstratie hun mening te uiten en het overheidsbeleid te beïnvloeden.

Volgens Depla kampt het actief burgerschap in de lokale democratie met twee problemen: "Allereerst krijgen initiatieven van maatschappelijke democratie binnen de bestaande politieke instituties te weinig ruimte. In de geïnstitutionaliseerde lokale democratie wordt de maatschappelijke betrokkenheid te weinig gehonoreerd door het gemeentebestuur. Er wordt te weinig gebruik gemaakt van kennis en ervaring van burgers. Daarnaast zouden burgers onvoldoende worden gemotiveerd om zich actief te mengen in de lokale politiek."¹⁵ Het is de

¹² Depla, P. (1995). *Technologie en de vernieuwing van de lokale democratie*. Tilburg: Katholieke Universiteit Brabant. pp. 101-103.

¹³ Depla, P. (1995). *Technologie en de vernieuwing van de lokale democratie*. Tilburg: Katholieke Universiteit Brabant. pp. 101-103.

¹⁴ Depla, P. (1995). *Technologie en de vernieuwing van de lokale democratie*. Tilburg: Katholieke Universiteit Brabant. pp. 101-103.

¹⁵ Depla, P. (1995). *Technologie en de vernieuwing van de lokale democratie*. Tilburg: Katholieke Universiteit Brabant. pp. 103-104.

vraag of dit nu nog zo stellig kan worden gezegd. Anno 2006 wordt er door de gemeente Tilburg geïnvesteerd in actief burgerschap, of dit echter effect heeft is niet altijd duidelijk.

2.2 Stijlen volksvertegenwoordigers

Degenen die zich bezig moeten houden met de strategieën voor politieke en bestuurlijke vernieuwing zijn de raadsleden. In de gemeente Tilburg bestond de gemeenteraad van 2002 tot 2006 uit 39 verschillende mensen. Al deze individuen hebben hun eigen manier van het invullen van de volksvertegenwoordigende rol van raadslid. Tops en Zouridis (2002) maken in De binnenkant van de politiek een onderscheid tussen vijf stijlen van vertegenwoordigen om het raadslidmaatschap vorm te geven: de ombudsman, de partijpoliticus, de bestuurder, de coach en de volger. Niet elk gemeenteraadslid heeft een eenduidige stijl. Bij de één is het een combinatie van alle vijf stijlen, bij de ander domineert één stijl.

2.2.1 De ombudsman

De ombudsman (m/v) is het raadslid dat de meeste tijd investeert in maatschappelijke contacten. Hij staat middenin de samenleving, bezoekt mensen thuis en heeft een zeer actief verenigingsleven. De ombudsman vindt het allerbelangrijkste dat een raadslid zich laat zien in de samenleving. "Dat draagt bij aan het maatschappelijke draagvlak van de politiek en van politieke beslissingen, en het zorgt ervoor dat raadsleden vooral geconfronteerd worden met wat burgers willen. ... Zij zijn ambassadeurs van de lokale politiek. Zij maken immers duidelijk dat lokale politiek belangrijk is en dat de lokale politiek zich wel degelijk iets aantrekt van wat de burger vindt."¹⁶ Een ombudsman komt minder vaak op het stadhuis. Het lezen van de stukken is minder belangrijk dan het persoonlijke contact met de burger. In de raad- en commissievergaderingen heeft een ombudsman het voortdurend over de mening van de burger, hij heeft in zijn betoog dan ook veel aandacht voor details, voor individuele burgers. Omdat hij niet altijd grondig de stukken doorleest, is hij ook niet altijd op de hoogte van alle pro's en contra's van het voorstel vanuit een bestuurlijk perspectief. Maar de ombudsman is wel ter plaatse geweest, heeft met de betrokkenen gesproken en weet feilloos wat die van de betreffende wijziging vinden. De kracht van de ombudsman heeft ook een tegenhanger. Zo wordt de ombudsman beticht van weinig dossierkennis, hij komt met zijn eigen verhaal. Daarmee plaatst hij zich echter soms buiten de discussie. Een andere zwakte van de ombudsman is het vervallen in details. In commissie en raad heeft hij het vaak over datgene wat individuele burgers aangaat. Beleidsjargon is hem vreemd. "Als er drie klachten over het BBA-vervoer bij hem binnenkomen, betoogt de ombudsman in een commissievergadering dat 'BBA-vervoer slecht is'. Het antwoord van de wethouder dat uit recent onderzoek is gebleken dat 98 procent van de klanten tevreden is, bevredigt de ombudsman niet."¹⁷

Volgens Tops en Zouridis is de ombudsman bij ambtenaren, wethouders en burgemeesters in het algemeen niet populair. "Hun stijl sluit niet goed aan op de bestuurlijke of bureaucratische rationaliteit. ... Ook wordt de ombudsman vaak beticht van populisme of een te cliëntelistische houding."¹⁸ Rondom de verkiezingen is de ombudsman van belang omdat zijn populariteit in de samenleving dan relevant zit.

De raad is voor de ombudsman in het gemeentebestuur zowel het hoogste orgaan als het belangrijkste orgaan. Maar de raad staat wel in dienst van de lokale samenleving. De raad is vooral doorgeefluik van wat burgers beweegt en wat burgers vinden (Tops en Zouridis, 2002).

¹⁶ Tops, P. & Zouridis, S. (2002). *De binnenkant van de politiek*. Amsterdam: Atlas. pp. 76-78.

¹⁷ Tops, P. & Zouridis, S. (2002). *De binnenkant van de politiek*. Amsterdam: Atlas. pp. 76-78.

¹⁸ Tops, P. & Zouridis, S. (2002). *De binnenkant van de politiek*. Amsterdam: Atlas. pp. 76-78.

De ombudsman is het type raadslid dat zich vaak niet bewust bezig houdt met strategieën van politieke en bestuurlijke vernieuwing. Echter, dit is wel het type raadslid dat individuele burgers het meest betreft bij de politiek. Hij houdt zich dus wel degelijk bezig met de strategie van het vergroten van de betrokkenheid van burgers en dan gaat het niet om de burger als kiezer maar om het actief burgerschap.

Met het vergroten van de daadkracht van het gemeentebestuur houdt de ombudsman zich niet direct bezig, maar de ombudsman is wel het type raadslid dat de problemen die burgers hebben met de gemeente bij diezelfde gemeente aankaart. De netwerkbenadering past wel weer goed bij de ombudsman omdat deze uitgaat van burgers als co-producenten van het beleid. Met het versterken van de positie van de gemeenteraad is de ombudsman niet bezig. Het gaat erom dat de problemen van de burgers worden opgelost, wie dat doet en wie met de eer gaat strijken maakt de ombudsman niet uit. Hij wil wel dat het college naar de raad luistert en ziet de raad ook zeker als het hoogste orgaan binnen de gemeente, maar op bestuurlijk niveau zal hij dit niet direct afdwingen door gebruik te maken van de bijbehorende instrumenten.

2.2.2 De partijpoliticus

De partijpoliticus is het raadslid dat een uitgewerkte, inhoudelijke strategie heeft en die in partijverband nooit ontbreekt. Hij heeft zijn hart niet verpaid aan de stad, maar aan de partij. Fractievergaderingen zijn heilig, evenals het overleg met het partijbestuur. De partijpoliticus is vaak niet alleen lokaal betrokken, maar heeft niet zelden ook een provinciale, landelijke of Europese functie in een werkgroep of steunfractie. Het verkiezingsprogramma is voor de partijpoliticus uitgangspunt voor zijn handelen uit respect voor zijn partij en de leden. Het realiseren van het partijprogramma staat voorop want volgens de partijpoliticus wordt je daar ook op afgerekend. De raad is het vehikel om dat programma te realiseren. "Daarom stelt de partijpoliticus zich in de raad ook vrij actief op. Moties, amendementen en initiatiefvoorstellen zijn instrumenten om het beleid te veranderen in de gewenste richting."¹⁹

Een partijpoliticus verkondigt overal wat hij wil met de gemeente en slaagt er doorgaans in om zich duidelijk inhoudelijk te profileren. De partijpoliticus richt zich zowel op zijn interne als externe rol van raadslid. Hij heeft een duidelijke mening over de meeste vraagstukken. Hij leest zijn stukken en houdt zich bezig met het spel van de raad, echter wel enkel vanuit partijperspectief. "De eenzijdigheid vanuit het partijprogramma en het -netwerk is daarom tegelijkertijd een belangrijke zwakte van deze stijl. De partijpoliticus overtuigt vaker dan hij luistert. Voor burgers kan dit soms frustrerend zijn; een echt gesprek, waarin vanuit verschillende probleemdefinities of oplossingsrichtingen gekeken wordt naar een vraagstuk, is met een partijpoliticus niet mogelijk."²⁰ Ook laat de partijpoliticus zich snel in 'politieke spelletjes' zuigen. Voorop staat voor hem toch het realiseren van het verkiezingsprogramma door meerderheden in de raad te creëren.

Voor de partijpoliticus is de gemeenteraad het democratisch forum van de samenleving. Daar komen alle politieke stromingen bijeen en alleen daar kan democratische besluitvorming worden georganiseerd en algemeen belang worden benoemd. Alle verschillende beginselen van de verkiezingsprogramma's komen in de raad tenslotte samen. Verkiezingen zijn voor de partijpoliticus de ultieme vorm van inspraak waarover de burger beschikt.

De gemeenteraad gaat over doelstellingen van beleid, de ambtelijke organisatie en het college over de instrumenten of de middelen. Voor de partijpoliticus is deze scheiding vrij strikt. De beleidsbepaling is een exclusieve taak van de gemeenteraad, de beleidsuitvoering behoort tot

¹⁹ Tops, P. & Zouridis, S. (2002). *De binnenkant van de politiek*. Amsterdam: Atlas. pp. 79-83.

²⁰ Tops, P. & Zouridis, S. (2002). *De binnenkant van de politiek*. Amsterdam: Atlas. pp. 79-83

het domein van de ambtelijke organisatie. De ambtelijke organisatie is er alleen voor de uitvoering (en een deel van de voorbereiding), maar de partijpoliticus heeft geen ambtelijke organisatie nodig om de doelstellingen te bepalen. Die zijn extern voorgegeven in de verkiezingsprogramma's van de politieke partij (Tops en Zouridis, 2002).

De partijpoliticus is niet bezig met het directer betrekken van burgers bij de politiek. De ultieme vorm van democratie zijn de verkiezingen en dus is enkel de burger als kiezer interessant. Hij is bezig met het vergroten van de daadkracht van het gemeentebestuur in de structuurbenadering. Beleidsbepaling is belangrijk voor de partijpoliticus en hij zoekt constant een meerderheid om zijn eigen beleid te kunnen bepalen dat gebaseerd is op zijn partijprogramma. Het versterken van de positie van de gemeenteraad is niet erg belangrijk voor de partijpoliticus indien zijn partij in de coalitie zit. Het gaat hem tenslotte om de partij en deze is vertegenwoordigd in het college. De partijpoliticus binnen een oppositiepartij benadrukt de rol van de raad meer. Hij ziet zijn partij tenslotte niet vertegenwoordigd in het college. De raad is nog het enige orgaan waar hij zijn partijprogramma kan proberen te slijten.

2.2.3 De bestuurder

Raadsleden met de stijl van een bestuurder richten zich vooral op hun interne rol in het gemeentebestuur. De ambtelijke organisatie en het college staan daarbij centraal. De bestuurder schikt zich vrijwel volledig naar de processen zoals die in de organisatie bestaan, met de gemeenteraad als hoofd van de organisatie. De werkwijze van de bureaucratie staat in zijn activiteiten centraal, hoewel de bestuurder deze woorden zelf niet zal gebruiken. "Mijn taak is het om beleid te maken en leiding te geven aan de gemeentelijke organisatie," zo vat een bestuurder zijn taak op.²¹

De bestuurder heeft een grote hoeveelheid dossierkennis, hij leest dan ook alle stukken en bijlagen grondig. Voor ontbrekende informatie of vragen over de stukken wordt een beroep gedaan op de ambtenaren. De zo efficiënt mogelijke vergaderingen waar de stukken worden besproken, maken de kern van het raadswerk uit. De bestuurder mist dan ook geen officieel door de gemeente georganiseerde formele en informele vergaderingen. Informatie haalt de bestuurder vooral in het stadhuis, die informatie heeft althans meer status. "Informatie is pas echt waardevol als het ook in een stuk staat: krantenartikelen zijn daarvoor niet geschikt en gesprekken met burgers leiden ook niet tot de objectieve informatie waaraan de bestuurder behoefte heeft. Volgens de bestuurder zijn details voor de ambtenaren en is de politiek er voor hoofdlijnen. Ze geven ook liever hun voorkeur aan de ambtelijke, rationele en deskundige organisatie boven de irrationele, emotionele burger."²²

Bestuurders zijn doorgaans intelligent, hoog opgeleid en vaak hebben ze ook wel ervaring in de quartaire sector. Bestuurders bemoeien zich niet met de loszittende stoeptegels en stellen geen vragen over individuele vergunningen of incidenten. Als burgers hen daarmee benaderen, verwijzen ze die burger door naar de verantwoordelijke ambtenaar.

Volgens Tops en Zouridis is een kracht van bestuurders hun loyaliteit naar de ambtelijke organisatie. "Raadsleden met de stijl van een bestuurder passen naadloos in het bureaucratische systeem: ze zijn gevoelig voor de problemen van ambtenaren, ze bemoeien zich niet met de details en ze discussiëren precies volgens het stramien zoals dat is voorbereid. Waar de ombudsman plotseling een nieuw gezichtspunt inbrengt en de partijpoliticus vooringenomen de voorstellen van de ambtelijke organisatie en het college bekijkt, zal de bestuurder alle ruimte laten voor het beoordelen van voorstellen op hun

21 Tops, P. & Zouridis, S. (2002). *De binnenkant van de politiek*. Amsterdam: Atlas. pp. 83-87.

22 Tops, P. & Zouridis, S. (2002). *De binnenkant van de politiek*. Amsterdam: Atlas. pp. 83-87.

merites."²³ Voorstellen moeten haalbaar zijn. Een gevaar hiervan is wel dat niet de agenda van het raadslid, maar de agenda van de ambtenaren centraal staat. De ambtelijke deskundigheid lijkt zo onaantastbaar te worden, omdat de bestuurder zijn controlerende taak niet inhoudelijk uitvoert.

Bestuurders zijn vooral te vinden in het stadhuis, zij zijn nauwelijks zichtbaar in de lokale samenleving. Maatschappelijke activiteiten of contacten zijn er wel, maar die staan relatief los van het raadswerk.

Net als partijpolitici hebben bestuurders enigszins de neiging om de politiek vooral te richten op het 'wat' en de ambtelijke organisatie vooral op het 'hoe'. Bestuurders zijn wel actief op beiden fronten. De raad heeft het laatste woord, maar dat wordt door bestuurders ingevuld. De raad kan pas verstandige besluiten nemen als daar het oordeel van een deskundig ambtenaar aan voorafgaat (Tops en Zouridis, 2002).

De bestuurder houdt zich vooral bezig met zijn interne rol binnen het gemeentebestuur. Dit moet echter niet verward worden met de interne rol in het versterken van de positie van de gemeenteraad. De bestuurder weet dat hij in het hoogste orgaan zit, maar zal niet vechten voor enkel de raad. De bestuurder kan het erg goed vinden met het college en de ambtenaren en hecht weinig waarde aan het primaat van de raad en het vergroten van de betrokkenheid van burgers bij de politiek. Het vergroten van de daadkracht van het gemeentebestuur is belangrijk voor de bestuurder, hier is dan vooral de beleidsbepaling in de structuurbenadering van belang.

2.2.4 De coach

De coach als raadslid heeft niet zo 'n uitgesproken profiel. Een coach combineert verschillende elementen van de andere stijlen. Zo investeert de coach veel in maatschappelijke contacten en is hij vooral zichtbaar in netwerkachtige contexten, waarin individuele contacten mogelijk zijn. Daar wordt gesproken met professionals en burgers (zoals bij de ombudsman), met de ambtenaren (zoals bij de bestuurder) en met het politieke veld (zoals bij de partijpoliticus). De coach probeert samen met de verschillende betrokkenen via de verschillende probleemdefinities te zoeken naar oplossingen voor vraagstukken vanuit een open en responsieve houding. Is er een groep jongeren lastig in een bepaalde buurt, dan gaat de coach met de jongeren en omwonenden praten. Vervolgens wordt gekeken welke officiële instanties mogelijk benaderd zouden kunnen worden. De coach ondersteunt de buurt bij het benaderen daarvan.

De coach bemiddelt tussen verschillende werelden en moet zich daarom zowel met de details als met de hoofdlijnen bezighouden. In tegenstelling tot de ombudsman, die een individueel probleem in de raadsvergadering inbrengt en eist dat het college de zaak oplost, zoekt de coach de verbinding van de details met de hoofdlijnen, met het beleid en de organisatie. "Dat gebeurt echter doorgaans niet inhoudelijk, maar procesmatig. Inhoudelijk is de coach niet echt uitgesproken; coaches hebben weinig geprononceerde opvattingen. Ze profileren zich veeleer via hun stijl."²⁴ De niet-inhoudelijke profilering zorgt voor een vrij bleek profiel. In het politieke debat zijn coaches weinig prominent aanwezig. Ook in de media zijn het relatief onopvallende raadsleden. De coach heeft weinig belangstelling voor raadsvergaderingen en is procesmatige georiënteerd.

De coach heeft weinig behoefte om inhoudelijk te scoren en staat daardoor altijd open voor andere belevingswerelden. "Maatschappelijk levert dat krediet omdat de betrokkenheid van de

²³ Tops, P. & Zouridis, S. (2002). *De binnenkant van de politiek*. Amsterdam: Atlas. pp. 83-87.

²⁴ Tops, P. & Zouridis, S. (2002). *De binnenkant van de politiek*. Amsterdam: Atlas. pp. 87-91.

burgers bij hun omgeving wordt gestimuleerd, bij ambtenaren omdat zij worden aangesproken op hun professionaliteit. Evenals de ombudsman is de coach een ambassadeur van de lokale politiek."²⁵

De kracht van de coach is tegelijkertijd ook zijn zwakte. De coach is weinig zichtbaar, hij spreekt zich tijdens spannende momenten in de raadsvergaderingen niet uit en de pers doet geen verslag van zijn werk. De bekendheid en waardering in kleine kring zorgt voor arbeidsbevrediging, maar niet voor electorale winst.

Voor de coach is de raad niet het centrum van de democratie in een gemeente, omdat hij uitgaat van een relatief pluralistisch democratiebegrip. De positie van de raad is vooral geschikt voor het verbinden van samenleving en bureaucratie, dat is de primaire rol van de raad. "In tegenstelling tot de ombudsman, de partijpoliticus of de bestuurder verwijst die positie van de gemeenteraad voor de coach niet primair naar een eventuele beleidsbepalende positie van de gemeenteraad."²⁶

De coach hecht belang aan de mening van de burger en zet zich dan ook in voor het vergroten van de betrokkenheid van burgers bij de politiek. Vooral de netwerkbenadering binnen de strategie van het vergroten van de daadkracht van het gemeentebestuur spreekt de coach aan, omdat daar de burgers de co-producenten van beleid zijn. De coach vindt het belangrijk dat alle partijen samenwerken binnen het vastgestelde onderwerp.

De coach toont weinig interesse in raadsvergaderingen en is dan ook niet echt bezig met het versterken van de positie van de gemeenteraad.

2.2.5 De volger

De volger is het type raadslid dat zijn werk gewoon doet, zonder expliciete keuzes te maken. Ze doen gewoon wat van ze verwacht wordt. Ze zijn gewoon aanwezig bij de raadsvergaderingen, maar voeren daar niet het hoogste woord. Zij laten zich leiden door de routines en procedures van de gemeenteraad en hebben niet de neiging overal 'politiek' van te maken. Het raadslidmaatschap ziet de volger vooral als een erebaan, al heeft het raadslidmaatschap van volgers ook vaak te maken met een gebrek aan andere kandidaten. Volgers verrichten hun werk consciëntieus zonder veel hartstocht en worden politiek en ambtelijk gewaardeerd omdat ze betrouwbaar zijn. Men vindt volgers vaak geen sterke raadsleden, maar ze zijn wel loyaal en ze sluiten zich aan bij de meerderheid, bij wat anderen vinden dat nodig is. "Volgers waaien niet met elke wind mee, maar creëren in fracties en commissies door hun ontspannen manier van politiek bedrijven zuchtjes tegenwind."²⁷

Volgers zijn er ook om het systeem te laten functioneren, de rustige relativiserende inbreng van de volger compenseert met de vele (hyper)actieve inbreng van anderen. "Volgers zijn betrouwbaar en voorspelbaar, ze maken weinig vijanden en hebben een ontspannen manier van politiek bedrijven. Afhankelijk van de grootte van de fractie is het voor elke fractie belangrijk om over een of enkele volgers te beschikken: zij zorgen voor de noodzakelijke balans tussen de 'wilde ideeën' van de partijpoliticus, de soms aanmatigende manier waarop ombudsmannen de burger claimen en de afstandelijkheid van de bestuurder."²⁸ De betrouwbaarheid en voorspelbaarheid van de volger leiden tot raadsleden die weinig kritisch en vernieuwend zijn en daarmee is de kracht van de volger ook zijn zwakte. Voor een volger is de gemeenteraad een belangrijke, vooral symbolische institutie. De raadsvergadering is de plek waar belangrijke zaken plechtig worden besproken en vastgesteld en waarin de raad zich

25 Tops, P. & Zouridis, S. (2002). *De binnenkant van de politiek*. Amsterdam: Atlas. pp. 87-91.

26 Tops, P. & Zouridis, S. (2002). *De binnenkant van de politiek*. Amsterdam: Atlas. pp. 87-91.

27 Tops, P. & Zouridis, S. (2002). *De binnenkant van de politiek*. Amsterdam: Atlas. pp. 91-93.

28 Tops, P. & Zouridis, S. (2002). *De binnenkant van de politiek*. Amsterdam: Atlas. pp. 91-93.

vooral moet focussen op haar controlerende taak. Waar voor de partijpoliticus en de bestuurder de scheppende macht van de raad belangrijk is, en de verbindende macht voor de coach voorop staat, gaat de volger uit van het gegeven 'het college regeert, de raad controleert' (Tops en Zouridis, 2002).

Voor de volger is de controlerende taak van de raad de belangrijkste. Hij vindt het dus wel belangrijk dat de positie van de gemeenteraad versterkt wordt of in ieder geval niet verzwakt. Maar verder heeft de volger niet echt uitgesproken ideeën. De volger doet wat van hem verlangd wordt. Als partijgenoten van hem verwachten dat hij meer tijd steekt in het betrekken van de burgers bij de politiek zal hij dat doen, anders is het contact met de burgers 'gewoon gemiddeld'. Het vergroten van de daadkracht van het gemeentebestuur is geen dagelijkse bezigheid tot dat het van de volger verlangd wordt.

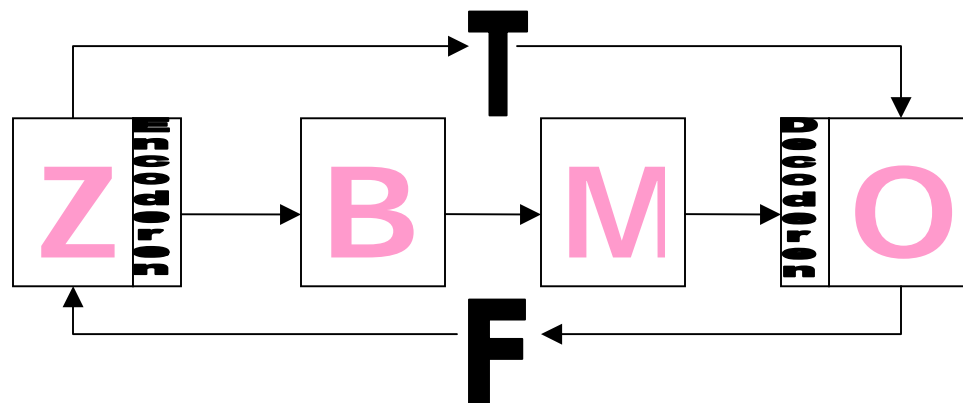
2.3 Eenvoudig communicatiemodel

Raadsleden, in al hun typen, zijn de zender van een boodschap. Ze hebben een boodschap voor de inwoners van Tilburg. Als je als zender een boodschap hebt dien je rekening te houden met het medium, je begeeft je dan eigenlijk op het pad van de multimediale strategieën. Er valt geen eenzijdige definitie te geven van multimediale strategieën. Allereerst moet het begrip in twee delen worden opgesplitst; het multimediale deel en het deel over de strategieën.

In de literatuur wordt niet veel verwezen naar multimediale strategieën. Communicatieve strategieën komen des te vaker voor. Wat wordt er precies bedoeld met communicatieve strategieën? Bos en Mastenbroek (in Obbink, 2001: 35): "Het woord strategie is afgeleid van het Latijnse 'strata agere' wat wegen aanleggen betekent." Koeleman (1995) definieert communicatiestrategie als 'de hoofdlijnen van de aanpak die gericht is op het bereiken van de communicatieve doelstellingen met het gebruik van middelen in een bepaalde tijdsperiode'.

Om je communicatieve doelstelling te bereiken, begin je zelf als zender met een boodschap die je wilt versturen via een medium naar de ontvanger. Dit basis communicatieproces staat beschreven in het eenvoudige communicatiemodel in de vorm van het ZBMO-model, in figuur 1.1.

Figuur 1.1: ZBMO-model



Het communicatieproces begint bij de zender (Z). De zender is bijvoorbeeld het raadslid. Het raadslid heeft een boodschap (B) dat hij via een medium (M) naar de ontvanger (O) wilt

verspreiden. Als de zender iets wil communiceren, moet dat 'iets' door de zender worden vertaald in een betekenisvolle boodschap. Het proces van het omzetten van de boodschap wordt encoderen genoemd. Of de boodschap ook goed over komt, is afhankelijk van de vertaling van de boodschap door de ontvanger. Dit proces wordt decoderen genoemd.

Belangrijk in het communicatieproces is dat de boodschap die de zender oorspronkelijk bedoelde ook in die hoedanigheid bij de ontvanger aankomt. Daarvoor zijn de processen van feedback (F) en terugkoppeling (T) aan het communicatiemodel toegevoegd. Feedback wordt gedefinieerd door Koeleman (1995) als 'informatie die de ontvanger aan de zender overdraagt in reactie op de communicatieactiviteit van de zender'. Zonder feedback van de burger weten de raadsleden niet of ze de burger wel op de juiste manier bereiken. Omdat raadsleden volksvertegenwoordigers zijn, is het juist van belang dat zij weten hoe het volk zich vertegenwoordigd wil zien. In dit onderzoek wordt echter geen aandacht besteed aan de ervaringen van burgers, omdat het in de korte onderzoeksperiode onmogelijk is om representatieve enquêtes onder burgers te houden.

2.4 Basiselementen communicatiestrategie

Het ZBMO-model is een basaal communicatiemodel. Volgens Beaudry en Schaeffer (in Kramer, 1994: 73) liggen aan elke communicatiestrategie een vijftal basiselementen ten grondslag. Deze basiselementen komen overeen met het ZBMO-model, alleen dan in uitgebreidere vorm. Om de vijf basiselementen van Beaudry en Schaeffer aan te vullen, wordt gebruik gemaakt van het limited effects-model van Klapper. Klapper (1960) onderscheidt binnen het model van de beperkte effecten een zestal intermediërende factoren, 'mediating factors' of filters, die de macht van de media beperken. Enkele daarvan zijn verwerkt in het model van Beaudry en Schaeffer.

2.4.1 Thematiek

Het eerste basiselement van een communicatiestrategie is volgens Beaudry en Schaeffer de thematiek. Wat is de belangrijkste boodschap (message)? De boodschap dient de juiste balans te houden tussen enerzijds de politieke issues die de burgers beroeren en anderzijds de persoonlijke politieke kenmerken van de zender van de boodschap.

Thematiek kan vergeleken worden met de boodschap in het ZBMO-model. Een boodschap kan echter een thema of een functie hebben. Thematiek is dan ook niet hetzelfde als een communicatiefunctie.

Van Ruler (1998: 76) onderkent vier basis communicatiestrategieën die ten grondslag liggen aan het effect dat het raadslid wil krijgen bij de burger door middel van de boodschap. De eerste basisstrategie is informering. In de voorlichting wordt dit ook wel hulp bij menings- en besluitvorming genoemd. "Het is de strategie van de zender van beïnvloeding van het kennen, opdat de ander aan het denken wordt gezet, zich een mening kan vormen en desgewenst een besluit kan nemen over een bepaald onderwerp."²⁹ Het is bekendmaking langs de eenrichtingsverkeerweg.

De tweede basisstrategie is overreding. Het betreft hier de strategie van een zender die een ander wil overtuigen van het eigen gelijk. Dit is eenzijdige beïnvloeding.

²⁹ Ruler, B. van (1998). *Strategisch Management van Communicatie. Introductie van het Communicatiekruispunt*. Deventer: Samsom. pp. 76.

Dialogisering is de derde basisstrategie. "Dit past bij de samenspraak die veel organisaties wensen met prioriterende stakeholders bij de ontwikkeling van beleid."³⁰ Het is bekendmaking langs de tweerichtingsweg.

De laatste basisstrategie is formering. "Dit past bij de beïnvloedende afstemmingsfunctie en zal vooral worden ingezet wanneer er conflicterende belangen zijn en de organisatie moet omgaan met tegenstrevende stakeholders, als er belangrijke beslissingen genomen moeten worden en in tijden van crisis."³¹ Dit is wederzijdse beïnvloeding.

Klapper (1960) zegt in zijn limited effects-model dat je rekening moet houden met intermediaire factoren in de vorm van publieks- en mediavariabelen. Zo is de prominentie van de boodschap van invloed. "Bereik kan beïnvloed worden door de prominentie die een boodschap binnen het medium krijgt. Prominentie kan men door middel van een combinatie van variabelen bereiken, zoals de plaats binnen het medium (bijvoorbeeld de voorpagina), de omvang van het bericht (lengte of tijdsduur van het bericht), het gebruik van kleur en dergelijk (De Boer 1995). Hoe prominenter de boodschap, hoe groter het bereik zal zijn. Ook het herhalen van een boodschap zal het bereik doen toenemen, aangezien de kans dat men met die boodschap wordt geconfronteerd dan groter wordt."³²

2.4.2 Publieksgroepen

Het tweede basiselement van een communicatiestrategie is het publiek (audience). Wie zijn de doelgroepen die overtuigd moeten worden? De publieksgroepen kunnen worden vergeleken met de ontvangers in het ZBMO-model, de laatste schakel in het communicatieproces. Hoe de boodschap wordt gedecodeerd hangt af van het referentiekader van de ontvanger. De rol van één ontvanger kan verschillen wanneer hij de ene keer met de pet van buurtbewoner op informatie ontvangt en de volgende keer met de pet van werkgever op. Om de juiste informatie bij de juiste burger te brengen, zouden raadsleden bij het verspreiden van informatie moeten werken met doelgroepen. Eggink (in Obbink, 2001: 30) zegt hierover: "Het onderscheid aanbrengen in doelgroepen zal uiteindelijk de effectiviteit van de communicatie vergroten." Het is belangrijk om op te merken dat de boodschap voornamelijk wordt ontvangen door actoren die reeds interesse hebben in deze informatie. Burgers die geen interesse hebben in de politiek, zullen niet zo snel informatie over de politiek tot zich nemen, via wat voor een medium dan ook. Ook voor enquêtes over politieke onderwerpen geldt dat de informatie die daar uitkomt, vaak een vertekenend beeld geeft omdat er enkel respondenten meegedaan hebben die al interesse hebben in de politiek.

Klapper (1960) zegt dat publieksgroepen selectief zijn in hun mediagebruik. "Mensen zijn geneigd om die boodschappen uit te kiezen die met hun eigen opvatting overeenkomen en boodschappen met een afwijkende mening te vermijden."³³ Tevens zijn er diverse gedragskenmerken van de publieksgroepen die van invloed zijn op het bereik. "De wijze waarop men een medium gebruikt, kan variëren in intensiteit en frequentie. Men kan van het medium kennismaken op basis van attitude en interesse, maar deze kennisname kan ook historisch gegroeid zijn en tot ritueel gedrag worden." ³⁴

³⁰ Ruler, B. van (1998). *Strategisch Management van Communicatie. Inleiding van het Communicatiekruispunt*. Deventer: Samsom. pp. 77.

³¹ Ruler, B. van (1998). *Strategisch Management van Communicatie. Inleiding van het Communicatiekruispunt*. Deventer: Samsom. pp. 77.

³² Klapper, JT. (1960). *The effects of Mass Communication*. New York: Free Press.

³³ Klapper, JT. (1960). *The effects of Mass Communication*. New York: Free Press.

³⁴ Klapper, JT. (1960). *The effects of Mass Communication*. New York: Free Press.

2.4.3 Communicatietechnieken

Het derde basiselement zijn de communicatietechnieken (delivery). Door gebruik van welke multimediale strategieën zal de boodschap het meest effectief worden overgebracht? De communicatietechnieken kunnen vergeleken worden met het medium in het ZBMO-model. De keus van het medium is afhankelijk van de boodschap, de zender en de ontvanger. Dezelfde boodschap kan door verschillende media op verschillende manieren worden gebracht. Als zender moet je daar rekening mee houden.³⁵ Op televisie moet je je beknopte duidelijke boodschap goed non-verbaal kunnen ondersteunen. Voor je boodschap in de krant ben je afhankelijk van hoe de journalist de door jou vertelde boodschap vertaalt. In je boodschap kun je bijvoorbeeld gebruik maken van oneliners waarvan je weet dat die het goed zouden doen als kop boven het artikel. Er zijn ook ontvangers die de boodschap niet op tv of in de krant willen zien. Zij willen dat de boodschap persoonlijk wordt aangeleverd in de vorm van een één op één gesprek. Als zender moet je met alle factoren rekening houden.

De keuze van het medium is erg belangrijk, dat blijkt ook uit de agenda-settingtheorie van de politicoloog Bernard Cohen (1963). Volgens Cohen bepalen de media waar de nadruk op gelegd wordt in de onderwerpen die behandeld worden in het nieuws. "De media zijn misschien niet in staat om het publiek een bepaalde mening op te dringen, maar ze bepalen wel de onderwerpen waarover de ontvangers zich een opinie vormen. Zoals Marshall McLuhan al zei: "The medium is the message."³⁶

Klapper (1960) constateert ook dat het publiek een bepaald beeld heeft van een medium en dat je daar bij het verzenden van je boodschap rekening mee moet houden. Een positieve houding ten aanzien van een medium kan er bijvoorbeeld toe leiden dat men zich vaker op dat medium abonneert en dus (op een positieve manier) van de inhoud van het medium kennisneemt. Klapper wijst er ook op dat je rekening moet houden met de verschillende mediatypen. "Media verschillen in technische mogelijkheden met betrekking tot de wijze waarop ze een boodschap kunnen presenteren. Die mogelijkheden zijn mede bepalend voor het bereik van de boodschap."³⁷

2.4.4 Timing

Het vierde basiselement is de timing. Wat is het beste moment om de centrale boodschap naar de doelgroepen te communiceren? De zender kan macht uitoefenen door gebruik te maken van een bepaalde timing van de boodschap. Dit kan bijvoorbeeld door het te laat doorgeven van informatie. Het kan bijvoorbeeld gebeuren dat het college van B&W de gemeenteraad niet op tijd informeert over een bepaalde zaak zodat de raad niet tijdens de daarvoor aangewezen verandering kan reageren op de zaak. Ook kan de zender bij het verzenden van informatie wel of geen rekening houden met de deadline van bijvoorbeeld een krant.

2.4.5 Hulpmiddelen

Het vijfde en tevens laatste basiselement van een communicatiestrategie volgens Beaudry en Schaeffer, zijn de hulpmiddelen (resources). Welke beschikbare middelen staan ter dienste om communicatie mogelijk te maken? Dit zijn bijvoorbeeld communicatiemiddelen als de telefoon, e-mail en direct contact met burgers. Maar ook de raadsgriffie, communicatiemedewerkers

³⁵ Bemboom, W. (1996). *Omgaan met de media: een praktische handleiding*. Naarden: Strengholt.

³⁶ Stappers, J.G. (1997). *De werking van massamedia: een overzicht van inzichten*. Amsterdam: Uitgeverij De Arbeiderspers. pp.124-125.

³⁷ Klapper, J.T. (1960). *The effects of Mass Communication*. New York: Free Press.

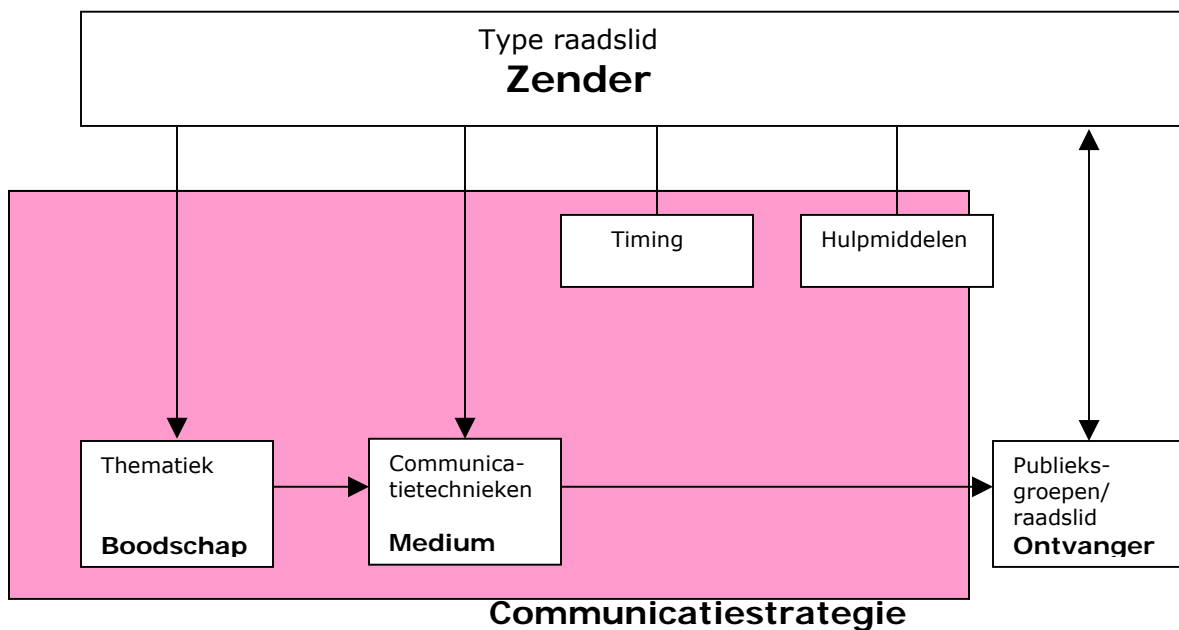
van politieke partijen en het gebruik van het geschreven en gesproken woord in de media kunnen worden beschouwd als hulpmiddelen.

2.5 Conceptueel Model

Het centrale onderwerp in dit onderzoek zijn multimediale strategieën. Om het begrip verder te concretiseren is het nodig te onderzoeken wat precies met het begrip communicatiestrategieën wordt bedoeld. Daarvoor zijn elementen vastgesteld. Deze elementen zijn de zender, de thematiek, de communicatietechniek, de timing, de hulpmiddelen en de ontvanger. Hierbij moet de opmerking worden geplaatst dat het element ontvanger wordt meegenomen in het onderzoek, maar niet zelf wordt onderzocht en bevraagd.

In de interviews met de respondenten wordt aandacht besteed aan de mate waarin de elementen in de praktijk invloed hebben op het werk. Om de samenhang tussen de begrippen te visualiseren is hieronder een conceptueel model gemaakt, zie figuur 2.1.

Figuur 2.1: conceptueel model



CHATTEN MET DE PVDA

HET POPPETJE BLIJFT MAAR ROOD

Lotje

3

Methodische verantwoording

Tot het onderzoeksplan behoort ook het nadenken over het type onderzoek, de onderzoeksmethode (design) en de onderzoeksinstrumenten (technieken). Hieronder volgt dan ook een onderbouwing van de gebruikte methodieken met aandacht voor de opzet van het onderzoek en de wijze waarop het onderzoek is uitgevoerd.

3.1 Toegepaste onderzoekstechnieken

Om de betrouwbaarheid en geldigheid van het onderzoek ten goede te komen is gekozen voor het toepassen van meerdere onderzoekstechnieken, te weten het literatuuronderzoek, de documentenanalyse en de diepte-interviews. Doordat verschillende dataverzamelingstechnieken gehanteerd worden, is er sprake van datatriangulatie. Dit heeft een positieve invloed op de begripsvaliditeit van het onderzoek (Braster, 2000). Tevens is triangulatie verstandig omdat in bestuurskundig onderzoek vaak sprake is van praktijkgerichte of toepassingsgerichte onderzoekssituaties. Deze situaties betreffen unieke situaties waarbij vergelijking moeilijk is (Hakvoort, 1996: 132). Dit kaart meteen het probleem aan van het onderling vergelijken en labelen van respondenten.

Hoe aan de technieken van dataverzameling concreet invulling is gegeven blijkt uit de hieronder beschreven onderzoekstechnieken.

3.1.1 Literatuuronderzoek

Omdat een theoretisch kader de leidraad vormt van wetenschappelijk onderzoek, is literatuuronderzoek verricht. De deelvragen vormen het uitgangspunt bij het literatuuronderzoek. Volgens Vorst (1982) is literatuuronderzoek 'een reeks op elkaar afgestemde activiteiten die het mogelijk maakt betrouwbaar en zuiver vast te stellen wat er in vakliteratuur gezegd of bekend is over een bepaald verschijnsel of onderwerp.'³⁸

In de verkennende fase van dit onderzoek is voldoende literatuur gevonden over communicatiestrategieën. Tevens is er veel literatuur gevonden en bestudeerd over de relatie tussen pers en politiek en over andere factoren die het werk van raadsleden beïnvloeden. Zo is bijvoorbeeld het vergaderstelsel bestudeerd en is gekeken naar de communicatie binnen het

38 Vorst, H.M.C. (1982). *Gids voor literatuuronderzoek in de sociale wetenschappen*. Meppel: Uitgeverij Boom, pp.133.

college en naar het dualistische stelsel. Gezien de breedte van het onderwerp, is geprobeerd niet teveel uit te weiden naar dit soort externe factoren. Indirect hebben zij weliswaar te maken met de multimediale strategieën van raadsleden, maar het benoemen en minimaal uitwerken van deze factoren is vaak al genoeg om de invloed ervan te schetsen.

Behalve in het theoretisch kader, wordt ook in de analyse nog gebruik gemaakt van de gevonden resultaten uit de literatuurstudie. Dit omdat de opbouw van het theoretisch kader zich niet leent voor kleine stukjes theorie die voor slechts één element van belang zijn en niet passen in het algehele conceptueel model.

3.1.2 Documentenanalyse

Om een goed inzicht te krijgen in de organisatie zelf, wordt gebruik gemaakt van documentenanalyse. Hierbij wordt gebruik gemaakt van documenten die beschikbaar zijn binnen de gemeente Tilburg zelf. Deze bestudering van bestaande gegevens kan uitgevoerd worden bij documenten, databestanden, audiovisueel materiaal en fysieke objecten (Braster, 2000). Zo zijn onder andere het werkplan van de raadsgriffie, diverse communicatieprojecten van de raadsgriffie, nota's voor en over de gemeenteraad en burgerenquêtes uitgebreid bestudeerd. De documentenanalyse heeft vooral gezorgd voor een inzicht in de werkwijze van de raadsgriffie en voor inzicht in de taken van raadsleden.

Het voordeel van het uitvoeren van een documentenanalyse is dat documenten non-reactief zijn. Je kunt ze gewoon bestuderen zonder dat er een weerwoord wordt geboden. Een nadeel van documentenanalyse is dat soms informatie ontbreekt of achterhaald is, of dat kort na gebruik van een rapport de nieuwere versie verschijnt en jij je hebt gebaseerd op het rapport van het jaar daarvoor. In een onderzoek naar communicatie is het van belang om veel tijd en energie te steken in de meest uitgebreide en persoonlijke manier van onderzoek doen, te weten het diepte-interview.

3.1.3 Diepte-interviews

Ondervraging is de meest gebruikte techniek van materiaalverzameling binnen bestuurskundig onderzoek (Hakvoort, 1996: 134). Ook in dit onderzoek is de methode van ondervraging de belangrijkste bron voor dataverzameling voor de wetenschappelijke analyse. Het kwalitatieve diepte-interview is in dit onderzoek gebruikt als techniek voor ondervraging.

Volgens Braster (2000) hebben diepte-interviews niet altijd een duidelijk begin en einde. De volgorde van de vragen die gesteld worden, wordt veelal afgestemd op de desbetreffende persoon en situatie. De vragen hebben vaak een open einde en de interviewer toont belangstelling voor de antwoorden van de respondent, door bijvoorbeeld door te vragen en in te gaan op gegeven antwoorden. Bovendien bepalen de interviewer én de respondent zelf de richting en het tempo van het interview.

In dit onderzoek zijn 32 diepte-interviews afgenomen met een gemiddelde lengte van 1.5 uur. In een onderzoek naar communicatie is het van belang om zo goed mogelijk te observeren hoe mensen daadwerkelijk verbaal en non-verbaal communiceren. Daarom is er gekozen voor een grote hoeveelheid diepte-interviews. Deze interviews zijn hoofdzakelijk woordelijk uitgetypt - dat wil zeggen zonder grammaticale correctie. De vragenlijst die gehanteerd is voor de respondenten, is niet in alle diepte-interviews chronologisch afgewerkt. Door het voeren van een natuurlijk gesprek wordt er doorgevraagd op de door de respondent gegeven antwoorden. Het niet altijd onderbreken van het verhaal van de respondent, zorgt voor spontane verhalen over onderwerpen die, indien zij afgekapt worden, tijdens een later tijdstip in het diepte-interview nooit meer op die manier verteld zullen worden. Om ervoor te zorgen dat toch alle benodigde informatie verkregen wordt, worden de 'overgeslagen vragen' op de vragenlijst in de gaten gehouden om deze alsnog later te stellen.

De vragenlijst voor de responderende raadsleden bestaat uit 30 vragen en is te vinden in bijlage 2.

Vraag 1 tot en met 7 en vraag 13, 15, 16 en 24 gaan over wat voor een type volksvertegenwoordiger de raadsleden zijn, hoe het contact met burgers (en andere actoren zoals belangenorganisaties) is en wat de rol en het doel van communicatie in dit proces is. De relatie met de burger kan veel zeggen over het type raadslid dat je bent. Alle raadsleden zien zichzelf als volksvertegenwoordiger, maar de rol van de burger in de politiek en het begrip representatieve democratie wordt heel divers ingevuld. Ook wordt gevraagd naar de mening van de raadsleden over het referendum en over de inspraakmogelijkheden van burgers tijdens raads- en commissievergaderingen.

Vraag 8 tot en met 10 gaan over het verloop van het proces van de agendavoering, de beleidsvoorbereiding en de beleidsbepaling. De rol van het College van B&W komt hier naar voren en dan blijkt voor het eerst hoe raadsleden tegen de verschillen van de raad en het college aankijken. In vraag 17 tot en met 19 komt het dualisme uitgebreid aan bod als er gevraagd wordt naar het gebruik van de strategieën van politieke en bestuurlijke vernieuwing van Depla. Vraag 28 gaat over de verschillen in de communicatiestrategie van het college en van de gemeenteraad en in hoeverre daar rekening mee wordt gehouden.

Vraag 11 en 12 gaan over het gebruik van de interne en externe communicatiemiddelen zoals opgesteld door de raadsgriffie. Ook het contact met de lokale pers komt hier uitgebreid aan bod. In vraag 22 en 23 komt het gebruik van algemene en eigen communicatiemiddelen verder aan bod en in vraag 25 wordt er in het verlengde van vraag 11 nog extra ingegaan op het gebruik van internet en het bezoeken van forums. Bij het stellen van vraag 11 komt vraag 25 dan ook aan bod.

In vraag 14 wordt gevraagd naar het gebruik van het Reglement van Orde (RvO). Artikel 47 van het RvO (en in mindere mate artikel, 44, 45 en 46) wordt namelijk veelvuldig gebruikt door raadsleden en zij halen daarmee ook veel het nieuws. Gevraagd wordt hoe binnen de fractie door de verschillende raadsleden gebruik wordt gemaakt van het Reglement van Orde, in vraag 27 komt de communicatiestrategie van de partij en de vrijheid van raadsleden binnen deze fractiediscipline aan orde.

In vraag 20 en 21 wordt het gebruik van de vijf basiselementen van een communicatiestrategie volgens Beaudry en Schaeffer onderzocht.

Vraag 29 gaat over het contact met landelijke en provinciale afdelingen van de partij (indien aanwezig) en in hoeverre deze van invloed is op de boodschap.

Vraag 30 gaat over de gemeenteraadsverkiezingen van maart 2006 en of er toen op het gebied van communicatie door de raadsleden andere instrumenten zijn ingezet dan normaal.

Vraag 26 tenslotte gaat over wat de raadsleden verwachten van de raadsgriffie op het gebied van communicatie.

Alle vragen in de diepte-interviews zijn van belang voor vaststelling van het type raadslid. Een raadslid is een ombudsman als hij bij de vragen 1 tot en met 7, 15 en 24 antwoordt dat hij de belangen van individuele burgers voorop stelt en dat hij vindt dat de inspraakmogelijkheden van burgers niet ruim genoeg kunnen zijn. De ombudsman antwoordt bij vraag 20, 21 en 29 dat het partijbelang niet voor het burgerbelang komt, terwijl een partijpoliticus dat juist wel vindt. In de analyse is beschreven hoe de verschillende typen raadsleden tegen de besproken onderwerpen aankijken.

Het eerste afgenomen diepte-interview met een raadslid dat als voorbeeldinterview dient, is te vinden in bijlage 3. Hierin is te zien dat drie vragen op een andere plek in de vragenlijst zijn opgenomen dan hun chronologische nummer doet vermoeden. Na vraag 1 tot en met 16

komen vraag 27 en 28, vervolgens gaat de lijst verder met vraag 17 tot en met 30 met vraag 26 echter als laatste vraag. De vragen zijn voornamelijk in deze volgorde gesteld, maar zoals al eerder gezegd moest het diepte-interview een natuurlijk verlopend gesprek zijn waarin de nummers niet per definitie het gespreksverloop bepaalden.

De diepte-interviews, de eigen karakterschets van raadsleden, het meemaken van de raadsleden in raadsvergaderingen en de wandelgangen, de algemene verhalen die over raadsleden de ronde doen en de kennis over het profiel van raadsleden van medewerkers van de raadsgriffie zorgen ervoor dat het type raadslid vastgesteld kan worden.

De vragenlijst voor journalisten bestaat uit vragen over de persomgang van verschillende typen raadsleden van de verschillende partijen en vragen over de rol van de lokale journalistiek in de politiek. Het hoofd communicatie van de gemeente Tilburg is gevraagd naar zijn rol in het communicatiegebruik van raadsleden en het college en naar de eigen profilering en stijl van de gemeenteraad binnen de algemene vaste huisstijl van de gemeente.

De leden van de raadsgriffie zijn bevrraagd over het extern en intern communiceren van hun werk en over bepaalde typen raadsleden die vaker een beroep op hun doen. De communicatieadviseur is onder andere gevraagd naar haar rol bij de uitvoering van de interne en externe communicatiemiddelen.

3.1.4 Samenstelling respondenten

In dit onderzoek staat het type raadsleden in de gemeenteraad 2002-2006 en hun gebruik van multimediale strategieën centraal. Deze gemeenteraad bestaat uit 39 raadsleden van negen verschillende partijen.³⁹ Er zijn achttien raadsleden van deze raad geïnterviewd. De gehele gemeenteraad interviewen was gezien het tijdspad onmogelijk.

In het onderzoek wordt gekeken naar de verschillende typen raadsleden. Om te voorkomen dat door willekeurige selectie van responderende raadsleden bepaalde typen zouden worden uitgesloten, is voor aanvang van de interviews samen met de communicatieadviseur van de raadsgriffie gekeken naar het profiel van de raadsleden. Op basis van de kennis die de communicatieadviseur tijdens de vier raadsjaren heeft opgedaan over de raadsleden, algemeen bekende eigenschappen van de raadsleden en hun zittingsperiode, is een keuze gemaakt uit de 39 volksvertegenwoordigers. Daarbij is tevens gekeken naar de grootte van de partij. Van de grotere en meer diverse partijen zijn meer raadsleden geïnterviewd dan van de kleinere partijen. Uitgangspunt was het interviewen van 50 procent van elke fractie, in ieder geval bestaande uit de fractievoorzitter. Met de fractievoorzitter van één partij kon geen geschikte afspraak gemaakt worden. In één partij waren er geen andere type raadsleden beschikbaar dan de reeds geselecteerden, waardoor de 50 procent niet kon worden behaald. In de andere gevallen zijn zoveel mogelijk verschillende type raadsleden binnen elke partij geselecteerd.

Tevens moet rekening worden gehouden met de periode waarin de interviews zijn afgenomen. Met de interviews is begonnen de week na de gemeenteraadsverkiezingen van 7 maart 2006. De antwoorden van zowel de verliezende als winnende partijen moeten tegen het licht van de verkiezingen worden gehouden. Respondenten die in de maand mei zijn geïnterviewd, zijn minder euforisch dan wel neerslachtig.

Naast raadsleden is het ook van belang om de media zelf aan het woord te laten over hoe zij het gebruik van multimediale strategieën van raadsleden en de raadsgriffie ervaren.

³⁹ Drie maanden voor de gemeenteraadsverkiezingen 2006 scheidde raadslid Balkaya van de TOP zich af om zijn eigen partij te beginnen. Vanaf dat moment zaten er tien partijen in de gemeenteraad.

Raadsleden kunnen wel denken dat zij heel strategisch omgaan met de media, het is maar de vraag of het bij de media ook zo over komt. Er is gesproken met de politiek verslaggever van het regionale dagblad en van de lokale huis-aan-huis krant en met de programmamaakster van het gemeentelijk televisieprogramma. Naast diepte-interviews met journalisten, is er ook veel met journalisten van diverse (andere) media gesproken tijdens hun reguliere werkzaamheden. Een voorbeeld daarvan is een gesprek met het hoofd van de regionale televisie op zijn redactie en een gesprek met gemeentelijke verslaggevers van de regionale krant tijdens een verkiezingsdebat. Deze gesprekspartners hebben hun toestemming gegeven voor gebruik van hun uitspraken in dit onderzoek.

Tevens is een diepte-interview gehouden met het hoofd van communicatie van de gemeente Tilburg. Deze respondent gaat niet over de raadscommunicatie, maar over alle andere facetten van communicatie binnen de gemeente. Voor het onderzoek is het interessant om tevens heel globaal de communicatie binnen het college te bestuderen om te kijken of deze nog van invloed is op de communicatiestrategieën van raadsleden.

Ook is er met één raadslid uit de huidige gemeenteraad van na de gemeenteraadsverkiezingen van maart 2006 gesproken. Deze respondent is niet exact dezelfde vragenlijst voorgelegd als de andere raadsleden omdat hij niet al vier jaar zitting heeft gehad in de raad. Deze respondent wordt door meerdere respondenten genoemd als een 'opvallend' figuur in het lokale medialandschap. Voor het onderzoek is het interessant om met hem te spreken en zijn persoon en mediastrategieën als onderwerp te behandelen.

Afsluitend is uiteraard ook gesproken met de raadsgriffie. Het onderzoek vindt tenslotte in haar opdracht plaats. De communicatieadviseur binnen de raadsgriffie is voor het onderzoek de respondent met de meeste relevante informatie. De overige griffiemedewerkers zijn echter ook bevraagd over communicatietaken en communicatie binnen de raadsgriffie zelf. Juist vanuit een andere hoek kan er nog wel eens interessante informatie komen.

Voor een precieze opsomming van de ondervraagde respondenten, is in bijlage 1 een overzicht opgenomen met daarin de namen, organisaties en functies van de respondenten.

VERKIEZINGEN

KARAOKEWEDSTRIJD ZONDER WINNAAR

Lotje

4

Empirische bevindingen en analyse

Voor dit onderzoek zijn achttien raadsleden uit de Tilburgse gemeenteraad van 2002-2006 bevestigd over hun contacten met burgers en de pers. Onderzocht is of er een causale relatie is tussen het type raadslid dat in de gemeenteraad zit en de multimediale strategieën die zij hanteert. In dit hoofdstuk worden de in de Tilburgse gemeenteraad empirische bevindingen beschreven, geanalyseerd en getoetst aan het theoretisch kader.

4.1 Inleiding

In paragraaf 4.2 wordt allereerst weergegeven wat voor een type raadsleden in de Tilburgse gemeenteraad zijn aangetroffen en in hoeverre hun profielen overeenkomen met de typen raadsleden zoals geformuleerd door Tops en Zouridis. Vervolgens wordt in paragraaf 4.3 het contact van raadsleden met burgers geanalyseerd. Beschreven wordt hoe elk type raadslid contact opneemt met burgers en hoe zij door burgers benaderd wordt. Het doel van communicatie wordt uiteengezet. Tevens wordt de kijk van de verschillende typen raadsleden op het referendum en de inspraakmogelijkheden van burgers in de politiek beschreven.

In paragraaf 4.4 wordt geanalyseerd in hoeverre de typen raadsleden zich bezighouden met de strategieën van politieke en bestuurlijke vernieuwing van Depla en hoe zij aankijken tegen het dualisme.

In paragraaf 4.5 wordt geanalyseerd in hoeverre de typen raadsleden rekening houden met de basiselementen van een communicatiestrategie van Beaudry en Schaeffer bij het verzamelen van informatie. In paragraaf 4.6 wordt datzelfde gedaan, alleen dan bij het naar buiten brengen van informatie. Ook wordt hier de communicatiestrategie van de partijen en de mate van gebondenheid hieraan besproken.

In paragraaf 4.7 wordt het gebruik van de externe communicatiemiddelen zoals opgesteld door de raadsgriffie geanalyseerd. Beschreven wordt hoe de verschillende typen raadsleden gebruik maken van en aankijken tegen onder andere de raadspagina in het huis-aan-huisblad en het gemeentelijke televisieprogramma. In paragraaf 4.8 wordt het persbeleid van de verschillende typen raadsleden geanalyseerd. De benutting van de lokale en regionale kranten en televisie wordt door zowel de raadsleden als de betrokken journalisten beschreven. Verder wordt het gebruik van internet door de raadsleden geanalyseerd. Ook wordt er gekeken naar het volgens de responderende raadsleden opvallend vele mediagebruik van een in 2006 nieuw aangetreden raadslid.

In paragraaf 4.9 komen de verschillen tussen de gemeenteraad en het College van B&W in het gebruik van communicatie naar voren. De communicatiestrategieën van beide organen en de gevolgen hiervan voor de wethouders en de raadsleden worden geanalyseerd. In paragraaf 4.10 wordt het gebruik van communicatie door de raadsleden en politieke partijen ten tijde van de gemeenteraadsverkiezingen van maart 2006 geanalyseerd. In paragraaf 4.11 komt tenslotte de interne en externe communicatie binnen de raadsgriffie ter sprake. Elke paragraaf wordt afgesloten met korte conclusies, met in paragraaf 4.3 tot en met 4.7 een concluderend schematisch overzicht.

4.2 Typen raadsleden

In het theoretisch kader zijn de typen raadsleden zoals geformuleerd door Tops en Zouridis beschreven. De responderende raadsleden is gevraagd hoe zij zich typeren als raadslid. Bijna alle raadsleden vinden hun belangrijkste taak het zijn van volksvertegenwoordiger. De invulling van volksvertegenwoordiger is echter divers. Contact hebben met de burgers vindt men het belangrijkste. Voor sommigen betekent dat toegankelijk en laagdrempelig zijn. "Ik ben er één die graag met burgers in de stad rond de tafel zit met een drankje." Voor de ander betekent dat luisteren. "Ik ben zeker niet een volksvertegenwoordiger die voor iedere burger die roept schriftelijke vragen gaat stellen. Je moet groepen die betrokken zijn bij de stad, bij een specifiek onderwerp zo goed mogelijk horen."

Een enkel raadslid eigent zich een rol beschreven door Tops en Zouridis toe: "Ik ben een bestuurder", of juist niet: "Ik ben geen partijpoliticus." Het profiel van het merendeel van de raadsleden is echter niet zo makkelijk vast te stellen. Aan de hand van de diepte-interviews zijn de achttien raadsleden in tabel 4.1 in de volgende categorieën ingedeeld.

Tabel 4.1: typen raadsleden

Type raadslid	Aantal
Bestuurder	5
Partijpoliticus/coach	5
Ombudsman	4
Partijpoliticus	2
Bestuurder/partijpoliticus	1
Volger/bestuurder	1

In de Tilburgse gemeenteraad zijn vijf bestuurders, vier ombudsmannen en twee partijpolitici aangetroffen. De pure coach en de pure volger zijn niet aanwezig onder de respondenten. De volger komt slechts voor in de combinatie met bestuurder en dan enkel bij één raadslid. De coach in een combinatietype is daarentegen goed vertegenwoordigt. Er zijn vijf raadsleden met het profiel coach/partijpoliticus. Bovenstaande typen raadsleden kunnen echter niet één op één vergeleken worden met de typen van Tops en Zouridis. De elf raadsleden die één type achter hun naam hebben staan, passen niet uitsluitend in deze categorie. Zij neigen naar dat ene type, maar hebben allen tevens eigenschappen van andere typen. Zo heeft de ombudsman volgens Tops en Zouridis weinig dossierkennis en kaart hij vooral individuele zaken aan in de raad. Het type ombudsman in de Tilburgse gemeenteraad kenmerkt zich door heel veel direct contact met de burgers in de stad, maar niet automatisch ook door weinig kennis van de stukken. Het type bestuurder is daarnaast niet altijd het type dat informatie van burgers subjectief en niet-bruikbaar acht. Als binnen een partij iedereen geacht wordt om zijn stukken te lezen en zij doen dat, zijn zij mijn inziens niet allemaal bestuurders en uitgesloten van het type ombudsman. Het lezen van de stukken is slechts één kenmerk van een type raadslid. Raadsleden die twee typen achter hun naam hebben staan, hebben van beide typen

bepaalde eigenschappen. Andere eigenschappen van die typen ontbreken juist weer. Zo heeft de partijpoliticus/coach geen bleek profiel zoals het type coach heeft volgens Tops en Zouridis. Een belangrijke constatering is dat de invulling van het type raadslid afhangt van de politieke partij waar de volksvertegenwoordiger lid van is. Een type bestuurder van het CDA is niet dezelfde bestuurder als van de SP, de VVD of welke partij dan ook. Het type ombudsman van de ene partij vindt twee keer per week direct contact met burgers al veel en ook veel moeite, terwijl de ombudsman binnen de andere partij elke dag direct contact heeft met burgers en dat heel normaal vindt. Binnen sommige partijen worden alle raadsleden geacht hun gezicht vaak te laten zien op straat en bij bijeenkomsten. Ook binnen die partijen is er dan nog een onderscheid tussen al deze ombudsmanachtige raadsleden. Sommigen zijn naast op straat ook heel actief bezig met het profileren van de partij, anderen met het verzamelen van informatie in het stadhuis en weer anderen bevinden zich echt alleen maar op straat. Binnen een andere partij kan de rolverdeling precies hetzelfde zijn, alleen is het uitgangspunt dan niet dat ieder raadslid zijn oor te luisteren moet leggen op straat, maar dat ieder raadslid de partij binnen de gemeente stevig moet profileren. Deze raadsleden, van de verschillende partijen kunnen niet hetzelfde type zijn. Het is logisch dat de raadsleden verschillen per partij, maar ook hun definitie en uitvoering van dezelfde typen zijn verschillend. De afhankelijkheid van de partij geldt voor de invulling van de rol van partijpoliticus dubbelop, omdat ook het verschil tussen lid zijn van een lokale of landelijke partij van invloed is. Een partijpoliticus heeft volgens Tops en Zouridis geen hart voor de stad, maar hart voor de partij. Voor een partijpoliticus van een lokale partij geldt dat niet.

Ook de grootte van de partij is van invloed op de invulling van het type raadslid. "Ik ben tot de ontdekking gekomen dat het heel veel tijd kost om het college te volgen. We proberen wel met goede eigen initiatieven te komen, maar daar ontbreekt de tijd voor." "We krijgen zoveel uitnodigingen, het is onmogelijk om met zo'n kleine fractie overal op in te gaan." Als eenmansfractie die veel waarde hecht aan direct contact met de burger, kun je niet op tegen een negenkoppige fractie. Zij hebben simpelweg meer mensen en kunnen dus naar meer bijeenkomsten. Als raadsleden van de grote fractie niet veel energie zouden besteden aan direct contact met burgers, dan nog zijn zij met negen keer één bijeenkomst in de week vaker in de stad te zien dan de één keer zeven bijeenkomsten die de fractievoorzitter van een eenmansfractie in de week bezoekt. Ook heeft een grotere fractie meer mensen om de andere taken over te verdelen. In een kleine fractie kun je niet één uitgesproken type raadslid zijn, omdat je dan al je werkzaamheden als raadslid (die je naar eigen keuze wel allemaal wilt uitvoeren) niet gedaan krijgt. "Ik zou wel vaker in de stad willen zijn, maar kijk hier naar al die stapels. Dat moet ik allemaal nog lezen." In een grotere fractie is er meer ruimte voor een duidelijke taakverdeling waarin profilering van raadsleden kan horen. "Ik heb van mijzelf ontdekt dat ik neig naar wat bestuurlijk te zijn. Ik fiets niet drie uur door de stad en heb daarom ook niet zo'n uitgebreid netwerk als fractiegenoot X. Hij en ik hebben een mooie samenwerking. Hij fietst door de stad en dan belt hij mij op over iets dat hij op de markt heeft gehoord. Dan kijken we samen hoe we dat aan kunnen pakken. Samen met hem stel ik dan schriftelijke vragen op. Hij heeft het contact met burgers gehad, ik probeer er meer een politieke dimensie aan te geven. Ik kijk meer naar de beleidsprocessen, naar de interne organisatie, van hoe houden we de fractie draaiende. De burger heeft daar misschien direct geen plezier van, maar hij wil ook niet dat wij rollebollend over straat gaan." Een fractiegenoot bevestigt deze natuurlijk verlopen taakverdeling. "Er is binnen onze fractie niet echt sprake van een hiërarchie, wij hebben meer gekeken naar de kwaliteiten van mensen en op basis daarvan is er eigenlijk een soort taakverdeling ontstaan."

Binnen een grote(re) fractie is er ruimte voor een raadslid om enkel de ombudsman te zijn en is er de ruimte voor een ander om enkel de bestuurder te zijn. Deze taakverdeling dan wel typeverdeling verloopt niet altijd natuurlijk, de rollen worden vaak ook praktisch verdeeld. "Als ik een stuk krijg dat ik goed kan lezen dan ga ik niet zonder meer daarna de burger bellen. Ik heb het stuk en mijn eigen verkiezingsprogramma. ... Ik ben wel veel in de wijken geweest, want ik was degene die zogenaamd niks te doen had, dus ik had daar wel tijd voor volgens de rest." Van een natuurlijk geboren bestuurder maak je geen ombudsman.

Bij een natuurlijke taakverdeling hoort ook een fractievoorzitter. Een fractievoorzitter kan nooit exclusief het type raadslid zijn dat hij wil, omdat hij tevens altijd fractievoorzitter is. "Fractievoorzitter zijn is niet zo handig, omdat je je tegelijk met het politieke gedoe moet bezighouden en ook in de wijken wilt zijn." Ook hierbij geldt dat een fractievoorzitter van een kleine partij nog meer beperkt is in zijn profilering.

4.2.1 Conclusie

Concluderend kan gezegd worden dat de typen van Tops en Zouridis niet één op één op raadsleden losgelaten kunnen worden. De 39 raadsleden zijn niet 39 individuen die enkel raadslid zijn. Zij zijn lid van een fractie en zijn gebonden aan een bepaalde partijstrategie, zij zijn afhankelijk van de hoeveelheid fractiegenoten en de taakverdeling en zijn wel of geen fractievoorzitter. Deze factoren hebben invloed op de manier waarop je als raadslid een rol kunt uitoefenen. Tops en Zouridis houden hier geen rekening mee in hun typeschets van raadsleden.

4.3 Contact burgers

Alle raadsleden zien zichzelf fungeren als volksvertegenwoordiger. Het invullen van die rol verschilt echter nogal. "Ik vind dat we die hele discussie van volksvertegenwoordigende rol ook niet moeten overdrijven. Je moet niet doen alsof dat inhoudt dat je de hele dag tussen het volk bent, je bent de stad aan het bestuderen." "Ik probeer zover mogelijk van de politiek af te staan en direct contact te hebben met burgers. Ik ben voor de gewone mens heel bereikbaar."

Veel raadsleden beschrijven zichzelf als laagdrempelig en goed bereikbaar voor de burger. Feit blijft wel dat de relatie met de burger niet soepel verloopt. "De relatie met de burger is moeizaam; als raadslid doe je het nooit goed. 'Jullie doen toch maar' denken ze dan."

Raadsleden proberen op diverse manieren de burger te bereiken. Sommigen doen dat door gewoon de mensen aan te spreken in de stad, door aan zoveel mogelijk maatschappelijke dingen deel te nemen (carnaval) en vooral de niet-professionele burger op te zoeken, anderen zeggen dat de burger vooral hen aanspreekt en dat zij zelf de burger niet echt opzoeken. "De burger? Die bereik ik natuurlijk vaak vanuit de stukken die ik voor mijn neus heb, dan bel ik wel eens met het wijkbestuur."

Slechts een enkel raadslid steekt meteen hand in eigen boezem betreffende de moeizame relatie met de burger. "Ik zoek de burger onvoldoende op. Je kan je laten zien op de uitnodigingen, daar word je mee doodgegooid. Maar buiten de schaduwfractie en de werkgroepjes moet je eigenlijk gewoon zelf eens koffie gaan drinken in een verzorgingstehuis. Ik weet eigenlijk niet waarom ik dat niet doe." Ondanks de door iedereen erkende kloof tussen burger en politiek, zegt een deel van de raadsleden tegen geen problemen aan te lopen tijdens het bereiken van de burger. Het niet ervaren van problemen is meestal het geval bij raadsleden die zeggen vooral zelf door de burger benaderd te worden. Raadsleden die wel problemen in het proces van het bereiken van de burger noemen, spreken over het vaak enkel bereiken van de professionele burger en niet de gewone burger. "Bij de professionele, georganiseerde burger krijg je steeds hetzelfde verhaal te horen." Ook wordt gezegd dat het

geen probleem is om de burger te bereiken, maar dat het zoveel moeite kost om te weten waar de burger zich bevindt. Het is de ombudsman en de partijpoliticus/coach die bij het bereiken van de burger niet over problemen betreffende het bereik zelf beginnen, maar over de problemen die burgers én zichzelf ondervinden met de (houding van de) gemeente. "Je loopt tegen heel veel problemen aan in het contact met burgers. Wat je altijd tegenkomt is het wantrouwen van de burgers. Wij doen het hele jaar door wijkbezoeken, maar dan denken de mensen dat je alleen maar komt omdat het verkiezingen zijn."

"Je loopt vaak tegen het systeem aan, dat vind ik frustrerend. Het is soms een strijd tussen mijn gevoel en de wet. Vrouwen die in de mooie praatjes van mannen trappen en wietplantages op zolder nemen. En dan worden ze hun huis uitgezet en kunnen ze nergens naar toe. Mijn gevoel zegt die vrouw haar huis laten behouden, de wet zegt de vrouw moet eruit. Ik moet mij schikken naar beleid, maar ik zit wel met het menselijk drama daarachter." De klassieke ombudsman luistert naar de individuele zaken van de burger, toch geeft hij niet louter burgers aanhoren als doel van communicatie op.

De ombudsman en de partijpoliticus/coach hebben meer dan de andere typen raadsleden als doel van contact met burger hen aanhoren. Het doel van communiceren zoals door Van Ruler in de vier basis communicatiestrategieën informering, overreding, formering en dialogisering beschreven, verschilt per raadslid. Je zou denken dat het type ombudsman en partijpoliticus/coach per definitie kiest voor communicatie langs een tweerichtingsweg. Immers, dan worden de burgers het beste gehoord. De bestuurder daarentegen kiest sneller de weg van eenrichtingsverkeer omdat hij de burger niet zo zeer wil horen, maar eerder wil overtuigen dan wel informeren. Er kan echter geen relatie worden gelegd tussen het type raadslid en hun doel van communiceren met de burger. Zeven raadsleden kiezen voor het aangaan van de dialoog. Onder hen de ombudsman, de bestuurder en de partijpoliticus/coach. Zowel de bestuurder als de ombudsman kiest voor informeren of informeren in combinatie met een dialoog voeren dan wel overtuigen. Sommige raadsleden kiezen voor een combinatie van alle vier de doelen. Het doel van communicatie hangt ook af van de situatie waarin het gesprek plaatsvindt en varieert daarom. Voor de ombudsman is de communicatie met de burger soms dan ook eenrichtingsverkeer. "Vaak weten mensen niet hoe politiek in elkaar zit. Het is ook zo ingewikkeld. Ik probeer ze dan te informeren en te overtuigen dat het anders is. Dat ambtenaren gewoon niet logisch nadenken, maar dat ze wel de regels volgen." Naar mijn mening bekijken veel raadsleden van tevoren goed de situatie waar ze naar toe gaan. Een klassieke bestuurder gaat nooit naar burgers om hen zomaar eens aan te horen, maar als hij bij inspraakavonden aanwezig is zal hij wel degelijk luisteren naar de burger. Net als dat de ombudsman ook bij gelegenheden komt waarvan hij weet dat hij daar de burger moet overtuigen dat de gemeente wel degelijk aan een oplossing voor een probleem werkt.

Niet alleen zoeken de raadsleden de burgers op, ook de burgers contacteren raadsleden. Dat gebeurt heel veel via e-mail tegenwoordig. "Ik ben verheugd dat steeds meer burgers ons überhaupt proberen te bereiken. Ik moet wel zeggen dat internet er voor zorgt dat mensen je veel makkelijker bereiken." Ook nemen burgers nog steeds veel contact op via telefoon, brieven en worden raadsleden uitgenodigd door de burgers voor bijeenkomsten. Een enkeling noemt de griffie en/of fractievoorzitter als een doorgeefluik voor contact zoekende burgers. Voor het type ombudsman geldt dat duidelijk te zien is dat hij zich het meeste tussen de mensen begeeft. "De meeste gesprekken vinden plaats op straat en in de supermarkt." "Ik heb een telefonisch spreekuur elke avond, ik heb vier keer per week koffiegesprekken en als ik door de stad fiets spreken mensen mij aan."

Over het algemeen wordt – ook door de ombudsman – gezegd dat raadsleden bijna niet bekend zijn onder de burger. “Op straat word ik weinig aangesproken. Wij hebben geen bekendheid in de stad.” Tevens wordt door meerdere typen raadsleden opgemerkt dat als burgers contact zoeken, het bijna altijd gaat om hun eigen specifieke problemen. “Hetgeen dat burgers vragen, is helemaal geen bevoegdheid van de raad vaak, zoals subsidies. Ik kan niks doen aan wijkdrempels, dat duurt vier jaar voordat ik door die besluitvorming heen ben. Burgers begrijpen niet dat ik dat niet kan veranderen. Jij zit toch in de raad?” De individualistische aard van de vraag wordt enkel door het type ombudsman niet als een ‘probleem’ ervaren. Ook benaderen burgers raadsleden met landelijke problemen waar zij zeggen niets aan te kunnen doen.

4.3.1 Inspraakmogelijkheden

Raadsleden hebben zelf de regie in het opzoeken van en openstaan voor burgers. Zodra de burgers ‘het huis’ zelf komen bezoeken, zijn ze voor sommige raadsleden ineens minder belangrijk. Alle raadsleden vinden het belangrijk dat er inspraakmogelijkheden zijn voor burgers. Voor de typen bestuurder en partijpoliticus houdt dit op bij de commissievergaderingen. Zij zijn geen voorstander van de in 2006 aangenomen motie dat burgers ook in raadsvergaderingen mogen spreken. Sommigen denken dat het geen zin heeft om dat soort dingen tegen te houden, maar dat het gevaar is dat je altijd dezelfde ervaringsdeskundige burger te horen krijgt. Anderen vinden inspreken in de raad ronduit onzinnig, omdat in de raad besluiten genomen moeten worden. Tevens zijn zij op één na allemaal tegen het referendum omdat zij volksvertegenwoordiger zijn en ingehuurd zijn om het beleid van de stad te bepalen. “De burger kan niet over politiek beslissen.” De bestuurder die wel voor het referendum is zegt daarbij: “Maar niet over alles. Burgers hebben vaak een onderschatte dossierkennis en stemmen op hun gevoel. En burgers hebben jou ook niet voor niets gekozen.”

Het voor een referendum zijn, maar dan niet over alles, komt ook voor bij het type partijpoliticus/coach. Het type is voor het referendum, maar is sceptisch over het inspreken van burgers tijdens raadsvergaderingen. “Tijdens raadsvergaderingen ligt het een beetje moeilijk, dan duurt het allemaal nog langer. Eigenlijk moet je de burger meer in de commissie aan het woord laten en de raad laten besluiten.” “Als dat er toe leidt dat we veertien keer hetzelfde te horen krijgen, dan hoeft dan inspreken van mij niet.”

Enkel de ombudsman is voor het referendum en voor het inspreken van burgers tijdens raadsvergaderingen, mits de burger dan niet tot 00.15 uur hoeft te wachten en het wettelijk kan, de onderwerpen moeten wel op de agenda staan. “Je voelt je gênant als burgers komen en ze mogen niet inspreken, maar als je het toelaat wordt het één puinhoop.” Eén ombudsman gaat zelfs zo ver dat hij vindt dat de burger de bok op moet. “Laat de burgers aan ons vragen stellen en dan wil ik de week daarna gaan kijken wat er speelt en de week daarna hun vragen beantwoorden. Daarna kan de wethouder zijn zegje doen. Als vervanging van ons vragenuurtje. Raadsleden zijn tenslotte een verlengstuk van de burger.”

Van belang in de communicatie met burgers is de oprechtheid. De typen bestuurder en partijpoliticus en de combinatie hiervan zeggen keurig dat zij het belangrijk vinden dat de burger gehoord wordt. Maar van hen heeft bijna iedereen eigenlijk een burger-NIMBY syndroom. Burgers? Ja, prima, maar not in my backyard. Naar ze luisteren op een wijkbijeenkomst is prima, maar ze moeten niet telkens weer om de hoek komen kijken. De ombudsman wil burgers altijd aanhoren, maar zegt hen ook dat zij met enkel afgeven op de gemeente niet ver komen. “Als ik op koffiegesprekken ben dan heeft de gemeente het altijd gedaan. Maar wie is de gemeente? Ik zeg altijd de gemeente ben je zelf.”

4.3.2 Conclusie

Alle raadsleden zien zichzelf als volksvertegenwoordiger, maar de invulling van die rol verschilt nogal. Het contact leggen met burgers en benaderd worden door burgers, gebeurt door al die volksvertegenwoordigers op een andere manier, met een andere intentie. Datzelfde geldt voor de inspraakmogelijkheden van burgers.

Concluderend is de houding van de bestuurder, de partijpoliticus/coach, de ombudsman en de partijpoliticus ten opzichte van contact met en inspraakmogelijkheden voor burgers te vinden in schema 4.1. Aangezien het type bestuurder/partijpoliticus en volger/bestuurder slechts één keer voorkomt, zijn deze niet apart opgenomen in het schema (en ook niet in de nog komende schema's). Het type bestuurder en partijpoliticus (en partijpoliticus/coach) komen wel vaker voor en worden dan ook meegenomen in de schema's. Dat betekent dat enkel de volger niet voorkomt in de schema's. In de Tilburgse gemeenteraad is geen pure volger aangetroffen onder de respondenten en de antwoorden van het raadslid met het type volger/bestuurder voegen geen interessante en dragende informatie toe voor een communicatieprofiel van het type volger/bestuurder, laat staan de pure volger. In de analyse zelf valt wel te lezen wanneer de mening van de volger/bestuurder en de mening van de bestuurder/partijpoliticus bij die van de pure bestuurder gevoegd kan worden.

Schema 4.1: invulling raadsleden aan contact met burgers en inspraakmogelijkheden (naar type raadslid)

	Contact burgers	Inspraakmogelijkheden
Bestuurder	<ul style="list-style-type: none"> - Partijafhankelijk. - Gemiddeld minste direct contact met burgers. - Individualistische aard van contact probleem. - Weinig bekendheid in de stad. - Doel communicatie: persoonlijk en situatieafhankelijk. 	<ul style="list-style-type: none"> - Inspraakmogelijkheden belangrijk. - Enkel in commissievergadering. - Geen voorstander inspreken burgers tijdens raadsvergadering. - Op één na tegen referendum. - Raadsleden zijn gemandateerd.
Partijpoliticus/coach	<ul style="list-style-type: none"> - Veel direct contact met burgers. - Contact over ervaren problemen met de gemeente door zowel raadslid als burger. - Individualistische aard van contact probleem. - Weinig bekendheid in de stad. - Doel communicatie: persoonlijk en situatieafhankelijk. 	<ul style="list-style-type: none"> - Inspraakmogelijkheden belangrijk. - In commissievergaderingen. - Deel voor, maar wel sceptisch over inspreken burgers tijdens raadsvergaderingen. - Voor referendum, maar niet over alles.
Ombudsman	<ul style="list-style-type: none"> - Meest direct contact met burgers. - Contact over ervaren problemen met de gemeente door zowel raadslid als burger. - Individualistische aard van contact geen probleem. - Weinig bekendheid in de stad. - Doel communicatie: persoonlijk en situatieafhankelijk. 	<ul style="list-style-type: none"> - Inspraakmogelijkheden belangrijk. - In commissievergaderingen. - In raadsvergaderingen, mits wettelijk mogelijk en niet te laat. - Voor referendum.
Partijpoliticus	<ul style="list-style-type: none"> - Partijafhankelijk. - Landelijke partij weinig 	<ul style="list-style-type: none"> - Partijafhankelijk. - Inspraakmogelijkheden

	contact, lokale partij meer direct contact. - Individualistische aard van contact probleem. - Weinig bekendheid in de stad. - Doel communicatie: persoonlijk en situatieafhankelijk.	belangrijk. - Enkel in commissievergadering. - Geen voorstander inspreken burgers tijdens raadsvergadering. - Tegen referendum. - Raadsleden zijn gemandateerd.
--	---	---

4.4 Politieke en bestuurlijke vernieuwing

Hierboven is uiteengezet wat voor typen raadsleden er in de Tilburgse gemeenteraad zitten en hoe zij omgaan met de burger. Het raadslid, de zender uit het basis communicatiemodel heeft een boodschap voor de burgers. In 2002 is het dualistische stelstel van start gegaan. Interessant is om te kijken of de raadsleden – die allen zitting hadden in de raad van 2002-2006 - een dualistische boodschap hebben verzonden. Communiceren zij nu meer dan in het monisme het primaat van de raad en brengen zij meer beleidsideeën los van het college naar buiten? Of hebben raadsleden niet het dualisme in het achterhoofd als zij de mensen informeren over hun plannen voor de stad. De raadsleden is gevraagd in hoeverre zij zich bezighouden met Depla's strategieën van politieke en bestuurlijke vernieuwing: het vergroten van de daadkracht van het gemeentebestuur, het versterken van de positie van de gemeenteraad en het vergroten van de betrokkenheid van burgers.

4.4.1 Vergroten betrokkenheid burgers

Zoals uit het contact tussen raadsleden en burgers al blijkt, zoeken de burgers raadsleden vooral op als het gaat om hun eigen problemen. Vanuit alle typen raadsleden wordt daar wel een opmerking over gemaakt. "Die betrokken burger weet ons toch wel te vinden, want dan gaat het om NIMBY. Die andere burger wil ons niet bereiken, omdat ze wel geloven dat het goed gaat en omdat ze denken er toch niks aan te kunnen veranderen. We moeten af van 'we moeten de burgers meer betrekken bij', je moet gewoon de stad besturen. Ik heb het vertrouwen van de burger gekregen." Deze reactie van een bestuurder geldt echter niet voor alle bestuurders, maar geldt partijbreed. De opmerking past binnen de opvattingen van een partij. Binnen die partij denken niet alleen de bestuurders, maar ook de andere typen raadsleden er zo over. Enkel het type partijpoliticus/coach reageert typebreed. Ongeacht de politieke partij waar zij bij horen, zegt de partijpoliticus/coach met Jan en alleman te praten over het werk van een raadslid. Maar ook hier is te zien dat alle andere typen raadsleden binnen de corresponderende partijen van de partijpoliticus/coach, dezelfde lijn volgen. "We proberen wel de burger naar de politiek te brengen door burgers uit te leggen dat de enige manier om verandering in je omgeving teweeg te brengen, is om de politiek aan te spreken en jezelf te organiseren. Soms is het nou eenmaal zo dat als burgers iets willen ze daar de politiek voor nodig hebben." Het betrekken van de burger bij de politiek hangt dus eerder samen met de politieke partij waar het raadslid bij hoort, dan met het type raadslid.

Daarnaast houden wel alle raadsleden zich bezig met het aanspreken van de burger als kiezer. Dit is logisch aangezien alle partijen stemmen willen winnen. Waar het de meeste raadsleden vooral gaat om 'als de mensen maar gaan stemmen', is alleen de partijpoliticus conform de theorie heel duidelijk over partijbelang. "Ik probeer de burger bij de partij te betrekken, niet bij de politiek." Volgens Tops en Zouridis is de ombudsman niet populair binnen de gemeente, behalve als hij de straat op kan in verkiezingsstrijd om stemmen te winnen. Deze theorie wordt in de gemeenteraad van Tilburg niet bewezen. De ombudsman heeft niet extreem veel voorkeurstemmen behaald. Het gaat de ombudsman namelijk niet om zijn eigen ego, maar om de burger. Als de ombudsman ook niet tevens fractievoorzitter is, dan staat hij niet

vooraan om complimenten te incasseren en aandacht te vragen. De ombudsman gaat in verkiezingstijd niet alleen op pad voor de partij, maar ook om de burger te mobiliseren. "In verkiezingstijd ben ik wel de burgers aan het overhalen om te stemmen, maar nooit voor mezelf. Als ik met een peperkoek naar de ouderenhuisen ga dan denken ze dat ik ze kom omkopen. Dan zeg ik nee, het maakt niet uit dat u op die andere partij stemt, als u maar stemt." Wel moet gezegd worden dat vanuit hogere kringen binnen een enkele partij geprobeerd wordt om de ombudsman in de strijd te gooien tijdens de verkiezingen, maar er is geen aantoonbare werking en de responderende raadsleden beginnen er ook niet over tijdens de diepte-interviews.

4.4.2 Vergroten daadkracht gemeentebestuur

Bijna alle raadsleden zeggen zich bezig te houden met het vergroten van de daadkracht van het gemeentebestuur, op de ombudsman na. Naar mijn mening heeft de ombudsman het idee dat het niet aan hem is om zich daar mee te bemoeien en/of kan hij de strategie niet precies invullen. Een ombudsman die contact opneemt met een ambtenaar om een zaak voor te leggen en te vragen waarom het allemaal zo lang duurt, is wel degelijk bezig met het vergroten van de daadkracht van het gemeentebestuur via de structuurbenadering. Hij is zich er alleen niet van bewust en doet dat niet onder de noemer van het vergroten van de daadkracht van het gemeentebestuur, maar simpelweg omdat hij vindt dat de burger te lang moet wachten. De overige typen raadsleden zijn veel bewuster bezig met het aanspreken van ambtenaren of de griffie binnen de structuurbenadering als bijvoorbeeld stukken op zich laten wachten. Ook worden ambtenaren op andere manieren aangesproken. "We zetten indirect ambtenaren onder druk door te zeggen dat we bij mensen folders in de bus gaan doen over iets waarvan de gemeente zegt dat daar nog geen besluit over genomen is. Wij weten wel beter. Een week later lagen er bewonersbrieven in de bus."

4.4.3 Versterken positie gemeenteraad

Met het versterken van de positie van de gemeenteraad houden maar weinig raadsleden zich bezig. Bij de bestuurder en de partijpoliticus overheerst in hun interne rol de gedachte dat het niet uitmaakt waar een voorstel vandaan komt, als het maar goed is. "Ik vind het belangrijk dat we een goed bestuur hebben, dus ik investeer vooral in het gezamenlijke, of dat nou de raad is of het college. Ik vind het niet belangrijk om de raad op zich te profileren." Een enkeling is actief bezig met het dualisme, omdat ze er niet meer omheen kunnen. "Van mij had het dualisme niet hoeven, maar nu het er eenmaal is moeten we het wel promoten." Opvallend is dat op één na ook de ombudsman er weinig heil in ziet om dualistisch het college te controleren, omdat de ombudsman er vanuit gaat dat ook het college haar werk goed doet. "Als een idee goed is, is het goed. Het maakt niet uit of het van de raad of van het college komt. Je hebt elkaar toch nodig." Enkel de partijpoliticus/coach is actief bezig met het versterken van de positie van de gemeenteraad. "Ik heb wel gevochten voor dualisme. Ik probeer vanuit mijn raadslidmaatschap met burgers te praten en uit te leggen wat de verschillen zijn, te zeggen wat ik voor ze als raadslid kan betekenen, anders dan het college." Ook hier dient weer gezegd te worden dat het niet zozeer de partijpoliticus/coach is die zich inzet als wel hun partij.

Dualisme is binnen de gemeente nog niet zo ingeburgerd. Zoals een partijpoliticus/coach het formuleerde: "Ik zeg tegen collega's ook dat dualisme betekent dat je meer afstand van het college moet nemen. Je moet het eerst intern laten weten, daarna kan je het op straat vertellen." Maar veel raadsleden staan niet achter dualisme of vinden niet dat het werkt. "Ik vind dualisme weinig anders dan het monisme. De wethouder heeft nog steeds het laatste

woord. Ik ben wel voor dualisme, maar dan moet je het ook goed uitvoeren." "Dualisme werkt niet echt, wat mij betreft mag het hele dualisme de prullenbak in, want het voegt niets toe en de burger wordt er niet beter van. ... Ik vind wél dat de raad meer gepromoot moet worden, dat dat het hoogste orgaan is."

Het proces van de agendavoering, beleidsvoorbereiding en beleidsbepaling verloopt volgens de respondenten ook niet dualistisch. De partijpoliticus/coach vindt dat de raad nog teveel achter het college aanhobbelt, vaak vanwege tijdgebrek. "Het wordt nagenoeg geheel bepaald door het college. De raad zou haar eigen agenda moeten bepalen. Dat duale denken moeten we nog leren, ik ook nog. Zolang de raad niet haar eigen agenda bepaalt, zit je al vol met de agenda van het college. Je hebt daaraan al heel veel werk. Daarin kiezen moet ik ook nog leren." Ook de ombudsman zegt dat de raad er pas aan te pas komt als zij zelf met initiatieven komt. De rest van het beleid zit allemaal in de pijplijn en komt van bovenaf. Al denkt de echte ombudsman bij beleidsvoorbereiding niet in termen van college en raad. Hij bereidt zijn beleid voor in de praktijk en zet zijn dingen op de agenda. De bestuurdertypen vinden het niet zo erg dat het grootste gedeelte van de agenda en het beleid van het college komt. De bestuurder in de oppositie heeft de strijd voor dualisme opgegeven, omdat het toch niet werkt en vindt het zinloos dat hij zich vier jaar heeft laten leiden door de agenda van de raad, want dat stelde niets voor. De bestuurder van een collegepartij is het enige type raadslid dat geen moeite heeft met een bepalend college. "Het college bemoeit zich nog wel te veel met de agenda van de commissie en de raad, maar wij kunnen het zelf niet beter, wij moeten niet die illusie hebben." "Tachtig procent van de papieren agenda wordt bepaald door het college. Het zou wel anders kunnen, maar ik vind het logisch dat het zo gaat. Het college is een fulltime bestuur en dat ziet wat er allemaal in de stad gebeurt. Als je met elkaar tot goede besluiten komt, dan zou het die burger toch een worst wezen of dat de verantwoordelijkheid was van het college of de raad." Ook zit het dualisme bij de ambtenaren nog niet tussen de oren. "Probeer als raad maar eens een goed uitgewerkt beleidsstuk neer te zetten door gebruik te maken van het ambtelijk apparaat. Veel ambtenaren kennen de raadsleden niet eens, kennen de griffie niet eens en halen hun neus daarvoor op. Als ambtenaren iets moeten doen dat tegen de voorstellen van het college indruist, dan wordt het moeilijk. Dat ligt niet aan de ambtenaren, maar aan diegenen die hen instrueren."

4.4.4 Conclusie

Depla bedacht zijn drie strategieën in 1995 en in tien jaar tijd lijkt er niet veel veranderd. Het contact tussen raadsleden en burgers verloopt nog steeds niet optimaal en te veel raadsleden vinden nog steeds burgers enkel als kiezer interessant. Er wordt meer aandacht besteed aan het vergroten van de daadkracht van het gemeentebestuur en het versterken van de positie van de gemeenteraad door de invoering van het dualisme. Maar het dualisme werkt op heel veel punten niet goed. De agenda en het beleid worden nog veel vanuit het college gestuurd, ook al vinden niet alle raadsleden dit een probleem. Ambtenaren denken niet dualistisch. Er zijn raadsleden die vinden dat het moet veranderen, maar zij hebben geen tijd of weten niet hoe. Maar er zijn ook raadsleden die het helemaal niet erg vinden, omdat de stad gewoon bestuurd moet worden. Vanuit de raadsgriffie wordt er stevig ingezet op het actief burgerschap, het primaat van de raad en het betrekken van burgers bij de politiek, maar raadsleden zeggen vanuit hun externe rol dat de burger het verschil tussen raad en college niet kent en daar ook niet in is geïnteresseerd. De burger wil gewoon dat zijn eigen gemeentelijke problemen opgelost worden en wie dat binnen de gemeente doet maakt hem niet uit. De gemeenteraad van 2002-2006 worstelt met het dualisme, maar er is bij een groot deel wel de intentie om de raad meer te profileren en het college beter te controleren. Het communiceren van deze boodschap naar buiten in de externe rol vindt zij echter lastig, omdat

dualisme op zich niet simpel te vertalen is naar de burger en omdat de burger niet op deze boodschap zit te wachten.

Concluderend staat in schema 4.2 de mate van betrokkenheid van de typen raadsleden bij het vergroten van de betrokkenheid van burgers, het vergroten van de daadkracht van het gemeentebestuur en het versterken van de positie van de gemeenteraad en het dualisme beschreven.

Schema 4.2: invulling raadsleden aan strategieën van politieke en bestuurlijke vernieuwing (naar type raadslid)

	Vergroten betrokkenheid burgers	Vergroten daadkracht gemeentebestuur	Versterken positie gemeenteraad
Bestuurder	<ul style="list-style-type: none"> - Partijafhankelijk. - Vooral burger als kiezer aanspreken. 	<ul style="list-style-type: none"> - Houdt zich daar bewust mee bezig door middel van direct aanspreken ambtenaren en griffie. 	<ul style="list-style-type: none"> - Houdt zich daar niet actief mee bezig. - Stad moet bestuurd worden. - Maakt niet uit waar voorstel vandaan komt. - Mening dualisme oppositie/coalitie afhankelijk.
Partijpoliticus/coach	<ul style="list-style-type: none"> - Partijafhankelijk. Is in alle partijen van dit type belangrijk. - Praat met burger over raadswerk in belang van burger en partij. - Aanspreken burger als kiezer. 	<ul style="list-style-type: none"> - Houdt zich daar bewust mee bezig door direct en indirect de griffie en ambtenaren aan te spreken. 	<ul style="list-style-type: none"> - Houdt zich daar actief mee bezig (net als de hele partij). - Raad hobbelt nog te veel achter college aan, een deel doet dat zelf ook. - Voor dualisme, maar begrip is moeilijk te communiceren.
Ombudsman	<ul style="list-style-type: none"> - Praat met burger over raadswerk, maar niet om zichzelf te promoten. - Aanspreken burger als kiezer en niet-kiezer. 	<ul style="list-style-type: none"> - Houdt zich daar niet mee bezig. Onbewust doet hij dit echter toch, doordat hij degene is die de klachten van burgers doorspeelt naar het gemeentebestuur en verwacht dat daar iets mee gedaan wordt. 	<ul style="list-style-type: none"> - Houdt zich daar niet actief mee bezig. - Beleid komt van college en enkel vanuit de raad na eigen initiatief, maar dat maakt niet uit. - Denkt vanuit beleid verzinnen op straat en dan op de agenda zetten.
Partijpoliticus	<ul style="list-style-type: none"> - Burger betrekken bij partij, niet bij politiek. - Aanspreken burger als kiezer. 	<ul style="list-style-type: none"> - Houdt zich daar bewust mee bezig door het direct aanspreken van de ambtenaar en de griffie. 	<ul style="list-style-type: none"> - Houdt zich daar niet actief mee bezig. - Stad moet bestuurd worden. - Maakt niet uit waar

			voorstel vandaan komt.
--	--	--	------------------------

4.5 Verzamelen van informatie

Wel of niet dualistisch, de boodschap is één van de vijf basiselementen van de communicatiestrategie van Beaudry en Schaeffer waar de zender, het raadslid, rekening mee moet houden. De raadsleden is gevraagd in hoeverre ze rekening houden met de vijf basiselementen thematiek, doelgroep, medium, timing en hulpmiddelen tijdens het verzamelen van informatie. Beaudry en Schaeffer toetsen hun theorie vooral bij het naar buiten brengen van informatie. In dit onderzoek wordt tevens gekeken of de theorie ook van toepassing is bij het verzamelen van informatie. Je moet eerst informatie verzamelen voordat je informatie hebt om naar buiten te brengen.

4.5.1 Thematiek

Bij de thematiek van de boodschap is het nodig een balans te leggen tussen de politieke issues die de burgers beroeren en de politieke kenmerken die de politieke partij belangrijk vindt.

Zoals te verwachten selecteert de pure partijpoliticus eigenlijk alleen informatie die hij kan gebruiken om zijn eigen partijprogramma te verwoorden. "Als ik het ergens niet mee eens ben, dan zeg ik dat ook tegen de mensen en dan zal ik het ook niet aan de orde stellen in de raad." Ook een enkele bestuurder zegt vooral informatie te verzamelen die voor zijn achterban interessant is. "Ik luister naar de burger, maar ik kan me niet voorstellen dat ik eigen principiële dingen loslaat omwille van de burger." Al zijn er ook bestuurders die zeggen dat je verkeerd bezig bent als je selectief informatie verzamelt. Zij staan open voor alle informatie, maar zeggen daarbij dat er natuurlijk wel gekleurde zit in je netwerk en je daarom niet toegang hebt tot iedereen. De partijpoliticus/coach vindt dat je bij het verzamelen van informatie allerlei soorten bronnen moet gebruiken; zij willen niet enkel hun partijgeluid horen. Binnen sommige partijen betekent dat zelfs dat een partijstandpunt niet altijd opgaat als blijkt dat het tegenovergestelde voor de burger beter is. "Wij houden vaak enquêtes en daar komt een boodschap uit die wij als partij niet kunnen manipuleren en daar doen we dan ook wat mee, ook al is het in het nadeel van onze partij." De eigenschappen van de coach voeren bij de partijpoliticus/coach hier de boventoon. Wel moet gezegd worden dat het standpunt van alle partijen waarbinnen een partijpoliticus/coach actief is, het actief proberen te betrekken van burgers bij beleid is.

De ombudsman worstelt conform de theorie het meeste met de balans tussen burgerinformatie en informatie die strookt met het partijprogramma. "Ik vind dat je actief informatie moet verzamelen. Maar de partij zet mij daar neer, ik ga niet op eigen naam in de raad zitten hè, dus ik moet wel vanuit het partijbelang denken." Bij het verzamelen geldt ook dat sommige raadsleden slechts passief informatieverzamelaar zijn en dus enkel een selectie maken uit datgene wat hen wordt aangeboden.

4.5.2 Doelgroep

Volgens Beaudry en Schaeffer moet er ook rekening gehouden worden met een doelgroep, in het geval van de raadsleden misschien ook wel met hun achterban. Voor de ombudsman betekent rekening houden met een doelgroep bij het verzamelen van informatie dat de informatie van de werkvloer komt, van Jan en alleman en dat het leesbaar is voor de mensen waarvoor het is bedoeld. De bestuurder heeft geen eenduidig antwoord. De één houdt enkel rekening met de achterban, de ander wil gewoon informatie omdat er een probleem is. "Als ik

met bewoners in de straat praat, weet ik niet wat ze stemmen." Ook door de andere typen wordt verschillend gereageerd. Voor de meeste raadsleden betekent doelgroep niet de achterban, maar de mensen die betrokken zijn bij het onderwerp. Ook voor de partijpoliticus. Bij het verzamelen van informatie gaat het de meeste raadsleden om het krijgen van een duidelijk beeld van het probleem en dan kunnen niet alleen mensen uit de eigen achterban gehoord worden. Tevens wordt door sommige raadsleden gezegd dat de niet-doelgroep ook altijd vrij is om te reageren. "Bij problemen met scootmobielen, reageren ook mobiele mensen."

4.5.3 Medium/bron

Het derde basiselement waar volgens Beaudry en Schaeffer rekening mee moet worden gehouden is het medium. In het geval van verzamelen van de informatie, de bron.

Op een enkel raadslid na, houdt iedereen rekening met de bron van informatie. Dat gebeurt op heel diverse manieren die niet eenduidig passen bij een type raadslid. Zowel bij de ombudsman als bij de bestuurder wordt gesproken over bronbescherming, "Mevrouw De Vries, is nooit mevrouw De Vries, maar altijd een omwonende", en over verhalen bij meerdere bronnen bevestigd krijgen. "Uit welke bron iets afkomstig is, kan ook bepalend zijn voor wat je ermee doet. Als ik informatie hoor van één iemand uit mijn dorp en ik kan dat verder nergens bevestigd krijgen, dan ben ik daar wel heel voorzichtig mee." Ook houden beide typen rekening met het soort informatie. Voor de bestuurder betekent dat de nuance zoeken en een ambtelijk stuk naast een boze bewonersbrief leggen, voor de ombudsman betekent dat rekening houden met de inhoud van rapporten en de kennis van burgers. "In rapporten staan dingen die burgers niet begrijpen."

Voor de partijachtige typen raadsleden betekent het vooral voorzichtig omgaan met individuele geluiden. "Als informatie van individuen komt dan ben ik altijd zeer terughoudend, dan ben ik altijd bang dat ik voor hun karretje wordt gespannen, bij belangengroeperingen ben ik dat ook. Ik heb altijd meer vertrouwen in informatie die ik van ambtenaren en van de griffie krijg dan in de dingen die in de kranten staan." Artikel 47⁴⁰ vragen stellen op basis van een krantenartikel of één signaal uit de stad vinden zij niet kunnen. "Eén zwaluw maakt nog geen zomer." Zij maken gebruik van zoveel mogelijk verschillende bronnen, van Jan met de pet tot literatuurstudie. Of bewust alleen de rapporten. "Als ik hoor dat een gerenommeerd bureau informatie heeft die ik goed kan gebruiken, dan gebruik ik juist die informatie, omdat dat door dat bureau is onderzocht. Dat is voor onze partij geen standaardinformatiebron, maar dan kan ik juist ons verhaal - door dat bureau ondersteund - aan die partijen laten zien die daar wel waarde aan hechten."

Hoewel velen de regionale krant lezen, wordt het Brabants Dagblad door slechts een enkeling gezien als het letterlijke medium waar rekening mee wordt gehouden bij het verzamelen van informatie, terwijl de ingezonden brief voor meerderen een aanleiding is om de wijk in te gaan. Bij het basiselement medium denken de meeste raadsleden aan het naar buiten brengen van informatie.

4.5.4 Timing

Beaudry en Schaeffers vierde basiselement is timing. Bij het verzamelen van informatie gaat het dan vooral om de lange en korte termijn. De ombudsman komt met verrassende antwoorden. Er wordt gekeken naar wanneer iets het meeste effect heeft en naar zowel het snel verzamelen van informatie als naar het nu al bezig zijn met een onderwerp dat de komende maanden gaat spelen. "Dan ben ik tegen die tijd ook de eerste." Er wordt zelfs

⁴⁰ Artikel 47 van het Reglement van Orde is de mogelijkheid van fracties om aan het College van B&W vragen te stellen.

rekening gehouden met Den Haag. "Als in Den Haag iets op de agenda staat verdiep ik mij daar ruim van te voren in. Je moet er vroeg bij zijn als je op lokaal niveau iets wilt doen met het landelijk beleid." Opvallend is dat geen één ander raadslid Den Haag noemt, terwijl je toch eerder van een bestuurder of een partijpoliticus verwacht dat ze rekening houden met landelijk beleid dan van een ombudsman.

De bestuurder worstelt met de lange termijn planning. Hij zegt daar wel rekening mee te houden, bij grote projecten, maar eigenlijk lukt het niet. "Vaak is met dingen geen rekening te houden, dingen gebeuren en komen op je pad, dat is vermoeiende van politiek." De partijpoliticus/coach zoekt vooral informatie als hij ergens mee bezig is. Een enkeling noemt het belang van de lange termijn planning. "Korte termijn acties zijn goed, maar daar houd je weinig mensen aan over dus dat is niet goed voor de partij." Een ander realiseert zich niet goed hoe lang sommige onderwerpen blijven spelen. "Bij sommige onderwerpen dacht ik, daar is een besluit over genomen en wij hebben er alles aan gedaan om dat zo goed mogelijk te communiceren naar de stad en daarmee is het af. Maar sommige onderwerpen waar drie jaar geleden al een besluit over is genomen, blijven maar terugkomen."

De lange termijn is duidelijk een probleem bij de raadsleden, zoals ook later zal blijken bij het evalueren van het door de griffie geïnitieerde externe communicatiemiddel de Termijnagenda.

4.5.5 Hulpmiddelen

Het laatste element van de communicatiestrategie van Beaudry en Schaeffer zijn de hulpmiddelen. Daar kan heel kort over worden gezegd dat daar van alles onder wordt verstaan. Voor velen zijn hulpmiddelen instrumenten waar je informatie mee verzamelt, zoals de telefoon, de krant, wijkbijeenkomsten, de achterban en de eigen mond. Ook wordt de raadsgriffie herhaaldelijk genoemd als hulpmiddel bij het verzamelen van informatie. Daarbij wordt gezegd dat de griffie er niet is voor het ondersteunen van individuele fracties. "Maar de griffie is echt nooit te beroerd om iets voor je op te zoeken." Er zijn niet bepaalde typen raadsleden die bepaalde hulpmiddelen noemen.

4.5.6 Conclusie

Over het algemeen gezegd denken raadsleden minder na bij het verzamelen van informatie dan bij het naar buiten brengen van informatie. In eerste instantie lijkt dat geen negatieve vaststelling, omdat je eigenlijk niet moet nadenken over waar je je informatie haalt maar gewoon alle informatie die je tot je krijgt moet meenemen bij je werkzaamheden. Maar in alle informatie die tot je komt en die je tot je neemt, zit een groot verschil. Alle raadsleden krijgen dezelfde stukken en spreken vaak met dezelfde professionele burger. Maar juist de gewone burger en de eigen (potentiële) achterban kunnen raadsleden voeden. Raadsleden kunnen hen bewust opzoeken.

In schema 4.3 staat de manier waarop de typen raadsleden rekening houden met de basiselementen thematiek, doelgroep, medium/bron en timing bij het verzamelen van informatie. Het basiselement hulpmiddelen is weggelaten omdat, zoals al eerder bleek, daar een zeer ruime interpretatie aan kan worden gegeven los van het type raadslid.

Schema 4.3: invulling raadsleden aan rekening houden met de basiselementen van een communicatiestrategie bij het verzamelen van informatie (naar type raadslid)

	Thematiek	Doelgroep	Medium/bron	Timing
Bestuurder	Partijafhankelijk. Deel gebruikt alleen informatie partij, deel partij	- Persoonsafhankelijk. Eén denkt alleen aan	- Houdt op diverse manieren rekening met	- Lange en korte termijn. Worstelt met lange

	en burger.	achterban, ander denkt aan betrokken actoren.	bron. Bijv. dmv bronbescherming. - Houdt rekening met wat voor een soort informatie het is, bijv. nuance zoeken in bewonersbrief en nota.	termijnplanning
Partijpoliticus/coach	- Gebruikt allerlei bronnen. Partij- en niet-partijgeluid.	- Persoonsafhankelijk. Vaak niet achterban, maar betrokken en niet betrokken actoren.	- Houdt op diverse manieren rekening met bron. - Voorzichtig omgaan met individuele geluiden uit stad en krant.	- Lange maar vooral korte termijnplanning - Vooral informatie verzamelen als onderwerp speelt.
Ombudsman	- Meeste problemen met het vinden van een balans tussen partij- en burgerinformatie.	- Informatie moet van werkvloer komen, van betrokken actoren en begrijpelijk zijn voor iedereen.	- Houdt op diverse manieren rekening met bron. Bijv. dmv bronbescherming. - Houdt rekening met begrijpelijkheid informatie voor burgers.	- Lange en korte termijn - Kijkt naar meeste effect in bepaalde periode. - Kijkt naar agenda Den Haag.
Partijpoliticus	- Selecteert enkel informatie die hij kan gebruiken om eigen partijprogramma te verwoorden.	- Persoonsafhankelijk. Niet alleen achterban, maar ook betrokken actoren.	- Houdt op diverse manieren rekening met bron. - Heel voorzichtig omgaan met individuele geluiden uit stad en krant. Wil niet voor het karretje gespannen worden.	- Lange en korte termijnplanning

4.6 Naar buiten brengen van informatie

Ook bij het naar buiten brengen van informatie dient rekening gehouden te worden met de vijf basiselementen van de communicatiestrategie van Beaudry en Schaeffer.

4.6.1 Thematiek

Bij de thematiek van de boodschap is het - zoals eerder aangegeven - volgens Beaudry en Schaeffer nodig een balans te leggen tussen de politieke issues die de burgers beroeren en de politieke kenmerken die de politieke partij belangrijk vindt.

Conform de theorie stelt de partijpoliticus de politieke kenmerken van de partij voorop. "Het belangrijkste is ons verkiezingsprogramma, dat is onze bijbel. Daarin is verwoord wat wij denken dat de Tilburger belangrijk vindt." Voor de partijpoliticus die ook een landelijke afdeling van de partij heeft, geldt dat de landelijke richtlijnen worden gevolgd. "Ook al is dat misschien niet altijd even slim, als er commentaar op het landelijk beleid is." Niet alleen de partijpoliticus stelt echter het partijprogramma voorop. Ook een enkele ombudsman gaat uit van de standpunten van de partij, "Omdat dat toch wel hoort", terwijl hij verder helemaal geen partijpoliticus is. Andere ombudsmannen veranderen niet van kleur. "Alles wat ik naar buiten breng komt van de burger uit. Burgers spreken mij aan over die onderwerpen, maakt mij geen reet uit of dat onderwerpen van mijn partij zijn."

De bestuurder en combinatie bestuurstypen kiezen niet massaal voor het verwaarlozen van de politieke kwesties die de burgers beroeren. Al passen de meeste reacties wél in het theoretisch profiel. "Wij durven te communiceren dat we ergens achter staan, waar de hele stad tegen is. Als je burgers naar de mond gaat praten, moet je ermee ophouden." De partijpoliticus/coach geeft totaal geen eenduidige antwoorden. De één stelt zijn achterban voorop, de ander de burger, weer een ander zoekt de combinatie. "Het is continu zoeken, maar dat is wel belangrijk. Hondenpoep houdt iedereen bezig, maar daar zullen wij niet zo snel een initiatiefvoorstel over indienen." Eén ziet de noodzaak van een balans zoeken helemaal niet. "De luxepositie is dat je nooit hoeft te kiezen hoeveel informatie je naar buiten brengt. Je kunt best dingen naar buiten brengen die helemaal niemand interesseert. Soms is het zoeken naar de politieke vertaling van wat de burger nou eigenlijk bedoelt, maar eigenlijk is alles wel relevant voor onze partij om naar buiten te brengen."

4.6.1.1 Partijstrategie

Hoewel meer raadsleden praten over wij van partij X, verschillen de antwoorden binnen de meeste partijen nogal. Juist bij de thematiek zoals beschreven door Beaudry en Schaeffer, is het belangrijk om binnen de partij af te stemmen wat je naar buiten brengt en in hoeverre je geluiden uit de stad je boodschap laat beïnvloeden. Op twee partijen na, geven alle partijen geen eenduidige antwoorden over het vinden van de balans tussen wat de partij en de burger belangrijk vindt. Dit staat los van de typen raadsleden. Het is zelfs zo dat je mag verwachten dat alleen de ombudsman dwars ligt met zijn 'voorliefde' voor de individuele burger, maar juist een enkele ombudsman buigt om. Het zijn de andere typen die ineens niet enkel aan het partijbelang denken, of juist wel. Het is zeer bevorderlijk voor een partij om uit verschillende typen raadsleden te bestaan. Zij moeten echter wel allemaal zoveel mogelijk dezelfde boodschap vertellen, omdat het anders verwarrend is voor de ontvanger. Het is logisch dat er geen verband is tussen het type raadslid en het verwoorden van de communicatiestrategie. Het is des te vreemder dat niet iedere fractie op één lijn zit. "Wij kijken echt naar politieke issues die spelen in de stad, het hoeft niet alleen interessant te zijn voor de mensen die op ons stemmen." Deze reactie staat haaks tegenop de volgende reactie, terwijl beide respondenten hetzelfde type raadslid van dezelfde partij zijn. "Wij zitten er in principe niet voor alle burgers. Wij zijn in de raad gekomen voor de mensen die op ons gestemd hebben en

hen zijn we verantwoording schuldig." Dit verschil zou te maken kunnen hebben met het eigen karakter van het raadslid, de lengte van het lidmaatschap en de mate van verbondenheid met de partij.

Volgens alle raadsleden is er binnen hun partij niet echt sprake van één communicatiestrategie. Wel is er binnen elke partij altijd overleg over wat er naar buiten gaat. "Raadsleden zullen nooit individueel communiceren naar buiten, maar een communicatiestrategie is een zwaar woord. Alles gaat via de fractievoorzitter." Bij de meeste partijen gaat alles via de fractievoorzitter naar buiten. "De fractievoorzitter is het opperhoofd en alles dat naar buiten gaat moet door hem gezien zijn, om blunders te voorkomen. Wij hebben binnen de partij de instelling dat we zo duidelijk en actief mogelijk naar buiten willen treden. Wij zijn wel verplicht om onze eigen strategie uit te zetten binnen de fractiestrategie, deze verandert dan ook door de interesses die de raadsleden inbrengen." Niet alle raadsleden ervaren binnen de fractiestrategie de vrijheid om hun eigen gang te gaan. "We bespreken alles vooraf. Er is gewoon een fractiediscipline, dus je mag je eigen gang wel gaan, maar eigenlijk ook weer niet." De meeste communicatie loopt via de fractievoorzitter, omdat de fractievoorzitter ook het meeste contact heeft met de pers. Binnen sommige partijen mogen raadsleden niet zelf de pers te woord staan om te voorkomen dat het partijstandpunt niet goed overgebracht wordt. Andere raadsleden hebben niet de behoefte om zelf de pers te woord te staan, vaak omdat ze simpelweg nooit benaderd worden door de pers. Weer andere raadsleden worden dat wel. "Alles wordt altijd even afgestemd met de fractievoorzitter. In je eigen portefeuille heb je de vrijheid om zelf het fractiestandpunt naar buiten te brengen en de pers te woord te staan." Het zijn niet de typen raadsleden of de partijen die hetzelfde uitgangspunt hebben, maar het zijn de fractievoorzitters. "Alles mag naar buiten, als ik het maar gezien heb." Het hangt van de partij af in hoeverre raadsleden zelf de vrijheid hebben om hun eigen communicatiestrategie uit te zetten binnen de fractieafspraken.

4.6.2 Doelgroep

Naast rekening houden met de boodschap, moeten raadsleden volgens Beaudry en Schaeffer ook rekening houden met een doelgroep tijdens het naar buiten brengen van informatie. Zoals blijkt uit het theoretisch kader zal onderscheid aanbrengen in doelgroepen uiteindelijk de effectiviteit van de communicatie vergroten.

De bestuurder zegt nauwelijks rekening te houden met een doelgroep. "Al zou dat wel moeten." De ombudsman zegt vooral niet met de partijachterban rekening te houden, of niet in bepaalde doelgroepen te denken. "Wij zijn er voor iedereen."

De partijpoliticus in alle combinaties probeert te zorgen dat hij als zender zonder ruis bij de ontvanger komt. "Je houdt rekening met je achterban, maar ook met jong en oud. Als we iets proberen te doen voor de jeugd, benaderen we die via de jeugdpagina's in de kranten. Als er bij een bepaald project niet veel allochtonen zijn betrokken en er wel veel allochtonen mee te maken hebben, dan probeer ik wel een strategie te bedenken om hen erbij te betrekken." Er wordt rekening gehouden met het taalgebruik, met de hoeveelheid informatie en met de manier waarop je de informatie brengt. "Met doelgroepen houden we pas rekening als we doelgerichte communicatie gebruiken. Als we jongeren naar een politiek café willen halen dan doen we dat anders dan wanneer we scootmobieleren willen mobiliseren. In persberichten houden we er geen rekening mee." De partijpoliticus denkt aan de doelgroep door middel van het onderwerp en de plaats waar iets gebeurt. "Als er iets in een bepaalde straat gebeurt, dan stop ik een briefje bij die mensen in de bus met onze standpunten daarin." "Als we iets organiseren voor sportmensen dan is dat anders dan voor de WMO-mensen." "Het heeft geen zin om in het centrum te flyeren over een onderwerp in een buitenwijk."

De verschillende typen raadsleden zijn meer eenduidig in de manier waarop zij rekening houden met een doelgroep dan bij thematiek. Dat betekent dus ook dat de verschillende typen binnen dezelfde partij geen eenduidige visie hebben op het rekening houden met doelgroepen, terwijl het wel belangrijk is om binnen de partij op één lijn te zitten over wie je op welke manier wilt bereiken.

Door enkele raadsleden wordt ook gezegd dat sommige burgers maar één ding willen horen. Zoals Klapper zegt: "Mensen zijn geneigd om die boodschappen uit te kiezen die met hun eigen opvatting overeenkomen en boodschappen met een afwijkende mening te vermijden." Juist omdat burgers boodschappen willen horen die binnen hun eigen opvatting passen, moet er niet alleen rekening gehouden worden met onderwerp- en plaatsgerichte doelgroepen, maar ook met de achterban.

4.6.3 Medium

Het derde basiselement van een communicatiestrategie waar raadsleden volgens Beaudry en Schaeffer rekening mee moeten houden, is het medium. Een deel van de raadsleden kijkt naar de te bereiken doelgroepen om het medium te bepalen. "Ouderen maken niet veel gebruik van internet en kijken veel televisie." Anderen houden rekening met de verschillen in de media zelf door bijvoorbeeld te kijken naar de oplage en het bereik van dagbladen of door het verschil tussen het geschreven en het gesproken woord te benadrukken. "Als je voor de camera moet verschijnen: geen gestreepte blouse en geen stropdas in de kleur van een andere partij." Inhoudelijk wordt er echter door weinig raadsleden bewust rekening gehouden met het medium, terwijl Klapper daar juist op wijst. "Media verschillen in technische mogelijkheden met betrekking tot de wijze waarop ze een boodschap kunnen presenteren. Die mogelijkheden zijn mede bepalend voor het bereik van de boodschap."⁴¹ Klapper constateert ook dat het publiek een bepaald beeld heeft van een medium en dat je daar bij het verzenden van je boodschap rekening mee moet houden. Een positieve houding ten aanzien van een medium kan er bijvoorbeeld toe leiden dat men zich vaker op dat medium abonneert en dus (op een positieve manier) van de inhoud van het medium kennisneemt. De raadsleden die spreken over het beeld van een bepaald medium, spreken enkel over de landelijke media. "Ik geloof eerder iets dat in De Volkskrant staat dan in De Telegraaf." Maar die opmerking gaat over het verzamelen van informatie. Bij het naar buiten brengen denkt niemand aan een medium waar ze niet op gezien of in gelezen willen worden, want aandacht is tenslotte aandacht.

Sommige raadsleden denken wel na over de aanpassing van de stijl van de boodschap aan een medium. "Ik merk wel dat als ik een stukje moet aanleveren voor de site dat ik het dan anders typ dan een persbericht. Op de site moet het kort en bondiger. Wij zijn wel ongericht in het rekening houden met wat je wilt zeggen op welk medium, dat heeft ook weer te maken met dat je niet zo goed nadenkt over doelgroepen. Het is natuurlijk wel zo dat als je bejaarden van 70+ wilt bereiken, je beter met een folder en een peperkoek naar het bejaardenhuis kunt gaan dan dat je een berichtje op de website zet. Maar wij denken nog onvoldoende na om één boodschap over meerdere media te verspreiden."

Sommigen houden niet zo zeer rekening met het medium dan wel met de media in het geheel. "De media is een onderdeel van de politiek. Wij zijn geil van publiciteit, dus ik zie wel graag dat het in de krant komt." Een deel van deze raadsleden gaat een stap verder en denkt niet alleen aan de media, maar ook specifiek aan de journalist. "Als ik me voorbereid op het woordvoeren in de commissie, dan probeer ik toch wel eens een oneliner voor de politiek verslaggever van het Brabants Dagblad te bedenken. In het begin was ik allang blij dat ik een

⁴¹ Klapper, JT. (1960). *The effects of Mass Communication*. New York: Free Press.

verhaal over de bühne kreeg, maar nu probeer ik het verhaal inhoudelijk op te bouwen en dan is de andere vraag meteen: wat wil ik dat morgen in de krant komt. Als je gewoon nadenkt over wat je wanneer in de krant wilt, komt het zo wel in de krant. Zo had ik een keer een oneliner bedacht en dat was de volgende dag de kop. Dat wist ik gewoon van tevoren.”

Een enkel raadslid zegt geen rekening te houden met de verschillende media. Zij houden echter allemaal wel rekening met waar ze bepaalde doelgroepen zoeken en hoe ze die kunnen bereiken. Er valt geen lijn te trekken tussen het type raadslid en het wel of niet rekening houden met het medium. De enige conclusie die getrokken kan worden is dat de ombudsman het minste rekening houdt met de media. Indien hij geen fractievoorzitter is, zoekt hij geen direct contact met journalisten. De ombudsman wil zelf geen aandacht, maar wil aandacht voor de zaak. In de paragraaf externe communicatiemiddelen wordt verder ingegaan in het contact met de lokale pers en de rol van de ombudsman daarin.

4.6.4 Timing

Timing is het vierde basiselement van Beaudry en Schaeffer waar raadsleden rekening mee dienen te houden. Bijna alle raadsleden houden rekening met de deadline van een krant. “Een politieke bijeenkomst moet je in de huis-aan-huisbladen al twee weken van te voren aankondigen omdat zij maar één keer per week verschijnen. In het Brabants Dagblad kan dat later.” Sommigen gaan een stapje verder. “We houden ook rekening met de dag van verschijning van de krant. Op dinsdag is de krant altijd goed gevuld als het gaat om politieke issues; op maandag zijn namelijk de commissievergaderingen. Dus als je aandacht wilt voor een persbericht moet je dat niet op maandag versturen, want op dinsdag staat er al heel veel in de krant. We weten ook dat de zaterdagkrant beter wordt gelezen, dus op donderdag of vrijdag wat weg doen is niet verkeerd.”

Voor anderen betekent timing niets anders dan actualiteit of rekening houden met wanneer het college iets zegt en wanneer je eigen reactie daarop komt. Timing betekent ook geld. “Je gaat niet een idee indienen als je zeker weet dat er op dat moment geen geld meer in de pot zit. Ook al is iets heel dringend, als er geen mogelijkheden zijn heeft het weinig zin. Dan heb je al geschoten en dan krijg je een negatief besluit terwijl dat drie maanden later positief zou kunnen zijn.” Soms is ook politiek gekozen of iets wel of niet naar buiten wordt gebracht. “Het heeft geen zin om te beginnen over vuurwerkbunkers en kerstverlichting in april, dan is niemand daarmee bezig dus wacht je tot november. En het heeft geen zin om politieke bijeenkomsten te organiseren tijdens voetbal op tv, dan komt er niemand.” Sommigen denken bij timing aan het lange termijn traject. “Als we een speerpunt hebben waar we een langere periode over doen dan zetten we daar ook wel een soort trajectje op. Dan stippel je uit op welk moment je de burger gaat informeren, op welk moment de pers en op welk moment je dan met een initiatiefvoorstel komt.”

De reacties van raadsleden zijn verschillend, velen moeten ook voorbeelden worden aangereikt voordat zij hun omgang met timing kunnen beschrijven. Er valt geen duidelijke lijn te trekken tussen de typen raadsleden en de mate waarin zij rekening houden met timing. Wel kan gezegd worden dat met het basiselement timing op de meest diverse en creatieve manieren rekening wordt gehouden, door alle typen.

4.6.5 Hulpmiddelen

Het vijfde en laatste basiselement van de communicatiestrategie van Beaudry en Schaeffer zijn de hulpmiddelen. Hulpmiddelen bij het naar buiten brengen van informatie zijn volgens de raadsleden de pers, de telefoon, de eigen website, praten met burgers, fractiemedewerkers, een enkele keer publiciteitsmedewerkers en voor sommigen de raadsgriffie. Anderen vinden dat de raadsgriffie niet gebruikt hoort te worden voor de communicatie van de partij. Feit is

wel dat de raadsgriffie er is voor het ondersteunen en faciliteren van de raad, zodat deze haar werk als volksvertegenwoordiger, kadersteller en controleur vorm kan geven. Daarvoor is onder andere een communicatieadviseur ingesteld. Deze is vooral belast met het verzorgen van de communicatie tussen de raad en de burgers, het betrekken van burgers bij beleidsontwikkeling en kaderstelling door de raad en het profileren van de raad naar buiten. (Werkplan Raadsgriffie 2005 en 2006). Om deze doelen te concretiseren, heeft de raadsgriffie een lijst van externe communicatiemiddelen opgesteld. Deze kunnen worden beschouwd als de hulpmiddelen voor het naar buiten brengen van informatie. De raadsleden is gevraagd in hoeverre en op wat voor een manier zij gebruik maken van deze communicatiemiddelen hetgeen beschreven staat in de volgende paragraaf.

4.6.6 Conclusie

Raadsleden denken bij het naar buiten brengen van informatie meer na dan bij het verzamelen van informatie. Er is echter niet binnen elke partij duidelijke overeenstemming over wat de communicatiestrategie van de partij is. Juist bij het naar buiten brengen van informatie is het belangrijk om binnen de partij af te stemmen wat de naar buiten te verzenden boodschap is. Dit gebeurt binnen het merendeel van de partijen niet. Het hangt ook van de persoon af hoe er wordt omgegaan met thematiek. Dat geldt ook voor de andere basiselementen. Slechts een enkel type geeft eenduidige antwoorden.

In schema 4.4 staat een overzicht van de manier waarop de typen raadsleden rekening houden met de basiselementen thematiek, doelgroep, medium en timing bij het naar buiten brengen van informatie. Onder het basiselement hulpmiddelen worden de externe communicatiemiddelen zoals opgesteld door de raadsgriffie verstaan en het gebruik hiervan wordt in de volgende paragraaf geanalyseerd.

Schema 4.4: invulling raadsleden aan rekening houden met de basiselementen van een communicatiestrategie bij het naar buiten brengen van informatie (naar type raadslid)

	Thematiek	Doelgroep	Medium	Timing
Bestuurder	- Persoonsafhankelijk. - Deel communiceert enkel eigen standpunten, anderen ook die van burgers.	- Houdt daar nauwelijks rekening mee. Zegt wel dat dat zou moeten.	- Erg partij- en persoonsafhankelijk. - Deel heel mediabewust dmv gebruik oneliners, deel wil boodschap niet aanpassen.	- Erg partij- en persoonsafhankelijk. - Houdt rekening met deadline krant. Sommigen ook met dag van verschijning.
Partijpoliticus/coach	- Persoonsafhankelijk. - Deel denkt aan achterban, deel niet, anderen zoeken combinatie.	- Houdt het meeste rekening met doelgroepen. Hetzelfde type binnen dezelfde partij doen dit wel op hun eigen manier.	- Partij- en persoonsafhankelijk. - Deel is zich meer bewust dan ander deel.	- Partij- en persoonsafhankelijk. - Houdt rekening met deadline krant.
Ombudsman	- Persoonsafhankelijk. Deel denkt niet	- Wij zijn er voor iedereen.	- Is het minst bewust bezig met de media.	- Partij- en persoonsafhankelijk.

	aan partij- onderwerpen, ander deel wel omdat het hoort.		- Zoekt journalisten niet op. - Staat niet graag in middelpunt van belangstelling.	- Houdt rekening met deadline krant.
Partijpoliticus	- Partijprogram is de bijbel. - Landelijke richtlijnen belangrijk (geldt niet voor lokale partij).	- Partij- afhankelijk. - Houdt geen rekening met doelgroep, maar weet dat het moet of houdt rekening met de betrokken actoren.	- Partij- en persoons- afhankelijk. - Tegen gebruik oneliners. - Tegen aanpassing boodschap. - Deel beschikt wel over gave van het woord en praat van huis uit in onliner stijl.	- Partij- en persoons- afhankelijk. - Houdt rekening met deadline krant.

4.7 Externe communicatiemiddelen griffie

De Tilburgse raad neemt volgens de communicatieadviseur haar eigen communicatie ter hand om zich beter te profileren en om burgers uit te nodigen mee te denken en mee te doen op allerlei beleidsterreinen. "De belangrijkste doelstellingen bij raadscommunicatie zijn de interesse en betrokkenheid voor de lokale politiek stimuleren. Duidelijk maken wanneer en waarop de raad aangesproken kan worden. Op welke wijze burgers, via raadsleden, invloed kunnen uitoefenen op het politieke besluitvormingsproces en inzichtelijk maken op welke wijze wensen en belangen van individuele (of groepen) burgers afgewogen worden bij het nemen van raadsbesluiten." De raad wordt als collectief, als politiek orgaan geprofileerd. De verantwoordelijkheid voor partijcommunicatie en profilering ligt bij de fracties zelf. (Raadsgriffie, werkplan 2005).

In tabel 5.1 staan de externe communicatiemiddelen zoals opgesteld door de raadsgriffie vermeld.

Tabel 5.1: externe communicatiemiddelen

Externe communicatiemiddelen
Raadswerk (maandelijkse nieuwspagina in de Tilburgse Koerier)
Tweewekelijks tv-programma Afzender Gemeente Tilburg
Gast van de raad
Campagne 'De gemeenteraad van Tilburg, beslist de moeite waard'
Internetsite

Raadsvergaderingen uitzenden via internet
Bestuurlijk Informatie Systeem
Beleidsagenda
Termijnagenda
Persbeleid

4.7.1 Raadswerk

Raadswerk is een maandelijks pagina in het huis-aan-huisblad de Tilburgse Koerier. Deze pagina verschijnt na de maandelijks raadsvergadering. Daarnaast wordt er gemiddeld vier keer per jaar een special uitgebracht over bijvoorbeeld de beslissingen van de raad over de begroting en het Algemeen Beleidsplan College (ABC). De raadspagina wordt samengesteld door de communicatieadviseur van de raadsgriffie. De redactionele stukken worden geschreven door een extern communicatiebureau. De raadspagina brengt onder de aandacht waar de gemeenteraad zoal mee bezig is. De pagina moet bij een breed publiek interesse opwekken voor het functioneren van de gemeenteraad. Burgers moeten in de gaten krijgen dat de raad het op veel fronten voor het zeggen heeft en dat die er is om de bevolking te vertegenwoordigen. De inhoud van Raadswerk wordt bepaald door de agenda en de uitkomsten van de raadsvergaderingen. Zo zal de ene keer enkel nieuws uit de raadsvergadering worden besproken, waar bij de start van de nieuwe gemeenteraad nieuwe raadsleden worden voorgesteld. Raadswerk wordt gepubliceerd in de Tilburgse Koerier die wekelijks bij 85.000 huishoudens in Tilburg, Berkel Enschoot en Udenhout op de deurmat valt. In 2003 won de gemeente Tilburg met Raadswerk de NNP-Gemeenteprijs. Jaarlijks reikt de Organisatie van Lokale Nieuwsmedia NNP deze prijs uit aan de gemeente die haar burgers op de meest aantrekkelijke en leesbare manier regelmatig en breed informeert via een onafhankelijk nieuws- of huis-aan-huis blad.

Ook de raadsleden zelf zijn tevreden over Raadswerk. Iedereen spreekt zijn vertrouwen uit in de mensen van de griffie 'die dat allemaal regelen'. Er wordt een lijstje afgewerkt met de onderwerpen die spelen en de fracties komen om de beurt aan het woord, iedereen meent dat dat proces goed en eerlijk verloopt. Enkele positief gestemde merken wel op dat zij niet kunnen beoordelen of de pagina ook werkt en of hij wel of veel wordt gelezen. Eén raadlid voegt daar aan toe dat de redactionele stukken nog te veel in ambtelijke taal worden geschreven: "Niemand weet wat een fractie is."

Het overgrote merendeel staat achter de intentie van Raadswerk dat de pagina niet gebruikt mag worden voor het bedrijven van partijpolitiek. "Daar gaat het om de raad, niet om onze partij. Ik zou ook niet willen dat andere partijen die pagina's zouden gebruiken om zichzelf eens lekker te profileren." Een enkeling meent echter dat DE raad niet bestaat en dat de verschillen tussen de politieke partijen juist naar voren moeten worden gebracht om duidelijkheid aan de burger te geven. "Je moet zeggen een meerderheid van de raad heeft het voorstel omarmd en dan zeggen welke partijen dat voorstel hebben omarmd. De burger denkt nu 'de raad'? Tijdens de verkiezingen waren al die verschillende partijen er en nu doen ze het kennelijk allemaal samen." Deze opmerking komt van een partijpoliticus zoals ook valt te verwachten. De andere partijpolitici zijn blij met de inhoud van Raadswerk. Slechts één bestuurder wil ook meer de nadruk leggen op de verschillende partijen. "In de verslaglegging

staat dan bijvoorbeeld dat de raad heeft voorgestemd, terwijl wij dat als partij hebben binnengehaald. Het stoort mij dan dat er niet geschreven wordt op het initiatief van partij X. Het wordt altijd in de volle breedte, in de meerderheid getrokken. De raad wordt goed beslagen, maar er ontbreekt de politieke dimensie. Ik wil ook dat mijn achterban weet wat wij gedaan hebben." Deze reactie siert een partijpoliticus, maar dit raadslid uit zich verder als een echte bestuurder. Er valt dan ook geen relatie te leggen tussen het type raadslid en het gebruik en oordeel van Raadswerk. Dat komt naar mijn mening ook omdat raadsleden het allemaal wel geloven met Raadswerk; ze zijn wat onverschillig. Ze zeggen hun zegje wanneer ze moeten komen opdraven en that's it. Raadswerk is een communicatiemiddel dat gratis bij 85.000 huishoudens thuis komt en waarin een raadslid zelf bepaalt wat hij zegt. Geen journalisten die partijpropaganda uit het persbericht verwijderen. Raadswerk als geheel wordt dan weliswaar niet gebruikt worden voor partijpolitiek, elke maand staat er wel een groot redactioneel stuk over een onderwerp op de pagina waarin twee voorstanders en twee tegenstanders aan het woord worden gelaten. Dé kans om te vertellen waarom jouw partij voor of tegen is, met behulp van een extern communicatiebureau dat jouw verhaal taaltechnisch goed neerzet zonder inhoudelijk te schrappen. De ruime gratis verspreiding zou dankbaar en vooral actief benut moeten worden.

4.7.2 Afzender Gemeente Tilburg

Afzender Gemeente Tilburg (AGT) is een tweewekelijks informatief televisieprogramma dat op de commerciële lokale omroep Regio-TV werd uitgezonden. Sinds het seizoen 2005 wordt het op de commerciële lokale zender TéeVéeDer10 uitgezonden. Het programma richt zich op de actuele berichtgeving van Tilburg in de breedste zin van het woord. Iedere aflevering heeft een vaste opzet met terugkerende onderwerpen. Deze onderwerpen zijn verdeeld over de raad, het college en de gemeente in zijn geheel. De gemeenteraad heeft twee items in het programma. In het begin van de vorige raadsperiode was dat 'Raad en besluit' en 'Raadswerk'. In Raad en besluit kwamen er vier partijen aan het woord over hetzelfde onderwerp. "Het was de bedoeling dat daar de verschillen uitkwamen, maar het was niet scherp genoeg", aldus de communicatieadviseur die de verantwoording heeft over de inhoud van de raadsitems. Raad en besluit is vervangen door 'Raad op straat'. Hierin gaat een raadslid de straat op om met burgers te praten over een actueel onderwerp waar de politieke partij van het raadslid zich druk over maakt. Het raadslid interviewt zelf de betrokken actoren en kiest hen en de opnamelocatie ook zelf uit. Raadswerk is een stukje zendtijd voor politieke partijen. Het raadslid komt zelf aan het woord over een onderwerp waar de partij echt voor staat. De communicatieadviseur bepaalt samen met de raadsleden de inhoud van het programma. "De partijen komen in principe om de beurt aan het woord. Ik plan vooruit of kijk of er actuele leuke dingen spelen. Dan stel ik aan de partijen voor of dat niet iets is voor AGT. Op die manier werk ik ook mee aan de kwaliteit van een item. Maar raadsleden komen zelf ook veel met ideeën." De programmamaker van AGT – die valt onder het communicatieteam van de gemeente Tilburg - plant, maakt een draaiboek, filmt en monteert de items en zorgt voor aanwijzingen voor de raadsleden tijdens het draaien. "Voordat de camera gaat draaien zeg ik hoe ze moeten staan. Als raadsleden lang van stof zijn dan zeg ik wel: stoppen, misschien kun je het beter zo en zo zeggen."

Voor AGT geldt dat de raadsleden door de bank genomen tevreden zijn met de mogelijkheid om na oproep van de communicatieadviseur als partij om de beurt op televisie te komen. "Ik merk dat mensen daar veel naar kijken, ik word herkend op straat. Heel veel mensen hebben geen krant en kijken meer televisie." Al heeft het medium televisie ook zijn nadelen. "Mensen moeten wel een trouwe kijker zijn willen ze een compleet beeld krijgen van alle partijen. En ja, op tv moet het allemaal kort en simpel. Je kunt politieke dingen niet zo kort houden." Ook

wordt het programma tuitig genoemd en is het niet altijd duidelijk wat nou de inhoud van een item is. Raadsleden die commentaar hebben op AGT zeggen allemaal dat de inhoud wat oubollig en onduidelijk is, maar "wij komen graag." Bij sommigen overheerst dezelfde houding als bij Raadswerk in de Tilburgse Koerier. "Ik kijk het nooit, maar als ik moet komen dan kom ik." Het dualisme wordt ook aangehaald. "Als we het gemeentebestuur willen dualiseren moet je AGT ook duaal maken. Er moet een programma komen voor de raad en het college." Ook wordt door enkelen gezegd dat het programma vaker uitgezonden zou moeten worden.

Het feit dat de partijen om de beurt aan bod komen binnen AGT wil niet zeggen dat de raadsleden binnen de partij ook om de beurt op tv te zien zijn. "De communicatieadviseur zegt jullie zijn aan de beurt en dan komen we erop. Dan denken we binnen de fractie na wie er op tv moet komen, want je wilt wel de mensen laten zien die er een beetje toe doen in de partij, dus binnen de fractie geldt niet om de beurt." Ook de programmamaker van AGT bevestigt dit beeld: "Negen van de tien keer worden de mensen gekozen die het kunnen. In de afgelopen vier jaar heb ik sommige mensen nog nooit voor de camera gehad. De partijen denken dus wel na over wie ze sturen, al geldt dat bij de kleinere partijen minder." De programmamaker merkt per raadslid verschillen in hun communicatieve vaardigheden. "De één plakt op tv en kan van nature goed en kort vertellen, de ander heeft veel meer begeleiding nodig en daarbij zie je ook dat het ingestudeerd is. Het type raadslid dat het goed doet op tv, zijn de mensen die heel goed op de hoogte zijn en die echt met hun hart in de raad zitten, die daar echt voor de burger zitten." De mensen die het niet goed doen, zijn de raadsleden die het verhaal ingestudeerd hebben. Maar ook de ombudsman doet het niet van nature geweldig op tv, ook al zit hij echt voor de burger in de raad. "Een raadslid dat de hele dag in de stad te zien is, doet dat echt voor de mensen. Hij staat zelf niet graag in het middelpunt van de belangstelling en kan op tv niet goed overbrengen wat hij bedoelt."

Naast de kenmerken van de ombudsman is er geen verband tussen het type raadslid en het gebruik van AGT. Je ziet eerder dat er binnen de meeste partijen één of twee fractieleden zijn die zich bezighouden met de media. Binnen de ene partij betekent dat de fractievoorzitter die zegt wie waar iets over mag zeggen, binnen de andere partij betekent dat iedereen op televisie mag verschijnen. Het is goed dat de meeste partijen de sterkste sprekers voor de camera laten verschijnen.

Tijdens het evalueren van AGT noemde één raadslid het jammer dat het programma niet bestond uit vrije nieuwsgaring. "AGT is een reclameboodschap. Omdat het is: dan jij, dan jij en dan jij. Dat is geen vrije nieuwsgaring. Het programma is, en dat is niet erg, de makers kunnen ook niet anders, maar het is een kleurloos programma. Je moet een keuze maken: of een reclameprogramma, of reclamezendtijd per partij geven of vrije nieuwsgaring. Als je iets meer wilt doen met tv, moet je ook iets doen waar behoefte aan is." De behoefte aan een 'Tilburgse NOVA' en het gebruik van televisie in het algemeen komen later in de paragraaf persbeleid ter sprake.

4.7.3 Gast van de Raad

In 2004 is de gemeente Tilburg gestart met 'Gast van de Raad'. Burgers, belangenbehartigers, ondernemers en dergelijke worden (gericht) uitgenodigd om aanwezig te zijn bij een raadsvergadering. Tijdens die raadsvergadering staat er een onderwerp op de agenda dat hen aangaat. De gasten van de raad worden ontvangen, wonen de raadsvergadering bij en kunnen na afloop (onder het buffet) met raadsleden napraten. De Gast van de Raad is een idee van het Presidium en is afgekeken van andere gemeenten. In het Presidium wordt gekeken welk groot onderwerp geschikt is voor de Gast van de Raad. "Dan moeten we dus mensen hebben

die er in het voortraject bij betrokken zijn en die vaak al contact hebben (gehad) met raadsleden. Het idee achter Gast van de Raad is dan ook om mensen die actief zijn betrokken bij een onderwerp in het voortraject, ook aanwezig te laten zijn bij de besluitvorming. En ook om het voor de mensen makkelijker te maken om in het vervolgetraject contact op te nemen met raadsleden. Het gaat dus eigenlijk om het contact tussen burger en de gemeente. Ja, het zijn wel vaak georganiseerde burgers, maar ook gewone burgers”, aldus de communicatieadviseur.

De raadsleden reageren verdeeld over de Gast van de Raad. De ombudsman en een enkel ander type vinden het goed dat burgers betrokken worden bij de politiek op deze manier. “De mensen die in de wijken staan, daar in hun huizen zitten, moeten ook een keer naar dit huis, want de gemeente is ook hun huis.” De bestuurder is minder enthousiast. “Ik vind het onzin, omdat het veelal mensen zijn die al in de commissies aanwezig zijn geweest. Alle fracties gaan weer een keer hetzelfde verhaal ophangen. De burgers hebben de stukken niet, dus zij weten niet alles en kunnen niet alles volgen. Ze worden ook nog eens geconfronteerd met allerlei dingen die voor hun helemaal niet interessant zijn. Ik denk dat als een onderwerp heel belangrijk is, de mensen toch wel komen, dan hoef je ze niet zelf uit te nodigen. Daar zitten dan weer de professionele burgers.” Ook de partijpoliticus/coach heeft twijfels. “Waardeloos, het voegt niets toe. Het idee erachter is dat je mensen dicht bij de politiek betreft door ze uit te nodigen voor een raadsvergadering. Maar volgens mij, als je mensen wilt afstoten moet je ze meenemen naar een raadsvergadering. En de mensen die uitgenodigd worden zijn niet de gewone mensen, maar baasjes van clubjes.” Het gaat te ver om te zeggen dat iedereen behalve de ombudsman tegen is. Het is eerder dat de meeste andere typen raadsleden de setting en het type burger dat komt in twijfel trekt.

4.7.4 Campagne ‘De gemeenteraad van Tilburg, beslist de moeite waard!’

In 2005 is gestart met de campagne ‘De gemeenteraad, beslist de moeite waard’. Doel is het



vergroten van de bekendheid van het werk van de raad. Burgers moeten concreet iets merken van het werk van de raad in de stad of in hun dagelijkse leven. Er is bewust gekozen voor een opvallende campagne met een knipoog. Een campagne die afwijkt van het wat bureaucratische, logge imago dat aan de raad kleeft. De verschillende rollen en taken van de raad worden op mupi's in beeld gebracht door met een knipoog aan te sluiten bij bekende slogans en campagnes van andere merken (altijd dichtbij, goed voor elk, glashelder).

Naast de mupi's in de stad is er ook een nieuwe raadsbrochure waarin laagdrempelig en toegankelijk wordt uitgelegd wat de raad betekent voor de burger. Het is geen staatsrechtelijke en gemeentelijke zware informatie. De brochure is verspreid in de stadswinkels, wijk- en buurtcentra, bij nieuwe inwoners en natuurlijk via de raadsleden zelf (Raadsgriffie, 2005).

De campagne is niet in de huisstijl van de gemeente. In plaats van de bekende kleuren blauw en okergeel, is er gekozen voor felle kleuren als roze, groen en geel met daarin stripachtige figuren. Voor een stijl los van de huisstijl is heel bewust gekozen volgens de communicatieadviseur van de raad. “We dachten: als je dan toch die dualisering hebt, nieuwe bevoegdheden, nieuwe taken, dan moet je de gemeenteraad ook een geheel eigen gezicht geven. Onderscheidend van de rest van de gemeente. Mensen denken al vaak dat de gemeente allemaal één pot nat is en je wilt de mensen juist duidelijk maken dat de raad gekozen volksvertegenwoordigers zijn waar je een beroep op kunt doen.” De geheel eigen profilering was voor ‘die andere gemeente’ wel even wennen en niet iedereen stond achter het

idee. "De raad is ook gewoon gemeente en alles waarvan de mensen denken 'dat is gemeente' moet in de gemeentelijke huisstijl. De brandweer niet, de gemeenteraad wel. Maar in het kader van het dualisme heb ik ervoor gekozen om het vrij te laten en er niet fors op te sturen. Ik vind dat de raad zich moet profileren ja, maar wel als onderdeel van de gemeente."

De raadsleden zelf vinden de campagne allemaal wel leuk en aardig, maar trekken de werking

ervan in twijfel. "Het is leuk, het is een keer wat anders, maar of het werkt?" Velen denken dat de boodschap niet duidelijk is of niet begrepen wordt. "Je moet wel goed nadenken over welke boodschap je wilt brengen, de raad is ook kaderstellend. Ik denk alleen niet dat iemand weet op straat wat kaderstellend is. De campagne moet ook zijn dat wij gewone mensen zijn, ik ben ook gewoon buurtbewoner." Bij de ombudsman en enkele andere typen raadsleden overheerst de gedachte dat zo'n campagne mooi is, maar dat de gemeente de burger gewoon op moet zoeken. "Als je wilt opvallen, moet je iets gekks doen. Maar als je niet op eigen kracht de gemeenteraad kan promoten, dan moet je het van binnenuit doen, niet met reclame. Je moet de politiek direct in contact laten komen met de burger." Een andere ombudsman sluit zich daarbij aan. "Ik vind het zonde van het geld. Ik denk dat je er veel meer aan hebt om naar mensen te luisteren, om ze duidelijk te maken wat wel en niet kan. De burgers moeten al betrokken worden vóór het proces van de plannen maken, dat vereist andere ambtenaren. Wij maken geen plannen, we krijgen ze alleen maar onder onze neus en de ambtenaren maken de plannen, bij hen moet de knop om." Een partijpoliticus/coach

voegt daar aan toe: "De redenering achter de campagne is: mensen vinden ons niet leuk en wij gaan zeggen dat we wel leuk zijn. Dat werkt niet. Mensen hebben een oordeel over politiek en weten het verschil tussen het college en de raad helemaal niet, maar dat is ook niet erg. Wat interessant is, is wat er fout en goed gaat in de relatie tussen gemeente en burger. Er moet wat gebeuren aan de problemen die mensen met de gemeente ervaren, met het ophalen van omgevallen bomen, met wat voor een gemeenteonderdeel dan ook. Als dat goed gaat kun je pas met een boodschap komen van 'wij zijn wel leuk als gemeenteraad'."

4.7.5 Internetsite

De gemeenteraad heeft ook een eigen internetsite. Hier kan actuele informatie uit de raad en commissies, informatie over de samenstelling van de raad en raadsleden, de agenda's en onderliggende stukken worden gevonden. Deze site is een onderdeel van de gemeentesite.

Raadsleden reageren wisselend op de site van de gemeente. Allereerst is er een groep verschillende type (oudere) raadsleden die niet erg actief is op internet. Ze vinden dat de site er mooi uitziet, maar hebben hem vaak maar één keer gezien. Ze gebruiken hem zelf niet omdat ze niet veel met internet bezig zijn of omdat ze er gewoon geen tijd voor willen maken.



“Als het mooi weer is moet je buiten zijn, het is verloren tijd achter die computer.” Daarnaast is er een groep raadsleden die wel gebruik maakt van de site en deze ook wel goed vindt. Maar hoe actiever het raadlid op internet is, hoe meer commentaar deze heeft. Het commentaar varieert van een slechte zoekmachine en niet actueel genoeg tot saaie vormgeving en het niet goed kunnen vinden van de stukken en de agenda. De politieke partij die zelf heel actief is op internet (bijgestaan door een enkel raadslid van een andere partij) heeft geen goed woord over voor de gemeentesite. “Het gaat echt nergens over, een hele slechte website. Hij loopt ontzettend achter, er zit geen fatsoenlijke zoekmachine op (één uit 1972). Ik zoek iets, bijvoorbeeld paspoort aanvragen via internet, en dan denk ik alleen maar dat het niet kan, omdat ik het niet kan vinden. Het is bar en boos. Omdat zelfs ik sommige dingen niet kan vinden. Het is niet pakkend en er gaat geen uitstraling vanuit. Hij wordt ook slecht bezocht, het slechts van alle sites die over Tilburg gaan.”

De communicatieadviseur denkt dat er wel meer met de gemeentesite gedaan kan worden, maar betwijfeld of de raad daar op zit te wachten. “Wij hebben er de capaciteit niet voor en de raad komt zelf ook met weinig ideeën.” Naast de website van de gemeente, is ook het internetgebruik van de raadsleden in het algemeen besproken. Later in dit hoofdstuk komt internet dan ook verder te sprake.

4.7.6 Uitzenden raadsvergaderingen via internet

Een extra instrument van de raadsgriffie op het net, is het uitzenden van raadsvergaderingen via internet. In 2003 is reeds gekeken wat de mogelijkheden zijn voor het uitzenden van beeld en geluid van raadsvergaderingen. Vanaf 2005 is uiteindelijk vanwege bezuinigingen begonnen met het uitzenden van enkel het geluid van raadsvergaderingen via Noturec. Volgens de communicatieadviseur van de raadsgriffie is het de vraag wie er luistert, maar moet je wel mee in de ontwikkeling. “Het is nog niet goed gepromoot, bewust, omdat sommige dingetjes nog niet goed werken. Het is goed voor de raadsvergadering als je nog eens iets wilt terug luisteren. Het lijkt alleen nuttig voor raadsleden, maar als er echt iets te doen is in de stad denk ik dat de mensen wel luisteren.”

Raadsleden vinden door de bank genomen dat het goed is dat het geluid op internet staat, maar vinden dat de waarde ervan niet overschat moet worden. “Luistert daar iemand naar?” Ze hebben er nog geen reactie op gehad uit de stad en betwijfelen of het wel gepromoot is. Maar zolang het niet te veel geld kost, moet de gemeente er vooral mee doorgaan. De meeste raadsleden luisteren er zelf niet naar, een enkeling vindt het handig om terug te horen wat hij zelf en vooral anderen hebben gezegd. Een paar raadsleden zijn enthousiast en zouden zelfs graag zien dat de raadsvergadering op televisie uitgezonden zou worden. Echter niet integraal. “Misschien zouden we wel een samenvatting met de belangrijkste besluiten kunnen uitzenden in plaats van de hele raadsvergadering. Als het uitgezonden wordt op tv, oefen je misschien druk uit om het korter en krachtiger te laten verlopen in de raadsvergaderingen en het is goed dat de mensen zien wat er op dat moment speelt.” De meningen van raadsleden staan los van het type raadslid.

4.7.7 Bestuurlijk Informatie Systeem (BIS)

Op de internetsite van de gemeenteraad kunnen alle openbare documenten van de raad door middel van het Bestuurlijke Informatie Systeem (BIS) geraadpleegd worden. De stukken zijn dus voor iedereen beschikbaar, maar tegelijkertijd merkt de gemeente zelf al op dat het BIS een verouderd en gebruikersonvriendelijk systeem is. Tevens is het handmatig vullen van dit systeem arbeidsintensief. Dus startte de gemeente in 2004 een ambtelijke projectgroep die de opdracht kreeg om een DIS (Digitaal Informatie Systeem) voor alle bestuurlijke documenten te ontwikkelen. Wegens een failliete leverancier en andere problemen ligt dat project nu stil.

Volgens de communicatieadviseur van de raadsgriffie is BIS een oudbakken systeem dat vervangen kan worden door Noturec.

De gehele raad uit commentaar op BIS. Van niet toegankelijk, niet gebruikersvriendelijk, log en vreselijk tot een absolute ramp. "Afschaffen of verbeteren." Veel raadsleden maken er ook geen gebruik van omdat ze niks kunnen vinden, hun eigen archief hebben of ergens anders de stukken zoeken.

4.7.8 Termijnagenda

In februari stellen de raadscommissies de Termijnagenda vast. Hierin staan onderwerpen die de komende tijd op de agenda van de raadscommissie en/of raad komen. Doel van deze agenda is om op tijd in beeld te hebben welke onderwerpen op de agenda komen. Hierdoor kunnen raadsleden zich beter voorbereiden en kan de commissie onder andere besluiten om in het voortraject gezamenlijk een speciale bijeenkomst te organiseren, een wijk te bezoeken, een instelling uit te nodigen of iets dergelijks.

De raadsleden vinden de Termijnagenda meer een papieren begrip. De Termijnagenda is niet goed in beeld, maar het zal wel moeten dat er onderwerpen op de lange termijn agenda worden gezet. Veel raadsleden geven toe dat ze niet altijd aan de lange termijn onderwerpen denken, terwijl ze wel vinden dat dat moet. "Je hebt aan de ene kant de Termijnagenda en aan de andere kant de hectiek van de dag, die neemt het vaak over." Veel raadsleden geven aan dat de fractie vaak bezig is met korte termijn. "Het college houdt zich juist wel bezig met lange termijn. Als je als raad daar kaderstellend te werkt wilt gaan, is de Termijnagenda handig. Iedere fractie op zich moet de lange termijn agenda bijhouden, maar het is denk ik een taak van de griffie om de raad wakker te houden en te wijzen op lange termijn projecten." Vanuit de griffie komen ook geluiden dat de Termijnagenda niet heeft gewerkt. "Een senior commissiesecretaris hoort te kijken naar de agenda van zijn commissie en als hij ziet dat er een bruikbaar onderwerp over twee maanden op de agenda staat, dan moet hij daar werkbezoeken voor organiseren." De Termijnagenda wordt door zowel de raadsgriffie als alle typen raadsleden belangrijk, maar niet werkzaam geacht.

4.7.9 Beleidsagenda 2005

De Beleidsagenda is voortgekomen uit de dualisering en zorgt ervoor dat de raad onderwerpen kiest waar zij mee aan de slag wil. De gemeenteraad heeft in 2005 een top 10 met onderwerpen samengesteld die zij belangrijk vond. Vervolgens is deze top 10 op kaarten afgedrukt en verspreid op wijk- en buurtniveau. Ook verscheen de top 10 in de Tilburgse Koerier en op internet. De inwoners van Tilburg stelde uit deze top 10 zelf een top 3 samen waar de raad mee aan de slag moest. De communicatie over de Beleidsagenda bestond vanuit de gemeente uit interactie met de stad bij de samenstelling van de Beleidsagenda en informatieverstrekking over de gekozen aanpak en de voortgang. De raad heeft besloten om in 2006 de burger niet op deze manier bij de Beleidsagenda te betrekken.

Raadsleden zijn over de Beleidsagenda positiever gestemd dan over de Termijnagenda. Alleen ook hier overheerst weer de gedachte de intentie is leuk, maar er moet wel wat mee gedaan worden. Sommige raadsleden die de Beleidsagenda prijzen, kunnen zelf de top 3 niet meer opnoemen, anderen zijn oprecht enthousiast. Het commentaar op de Beleidsagenda gaat over dat weer de professionele burger bereikt wordt met als sterkste reactie: "Het was een circus. Alsof de stad mocht bepalen. De echte burger is daar niet over ondervraagd, het waren weer de hotemetoten." Een ander punt van commentaar is dat ondanks het dualisme de raad toch niet goed in staat is om haar eigen agenda te bepalen zoals ook al bleek in de paragraaf over politieke en bestuurlijke vernieuwing. "De raad kan een aantal onderwerpen uitzetten die zij belangrijk vindt, maar dat botst met het ABC. Ook daar staan projecten in. En als je

uiteindelijk kijkt, dan strookt wat de raad wil toch eigenlijk wel met het college. Zou ook raar zijn als het twee verschillende dingen zijn die hen bezighoudt." Anderen vinden wel dat de raad zijn eigen agenda zou moeten uitzetten, maar denken ook dat het uiteindelijk niet werkt. De raad laat zich nog te vaak ringeloren door het college. "De raad die kaders stelt, ik ga er wel voor, maar het is nog zo monistisch. De raad bestaat niet. Ik geloof wel in dualisme, maar een dualistisch houding levert niet zoveel op. Geen burger die weet wat het verschil is." Het niet bestaan van dé raad wordt ook door anderen als een probleem genoemd. "Het lastige is, het is de Beleidsagenda van de raad en dé raad bestaat niet in mijn optiek. De raad is een verzameling van politieke partijen die allemaal een ander belang hebben. Dus als je dan komt tot een Beleidsagenda, komen er toch thema's uit die gemeengoed zijn. Ik weet niet of en hoe we dat verder vorm moeten geven. Het groepje dat met de WMO bezig is, is er hartstikke enthousiast over, omdat zij dwars door alle scheidslijnen heen met burgers gaan praten namens de raad. Omdat de WMO een redelijk neutraal onderwerp is, kan dat ook." De Beleidsagenda wordt niet eenduidig door bepaalde typen raadsleden geanalyseerd, de antwoorden van dezelfde typen lopen sterk uiteen.

4.7.10 Conclusie

De raadsleden zijn wisselend tevreden over de externe communicatiemiddelen die de raadsgriffie hen aanbiedt. Ze zijn tevreden dat er wat aangeboden wordt, maken er niet allemaal even actief gebruik van en trekken de werking van sommige instrumenten in twijfel. Gast van de Raad heeft het duidelijkst typen gecategoriseerd commentaar gekregen. Ook bij AGT en de raads campagne zijn er verschillen in de beoordeling van de typen raadsleden te zien. De meeste instrumenten worden echter niet typebreed beoordeeld.

Concluderend wordt in schema 4.5A een overzicht geboden van de mening over en het gebruik van de typen raadsleden van Raadswerk, Afzender Gemeente Tilburg (AGT), Gast van de Raad en de internetsite van de gemeente. Het algemene internetgebruik van de raadsleden wordt in de volgende paragraaf geanalyseerd. In schema 4.5B wordt een overzicht geboden van de mening en het gebruik van de typen raadsleden van de overige instrumenten: de campagne 'De gemeenteraad beslist de moeite waard', het uitzenden van raadsvergaderingen via internet (tezamen in de tabel met het Bestuurlijk Informatie Systeem (BIS)), de Termijnagenda en de Beleidsagenda.

Schema 4.5A: invulling raadsleden aan de communicatiemiddelen van de raadsgriffie (naar type raadslid)

	Raadswerk	AGT	Gast van de Raad	Internetsite
Bestuurder	- Geen type gebonden commentaar.	- Geen type gebonden commentaar.	- Minst positief. De burger heeft niet de dossierkennis en het zijn niet de gewone burgers die daar komen.	- Hoe actiever op internet, hoe meer commentaar. Niet type gebonden.
Partijpoliticus/coach	- Geen type gebonden commentaar.	- Geen type gebonden commentaar.	- Veelal sceptisch. Trekken setting en type burger in twijfel.	- Hoe actiever op internet, hoe meer commentaar. Niet type gebonden.

Ombudsman	- Geen type gebonden commentaar.	- Geen type gebonden commentaar. - Kan van nature boodschap niet goed overbrengen op tv. Staat zelf niet graag in middelpunt van belangstelling.	- Meest positief. Goed dat burgers bij de gemeentepraktijken betrokken worden.	- Hoe actiever op internet, hoe meer commentaar. Niet type gebonden.
Partijpoliticus	- Geen type gebonden commentaar.	- Geen type gebonden commentaar.	- Geen type gebonden commentaar.	- Hoe actiever op internet, hoe meer commentaar. Niet type gebonden.

Schema 4.5B: invulling raadsleden aan de communicatiemiddelen van de raadsgriffie (naar type raadslid)

	Campagne Gemeenteraad beslist de moeite waard	Uitzenden raadsvergaderingen via internet. EN BIS	Termijn-agenda	Beleids-agenda
Bestuurder	- Mooie campagne, maar of het werkt?	- Geen type gebonden commentaar.	- Niet goed in beeld, maar wel belangrijk. Geen type gebonden commentaar.	- Totaal geen type gebonden commentaar.
Partijpoliticus/coach	- Mooie campagne, maar of het werkt? Meerderheid: gemeente moet eerst echt luisteren naar de burger voordat er een (propaganda)-campagne opgestart wordt.	- Geen type gebonden commentaar.	- Niet goed in beeld, maar wel belangrijk. Geen type gebonden commentaar.	- Totaal geen type gebonden commentaar.
Ombudsman	- Mooie campagne, maar of het werkt? Gemeente moet direct contact zoeken met burgers.	- Geen type gebonden commentaar.	- Niet goed in beeld, maar wel belangrijk. Geen type gebonden commentaar.	- Totaal geen type gebonden commentaar.

Partijpoliticus	- Mooie campagne, maar of het werkt?	- Geen type gebonden commentaar.	- Niet goed in beeld, maar wel belangrijk. Geen type gebonden commentaar.	- Totaal geen type gebonden commentaar.
------------------------	--------------------------------------	----------------------------------	---	---

Wat ook als instrument wordt genoemd door de raadsgriffie, is het door de raadsleden zelf opzoeken van de pers. In de volgende paragraaf wordt het persbeleid van de raadsleden geanalyseerd.

4.8 Persbeleid raadsleden

De werkzaamheden van de raadsgriffie in relatie tot de pers richten zich met name op collectieve activiteiten van de raad zoals de Beleidsagenda, onderzoek van de Rekeningcommissie en andere speciale bijeenkomsten. Voor de communicatie over de raadsbesluiten en commissiestandpunten is er geen afzonderlijk communicatietraject met persberichten, persconferenties en woordvoering. "Als het gaat over wat de raad doet, is alles openbaar, vaak is er iemand van de pers aanwezig en we geven daarom zelden persberichten uit", aldus de griffier. Verder is het uiteraard belangrijk dat de fracties zelf investeren in de relatie met de pers om zodoende via dit gratis communicatiekanaal hun boodschap de stad in te sturen. De pers heeft een belangrijke invloed op de oordeelsvorming van de burger. Het is dus van belang om actief informatie te verstrekken en een goede relatie te onderhouden met de lokale pers. Alle raadsleden maken op één of andere manier gebruik van de media zoals uit paragraaf 4.5 al bleek. Slechts een klein deel van hen geeft echter het gebruik van media op als een direct antwoord op de vraag over hoe zij de burger bereiken. "Ik heb veel één op één contact, maar daar red je het niet mee. Dus maak je ook gebruik van de media en de griffie." De meeste raadsleden sommen een voor de hand liggend rijtje van communicatiemiddelen op voor het bereiken van de burger zoals de telefoon, de e-mail, flyer, buurtbulletins, de leden, de contacten in de wijken, belangenorganisaties en langsgaan bij de burgers. Bij het benaderen van de burger denken zij in eerste instantie aan direct één op één contact. Pas wanneer de verschillende media aan de raadsleden worden voorgelegd, blijkt dat – logischerwijs – de media wel degelijk worden gebruikt voor het benaderen van de burger. De raadsleden is gevraagd naar hun relatie met de regionale krant het Brabants Dagblad, de huis-aan-huiskrant de Tilburgse Koerier, de regionale omroep Omroep Brabant en de lokale televisie. Daarnaast is het internetgebruik van de raadsleden onderzocht.

4.8.1 Brabants Dagblad

Het Brabants Dagblad is een regionale krant die zes keer per week verschijnt in verschillende edities voor de hele provincie Noord-Brabant. Alle edities samen zorgen voor een verkoop van 144.820 kranten. De editie Tilburg verschijnt in de gemeente Tilburg (Tilburg, Berkel-Enschot en Udenhout) en in de omliggende dorpen en heeft een oplage van 46.540 stuks. Op de stadsredactie zijn twee à drie journalisten bezig met de Tilburgse gemeentepolitiek. Eén daarvan is het meest betrokken bij de Tilburgse politiek en bij de Tilburgse gemeenteraad. Deze journalist is dan ook bevraagd in een diepte-interview en wordt vanaf hier aangeduid met de politiek verslaggever van het Brabants Dagblad.

Het Brabants Dagblad is van alle media het medium waar raadsleden het meest contact mee zoeken. Echter, je kunt niet spreken van contact zoeken door individuele raadsleden. De basis van het leggen van contact met het Brabants Dagblad is de communicatiestrategie van de politieke partij. Binnen alle partijen verloopt het voornaamste contact met het Brabants

Dagblad via de fractievoorzitter. Hét instrument dat ingezet wordt om de aandacht van de krant te krijgen, is het stellen van artikel 47 vragen. Artikel 47 conform het Reglement van Orde beduidt het stellen van schriftelijke vragen door een fractie aan het College van Burgemeester en Wethouders. Deze vragen worden door alle fracties standaard doorgemailed naar het Brabants Dagblad. Sommige fractievoorzitters bellen daarna ook nog met de krant om de journalist te attenderen op de gestelde vragen. Als je artikel 47 vragen stelt, komt dat volgens de raadsleden ook praktisch altijd in de krant. "Je kunt door middel van de vragen de journalist ook prikkelen." De politiek verslaggever van het Brabants Dagblad zegt dat de laatste jaren steeds meer schriftelijke vragen worden gesteld. "Het is natuurlijk toch een middel om in de publiciteit te komen. Iedere partij doet daar aan mee." Bij grote onderwerpen wordt naast de partij van de vragensteller, ook een rondje gebeld langs de andere partijen om te kijken wat hun standpunt is. Artikel 47 vragen zijn soms ook de aanleiding voor 'groter' nieuws. "Dan bel ik even na omdat ze meer weten dan ze vragen." Volgens de politiek verslaggever gaat het de meeste raadsleden bij het stellen van artikel 47 vragen wel echt om het onderwerp. "Ze willen aandacht voor de zaak, het gaat er meestal niet om dat ze zelf met naam en toenaam in de krant komen."

Het stellen van schriftelijke vragen 'loont' dus, maar niet ieder type raadslid stelt deze vragen op. Binnen elke fractie geldt dat de schriftelijke vragen eerst binnen de fractie rondgaan voordat deze naar buiten. Meestal is het de fractievoorzitter die zijn 'goedkeuring' geeft, soms ook een ander raadslid dat zich binnen de fractie bezighoudt met het politiek verantwoord opstellen van de schriftelijke vragen. Binnen sommige fracties zie je een samenwerking tussen het type bestuurder en het type ombudsman bij het opstellen van artikel 47 vragen. "Hij heeft het contact met de burgers gehad, de vragen zijn uit zijn brein ontschoten. Ik geef er enkel een politieke dimensie aan", aldus de bestuurder. Het gaat de ombudsman om de zaak, degene die binnen de fractie met hem naar de vragen kijkt, ook om de aandacht voor de partij. De meeste ombudsmannen zoeken geen direct contact met journalisten, omdat daar anderen voor zijn binnen de fractie. Indien de ombudsman tevens fractievoorzitter is en/of uit een kleine fractie komt, gaat dit echter niet geheel op. Verder kan er geen duidelijk verband worden gelegd tussen het type raadslid en de mate waarin hij contact zoekt met het Brabants Dagblad. Het meeste contact met de pers verloopt via de fractievoorzitters. Er kan eerder een verband worden gelegd tussen de politieke partij en de mate waarin zij (de fractievoorzitters) contact zoeken met de krant. Ongeveer de helft van de partijen noemt dit passief contact. "Als we iets hebben dan mailen we dat wel ja." "Zij bellen mij wel eens, ik hun bijna nooit." De meeste van deze fracties sturen naast artikel 47 vragen ook hun initiatiefvoorstellen en al hun persberichten, maar over de hoeveelheid persberichten valt niet naar huis te schrijven.

De politiek verslaggever van het Brabants Dagblad bevestigt het beeld dat het contact vooral via de fractievoorzitters loopt. Verder zijn het niet bepaalde typen raadsleden die contact met hem opnemen, maar is er wel sprake van een cultuurverschil binnen de fracties. "De ene fractie is terughoudend en gesloten en de ander is heel open en joviaal. Bij de een is het heel beleefd van "wil je dit alsjeblieft plaatsen", bij de ander is het van "hoe gaat het met je, op je werk, en thuis en o ja, kun je nog iets plaatsen". Ook zit er verschil in de informatie die toegestuurd wordt. "De ene partij stuurt heel veel omdat zij er een handje van hebben om alles dat zij op hun eigen website publiceren ook te versturen naar de pers. Maar alles wat ze mailen is ter kennisname. Anderen sturen nog wel eens een persbericht bij artikel 47 vragen of bellen er nog even overheen."

Enkele bestuurders (in de vorm van de fractievoorzitter, dan wel lid mediateam) binnen enkele fracties, zijn echt bezig met wat zij in de krant willen krijgen. "Soms geef ik hem een idee, of dan wijs ik hem op vragen van ons die alleen niet zoveel voorstellen, maar als hij wat meer

reacties erbij haalt krijg je net wat meer aandacht. Journalisten zijn luie mensen, dus je bedenkt al heel goed wat er in je persbericht komt. Dikwijls wordt het letterlijk overgenomen, zeker in de huis-aan-huisbladen." Ook de werking van een oneliner is ontdekt. "Journalisten zijn geïnteresseerd in iets nieuws, in kretologie, niet in het inhoudelijk verhaal. Wij komen niet altijd genoeg aan bod. Je komt alleen maar in de krant met gepeperde uitspraken en dan ga je daar maar in mee omdat je toch de krant wilt halen. Je gaat je boodschap kernachtig in oneliners formuleren, zo werken nou eenmaal de wetten van de pers. Al ben ik zelf meer van de inhoud." De standvastigheid onder de raadsleden van de andere fracties om niet mee te gaan in de oneliners, is net zo groot. "Fractievoorzitters die oneliners roepen om in de krant te komen, daar doe ik niet aan mee. Ik krijg die aandacht voor de inhoud, je moet niet roepen voor de bühne, dat gebeurt veel te vaak." Deze raadsleden uitten tevens commentaar op de inhoud van de artikelen in de krant. "Ik verbaas me soms over wat de schriftelijke neerslag is van de vergadering waar je bent geweest. Als je alleen maar sensatieverhalen in de krant zet, krijgt de burger een verkeerd beeld. Ik vind het een belangrijke taak van journalisten om de burger te informeren en niet alleen maar over shit. De media beïnvloeden de politiek en de politiek beïnvloedt de media en dat zou niet moeten. Als ik laat maar zeggen 'poep' roep staat het morgen in de krant, maar als ik de boodschap op een gedegen manier wil onderbouwen staat het er niet in. En ik ga niet 'poep' roepen, omdat ik weet dat ik dan de krant haal, dan word je inhoudloos en schreeuwerig. Als jij meent dat je met schreeuwen en oneliners in de krant moet komen en dat dat politiek bedrijven is, nou daar krijgt de politiek wel een heel slechte naam van."

Volgens de politiek verslaggever van het Brabants Dagblad is politiek en journalistiek een spel en weten veel raadsleden niet hoe ze het moeten spelen. "Er liggen veel meer kansen om de pers te benaderen. Als je als raadslid je zin niet krijgt in de raad of in een commissie of in het Presidium, dan kun je iets aan de pers geven dat jouw zaak kan bespiegelen. Dat is eigenlijk een soort extra middel dat veel raadsleden onbenut laten. Naar de krant gaan wil nog wel eens helpen om ervoor te zorgen dat je een publieke discussie krijgt of beïnvloedt over een onderwerp dat speelt." Fractievoorzitters weten de politiek verslaggever wel te vinden, andere raadsleden (op een enkeling na) niet. Ze weten niet hoe ze iets moeten aankaarten, zijn bang dat de krant een andere invalshoek kiest bij hun verhaal en dat de informatie verkeerd uitpakt, of zijn bang dat off the record niet off the record blijft. De journalist prijst raadsleden die wel weten hoe ze met de pers om moeten gaan. "Tijdens raadsvergaderingen merk je dat er een aantal raadsleden zijn die goed doorhebben dat als je een paar goede oneliners roept over de juiste onderwerpen dat je dan de krant haalt. Een oneliner is gewoon makkelijker te citeren dan een ingewikkeld betoog met tussenzinnen. Ik maak heel dankbaar gebruik van de oneliners, ook al is het duidelijk dat deze alleen maar worden uitgesproken om in de krant te komen. Door het niet gebruiken van oneliners laten raadsleden echt een kans liggen." Opvallend is dat enkele raadsleden die zeggen voor de inhoud te gaan, volgens de politiek verslaggever wel gebruik maken van een oneliner. Dit zijn de raadsleden die van nature de 'gave' hebben duidelijk, helder en compact hun boodschap in de raadzaal te verkondigen en hun uitgesproken zinnen niet beschouwen als oneliners.

Nog opvallender is dat het merendeel van de raadsleden de bevraging over hun relatie met het Brabants Dagblad aangrijpt om commentaar te uiten over de schriftelijke neerslag van commissie- en raadsvergaderingen. Journalisten zijn lui, te links, slecht in onthullen en horen wat ze willen horen. "Wat mij vooral stoort aan het Brabants Dagblad is het korte termijn geheugen. En als ze naar commissievergaderingen geweest zijn, staat er de volgende dag heel iets anders in dan wat er besproken is. Zij willen elke keer het smeùige uit de commissies halen. Wat ontbreekt, is het verleden, ze vallen midden in de vergaderingen en nemen niet de

dingen mee die al drie jaar geleden speelden en er ook mee te maken hadden.” “Het Brabants Dagblad is niet kritisch, het is een doorgeefluik van dingen die zij toevallig leuk vinden. Er wordt veel geschreven over incidenten. Ik herken niks van de vergaderingen waar zij zijn geweest, ze halen niet het nieuws eruit, ze halen alleen de citaten eruit die bedoeld waren om in de krant te komen. Je hoort echt wanneer een raadslid van tevoren iets heeft bedacht met de bedoeling de krant te halen. Dan ben je als pers voorspelbaar.” Verrassend is dat het type raadslid die zegt te begrijpen dat incidentenjournalistiek nieuws is, de ombudsman is. “Journalisten moeten schrijven wat de burger interessant vindt, ik begrijp het wel, zij moeten ook scoren.” Naar mijn mening komt dat doordat de ombudsman zich het minst bemoeit met actieve beïnvloeding van de media en gewoon blij is als een door hem aangesneden onderwerp in de krant komt.

De politiek verslaggever van het Brabants Dagblad heeft geen boodschap aan het commentaar op de artikelen over de raadsvergadering. “Commentaar gaat meestal over het feit dat ze niet aan bod komen.” Wat hij wel een slecht punt van zijn eigen krant vindt, is dat het Brabants Dagblad te weinig analyses, reportages en commentaren schrijft. “Bij gebrek aan mankracht zitten we nu bijna enkel aan het bureau voor het nieuws. Je hebt daardoor ook te weinig tijd voor het veldwerk en je netwerk gaat daar onder lijden.” Ook binnen de gemeente wordt dit als een probleem ervaren.

Waar raadsleden nog wat kunnen leren op het gebied van persbenadering, is de krant uitermate tevreden over de aanvoer van informatie, foto’s, telefoonnummers en dergelijke hand- en spandiensten voor de pers vanuit de raadsgriffie.

4.8.2 Tilburgse Koerier

Naast het Brabants Dagblad is er in Tilburg ook de huis-aan-huiskrant de Tilburgse Koerier. De Tilburgse Koerier verschijnt iedere donderdag en heeft een totale oplage van 110.000 in Tilburg en omliggende dorpen. Het huis-aan-huisblad valt bij 85.000 huishoudens in de gemeente Tilburg in de bus. Eén journalist houdt zich zijn 0.6 FTE gedeeltelijk bezig met politiek en wordt vanaf nu aangeduid als de politiek verslaggever van de Tilburgse Koerier.

Raadsleden hebben beduidend minder contact met de Tilburgse Koerier dan met het Brabants Dagblad. De belangrijkste reden daarvan is dat de Koerier minder verschijnt en dus minder ruimte heeft dan het Brabants Dagblad. Omdat veel raadsleden toch een wat afwachtende houding hebben ten opzichte van de pers, is het contact ook minder omdat de politiek verslaggever van de Tilburgse Koerier minder tot geen tijd heeft om de raadsleden te benaderen. “Ik zie de journalist in de raadszaal.” De journalist bevestigt dit beeld. “Ik spreek raadsleden bijna nooit aan. Ik heb geen tijd en ruimte voor diepgaande gesprekken.” Bij de Koerier komt het dus echt aan op het contact dat de raadsleden zelf leggen. Ook bij de Koerier geldt dat het contact verschilt per politieke partij en niet per type raadslid. “Bijna alle partijen sturen wel iets over de mail. Sommige partijen zijn actiever dan andere partijen.” De politiek verslaggever let niet op de verdeling van aandacht over de verschillende partijen. “Partij X stelt veel artikel 47 vragen en als dat goede vragen zijn dan plaats ik die. Als je goed aanbod hebt dan plaats je het, maakt niet uit van welke partij het komt.” Artikel 47 vragen en persberichten worden ook bijna nooit nagebeld en vaak grotendeels letterlijk overgenomen. Simpelweg omdat er geen tijd is om het anders te doen. De politieke verslaggever van het Brabants Dagblad kijkt wel van wie de schriftelijke vragen komen. “Als een grote partij iets roept heeft het wel iets meer gewicht dan een partij met één zetel.” Juist bij de Tilburgse Koerier is het van belang om zoveel mogelijk persberichten te sturen. Raadsleden moeten dan wel rekening houden met timing. Eerder bleek al dat niet alle partijen dat actief doen. “Als ik persberichten op een woensdag krijg dan zijn ze te oud want dan zouden ze pas donderdag over een week mee kunnen”, aldus de politiek verslaggever van de Tilburgse Koerier.

Alle fracties sturen artikel 47 vragen en 'andere interessante dingen' door, maar het gebeurt wel wat minder bewust dan bij het Brabants Dagblad. "Pas de laatste tijd sturen wij de schriftelijke vragen naar de Koerier, daar zijn we slordig in geweest." Voor sommige raadsleden is de pers de pers. "Ik maak geen verschil tussen het Brabants Dagblad en de Koerier. Ik stuur naar de hele perslijst de berichten, dat is dezelfde perslijst die het college hanteert. Dat is het makkelijke van e-mail, één druk op de knop en het wordt verstuurd." De meeste fracties benaderen niet bewust één bepaald medium. "Onze opstelling naar de pers is, alles, echt alles wat wij doen daar maken we een persbericht van, drie á vier per week en dat sturen we naar iedereen. Nooit met het idee dat wij vinden dat zij dat moeten publiceren (vaak is het niet genoeg nieuwswaarde, of is er geen ruimte). Maar wij vinden dat de mensen op de hoogte moeten zijn van wat wij doen, omdat wij publiek werk doen. Maar ik bel een persbericht niet achterna, het is de verantwoordelijkheid van de journalisten. Wij moeten ons niet bemoeien met wat wel of niet geschreven moet worden."

Voor de meeste fracties geldt dat de Tilburgse Koerier niet wordt gebruikt voor het verspreiden van het actuele nieuws van de dag of de scoops, al beginnen steeds meer fracties de Koerier als een op zich staand medium te zien. "Ik denk dat we de Koerier niet moeten onderschatten, helemaal niet zelfs. Ik denk dat die beter gelezen wordt dan het Brabants Dagblad." "We hebben op een gegeven moment wel gedacht, de Koerier komt bij veel meer huishoudens dan het Brabants Dagblad. Daarom hebben we toen gekozen voor een primeur in de Koerier. We waren het Brabants Dagblad ook wel een beetje beu, daar stond alleen nog maar Hans Smolders⁴² op de voorpagina." Op de Tilburgse Koerier wordt bijna geen inhoudelijk commentaar gegeven. Sterker nog, enkele raadsleden prijzen de schriftelijke neerslag van de raadsvergaderingen zelfs. Het Brabants Dagblad ziet de Koerier vanwege de geringe verschijning en hun vroege deadline niet als concurrent. De Tilburgse Koerier sluit zich hier in principe wel bij aan, al merkt de politiek verslaggever wel op dat steeds minder mensen een abonnement op een krant hebben. "En als ze dat wel hebben, is het vaak een landelijke krant en dan lezen ze de Koerier erbij voor het plaatselijke nieuws. Ons bereik is groter." Enkele raadsleden geven dan ook aan de Tilburgse Koerier steeds meer als belangrijk medium te zien.

4.8.3 Lokale televisie

Naast het door de gemeente geïnitieerde programma Afzender Gemeente Tilburg, is er ook onderzoek gedaan naar het gebruik van lokale en regionale televisie in het algemeen. Omroep Brabant is de regionale televisiezender. Zij brengen zes avonden per week (alle dagen behalve zaterdag) een nieuwsuitzending van 18.30 uur tot 18.45 uur. Brabant Nieuws trekt gemiddeld 280.000 kijkers. Het contact van raadsleden met Omroep Brabant is erg minimaal. "Zij nemen wel eens contact op met ons, maar alleen bij grote onderwerpen." Contact loopt dan altijd via de fractievoorzitters, maar meestal zijn raadsleden op zich niet interessant. "De wethouders zijn interessanter." Feit is dan ook dat de wethouders wel veel in Brabant Nieuws verschijnen. Sommige fracties hanteren Omroep Brabant in hun e-mailperslijst, anderen niet. "Het staat allemaal wat verder van je bed." De fracties beschouwen Omroep Brabant als een wat groter medium dat heel Brabant 'covert' en houden daar rekening mee. "Je moet de media niet overvoeren, dat geldt helemaal voor Omroep Brabant. Losliggende stoeptegels zijn voor hun niet interessant." De meeste fracties die persberichten naar de omroep sturen, doen dit dan ook gericht. Niet alleen in het voordeel van Omroep Brabant. "Niet iedereen krijgt alles, het Brabants Dagblad krijgt ook nog wel eens wat exclusief. Zij hebben namelijk een dagelijkse krant en de grootste impact. En je krijgt er misschien wel wat voor terug." Omroep Brabant

⁴² Raadslid dat meedeed met de afgelopen verkiezingen en veel in de media verscheen.

staat simpelweg niet dicht bij de Tilburgse politiek. De omroep was de vorige raadsperiode (net als in andere gemeenten) dan ook enkel bij een raadsvergadering te vinden als er heel groot nieuws was. Zij merken echter dat dat hen heeft vervreemd van de plaatselijke politiek. Voor de komende vier jaar heeft Omroep Brabant dan ook de intentie uitgesproken om bij alle raadsvergaderingen in de grote steden in Brabant aanwezig te zijn. De verslaggever heeft dan radio-apparatuur bij zich om interessante dingen op te nemen. De nieuwe raad doet er verstandig aan om in de toekomst rekening te houden met de onelinergevoeligheid van radio. Want waar je de krant sneller haalt met een oneliner, geldt al helemaal voor radio. Met radio hebben de meeste raadsleden geen ervaring, omdat op lokaal niveau enkel de geschreven pers en televisie belangrijke spelers zijn. De frequente aanwezigheid van Omroep Brabant bij de raadsvergadering kan daar wel eens verandering in gaan brengen.

Ook zijn er binnen het Brabants Dagblad op het gebied van nieuwe media en televisie ontwikkelingen gaande. Het Brabants Dagblad is in mei 2006 gestart met BDTV, in samenwerking met het productiebedrijf van TévÉDèr10. Op de site van het Brabants Dagblad en elke zondagavond op TévÉDèr10 zijn de belangrijkste berichten uit de krant in een tv-item te zien. De krantenjournalisten doen naast met de pen nu ook met de microfoon verslag van het gemeentenieuws en de nieuwe gemeenteraad moet daar op inspelen.

Naast Omroep Brabant zijn er de afgelopen vier jaar diverse lokale omroepen geweest. Faillissementen, ruzies en andere problemen zorgen ervoor dat er twee spelers van belang zijn geweest: Regio-TV en TévÉDèr10. De laatste bestaat pas sinds 2005. Regio-TV is de gehele raadsperiode meegegaan. Afzender Gemeente Tilburg (AGT) was tot 2005 ook op Regio-TV te zien, maar vanwege organisatorische problemen en de rand van het faillissement, is AGT toen overgestapt naar de nieuwe lokale omroep TévÉDèr10.

Raadsleden hebben buiten verkiezingstijd weinig met televisie gedaan. Een enkeling nam wel eens contact op met Regio-TV om hen te tippen over een onderwerp voor een soort van nieuwsprogramma op die zender. "Ik bel Regio-TV als ik iets belangrijk vind en actueel is, dan is het voor de tv ook nieuws. Wij kiezen ook voor televisie omdat heel veel ouderen geen krant hebben, dat is te duur. Ze hebben wel de hele dag de tv aanstaan." Ook een enkel ander raadslid dat niet specifiek ouderen als doelgroep heeft, tipt de zender wel eens in de hoop dat ze een onderwerp oppakken. Maar omdat er niet echt een nieuwsprogramma was op Regio-TV, werden raadsleden door de lokale televisie niet benaderd. De raadsleden zien in televisie wel een belangrijk medium: "Misschien is televisie wel de enige manier om mensen te bereiken." Alleen anticiperen zij daar niet automatisch op. "Zelf hebben wij niet de middelen en de tijd om meer te doen met lokale tv. Ik erger me aan Regio-TV, alleen maar Smolders, maar het wordt wel bekeken. Ik denk wel dat we daar wat missen. Het multimediale campagne voeren heeft wel een vlucht genomen waar wij niet goed zijn ingegaan. Onze achterban is daar ook niet echt klaar voor, bij ons speelt nog de discussie van de papieren nieuwsbrief of de digitale nieuwsbrief." Ook bij andere raadsleden gaat het woord televisie samen met verkiezingen. "Het viel me wel op, vooral in campagnetijd, dat mensen mij op televisie hadden gezien, echt heel veel. We moeten daar de invloed niet van onderschatten. Dat hebben we gezien aan het succes van Hans Smolders, want hij heeft bijna alleen via tv gecommuniceerd met burgers en dat zijn vier van de vijf zetels denk ik. Hij heeft het goede podium gebruikt om zijn boodschap over te brengen. Wij wisten wel dat tv belangrijk was, maar dat het zo'n invloed zou hebben, dat is nu wel weer duidelijk geworden." Ondanks dat de invloed van televisie niet betwijfeld wordt, doen niet alle partijen er aan mee. "Je boodschap moet smeuïg zijn wil het overkomen op televisie en wij maken onze boodschap niet smeuïg. Wij zijn meer genuanceerd, doen niet mee aan actief gebruik van de televisie. Als je een genuanceerde boodschap wilt overbrengen komt het uiteindelijk toch wel over. Je kunt beter

je moment kiezen en dan proberen één keer de aandacht te vangen, dan gestructureerd. TV moet je of heel intensief doen, of maar laten zoals het is. Iets meer zal niet helpen. Het is alles of niks." Volgens een ander raadslid kun je tv niet los zien van de krant. "Als wij een goede verslaggeving hadden gehad in de krant, hadden we ook minder reclame hoeven maken op tv. De burger wordt heel slecht geïnformeerd, er is een slechte verslaggeving van commissievergaderingen. De krant en de tv doen mee aan publiciteit geven aan Smolders, daardoor en door zijn negatieve uitlatingen over de gemeente heeft hij zijn zetels gehaald."

De raadsleden is ook gevraagd of zij denken dat er meer programma's met politiek nieuws op de lokale televisie moeten komen. Een raadslid wees toen op Raadstv. Raadstv was een programma dat gemaakt werd door studenten van de School van Journalistiek in Tilburg en was gebaseerd op vrije nieuwsgaring. "Dit werkte in het voordeel van bepaalde partijen die nu eenmaal meer interessante en nieuwswaardige dingen deden." Raadstv werd onder andere vanwege organisatorische problemen van de buis gehaald. Sommige andere raadsleden vinden ook dat er een programma gebaseerd op vrije nieuwsgaring moet komen. De één betwijfelt echter of de lokale omroep professioneel genoeg is om een goed journalistiek programma te maken, de ander denkt dat je de omroep niet kan dwingen tot het maken van zo'n programma omdat er misschien toch niet zo'n behoefte aan is. Weer anderen vinden dat de gemeente betrokken moet worden bij een nieuw televisieprogramma over politiek of dat AGT uitgebreid moet worden. "Je moet grote projecten volgen via televisie, zoals het Pieter Vreedeplein, WMO, Piushaven, Spoorzone, Noordwestagent etc. Je moet via televisie duidelijk maken waar je mee bezig bent, dat de mensen zien wat er gebeurt. Op tv en dan ook op internet via het downloaden van de filmpjes. Nu lezen ze alleen maar in de krant dat er 300 palen scheef staan onder het Pieter Vreedeplein." De ombudsman staat achter een programma over politiek, maar dan moet er wel een goede gespreksleider zijn omdat anders enkel de grootste schreeuwers de aandacht krijgen. "Raadsleden lullen een half uur en dan wil de ander ook een half uur. Alles wordt eindeloos herhaald, vreselijk. Je moet wel kunnen zeggen wat je wilt zeggen, maar die scoordrift voor de pers, daar zitten we niet voor. Praten voor de Bühne maakt het alleen maar erger, en als je dan de pers haalt heb je het goed gedaan!" Bij de ombudsman is te zien dat hij televisie wel belangrijk vindt, maar enkel omdat de burger nou eenmaal veel tv kijkt en er nu niets leuks over de politiek op tv is. Bij andere typen raadsleden zie je niet echt een duidelijk verband. Opvallend is wel dat de enkele bestuurders en partijpolitici binnen de partij vaak heel goed weten waar zij het over hebben als zij over communicatie praten, maar hun kennis over de theorie niet in de praktijk brengen. Het basiscommunicatiemiddel wordt aangehaald, maar niet gebruikt. Er wordt verteld dat je je boodschap moet aanpassen om bij verschillende doelgroepen in verschillende media over te komen. Daar achteraan wordt meteen gezegd dat de partij daar niet aan meedoet. "Wij zijn geen sexy partij en hebben geen sexy boodschap, dus ja." "Eigenlijk geldt voor de gehele media dat we daar niet actief mee omgaan. Terwijl dat wel zou moeten. Ik kan wel zeggen het is een kwestie van tijd, maar het is een kwestie van prioriteit." Omdat dit niet kenmerkend is voor alle bestuurders en partijpolitici, kan niet gezegd worden: hoe theoretischer een raadslid is ingesteld, hoe minder hij ervan in de praktijk brengt. Er zijn ook heel mediabewuste bestuurders. Maar waar de ombudsman geen theorie heeft bestudeerd om in de praktijk te brengen, zijn er ook bestuurders en partijpolitici die de theorie wel kennen, maar deze niet in de praktijk kunnen brengen.

4.8.3.1 Hans Smolders

Het in 2006 gekozen raadslid Hans Smolders, bekend als oud-chauffeur van Pim Fortuyn en oud-Tweede Kamerlid van de Lijst Pim Fortuyn (LPF), begon begin 2006 zijn

verkiezingscampagne en was heel veel te zien op Regio-TV met verkiezingsfilmpjes. Smolders wordt door veel raadsleden genoemd als er over lokale televisie gesproken wordt. Allereerst wordt gezegd dat het in het nadeel is van andere raadsleden dat Afzender Gemeente Tilburg verhuisd is van Regio-TV naar TéVéDèr10. "Het programma is nu op TéVéDèr10 en heel veel mensen kunnen die zender niet vinden, het zegt de mensen helemaal niks. Aan TéVéDèr10 moet meer bekendheid worden gegeven door de gemeente, de mensen blijven kijken naar Regio-TV en dan zien ze alleen maar Hans Smolders." Smolders zelf vindt het allemaal wel interessant dat iedereen zich zo aan hem stoort. Zijn continue verschijning op Regio-TV ziet hij slechts als een onderdeel van zijn verkiezingscampagne. "Ik zie de kracht van lokale tv niet zoals die van landelijke tv. Lokale tv moet je gebruiken in combinatie met andere dingen. Een krantje en flyers zijn zeker zo belangrijk als tv. Maar dan niet uitdelen op straat, maar bij de mensen. Ik denk dat huis aan huis contact belangrijker is dan tv." Tijdens de campagnetijd heeft Smolders volgens eigen zeggen dan ook niet veel de media opgezocht; zij zochten hem op. Volgens hem ging het allemaal vanzelf: hij was al een bekende Tilburger vanwege zijn achtergrond als ondernemer en ijshockeyer en vanwege Pim. Hij wist gewoon dat hij door aanwezig te zijn in de stad en de boel op te schudden, de aandacht zou krijgen. "Tijdens de campagne heb ik zelf bijna niets gedaan. Ik heb alleen bewust gekozen om het logo van de torentjes van de gemeente te gebruiken in mijn logo omdat ik wist dat de gemeente daar stom op zou reageren. Ik mocht de drie torentjes natuurlijk niet gebruiken en dat wist ik ook al van tevoren, maar als je het toch doet komt er een rechtszaak en brief op hoge poten en dan kan ik me als burger in een slachtofferrol hullen. Het gaat nergens over, maar iedereen weet meteen dat je een partij begonnen bent. Dat is handig gebruik maken van." Smolders weet wat nieuws is en heeft geen moeite om daar gebruik van te maken. Hij hoeft vaak ook niet van tevoren na te denken over zijn boodschap. Hij heeft een paar zinnestukjes in zijn hoofd en "als het knopje van de camera aangaat, gaat het vanzelf." Dat hij zoveel op Regio-TV was te zien, lag aan Regio-TV zelf en niet aan zijn actieve inzet daarop. "Vroeger was Regio-TV wel onafhankelijk. Maar ja, toen de eigenaar naar jarenlang hard werken voor de gemeente - hij had zijn bedrijf weliswaar niet op orde, maar was wel overal met zijn camera in de stad - werd buiten geflikkerd, was hij daardoor beschadigd. Dus heeft hij mij wat meer zendtijd gegeven en ja, daar heb ik ook niet de volle mep voor betaald. Zo werkt de politiek nou eenmaal." Smolders houdt goed rekening met de deadline van kranten, met verschillende doelgroepen en zet in op een mix van persoonlijk contact en contact in de media. "Je moet alle media hetzelfde behandelen. In eerste instantie lijkt het Brabants Dagblad misschien de belangrijkste of de grootste, maar dat is in feite helemaal niet. Je moet ook tijd maken voor het Reeshof-Journaal en de studenten van de school van Journalistiek." Volgens Smolders gaat alles zoals het gaat. Hij weet dat er veel mensen in de stad zijn die zijn negatieve boodschap over de gemeente nieuws vinden. Hij zegt ook dat je het juiste moment moet uitkiezen. "Je kunt niet vier jaar continu in de media staan. Je moet met pieken en dalen komen." Het is opvallend dat andere raadsleden zich hebben geërgerd aan Smolders op Regio-TV, terwijl een andere partij ook heel veel gebruik heeft gemaakt van het kopen en uitzenden van verkiezingsspotjes op Regio-TV. Smolders heeft daar wel goed naar gekeken. "Neutraliseren, daar gaat het om. Zodra zij kwamen met hun verhaal, wilde ik daarna." Smolders heeft er in ieder geval voor gezorgd dat de gemeenteraad meer over media is gaan praten en in sommige gevallen ook gaan nadenken.

4.8.4 Internet

Internet is het laatste medium dat onder de loep genomen wordt. Alle fracties hebben een internetsite, van slapend tot actief, datzelfde geldt voor het internetgebruik van de raadsleden.

De ombudsman erkent dat internet steeds belangrijker wordt. Eén ombudsman is binnen de partij diegene die de website beheert en is daarom meer met internet bezig dan de gemiddelde ombudsman. Voor de andere ombudsmannen geldt dat het bij het checken van de e-mail blijft op internet. "Je hoeft maar één keer een tekst te typen en alle namen staan op een rij en iedereen heeft het. Ik mail vooral naar organisaties waar ik in zit en niet naar individuele burgers. Ik heb weinig tijd om informatie te zoeken op internet. De uitnodigingen die je allemaal krijgt, de bezoeken kosten de meeste tijd." De ombudsman spreekt zelfs zijn angst uit dat de volksvertegenwoordigende rol door de computer wordt ondergesneeuwd. "Alles moet via de e-mail, dan rollen er 80 bladzijden uit, nodig mij maar gewoon uit, ik kom wel langs. Ik zal wel meegaan met de computer, maar iedereen zegt om een poep en scheet ik stuur wel een mailtje. Ik denk: in die tussentijd kun je ook iemand op straat spreken. Het is natuurlijk allemaal wel makkelijk dat internet, het staat mij niet tegen, maar ik vind dat in dit huis alle ambtenaren wel heel makkelijk omgaan met e-mail. Laat ze maar langsgaan." De ombudsman bezoekt dan ook geen sites waar anderen forums hebben opgezet om te discussiëren over politiek. Wel kennen ze allemaal de site www.tilburgzeikt.com. Op deze site wordt in plat Tilburgs de plaatselijke politiek besproken/afgezeiken op een humoristische manier. De ombudsman vindt de site verschrikkelijk. "Ze gaan de grens over van mijn normen en waarden."

De bestuurder/bestuurscombinatie type maakt al actiever gebruik van internet. Eén raadslid heeft geen computer, heeft geen zin in al die moeite van e-mail en vertrouwt de computer ook niet. Dit raadslid is ook het oudste raadslid en dat kan daar waarschijnlijk niet los van worden gezien. Enkele bestuurdertypes gebruiken internet enkel om te e-mailen en bemoeien zich verder niet met de site. "Ik denk niet dat ik er alles uit haal wat erin zit. De rest van de fractie doet er ook niet veel mee. Ik denk dat we er wel meer aan moeten doen." Binnen andere fracties is de bestuurder actiever. "Internet gebruikten wij niet als communicatiemiddel. En nu, sinds de campagne, hebben we internet echt ingezet om te informeren, discussie te antenmeren, gewoon zoals je een site moet gebruiken en dat gaan we nu proberen door te zetten. We weten gewoon dat als we internet laten liggen, dan zijn we wel gek, dat is het communicatiemiddel van de komende tijd." Een enkele bestuurder bezoekt forums op websites, zoals bijvoorbeeld het forum op het Brabants Dagblad, maar heeft daar verder weinig over te melden. De site www.tilburgzeikt.com wordt al wat positiever beoordeeld dan door de ombudsman. "Ik kijk er zelf niet veel op, maar elke vorm van communicatie waardoor de lokale politiek onder de aandacht wordt gebracht (ook al is het sarcastisch bedoeld), vind ik geen enkel probleem." Al vindt de ander het riooljournalistiek. Buiten de ombudsman kan er niet echt meer over gebruik van internet door typen raadsleden gesproken worden. Zoals er verschillen tussen de bestuurders zijn, zijn er ook verschillen tussen de partijpolitici. De een doet weinig met internet, zit in een partij waar ook weinig met internet gedaan wordt, maar zou graag begeleid willen worden zodat zijn internetgebruik intensiever wordt. De ander vindt dat je een website moet hebben, maar dat deze niet al te dynamisch en actueel hoeft te zijn. "Hij moet gewoon informatie verschaffen en objectief zijn. Ik lees op sites alleen maar 'ik heb dit gedaan' en dan denk ik 'dat is niet waar'."

Door de bank genomen is het type partijpoliticus/coach het actiefste op internet. Dat ligt ook aan het feit dat dit type raadslid binnen bepaalde partijen (meerdere malen) voorkomt en deze partijen veelal actief gebruik maken van internet. De partijpoliticus/coach van de ene partij vindt internet heel belangrijk, bezoekt af en toe forumsites, maar vindt dat hij nog wel een inhaalslag kan maken. De partijpoliticus/coach van de andere partij zegt heel actief op internet te zijn. De partijsite is uitgebreid en actueel en wordt voor vele dingen gebruikt. "Internet is snel en toegankelijk, maar je moet een scheiding trekken tussen informatie en onzininformatie. Op forums lees ik snel de reacties door, maar ik wissel geen inhoudelijke

informatie uit. Je kan er misschien iets mee als 500 man hun mening erop zet, maar dan nog zijn het misschien dezelfde soort slag mensen die reageert. Maar het kan wél een indruk geven, meer dan twee mensen die je op een verjaardagsfeestje spreekt.” De site www.tilburgzeikt.com wordt door allen leuk bevonden. “Zij nemen de rol op van het kritisch volgen van de politiek en die rol laat het Brabants Dagblad liggen.” Internet is niet het medium van de toekomst, maar het medium van nu zoals één raadslid het formuleerde en raadsleden zullen daar allen mee om moeten leren gaan.

4.8.5 Conclusie

Contact met de pers verloopt voornamelijk via de fractievoorzitters op basis van de communicatiestrategie van de partij (voor zover aanwezig). Artikel 47 vragen is een veel ingezet instrument om indirect mee in de krant te komen. Verder krijgen het Brabants Dagblad en de Tilburgse Koerier de persberichten van de fracties over de e-mail. Het contact met de Tilburgse Koerier houdt daarmee op. Met het Brabants Dagblad is meer en intensiever contact, omdat die krant vaker verschijnt en meer FTE heeft om de politiek mee te verslaan. Enkele bestuurders (dan wel in de vorm van de fractievoorzitter, dan wel lid mediateam) zijn echt bezig met het in de krant krijgen van hun boodschap. Zij schrijven heel bewust hun persberichten met de weet dat deze vaak letterlijk worden overgenomen en zij maken gebruik van oneliners om zo hun boodschap in precies de juiste woorden terug te lezen in de kop boven het artikel. De ombudsman zoekt het minst actief contact met journalisten. Hij laat dat over aan anderen binnen de partij en hecht daar zelf geen belang aan. Veel artikel 47 vragen ontstaan in het hoofd van de ombudsman, binnen enkele partijen helpt de bestuurder om deze ideeën en vragen een politieke dimensie te geven. Bij televisie is het zelfs zo dat de ombudsman op beeld zijn boodschap niet kan overbrengen. De ombudsman gaat het om de belangen van de burger, hij staat zelf niet graag in het middelpunt van de belangstelling en kan niet kort en krachtig vertellen wat hij wil. Hij is immers het voeren van echte gesprekken met alle eh’s en ah’s met burgers gewend. Ook is de ombudsman het minst actief op internet, hij erkent de waarde van het medium, maar is bang dat de volksvertegenwoordigende rol van raadslid door de computer wordt ondergesneeuwd.

Sommige partijpolitici en bestuurders weten hun theorie over de media wel op te sommen, maar weigeren of kunnen deze niet in de praktijk brengen.

Concluderend biedt schema 4.6 een overzicht met het mediagebruik - in de vorm van het Brabants Dagblad, de Tilburgse Koerier, de lokale televisie en internet - van de verschillende typen raadsleden.

Schema 4.6: invulling raadsleden aan mediagebruik (naar type raadslid)

	Brabants Dagblad	Tilburgse Koerier	Lokale televisie	Internet
Bestuurder	- Indien fractievoorzitter (of mediaman), contactlegger. Meest benaderde medium. - Partij-afhankelijk actief opsteller art. 47 vragen. - Partij-afhankelijk	- Indien fractievoorzitter passief contact. Partij-afhankelijk medium onderschat. - Geen commentaar op schriftelijke neerslag raadsnieuws.	- Indien fractievoorzitter partij-afhankelijk minimaal contact en inzet. - Voor sommigen: hoe meer kennis van de mediatheorie, hoe minder er	- Partij- en persoons-afhankelijk redelijk actief op internet. - Erkent actief dat medium steeds belangrijker wordt. - Partij- en persoons-gebonden niet

	<p>bewust journalisten aan het bewerken via oneliners en persberichten (anderen zijn tegen).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Uit meeste commentaar op schriftelijke neerslag raadsvergaderingen. 		<p>van in praktijk wordt gebracht.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ergert zich aan optreden Hans Smolders op tv. 	<p>of soms actief op forums.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Persoonsafhankelijk positieve of negatieve mening over tilburgzeikt.com
Partijpoliticus/coach	<ul style="list-style-type: none"> - Indien fractievoorzitter contactlegger. Meest benaderde medium. - Actief opsteller art. 47 vragen. - Zoekt actief de media op (ligt ook aan partij). - Uit commentaar op schriftelijke neerslag raadsvergaderingen. 	<ul style="list-style-type: none"> - Indien fractievoorzitter (minst) passief(e) contact. 	<ul style="list-style-type: none"> - Indien fractievoorzitter partijafhankelijk minimaal contact en inzet. - Ergert zich aan optreden Hans Smolders op tv. 	<ul style="list-style-type: none"> - Meest actief op internet (ligt ook aan partijen). - Sommigen erkennen nog een (verdere) inhaalslag te moeten maken. - Meeste commentaar op internetsite gemeente. - Bezoekt het meest forums. - Vindt tilburgzeikt.com een leuke/goede site.
Ombudsman	<ul style="list-style-type: none"> - Indien fractievoorzitter contactlegger. Meest benaderde medium. - Actiefste opsteller art.47 vragen, die nagekeken worden. - Zoekt minst actief contact met journalisten. - Begrijpt werkwijze journalisten. 	<ul style="list-style-type: none"> - Indien fractievoorzitter passief contact. - Zoekt geen contact met journalist. 	<ul style="list-style-type: none"> - Indien fractievoorzitter partijafhankelijk minimaal contact en inzet. - Zoekt tv niet op. - Kan boodschap niet goed overbrengen op tv. Komt zenuwachtig over, terwijl hij wel oprecht is. - Vindt tv ook belangrijk omdat dat de burgers vermaakt die de hele dag thuis zitten. 	<ul style="list-style-type: none"> - Minst actief op internet. - Erkent dat medium steeds belangrijker wordt. - Bang dat volksvertegenwoordigende rol wordt ondergesneeuwd door computer. - Bezoekt geen forums. - Kent wel tilburgzeikt.com en vindt het niet leuk.

			- Ergert zich aan optreden Hans Smolders op tv.	
Partijpoliticus	<ul style="list-style-type: none"> - Indien fractievoorzitter contactlegger. Meest benaderde medium. - Partij-afhankelijk actief opsteller art. 47 vragen. - Weigert boodschap 'smeuïger' te maken voor de pers. - Uit meeste commentaar op schriftelijke neerslag raadsvergaderingen. 	<ul style="list-style-type: none"> - Indien fractievoorzitter partij-afhankelijk passief(er) contact. - Uit geen commentaar op schriftelijke neerslag raadsnieuws. 	<ul style="list-style-type: none"> - Indien fractievoorzitter partij-afhankelijk minimaal contact. - Voor sommigen: hoe meer kennis van de mediatheorie, hoe minder er van in praktijk wordt gebracht. - Ergert zich heel erg aan optreden Hans Smolders op tv. 	<ul style="list-style-type: none"> - Partij-afhankelijk niet tot redelijk actief op internet. - Erkent het steeds belangrijker worden van internet. - Bezoekt geen forums. - Kent wel tilburgzeikt.com en vindt het verschrikkelijk.

4.9 College versus raad

Tijdens het onderzoeken van het mediagebruik van raadsleden kun je niet om het College van B&W heen. Allereerst is daar het dualisme. "Altijd maar weer dat verschrikkelijke woord dualisme", zoals een respondent het formuleerde. Sinds het dualisme heeft de raad nieuwe mogelijkheden zich te profileren naar het college, de burger en de lokale pers. Dit vereist wel een communicatievisie binnen de gemeenteraad en de raadsgriffie. Duyvesteyn (2003) concludeert in Comma dat binnen veel gemeenten er een duidelijke grens ligt als het gaat om het communiceren van inhoudelijke standpunten van fracties en de raad als instituut. Zij oppert dat gemeenteraden misschien wel te voorzichtig zijn als het gaat om gemeenschappelijke profilering. "Raden zouden veel verder kunnen gaan in hun gemeenschappelijke communicatie, zonder dat de eigenheid van fracties wordt aangetast. Sterker nog, door bijvoorbeeld via de stadskrant alle fractiestandpunten over een belangrijk onderwerp in één keer bij elkaar te zetten, kunnen ook individuele fracties zich profileren. De standpunten worden herkenbaar en bovendien profiteren ze op die manier van de financiële middelen die de griffie namens de gemeenteraad te besteden heeft voor communicatie. Naast de stadskrant zijn er vergaandere communicatievormen, bijvoorbeeld de structurele consultatie van een internetpanel door de gemeenteraad, gezamenlijke spreekuren van fracties in de wijken, roulerende 'straatadoptie' door alle commissies of een gemeenschappelijk interactief communicatieproject vanuit de raad over zeer grote en belangrijke issues. Bij de inzet van dit soort middelen kan de raad toehoorder zijn, maar ze kunnen ook aangegrepen worden om inhoudelijke standpunten van de raad als geheel en die van individuele fracties terug te koppelen."

In Tilburg wordt deels gebruik gemaakt van het profileren van de verschillende standpunten van de verschillende politieke partijen in de maandelijkse pagina Raadswerk zoals eerder beschreven is. De gemeenteraad van 2002-2006 weet zich alleen niet echt raad met dé raad. Dé raad bestaat niet, is een veelgevoerde uitspraak. De raad vindt wel dat de raad als

bestuurlijk orgaan gepromoot moet worden, maar laat de campagne 'De gemeenteraad, beslist de moeite waard' grotendeels aan zich voorbij gaan. Er overheerst een gevoel van het is allemaal leuk dat promoten van de raad, maar hier in huis werkt het dualisme helemaal niet. De raad als geheel kan wel, maar wil niet altijd samenwerken, omdat het dan altijd neerkomt op coalitie tegenover oppositie. "Op het gebied van communicatie kan je als coalitiepartij niet zo veel. Je kunt geen extreme standpunten innemen. Dat kan de oppositie wel." Zo zou een oppositiepartij zich beter naar buiten kunnen profileren dan een coalitiepartij. Collegepartijen zouden nog gewoon achter het college aanhobbelen en voor de show dualistisch zijn. Sommige raadsleden geven wel aan als één raad te willen optreden, maar voelen zich daarin niet gesteund door de andere fracties.

Voor de profilering naar buiten zal het goed zijn als de gemeenteraad vaker als één geheel optrekt. Voor de pers bestaat de raad namelijk niet uit 39 individuen. Sterker nog, voor de pers is de raad helemaal niet interessant, het gaat hen om het college, daar zit het nieuws. Zo vertelt de politiek verslaggever van het Brabants Dagblad dat het het handigste is om binnen elke fractie één raadslid te hebben waar het mee 'klikt'. Zij kunnen nog wel eens van pas komen..., als er iets speelt bij het college. "Als ik bezig ben met een verhaal waar ik geen vinger achter kan krijgen, zo'n verhaal waarvan je weet dat het leeft, dat er iets aan de hand is en dat de wethouder en de initiatiefnemer het weten, dan weet je zolang het in het college zit kom je er heel moeilijk achter. De kunst is om een raadslid te vinden die a: het weet en b: een tipje van de sluier wil oplichten. Dan neem ik contact op met de raad, omdat er iets in het college speelt, maar het kan ook zijn dat er iets in de stad speelt. Het college zal daar wel iets van af weten, maar daar kom je niet doorheen. Dus probeer je aan de hand van de raad de puzzelstukjes in elkaar te leggen." De politiek verslaggever van de Tilburgse Koerier zegt ook dat zijn relatie met raadsleden anders is dan met het college. "Bij het college zitten de woordvoerders er tussen. Er is tussen het college en mij wel wat meer afstand denk ik." Die bestuurswoordvoering doet het goed volgens de pers. "Vanuit communicatie komen er heel veel persberichten. Daar zit dan ook vaak al een quote in van de wethouders. Dat scheelt mij tijd." De perswoordvoering kan vanuit het college goed gecontroleerd worden, er zijn woordvoerders voor wethouders, voor de onderwerpen. De wethouder kan het woord doen en al een quote verlenen voor in het persbericht, zijn voorlichter lobbyt bij de pers. Volgens Duyvesteyn (2003) is het sinds het dualisme een voordeel dat de gemeenteraad eigen persberichten uitdoet, maar tegen de persoverload van het college kan de gemeenteraad volgens mij niet op. Volgens de griffie gaan er ook helemaal niet veel persberichten namens de raad de deur uit. "Bij alles wat de raad in gezamenlijkheid beslist zit al iemand van de pers, die bijeenkomsten zijn gewoon openbaar." Tevens is er eigenlijk geen woordvoerder van de raad. De communicatieadviseur is geen woordvoerder van de gemeenteraad. Als er sporadisch een keer namens de raad gesproken moet worden, doet de griffier dat en niet iemand die dagelijks met communicatie bezig is. Het hoofd communicatie van de gemeente bevestigt de moeilijkheden. "Als wij iets gaan doen in de stad dan laat je daar een wethouder over aan het woord, die kan dat ook. Als je de raad aan het woord laat moet je meteen al die fractievoorzitters aan het woord laten. De raad is niet één geheel, het college is wel één geheel. Wethouders zijn beroeps politici, dat worden ze anders wel omdat ze fulltime met politiek bezig zijn. Dat is een raadslid natuurlijk niet. Wethouders moeten met de media om kunnen gaan, mediatraining voor raadsleden heeft geen zin. Hoe vaak wordt een raadslid nou gequote in het Brabants Dagblad?" Bij communicatie houden ze wel rekening met de raad tijdens het uitdoen van persberichten, (al gebeurde dat tijdens de oude raadsperiode niet altijd en raadsleden stoorden zich daar enorm aan). "Persberichten gaan eerst naar de raad en dan pas naar de pers. In het persbericht staat altijd dat de raad er nog een beslissing over moet nemen. Dat is echt een beleidslijn en met de griffie afgesproken. Maar ja, dat is voor een

journalist natuurlijk helemaal niet interessant." Communicatie houdt ook strategisch rekening met de raad. "Er zijn zelfs persberichten die er uitgaan voor de raad. Als we namelijk informatie via de officiële kanalen, bijvoorbeeld via een raadsinformatiebrief sturen, dan wordt het niet altijd geloofd. Als het via een persbericht in de krant verschijnt dan wordt het wel opgepikt door de raad. Als het in de krant staat zal het wel waar zijn, daar kan geen beleidsnota tegenop. De krant maakt de werkelijkheid voor een groter deel dan al die ambtenaren hier. Maar het blijft nog steeds zo dat de raad democratisch gekozen is, dat zij het hoogste orgaan is en dat het belangrijk is dat zij een mening heeft over wat wij hier doen als gemeente."

De gemeenteraad mag dan wel geen officiële voorlichter hebben, volgens Hajema (2001) is de klassieke voorlichter, het schaap met zes, zeven poten, ook steeds minder belangrijk. "Aan glazenwassers is des te meer behoefte: mensen die doorzichtig maken wat ondoordringbaar is, met de bedoeling de betrokkenheid van burgers bij het openbaar bestuur in stand te houden en te bevorderen. Journalisten, die de buitenkant voor hun rekening nemen en bestuurders en ambtenaren die ervoor zorgen dat het glazen huis van het bestuur van binnen wordt schoon gehouden."⁴³ De griffie, de pers en de nieuwe raad hebben de capaciteiten en mogelijkheden om een heerlijk helder huis van glas neer te zetten.

4.9.1 Conclusie

Raadsleden hebben ten opzichte van het college een media-achterstand. Wethouders hebben duidelijke portefeuilles waarover zij het woord kunnen voeren in de pers. Zij zijn voor journalisten het interessantste, omdat in het college het nieuws zit en de wethouders daar commentaar op kunnen geven. De gemeenteraad is moeilijker te quoten voor de pers, omdat dan meteen alle fractievoorzitters aan het woord moeten komen, er is niet één woordvoerder van de raad. Er is ook niet één mening, enkel democratische in meerderheid genomen besluiten. Raadsleden zijn vaak dan ook enkel interessant als zij bij het geheime nieuws in het college kunnen komen. Binnen de gemeente zegt team communicatie wel degelijk rekening te houden met de raad door onder andere in persberichten te zetten dat de raad over het onderwerp nog een beslissing moet nemen. Ook gaan er speciaal voor de raad persberichten uit. Er worden wel veel meer persberichten verzonden namens wethouders dan namens de gezamenlijke gemeenteraad. Daarnaast hebben wethouders ook de beschikking over een woordvoerder die bij de pers kan lobbyen voor beleid en wethouder.

4.10 Gemeenteraadsverkiezingen 2006

Eén keer in de vier jaar is het zover, dan wordt al het (harde) werken van een gemeenteraadslid afgestraft of beloond, dan spreekt de burger zich uit in de gemeenteraadsverkiezingen. De stem van de burger wordt vaak niet (alleen) bepaald door de kennisname van de prestaties van de Tilburgse politieke partijen, maar ook door de landelijke politiek. Het is al een jarenlang probleem dat de gemeenteraadsverkiezingen onder de mensen niet echt leeft. De gemeente Tilburg is daar het bewijs van. Het opkomstpercentage bij gemeenteraadsverkiezingen heeft altijd onder het landelijk gemiddelde gezeten. In 1998 was de verkiezingsopkomst in Tilburg 41.5%, landelijk 58.9%, in 2002 was het in Tilburg 45.8%, landelijk 57.7%.⁴⁴ In 2006 kwam Tilburg weer boven de 50-grens met een opkomstpercentage van 50.1%, maar lag het landelijk gemiddelde nog steeds hoger: 58.2%. De gemeente heeft

⁴³ Hajema, L. (2001). *De glazenwassers van het bestuur. Lokale overheid, massamedia, burgers en communicatie. Groningen in landelijk perspectief 1945-2001*. Groningen: Rijksuniversiteit Groningen. pp. 368.

⁴⁴ <http://www.nrc.nl> en www.planetnews.nl

in 2006 er dan ook van alles aan gedaan om de Tilburger naar de stembus te krijgen. Zo werd het witte A4-tje van de kandidatenlijst vervangen door een 16 pagina tellende Verkiezingskrant in de stijl van de campagne 'De gemeenteraad beslist de moeite waard'. Omringd door de felle kleuren en stripachtige poppetjes prijkte van alle kandidaat-raadsleden van de twaalf deelnemende partijen niet alleen de naam maar ook de foto in de Verkiezingskrant om zo meer herkenbaarheid in de stad te creëren. De krant werd 95.000 keer verspreid. In de Tilburgse Koerier verscheen een verkiezingsspecial en een partijprogramma vergelijk en op internet kon onder andere gebruik gemaakt worden van de Stemwijzer (wat bijna 28.000 mensen deden). Dit allemaal in de campagnestijl van de gemeenteraad. Er waren verschillende verkiezingsdebatten, zoals het Brabants Dagblad Verkiezingsdebat dat werd gehouden in poptempel 013 en live werd uitgezonden op TèVéDèr10. Daarnaast werden de verkiezingen ook vanuit het communicatieteam gepromoot onder meer door het sturen van een sms naar jongeren waarin wordt opgeroepen om te gaan stemmen en door de inzet van Ferry van der Zaande met Lijst 13. Deze plat Tilburgs pratende pop gaf te pas en te onpas met veel humor zijn mening over de politiek.

Het is natuurlijk goed dat de gemeente de verkiezingen zo actief en divers onder de aandacht brengt, maar uiteindelijk gaat het om de politieke partijen. Eén van hun communicatie-instrumenten is het plakken van de verkiezingsposter. "Ik vind dat echt een achterhaald medium, dat zijn toch communicatiemiddelen uit de jaren '30", reageerde een raadslid. Om de poster wat meer van deze tijd te maken gebruikte één partij de actie 'Pimp up my poster'. Dit was tevens een reactie op het snorretje tekenen van partijaanhangers op de poster van de 'concurrent'. Daarnaast was er veel ophef over het feit dat iedere partij maar 30 posters in de stad mocht ophangen en daarmee was het een veel besproken communicatiemiddel. Een ander 'ouderwets' communicatiemiddel waar gebruik van wordt gemaakt is de flyer. Al wordt de kracht van de flyer in twijfel getrokken. "Wij hebben hele dure flyers gedrukt, maar met een goedkoop stenciltje hadden we hetzelfde effect gehad." Veel partijen doen tijdens de verkiezingen niet veel anders dan normaal, maar dan intensiever. "Mensen opzoeken, pers opzoeken, allemaal intensiever." Sommige partijen doen daarnaast nog wat extra dingen zoals meelopen in de carnavalsoptocht of mensen in een bakje aan een hijskraan omhoog takelen en laten zien dat zij een partij van de buurten zijn.

Ook hebben veel partijen zendtijd gekocht op de lokale televisie. Zoals al eerder gezegd, viel daar vooral de aanwezigheid van Hans Smolders op die volgens vele andere partijen enkel door zijn 'geschreeuw' op tv zetels heeft behaald. Niet alle partijen hebben ingezet op televisie, vaak vanwege geldgebrek en of de onderschatting van het medium. "Wij hadden bijvoorbeeld gekozen voor een plaatselijke invulling in de landelijke verkiezingskrant van de partij. Dat hebben we gedaan vanuit de gedachtestelling dat onze achterban wel leest. Achteraf zeggen we, we hadden meer met tv moeten doen."

Twee dingen zijn interessant op het gebied van communicatie tijdens de verkiezingen. Allereerst de vergrote profilering en aandacht voor media en burgers vanuit de partijen, zoals ook door de pers wordt bevestigd. "Tijdens de verkiezingen word je constant bestookt met campagneactiviteiten waarover dan gezegd wordt 'lekker groot met foto hè'. Het is tijdens de verkiezingen eigenlijk hetzelfde maar dan meer, meer ludieke acties en de partijen hebben meer oog voor het publiek." Een enkele partij claimt altijd in de wijken te zijn, maar zegt als je dan in campagnetijd je gezicht laat zien dat de mensen wantrouwend zijn. "Je komt zeker alleen maar omdat het nu verkiezingen zijn." Zoals ik ook al eerder aangaf, moeten naar mijn mening raadsleden vier jaar lang zichtbaar zijn in de stad. Uiteraard heb je pieken en dalen, maar één enorme piek voor de verkiezingen kan niet. Ook voor het inzetten van de pers geldt dat. There is no publicity like free publicity zoals Houterman (1994) betoogt. "Met het weinige

geld dat politieke partijen (gelukkig) hebben, kun je weinig doen. Het geld van de advertenties/folders is meestal onnodig. Redactionele publiciteit is financieel veel meer waard en qua geloofwaardigheid en objectiviteit voor de kiezer veel relevanter.⁴⁵

Het tweede probleem is dat bij gemeenteraadsverkiezingen niet alleen raadsleden betrokken zijn. Het bekende probleem van landelijke stemmers 'Wouter Bos heeft wel voor wat zetels gezorgd' zorgt ervoor dat mensen niet weten op wie ze stemmen. "Mevrouw, waar staat Femke Halsema op de lijst?" Maar het zijn vooral de wethouders die bij de raad in de weg staan tijdens de verkiezingen. De lijsttrekkers van de coalitiepartijen zijn de wethouders van het vorige college. Zij zijn dan ook in alle debatten te zien en hangen veelal met hun hoofd in de stad. Zij krijgen in de pers de meeste aandacht, één had zelfs een eigen reality soap op de lokale televisie in de maanden voor de verkiezingen. Hierdoor kunnen heel veel raadsleden zich niet goed profileren. "In het verkiezingsspotje draait het allemaal om de lijsttrekker, je zag niet terug hoeveel ik eigenlijk gedaan had." De lijsttrekkers van de partijen die uiteindelijk een nieuw college vormen verdwijnen uit de gemeenteraad en worden (weer) wethouder. De bekendheid blijft. Niet voor niets wordt in Tilburg een wethouder als Tilburgs bekendste raadslid genoemd door vele burgers.

Naast wethouders kunnen ook campagneleiders in de weg staan. Veel partijen hebben voor de communicatie mensen van buitenaf aangetrokken voor de verkiezingscampagne. In veel gevallen pakt dat goed uit en worden de raadsleden goed bij de communicatie betrokken. Echter niet overal. "Wij moesten de campagne overlaten aan het bestuur. De raadsleden zijn er niet bij betrokken. Wij waren vroeger altijd overal in de stad, nu bepaalden zij wat er gebeurt." Hierdoor konden niet alle raadsleden hun eigen manier van werken en invulling van het raadslidmaatschap laten zien in de stad tijdens verkiezingstijd.

4.10.1 Conclusie

Op het gebied van communicatie is tijdens de gemeenteraadsverkiezingen vooral veel van het hetzelfde gedaan, maar dan in tienvoud. Tevens wordt het medium televisie (in tegenstelling tot de afgelopen vier jaar) heel actief ingezet voor verkiezingsspotjes. Partijen die daar echter geen geld voor hebben blijven achter.

Verder wordt tijdens de gemeenteraadsverkiezingen de basis gelegd voor de bekendheid van raadsleden. Probleem hierbij is echter dat niet de toekomstige fractievoorzitters het meeste in het nieuws komen, maar de toekomstige wethouders. Zij zijn tenslotte vaak lijsttrekker. Ook de bemoeienis van het partijbestuur kan negatief uitwerken op de zichtbaarheid van raadsleden.

4.11 Communicatie raadsgriffie

De raadsgriffie heeft een verantwoordelijkheid in het profileren van de raad. Zij gebruikt daarvoor de externe communicatiemiddelen. De raadgriffie houdt zich echter ook bezig met interne communicatie. De interne communicatie bestaat uit twee onderdelen: informatievoorziening aan raadsleden vanuit de raadsgriffie en het informeren van interne doelgroepen, te weten het college en de ambtenaren. Daarvoor kunnen diverse interne communicatiemiddelen worden gebruikt zoals Intranet en de Binnenkrant.

Zowel vanuit de raadsleden als vanuit de griffie zelf, is er commentaar op het intern profileren van de raad. En ook de raadsgriffie geniet volgens veel raadsleden én griffiemedewerkers nog niet genoeg bekendheid in het huis. "Voor het ambtenarenapparaat is de griffie een vreemd

⁴⁵ Houterman (1994). In: Kramer, N.P.G.W.M., Nijpels, E.H.T.M., Pauw, B.M.J. & Tiddens, L. (red). (1994). *Politieke communicatie in Nederland. Over campagnes, kandidaten en media*. Den Haag: SDU Den Haag.

apparaat. Je moet communiceren wat de raadsgriffie doet anders komt die acceptatie niet. De interne communicatie betreffende het bekendmaken van de raadsgriffie moet meer schriftelijk gebeuren. Ambtenaren kijken niet op Intranet. Er moet een algemene goed leesbare korte folder komen over het dualisme en die moet op elk bureau komen te liggen." Volgens sommige respondenten moet voor het goed laten werken van dualisme, ook de opstelling van de griffier veranderen. "Wij hebben een dienstbare raadsgriffier en een dominante gemeentesecretaris. De griffier moet een krachtige positie binnen het gemeentebestuur verwerven en de gemeentesecretaris voeden." Binnen de raadsgriffie zelf wordt daar aan toegevoegd dat er binnen het team duidelijker gecommuniceerd moet worden waar iedereen mee bezig is. Verder moeten - naast de communicatieadviseur - ook de overige griffiemedewerkers actief nadenken over hoe zij hun werkzaamheden voor de raad naar buiten kunnen profileren. Vooral bij de Beleidsagenda en de Termijnagenda valt winst te behalen. Als er grote projecten aankomen, moeten de commissiemedewerkers meer met de communicatieadviseur bespreken op welke manier de gemeenteraad deze onderwerpen onder de aandacht van henzelf en de burger kan brengen. De communicatieadviseur moet ook vaker aan de griffiemedewerkers vertellen waar hij mee bezig is zodat zij daar op in kunnen spelen.

De communicatieadviseur moet vooral het werk blijven doen dat hij nu doet: het ondersteunen en faciliteren van raadsleden op het gebied van communicatie zoals bij Raadswerk en AGT. De gemeenteraad is namelijk tevreden over de manier waarop zij worden bijgestaan door de communicatieadviseur (en door de rest van de raadsgriffie). De communicatieadviseur moet volgens de raadsleden een brug slaan tussen de raad en de media en dat gebeurt. "Zij ontvangt van die twee kanten veel informatie en het is toch de kunst om dat goed te leiden." Er zit niet echt een lijn in de verwachtingen van de raadsgriffie op het gebied van communicatie per type raadslid. Wat alleen opvalt, is dat de ombudsman en een enkel ander raadslid interesse heeft in mediatraining en de partijpoliticus/coach niet. Een verklaring daarvoor is dat de ombudsman, zoals al eerder bleek, zich het slechtst in de media kan redden, omdat hij vaak niet beknopt en helder de boodschap kan overbrengen. Hij is immers de gewone gesprekken, dialogen met de burger gewend. Naar de mening van de meerderheid van de raadsleden, is het verzorgen van mediatraining geen taak voor de communicatieadviseur, maar een taak voor de partijen. Wel staat het de raadsleden vrij om voor opname van AGT, de communicatieadviseur advies te vragen over het overbrengen van een boodschap op televisie. Het niet dragen van streepjeskleren en het eventueel van tevoren uitschrijven/uitdenken van je boodschap is een voorbeeld van het soort advies. Eén raadslid oppert tevens het idee van een cursus persberichten schrijven. Het kan geen kwaad als er een document wordt opgesteld waarin staat waar je aan moet denken bij het schrijven van een persbericht. Het uitleggen van de vijf W's (wie, wat, waar, wanneer en waarom) zal echter voor veel raadsleden niet als een verrassing komen.

Eén partijpoliticus vindt verder dat de communicatieadviseur moet stoppen met het begeleiden van dé raad en dat er meer aandacht moet komen voor de individuele partijen. Eén bestuurder vindt dat de communicatieadviseur zich niet aan het gelijkheidsbeginsel hoeft te houden. "De grotere partijen mogen best meer aandacht krijgen in Raadswerk en AGT." Dit zijn slechts losse kreten. Wat vaker wordt genoemd is dat het primaat van de raad overal in de gemeente moet gaan leven en dat de communicatieadviseur daar voor moet zorgen bij het team communicatie. "Het college heeft 27 communicatieadviseurs, wij maar één. Het gaat niet alleen om het college heeft besloten dat, wat in al die persberichten en de krant staat, hallo, waar is de raad in dat proces? Je zou met elkaar moeten nadenken wat je daar aan kan doen, vooral intern." De meeste respondenten geloven echter wel dat de communicatieadviseur het team communicatie 'achter de vodden' zit en ervoor zorgt dat de raad niet vergeten wordt.

Dat moet ook zeker het uitgangspunt blijven; geen plannen presenteren alsof ze al klaar voor gebruik zijn terwijl de raad deze nog moet goedkeuren.

Ook zien meerdere raadsleden graag dat de griffie een lijst bijhoudt van activiteiten en lokale bijeenkomsten waar raadsleden heen kunnen gaan. "Dan weten alle raadsleden wat er te doen is in de stad, waar raadsleden voor zijn uitgenodigd. Dan kun je je agenda daarop aanpassen."

4.11.1 Conclusie

Binnen de raadsgriffie kan er nog gewerkt worden aan de interne profilering van de (werkzaamheden van de) raadsgriffie. Binnen het team zelf kan er beter gecommuniceerd worden over de werkzaamheden en kan er meer nagedacht worden over het communiceren van iedereen zijn werkzaamheden naar buiten. Alle betrokken actoren vinden dat de Termijnagenda meer aandacht verdiend zodat deze beter uit de verf komt. De raadsleden zijn tevreden over het werk van de communicatieadviseur al wordt de werking van enkele instrumenten wel in twijfel getrokken zoals eerder viel te lezen. Ook de lokale pers is tevreden over het werk van de raadsgriffie. De communicatieadviseur is actief en op een diverse manier bezig met het profileren van de raadsleden en hun werk. De enige manier om te kijken of de boodschap is overgekomen, is door het te vragen aan de mensen waar het voor wordt gedaan. De burgers van Tilburg.

INSPRAAK

BURGERS? NIMBY

Lotje

5

Conclusies en aanbevelingen

Dit onderzoek heeft als doel te onderzoeken wat voor typen raadsleden er binnen de verschillende politieke partijen van de Tilburgse gemeenteraad 2002-2006 aanwezig zijn en te onderzoeken of er een verband is tussen het type raadslid en de multimediale strategieën die hij gebruikt. Volgens Tops en Zouridis bestaan er vijf typen raadsleden: de ombudsman, de coach, de volger, de partijpoliticus en de bestuurder. Hun mediagebruik hangt samen met het communicatiemodel, het ZBMO-model. De zender, het raadslid, stuurt een boodschap via een medium naar de ontvanger. Tijdens het sturen van die boodschap moet de zender volgens Beaudry en Schaeffer met de vijf basiselementen van een communicatiestrategie rekening houden.

5.1 Typen raadsleden

Tabel 5.1: typen raadsleden

Type raadslid	Aantal
Bestuurder	5
Partijpoliticus/coach	5
Ombudsman	4
Partijpoliticus	2
Bestuurder/partijpoliticus	1
Volger/bestuurder	1

In de Tilburgse gemeenteraad zijn vijf bestuurders, vier ombudsmannen en twee partijpolitici aangetroffen zoals te zien is in tabel 5.1. De pure coach en de pure volger zijn niet aanwezig onder de respondenten. Wel zijn er vijf raadsleden met het profiel coach/partijpoliticus. De achttien responderende raadsleden kunnen niet één op één vergeleken worden met de typen van Tops en Zouridis. De elf raadsleden die één type vertegenwoordigen, passen niet uitsluitend in deze categorie. Zij neigen naar dat ene type, maar hebben allen tevens eigenschappen van andere typen. Zo heeft de ombudsman volgens Tops en Zouridis weinig dossierkennis en kaart hij vooral individuele zaken aan in de raad. Het type ombudsman in de Tilburgse gemeenteraad kenmerkt zich door heel veel direct contact met de burgers in de stad, maar niet automatisch ook door weinig kennis van de stukken. Het type bestuurder is

daarnaast niet altijd het type dat informatie van burgers subjectief en niet-buikbaar acht. Als binnen een partij iedereen geacht wordt om zijn stukken te lezen en zij doen dat, zijn zij mijn inziens niet allemaal bestuurders en uitgesloten van het type ombudsman. Het lezen van de stukken is slechts één en geen essentieel kenmerk van het type raadslid.

Een belangrijke constatering is dat de invulling van het type raadslid afhangt van de politieke partij waar de volksvertegenwoordiger lid van is. Een type bestuurder van het CDA is niet dezelfde bestuurder als die van de SP, de VVD of welke partij dan ook. Het type ombudsman van de ene partij vindt twee keer per week direct contact met burgers al veel en ook veel moeite, terwijl de ombudsman binnen de andere partij elke dag direct contact heeft met burgers en dat heel normaal vindt. Binnen sommige partijen worden alle raadsleden geacht hun gezicht vaak te laten zien op straat en bij bijeenkomsten. Deze raadsleden zijn niet allen ombudsman binnen de partij. Binnen een andere partij kan de rolverdeling precies hetzelfde zijn, alleen is het uitgangspunt dan niet dat ieder raadslid zijn oor te luisteren moet leggen op straat, maar dat ieder raadslid de partij binnen de gemeente stevig moet profileren. Deze raadsleden hebben allemaal kenmerken van hetzelfde type, maar kunnen mijn inziens niet hetzelfde type zijn. De definitie en uitvoering van dezelfde typen verschillen binnen elke partij en kunnen daarom niet zomaar gelijk getrokken worden.

Ook de grootte van de partij is van invloed op de invulling van het type raadslid. Als eenmansfractie die veel waarde hecht aan direct contact met de burger, kun je niet op tegen een negenkoppige fractie. Zij hebben simpelweg meer mensen en kunnen dus naar meer bijeenkomsten. Ook heeft een grotere fractie meer mensen om de andere taken over te verdelen. In een kleine fractie kun je niet één uitgesproken type raadslid zijn, omdat je dan al je werkzaamheden als raadslid niet gedaan krijgt. In een grotere fractie is er meer ruimte voor een duidelijke taakverdeling waarin profilering van raadsleden kan horen. Er is ruimte voor een raadslid om enkel de ombudsman te zijn en is er de ruimte voor een ander om enkel de bestuurder te zijn. Te weinig grotere partijen maken daar naar mijn mening echter gebruik van. Je moet als fractie binnen de gemeenteraad fungeren. Samenwerking en een goede taakverdeling is daarom van belang. Deze taakverdeling dan wel typeverdeling moet natuurlijk verlopen en niet enkel praktisch worden ingevuld.

Daarnaast geldt bij de toedeling van een type raadslid dat de fractievoorzitter nooit exclusief het type raadslid kan zijn dat hij wil, omdat hij ook altijd fractievoorzitter is. Een fractievoorzitter moet de fractie leiden en overal van op de hoogte zijn en kan zich niet op één functie toespitsen.

5.1.1 Theoretische reflectie

De achttien responderende raadsleden kunnen niet één op één vergeleken worden met de typen van Tops en Zouridis zoals al eerder is aangegeven. De elf raadsleden die één type vertegenwoordigen, passen niet uitsluitend in deze categorie. Zij neigen naar dat ene type, maar hebben allen tevens eigenschappen van andere typen. Zo heeft de ombudsman volgens Tops en Zouridis weinig dossierkennis en kaart hij vooral individuele zaken aan in de raad. Het type ombudsman in de Tilburgse gemeenteraad kenmerkt zich door heel veel direct contact met de burgers in de stad, maar niet automatisch ook door weinig kennis van de stukken. Het type bestuurder is daarnaast niet altijd het type dat informatie van burgers subjectief en niet-buikbaar acht. Als binnen een partij iedereen geacht wordt om zijn stukken te lezen en zij doen dat, zijn zij mijn inziens niet allemaal bestuurders en uitgesloten van het type ombudsman. Het lezen van de stukken is slechts één en geen essentieel kenmerk van het type raadslid.

Dat de raadsleden niet één op één in de typering van Tops en Zouridis passen, komt voornamelijk doordat een raadslid nooit alleen maar raadslid is. Tops en Zouridis houden bij

het invullen van de profielen geen rekening met de politieke partij. De partij heeft in het dagelijks werk van een raadslid wel degelijk invloed op het profiel. Tops en Zouridis houden ook geen rekening met de hoeveelheid fractiegenoten. De grootte van de partij en de uitgangspunten van een partij zijn mede bepalend voor de invulling van een profiel van een raadslid. In een grote(re) fractie zijn er meer mensen om het werk over te verdelen. De ombudsman kan daar een pure ombudsman zijn, omdat er genoeg fractiegenoten zijn die uitgebreid de stukken kunnen lezen en de partij in het stadhuis kunnen vertegenwoordigen. Een ombudsman in een kleine fractie kan nooit alleen maar door de wijken fietsen. Hij heeft geen collega's die zaken juridisch of bestuurlijk voor hem uitzoeken dan wel formuleren, dat moet hij zelf doen. Dat laat minder tijd over om door de wijken te fietsen. Tops en Zouridis houden geen rekening met de factor tijd.

Ook de partijstrategie is van invloed op het profiel van een raadslid. Tops en Zouridis laten ook deze links liggen. Een bestuurder binnen het CDA is niet dezelfde soort bestuurder als binnen de SP of welke partij dan ook. Als binnen een partij het uitgangspunt is dat iedereen grondig zijn stukken moet lezen, is de ombudsman binnen deze partij meer belezen dan de ombudsman die uit een partij komt waar geldt dat alle raadsleden zoveel mogelijk op straat informatie moeten verzamelen. Tevens gaat een partijpoliticus van een landelijke partij heel anders te werk dan een partijpoliticus van een lokale partij. De eerste is voor een deel gebonden aan landelijk beleid of heeft daar in ieder geval mee te maken en ook daar houden Tops en Zouridis geen rekening mee.

Wat tenslotte ook van invloed is op het profiel van een raadslid, is of hij wel of geen fractievoorzitter is. Tops en Zouridis nemen dit in de vaststelling van hun profielen niet mee, terwijl een fractievoorzitter nooit puur een bepaald type raadslid kan zijn. Een fractievoorzitter moet van alles op de hoogte zijn, moet meer dan de rest van zijn fractie verplichte stukken lezen en heeft meer verplichte vergaderingen/optredens. Hierdoor houdt hij minder tijd over voor de werkzaamheden waar hij zich liever mee bezig houdt.

De vijf profielen volger, coach, partijpoliticus, bestuurder en ombudsman kunnen dekkend zijn voor een gemeenteraad. Om hier echter echt een goed oordeel over te kunnen vellen, moeten alle 39 raadsleden van een gemeenteraad worden geïnterviewd en gevolgd. De huidige respondenten waren allemaal in een profiel van Tops en Zouridis te plaatsen, al pasten meerdere raadsleden enkel in een combinatieprofiel.

Ik denk wel dat de profielen een beperkte houdbaarheidsdatum hebben. Mensen veranderen namelijk en daarmee veranderen ook de raadsleden. Als er ingezet blijft worden op het verkleinen van de kloof tussen burger en politiek, zullen steeds meer raadsleden zich tussen de burgers begeven en neigen naar het type ombudsman. Op dat moment zal er bij alle typen raadsleden ombudsmanachtige trekken moeten worden toegevoegd, omdat het anders lijkt alsof alle raadsleden ombudsmannen zijn.

5.1.2 Commentaar en aanbevelingen

Naar mijn mening is het belangrijk binnen de gemeenteraad als fractie te fungeren. Daarom zou er optimaal gebruik gemaakt moeten worden van het kunnen van de verschillende typen raadsleden. De grotere fracties kunnen zich door middel van de verschillende typen zowel in het gemeentebestuur als in de stad profileren door goed samen te werken en de talenten te bundelen. Te weinig grotere partijen maken daar naar mijn mening echter gebruik van. Natuurlijk is het begrijpelijk dat de fracties de taken verdelen naar inspanningsmogelijkheden, maar daar moet een goede balans in worden gevonden. Van een natuurlijk geboren bestuurder maak je geen ombudsman. Al bij het samenstellen van de kandidatenlijst voor de verkiezingen zou daar door sommige fracties beter naar gekeken moeten worden. Het feit dat de typen raadsleden niet één op één op de typen van Tops en Zouridis gelegd kunnen worden

en niet duidelijk één type volksvertegenwoordiger zijn, is maar goed ook. De 200.000 inwoners van Tilburg zijn ook uniek en die uniciteit kan niet vertegenwoordigd worden als deze in hokjes wordt gestopt in de gemeenteraad.

5.2 Contact burgers

Net als de invulling van de typen raadsleden, verschilt ook de invulling van het begrip volksvertegenwoordiger. Ieder raadslid zegt het belangrijk te vinden om contact te hebben met burgers. Van belang in de communicatie met burgers is echter de oprechtheid. Het type bestuurder en partijpoliticus en de combinatie hiervan zeggen keurig dat zij het belangrijk vinden dat de burger gehoord wordt. Maar zij hebben eigenlijk bijna allemaal een burger-NIMBY syndroom. Burgers? Ja, prima, maar not in my backyard. Naar ze luisteren op een wijkbijeenkomst is prima, maar ze moeten niet telkens weer om de hoek komen kijken. Deze raadsleden zijn bijna allemaal tegen het referendum en tegen het inspreken van burgers tijdens raadsvergaderingen. Ook vinden alle typen raadsleden, behalve de ombudsman, het storend dat burgers alleen maar met hun eigen problemen bij de raadsleden aankloppen.

In schema 5.2 staat schematisch opgesteld hoe het type bestuurder, partijpoliticus/coach, ombudsman en partijpoliticus contact hebben met burgers en wat zij van hun inspraakmogelijkheden vinden.

Schema 5.2: invulling raadsleden aan contact met burgers en inspraakmogelijkheden (naar type raadslid)

	Contact burgers	Inspraakmogelijkheden
Bestuurder	<ul style="list-style-type: none"> - Partijafhankelijk. - Gemiddeld minste direct contact met burgers. - Individualistische aard van contact probleem. - Weinig bekendheid in de stad. - Doel communicatie: persoonlijk en situatieafhankelijk. 	<ul style="list-style-type: none"> - Inspraakmogelijkheden belangrijk. - Enkel in commissievergadering. - Geen voorstander inspreken burgers tijdens raadsvergadering. - Op één na tegen referendum. - Raadsleden zijn gemandateerd.
Partijpoliticus/coach	<ul style="list-style-type: none"> - Veel direct contact met burgers. - Contact over ervaren problemen met de gemeente door zowel raadslid als burger. - Individualistische aard van contact probleem. - Weinig bekendheid in de stad. - Doel communicatie: persoonlijk en situatieafhankelijk. 	<ul style="list-style-type: none"> - Inspraakmogelijkheden belangrijk. - In commissievergaderingen. - Deel voor, maar wel sceptisch over inspreken burgers tijdens raadsvergaderingen. - Voor referendum, maar niet over alles.
Ombudsman	<ul style="list-style-type: none"> - Meest direct contact met burgers. - Contact over ervaren problemen met de gemeente door zowel raadslid als burger. - Individualistische aard van contact geen probleem. - Weinig bekendheid in de stad. - Doel communicatie: persoonlijk en situatieafhankelijk. 	<ul style="list-style-type: none"> - Inspraakmogelijkheden belangrijk. - In commissievergaderingen. - In raadsvergaderingen, mits wettelijk mogelijk en niet te laat. - Voor referendum.

Partijpoliticus	<ul style="list-style-type: none"> - Partijafhankelijk. - Landelijke partij weinig contact, lokale partij meer direct contact. - Individualistische aard van contact probleem. - Weinig bekendheid in de stad. - Doel communicatie: personen- en situatieafhankelijk. 	<ul style="list-style-type: none"> - Partijafhankelijk. - Inspraakmogelijkheden belangrijk. - Enkel in commissievergadering. - Geen voorstander inspreken burgers tijdens raadsvergadering. - Tegen referendum. - Raadsleden zijn gemandateerd.
------------------------	--	---

5.2.1 Commentaar en aanbevelingen

Naar mijn mening moet je de burger alleen horen als je overtuigd bent dat deze vaker en op meerdere momenten bij de politiek betrokken moet worden. Alle raadsleden zien zichzelf als volksvertegenwoordiger, maar zodra het volk echt betrokken wordt bij de politiek krabbelen veel raadsleden ineens terug. Ze zeggen allemaal dat de mening van de burger er toe doet, maar velen zeggen dit alleen maar omdat ze weten dat ze als gekozen volksvertegenwoordigers moeilijk kunnen zeggen dat de burger er helemaal niet toe doet. Het zijn dan ook niet alleen de burgers die met NIMBY-problemen bij de raadsleden aankloppen. Deze raadsleden hebben zelf een burger-NIMBY syndroom. Burgers, ja prima, maar not in my backyard. Indien het contact met burgers niet oprecht is, zou ik simpelweg zeggen 'laat dan maar zitten'. Zoals al eerder gezegd, elk raadslid moet doen waar hij goed in is en deze typen kunnen zich beter binnen het huis profileren in plaats van op straat.

Burgers hoeven ook niet op alle niveaus bij de politiek betrokken te worden. Ze klagen vaak over het trage proces binnen de gemeente. Inspreken tijdens raadsvergaderingen zal dit probleem alleen nog maar vergroten. Juist omdat tijdens de raadsvergadering besluiten genomen moeten worden, moeten burgers in het proces daarvoor - vanaf het beginstadium - betrokken worden bij de totstandkoming van de besluitvorming. Ook moet het contact van burgers niet alleen maar bestaan uit afgeven op de gemeente. Zoals één ombudsman zei: "De gemeente ben je zelf." Burgers mogen zelf ook wel wat meer initiatief nemen in het contact zoeken met de gemeente.

5.3 Politieke en bestuurlijke vernieuwing

Depla bedacht zijn drie strategieën van politieke en bestuurlijke vernieuwing (vergroten van de betrokkenheid van burgers, vergroten van de daadkracht van het gemeentebestuur en het versterken van de positie van de gemeenteraad) in 1995 en in tien jaar tijd lijkt er niet veel veranderd. Het contact tussen raadsleden en burgers verloopt nog steeds niet optimaal en te veel raadsleden vinden nog steeds burgers enkel als kiezer interessant. Volgens Tops en Zouridis wordt de ombudsman – die het meeste contact heeft met de burger – in verkiezingstijd pas gewaardeerd binnen de gemeente, omdat zijn bekendheid op straat dan stemmen oplevert. Dat gaat niet op in de Tilburgse gemeenteraad. De ombudsman gaat het namelijk niet om zichzelf, maar om de burger en het maakt hem dan ook niet uit of de burger wel of niet op hem stemt. Er wordt meer aandacht besteed aan het vergroten van de daadkracht van het gemeentebestuur en het versterken van de positie van de gemeenteraad door de invoering van het dualisme. Maar het dualisme werkt op heel veel punten niet goed. Er zijn raadsleden die vinden dat het moet veranderen, maar zij hebben geen tijd of weten niet hoe. De agenda en het beleid worden nog veel vanuit het college gestuurd, maar niet alle raadsleden vinden dit een probleem. Bij de bestuurder en de partijpoliticus overheerst de gedachte dat het niet uitmaakt waar een voorstel vandaan komt, als het maar goed is. De raad moet zich wel profileren, maar het voornaamste is dat de stad bestuurd wordt. Ook hier

kan het type raadslid, in dit geval de bestuurder, niet één op één met elkaar vergeleken worden. Van belang is of de bestuurder in de oppositie of coalitie zit. De oppositie vindt namelijk dat de raadsleden uit de coalitie zich laten ringeloren door de wethouders. De coalitie vindt dat de oppositie makkelijker een eigen agenda kan trekken en 'tegen' kan zijn. Veel raadsleden – oppositie en coalitie – staan niet achter dualisme of vinden in ieder geval dat het niet werkt. De agenda en het beleid wordt nog te veel bepaald door het college en de raad kan zich niet goed profileren, omdat ook bij de ambtenaren het dualisme nog niet tussen de oren zit en het soms nog te moeilijk is om de goede stukken in handen te krijgen.

Vanuit de raadsgriffie wordt er stevig ingezet op het actief burgerschap, het primaat van de raad en het betrekken van burgers bij de politiek, maar raadsleden zeggen vanuit hun externe rol dat de burger het verschil tussen raad en college niet kent en daar ook niet in is geïnteresseerd. De burger wil gewoon dat zijn eigen gemeentelijke problemen opgelost worden en wie dat binnen de gemeente doet maakt hem niet uit. De gemeenteraad van 2002-2006 worstelt met het dualisme, maar er is bij een groot deel wel de intentie om de raad meer te profileren en het college beter te controleren. Het communiceren van deze boodschap naar buiten in de externe rol vindt zij echter lastig, omdat dualisme op zich niet simpel te vertalen is naar de burger en omdat de burger niet op deze boodschap zit te wachten.

In schema 5.3 staat schematisch weergegeven hoe de typen raadsleden invulling geven aan de strategieën van politieke en bestuurlijke vernieuwing van Depla.

Schema 5.3: invulling raadsleden aan strategieën van politieke en bestuurlijke vernieuwing (naar type raadslid)

	Vergroten betrokkenheid burgers	Vergroten daadkracht gemeentebestuur	Versterken positie gemeenteraad
Bestuurder	<ul style="list-style-type: none"> - Partijafhankelijk. - Vooral burger als kiezer aanspreken. 	<ul style="list-style-type: none"> - Houdt zich daar bewust mee bezig door middel van direct aanspreken ambtenaren en griffie. 	<ul style="list-style-type: none"> - Houdt zich daar niet actief mee bezig. - Stad moet bestuurd worden. - Maakt niet uit waar voorstel vandaan komt. - Mening dualisme oppositie/coalitie afhankelijk.
Partijpoliticus/coach	<ul style="list-style-type: none"> - Partijafhankelijk. Is in alle partijen van dit type belangrijk. - Praat met burger over raadswerk in belang van burger en partij. - Aanspreken burger als kiezer. 	<ul style="list-style-type: none"> - Houdt zich daar bewust mee bezig door direct en indirect de griffie en ambtenaren aan te spreken. 	<ul style="list-style-type: none"> - Houdt zich daar actief mee bezig (net als de hele partij). - Raad hobbelt nog te veel achter college aan, een deel doet dat zelf ook. - Voor dualisme, maar begrip is moeilijk te communiceren.
Ombudsman	<ul style="list-style-type: none"> - Praat met burger over raadswerk, maar niet om zichzelf te promoten. - Aanspreken burger 	<ul style="list-style-type: none"> - Houdt zich daar niet mee bezig. Onbewust doet hij dit echter toch, doordat hij degene is die de 	<ul style="list-style-type: none"> - Houdt zich daar niet actief mee bezig. - Beleid komt van college en enkel

	als kiezer en niet-kiezer.	klachten van burgers doorspeelt naar het gemeentebestuur en verwacht dat daar iets mee gedaan wordt.	vanuit de raad na eigen initiatief, maar dat maakt niet uit. - Denkt vanuit beleid verzinnen op straat en dan op de agenda zetten.
Partijpoliticus	- Burger betrekken bij partij, niet bij politiek. - Aanspreken burger als kiezer.	- Houdt zich daar bewust mee bezig door het direct aanspreken van de ambtenaar en de griffie.	- Houdt zich daar niet actief mee bezig. - Stad moet bestuurd worden. - Maakt niet uit waar voorstel vandaan komt.

5.3.1 Commentaar en aanbevelingen

Naar mijn mening worstelt de gemeenteraad van 2002-2006 met het dualisme, maar is er bij een groot deel wel de intentie om de raad meer te profileren en het college beter te controleren. Het communiceren van deze boodschap naar buiten in de externe rol vindt zij echter lastig, omdat dualisme op zich niet simpel te vertalen is naar de burger en omdat de burger niet op deze boodschap zit te wachten. Naar mijn mening moet dualisme geen gespreksonderwerp meer zijn binnen de gemeente, maar gewoon de dagelijkse gang van zaken. Raadsleden moeten hun dualistische werkzaamheden en ideeën naar buiten communiceren. Het dualisme is niet het onderwerp, maar de zaken die spelen in de stad zijn het onderwerp en dat onderwerp is in een dualistische omgeving tot stand gekomen. Het is dan ook van belang om eerst intern de dualistische wind te laten waaien voordat het raam wordt opengezet. Iedereen binnen de gemeente - beleidsambtenaren, wethouders, woordvoerders en ook de raadsleden zelf - moet handelen naar de raad als hoogste orgaan.

5.4 Verzamelen van informatie

Dualistisch of niet, de boodschap is één van de vijf basiselementen – thematiek, doelgroep, medium, timing en hulpmiddelen - van een communicatiestrategie van Beaudry en Schaeffer waar raadsleden rekening mee moeten houden bij het verzamelen van informatie.

5.4.1 Thematiek

Bij de thematiek van de boodschap is het nodig een balans te leggen tussen de politieke issues die de burgers beroeren en de politieke kenmerken die de politieke partij belangrijk vindt. Zoals te verwachten selecteert de pure partijpoliticus eigenlijk alleen informatie die hij kan gebruiken om zijn eigen partijprogramma te verkondigen. De ombudsman worstelt conform de theorie het meeste met de balans tussen burgerinformatie en informatie die strookt met het partijprogramma.

5.4.2 Doelgroep

Rekening houden met een doelgroep betekent voor de ombudsman dat zoveel mogelijk verschillende mensen gehoord worden en dan vooral Jan Modaal. Informatie moet voor mensen op alle niveaus begrijpelijk zijn. Voor veel raadsleden betekent informatie verzamelen bij de doelgroep, informatie verzamelen bij de betrokken actoren en niet zozeer bij de partijachterban. Ook voor de partijpoliticus niet.

5.4.3 Medium

Rekening houden met het medium bij het verzamelen van informatie doet eigenlijk geen één raadslid heel bewust, dat gebeurt bij het naar buiten brengen van informatie. Wel houden alle raadsleden rekening met hun bron op diverse manieren. Meerdere typen denken aan het beschermen van de bron, de bestuurder zoekt de nuance in de informatie die aangereikt wordt. Voor de partijachtige typen raadsleden betekent rekening houden met de bron voorzichtig omgaan met individuele geluiden uit de stad en de krant. Eén zwaluw maakt nog geen zomer en het moet niet zo zijn dat een individu het raadslid voor zijn karretje spant.

5.4.4 Timing

Opvallend is dat enkel de ombudsman bij timing rekening houdt met de landelijke politiek, terwijl je toch eerder van een bestuurder of een partijpoliticus verwacht dat ze rekening houden met Den Haag. De bestuurder en andere typen raadsleden worstelen vooral met de lange termijn planning.

5.4.5 Hulpmiddelen

Het vijfde basiselement, de hulpmiddelen, wordt door de raadsleden ruim geïnterpreteerd. Voor velen zijn hulpmiddelen instrumenten waar je informatie mee verzamelt, zoals de telefoon, de krant, wijkbijeenkomsten, de achterban en de eigen mond. Ook wordt de raadsgriffie herhaaldelijk genoemd als hulpmiddel bij het verzamelen van informatie. Er zijn niet bepaalde typen raadsleden die bepaalde hulpmiddelen noemen.

Concluderend staat in schema 5.4 de manier waarop de typen raadsleden rekening houden met de basiselementen thematiek, doelgroep, medium/bron en timing bij het verzamelen van informatie. Het basiselement hulpmiddelen is weggelaten omdat, zoals al eerder bleek, daar een zeer ruime interpretatie aan kan worden gegeven los van het type raadslid.

Schema 5.4: invulling raadsleden aan rekening houden met de basiselementen van een communicatiestrategie bij het verzamelen van informatie (naar type raadslid)

	Thematiek	Doelgroep	Medium/bron	Timing
Bestuurder	Partijafhankelijk. Deel gebruikt alleen informatie partij, deel partij en burger.	- Persoonsafhankelijk. Eén denkt alleen aan achterban, ander denkt aan betrokken actoren.	- Houdt op diverse manieren rekening met bron. Bijv. dmv bronbescherming. - Houdt rekening met wat voor een soort informatie het is, bijv. nuance zoeken in bewonersbrief en nota.	- Lange en korte termijn. Worstelt met lange termijnplanning
Partijpoliticus/coach	- Gebruikt allerlei bronnen. Partij- en niet-partijgeluid.	- Persoonsafhankelijk. Vaak niet achterban,	- Houdt op diverse manieren rekening met	- Lange maar vooral korte termijnplanning - Vooral

		maar betrokken en niet betrokken actoren.	bron. - Voorzichtig omgaan met individuele geluiden uit stad en krant.	informatie verzamelen als onderwerp speelt.
Ombudsman	- Meeste problemen met het vinden van een balans tussen partij- en burgerinformatie.	- Informatie moet van werkvloer komen, van betrokken actoren en begrijpelijk zijn voor iedereen.	- Houdt op diverse manieren rekening met bron. Bijv. dmv bronbescherming. - Houdt rekening met begrijpelijkheid informatie voor burgers.	- Lange en korte termijn - Kijkt naar meeste effect in bepaalde periode. - Kijkt naar agenda Den Haag.
Partijpoliticus	- Selecteert enkel informatie die hij kan gebruiken om eigen partijprogramma te verwoorden.	- Persoonsafhankelijk. Niet alleen achterban, maar ook betrokken actoren.	- Houdt op diverse manieren rekening met bron. - Heel voorzichtig omgaan met individuele geluiden uit stad en krant. Wil niet voor het karretje gespannen worden.	- Lange en korte termijnplanning

5.4.6 Commentaar en aanbevelingen

Over het algemeen kan gezegd worden dat raadsleden minder nadenken bij het verzamelen van informatie dan bij het naar buiten brengen van informatie. In eerste instantie lijkt dat geen negatieve vaststelling. Eigenlijk moet je niet nadenken over waar je je informatie vandaan haalt, maar gewoon alle informatie die tot je komt meenemen. Maar in alle informatie die tot je komt en die je tot je neemt, zit een groot verschil. Alle raadsleden krijgen dezelfde stukken en spreken vaak met dezelfde professionele burger. Maar juist de gewone burger en de eigen (potentiële) achterban moeten raadsleden voeden. Raadsleden kunnen hen bewust opzoeken. Rekening houden met de achterban is helemaal geen negatief uitgangspunt. Het is naar mijn mening een plicht om alle verschillende actoren te horen, het is slechts nobel om alle verschillende meningen mee te nemen. Als raadslid ben je gekozen op basis van ingenomen standpunten - als het goed is - en jouw kiezers willen ook dat je die standpunten verdedigt en probeert in uitvoering te brengen. Als de achterban gehoord is, hoef je de mening van de concurrerende partijen niet mee te nemen (wel de feiten). Als het goed is hebben zij namelijk een ander standpunt en daarom ook andere kiezers. Zoals het hoort in een democratie.

In de volgende paragraaf wordt in 5.5.5 een theoretische reflectie gegeven op Beaudry en Schaeffer.

5.5 Naar buiten brengen van informatie

Bij het naar buiten brengen van informatie houden raadsleden meer rekening met de basiselementen thematiek, doelgroep, medium en timing.

5.5.1 Thematiek

Wat opvalt, is dat bij thematiek de antwoorden binnen de politieke partijen nogal verschillen. Juist bij de thematiek zoals beschreven door Beaudry en Schaeffer, is het belangrijk om binnen de partij af te stemmen wat je naar buiten brengt en in hoeverre je geluiden uit de stad je boodschap laat beïnvloeden. Op twee partijen na, geven alle partijen geen eenduidige antwoorden over het vinden van de balans tussen wat de partij en de burger belangrijk vindt. Dit staat los van de typen raadsleden. Het is zelfs zo dat je mag verwachten dat alleen de ombudsman dwars ligt met zijn 'voorliefde' voor de individuele burger, maar juist een enkele ombudsman buigt om. Het zijn de andere typen die ineens niet enkel aan het partijbelang denken, of juist wel. Veel raadsleden geven ook aan dat er binnen hun partij niet echt sprake is van een communicatiestrategie. Er is binnen elke partij eigenlijk één strategie en dat is dat alles wat naar buiten wordt gebracht eerst langs de fractievoorzitter gaat. Raadsleden communiceren in principe niet individueel via de pers.

5.5.2 Doelgroep

De bestuurder en een enkele partijpoliticus houden het minste rekening met doelgroepen, maar zeggen dat ze dat wel zouden moeten doen. De ombudsman zegt er voor iedereen te zijn. De partijpoliticus/coach houdt het meeste rekening met doelgroepen, maar ieder van hen doet dit wel op hun eigen manier.

5.5.3 Medium

Op de ombudsman na is het rekening houden met het medium door de typen raadsleden erg partij- en persoonsafhankelijk. Sommige bestuurders zijn helemaal niet mediabewust, terwijl anderen actief gebruik maken van onliners en persberichten om de boodschap op hun manier in de krant te krijgen. De pure partijpoliticus is niet bereid om zijn boodschap aan te passen. De krant speelt de grootste rol binnen de plaatselijke media. Televisie vindt iedereen belangrijk, maar de lokale televisie was de afgelopen vier jaar nog niet echt ontwikkeld.

De ombudsman is het minste bezig met de media. Hij zoekt journalisten niet op, sommigen zijn zelfs een beetje mediaschuw. De ombudsman staat niet graag in het middelpunt van de belangstelling, het gaat hem om de zaak, om de problemen van de burgers en daar wil hij aandacht voor. Zelf hoeft hij geen aandacht. Hij kan ook niet goed zijn boodschap overbrengen op televisie zoals ook later in de paragraaf persbeleid wordt beschreven.

5.5.4 Timing

Alle typen raadsleden houden rekening met de deadline van een krant. De reacties van raadsleden zijn verder verschillend, velen moeten ook voorbeelden worden aangereikt voordat zij hun omgang met timing kunnen beschrijven. Er valt geen duidelijke lijn te trekken tussen de typen raadsleden en de mate waarin zij rekening houden met timing. Wel kan gezegd worden dat met het basiselement timing op de meest diverse en creatieve manieren rekening wordt gehouden, door alle typen.

Concluderend staat in schema 5.5 een overzicht waarin staat beschreven op welke manier de typen raadsleden rekening houden met de basiselementen thematiek, doelgroep, medium en timing bij het naar buiten brengen van informatie. Onder het basiselement hulpmiddelen wordt bij het naar buiten brengen van informatie de externe communicatiemiddelen zoals opgesteld door de raadsgriffie verstaan. Deze communicatie-instrumenten worden in de volgende paragraaf besproken.

Schema 5.5: invulling raadsleden aan rekening houden met de basiselementen van een communicatiestrategie bij het naar buiten brengen van informatie (naar type raadslid)

	Thematiek	Doelgroep	Medium	Timing
Bestuurder	<ul style="list-style-type: none"> - Persoonsafhankelijk. - Deel communiceert enkel eigen standpunten, anderen ook die van burgers. 	<ul style="list-style-type: none"> - Houdt daar nauwelijks rekening mee. Zegt wel dat dat zou moeten. 	<ul style="list-style-type: none"> - Erg partij- en persoonsafhankelijk. - Deel heel mediabewust dmv gebruik oneliners, deel wil boodschap niet aanpassen. 	<ul style="list-style-type: none"> - Erg partij- en persoonsafhankelijk. - Houdt rekening met deadline krant. Sommigen ook met dag van verschijning.
Partijpoliticus/coach	<ul style="list-style-type: none"> - Persoonsafhankelijk. - Deel denkt aan achterban, deel niet, anderen zoeken combinatie. 	<ul style="list-style-type: none"> - Houdt het meeste rekening met doelgroepen. Hetzelfde type binnen dezelfde partij doen dit wel op hun eigen manier. 	<ul style="list-style-type: none"> - Partij- en persoonsafhankelijk. - Deel is zich meer bewust dan ander deel. 	<ul style="list-style-type: none"> - Partij- en persoonsafhankelijk. - Houdt rekening met deadline krant.
Ombudsman	<ul style="list-style-type: none"> - Persoonsafhankelijk. - Deel denkt niet aan partijonderwerpen, ander deel wel omdat het hoort. 	<ul style="list-style-type: none"> - Wij zijn er voor iedereen. 	<ul style="list-style-type: none"> - Is het minst bewust bezig met de media. - Zoekt journalisten niet op. - Staat niet graag in middelpunt van belangstelling. 	<ul style="list-style-type: none"> - Partij- en persoonsafhankelijk. - Houdt rekening met deadline krant.
Partijpoliticus	<ul style="list-style-type: none"> - Partijprogramma is de bijbel. - Landelijke richtlijnen belangrijk (geldt niet voor lokale partij). 	<ul style="list-style-type: none"> - Partijafhankelijk. - Houdt geen rekening met doelgroep, maar weet dat het moet of houdt rekening met de betrokken actoren. 	<ul style="list-style-type: none"> - Partij- en persoonsafhankelijk. - Tegen gebruik oneliners. - Tegen aanpassing boodschap. - Deel beschikt wel over gave van het woord en praat van huis uit in 	<ul style="list-style-type: none"> - Partij- en persoonsafhankelijk. - Houdt rekening met deadline krant.

			onelineer stijl.	
--	--	--	------------------	--

5.5.5 Theoretische reflectie

Volgens Beaudry en Schaeffer liggen er aan elke communicatiestrategie vijf basiselementen ten grondslag. Wat Beaudry en Schaeffer niet doen, is allereerst een onderscheid maken tussen het verzamelen en het naar buiten brengen van informatie. Naar mijn mening zit daar een hiaat, omdat je niet op dezelfde manier met de basiselementen omgaat. Bij het verzamelen van informatie kijk je bijvoorbeeld meer naar de betrouwbaarheid van een bron en bij het naar buiten brengen van informatie kijk je meer naar de impact van het medium. Beaudry en Schaeffer zijn er bij de communicatiestrategie meteen vanuit gegaan dat men deze toepast bij het naar buiten brengen van informatie, terwijl iemand deze basiselementen net zo goed bij het verzamelen van informatie zou kunnen toepassen. Omdat deze communicatiestrategie enkel is opgezet voor het naar buiten brengen van informatie, zal daar dan ook verder op worden gereflecteerd.

Wat verder een tekortkoming is bij Beaudry en Schaeffer, is dat de communicatiestrategie afgestemd is op landelijke communicatie en niet op regionale communicatie. Beaudry en Schaeffer zien de regionale media als één medium, terwijl dit onderzoek gaat over de verschillende regionale media.

De vijf basiselementen zijn vrij logisch opgezet en goed toepasbaar.

De boodschap is zeker een basiselement waar in de praktijk bij het naar buiten brengen van informatie rekening mee moet worden gehouden en ook mee wordt gehouden.

De doelgroep is in theorie heel belangrijk, in de praktijk blijkt dat veel moeilijker uitvoerbaar te zijn. Doelgroepen lopen vaak door elkaar heen, zijn moeilijk vast te stellen en moeilijk separaat te benaderen. Toch moet de intentie van het rekening houden met een doelgroep er altijd zijn. Beaudry en Schaeffer definiëren doelgroep verder niet en dat is ook goed. De doelgroep is bij ieder project en bij iedere politieke partij anders.

Rekening houden met het basiselement medium past heel goed in de landelijk opgezette communicatiestrategie van Beaudry en Schaeffer. Lokaal gezien gaat dit basiselement niet in dezelfde zwaarte op. Lokaal gezien zouden raadsleden nog veel meer rekening moeten houden met het medium dan nu het geval is. Het medium hoort dan ook bij de basiselementen. Echter, de mate van rekening houden is beperkt. Beaudry en Schaeffer bedoelen met rekening houden met het medium in eerste instantie kijken naar het verschil tussen radio, televisie en de krant (en nu internet). Maar zij bedoelen ook rekening houden met het soort televisieprogramma en het soort geschreven artikel. Op lokaal niveau is de markt met spelers veel kleiner en kun je - vooral bij audiovisuele media - enkel kijken naar het medium op zich.

Het basiselement timing is voor de raadsleden het minst voor de hand liggend, maar blijkt wel degelijk belangrijk. Beaudry en Schaeffer kiezen voor een goed vierde basiselement. In de communicatiestrategie blijkt ook – misschien zelfs wel juist- dat op lokaal niveau timing een rol speelt. Raadsleden kunnen beter hun plannen communiceren als er op tijd een plan wordt neergezet, de doelgroepen en de media worden benaderd. Het is meteen ook het basiselement waar over de gehele gemeente heen nog het meest aan gewerkt moet worden.

Het vijfde basiselement, de hulpmiddelen, zijn te vaag omschreven. Beaudry en Schaeffer hebben hier een beetje voor een makkelijke oplossing gekozen door eigenlijk te zeggen dat er naast de thematiek, de doelgroep, het medium en de timing nog meer dingen van belang zijn binnen een communicatiestrategie en omdat deze in iedere situatie veranderen noemen ze het maar hulpmiddelen. Hulpmiddelen worden te ruim geïnterpreteerd om er een duidelijke lijn in terug te zien. Beaudry en Schaeffer pretenderen ook niet dat er slechts bepaalde hulpmiddelen zijn, maar mijn inziens horen ze dan ook niet als aanwijsbaar basiselement

genoemd te worden. De hulpmiddelen zouden eerder als hulpelementen onder de vier basiselementen kunnen hangen.

5.5.6 Commentaar en aanbevelingen

Het is zeer bevorderlijk voor een partij om uit verschillende typen raadsleden te bestaan. Bij het naar buiten brengen van informatie moeten zij echter wel allemaal zoveel mogelijk dezelfde boodschap vertellen, omdat het anders verwarrend is voor de ontvanger. Het is logisch dat er geen verband is tussen het type raadslid en het verwoorden van de communicatiestrategie van de partij; iedere partij heeft tenslotte zijn eigen achtergrond. Het is des te vreemder dat niet iedere fractie op één lijn zit. Naar mijn mening heeft dit te maken met het eigen karakter van het raadslid, de lengte van het lidmaatschap en de mate van verbondenheid met de partij. Een raadslid moet zeker de ruimte krijgen om op zijn eigen manier politiek te bedrijven, maar dit moet wel passen binnen de partijstrategie. Het partijprogramma zou ook meer in het doelgroepbeleid toegepast moeten worden. Juist omdat burgers boodschappen willen horen die binnen hun eigen opvatting passen, moet er niet alleen rekening gehouden worden met onderwerp- en plaatsgerichte doelgroepen, maar ook met de achterban. Zoals al eerder gezegd, als volksvertegenwoordiger zit je in de raad voor de burgers die op jouw gestemd hebben. Die boodschap die je verspreidt zou voor deze mensen dan ook niet als een verrassing moeten komen.

De mate waarin typen raadsleden zijn ingespeeld op de media en dus rekening houden met het medium bij het naar buiten brengen van informatie, komt in paragraaf 5.7, persbeleid aan de orde.

5.6 Communicatiemiddelen raadsgriffie

De externe communicatiemiddelen die vanuit de griffie de raadsleden ter beschikking staan, worden wisselend gewaardeerd. Het meeste commentaar is er op het Bestuurlijk Informatie Systeem (BIS). Het BIS is achterhaald en ongebruiksvriendelijk en zou vervangen kunnen worden door Noturec. Ook de Termijnagenda en de Beleidsagenda liggen onder vuur. De Beleidsagenda wordt door sommigen gewaardeerd, zonder dat ze nog weten waar het ook al weer om ging. Anderen vonden het een circus. Voor de Termijnagenda geldt dat alle raadsleden de lange termijn agenda belangrijk vinden, maar niet uit de verf vinden komen. De griffie zou de uitvoering moeten verbeteren. De campagne 'De gemeenteraad beslist de moeite waard' wordt door de meesten als een aardig initiatief gezien. De partijpoliticus en de ombudsman vinden echter dat als je wilt overbrengen aan de burgers dat je als gemeenteraad een goed werkend orgaan bent dat er voor de burgers is, je de burgers zelf moet opzoeken voordat je er een reclamecampagne tegenaan gooit. De ombudsman is dan ook tevens enthousiast over de Gast van de Raad, hij ziet de burgers graag in het gemeentehuis. De partijpoliticus/coach is hier wel sceptisch over. Hij is bang dat de echte burger niet aanwezig is en sommigen vinden het één groot opgevoerd toneelspel. De bestuurder is ook sceptisch, maar dan omdat zij vindt dat de burger niet de dossierkennis heeft om een raadsvergadering geheel te begrijpen. Voor Afzender Gemeente Tilburg (AGT) en Raadswerk geldt dat iedereen hier tevreden over is, maar dat ze de instrumenten voor vanzelfsprekend nemen. De raadsleden komen op afroep opdraven voor Raadswerk en AGT, niet al te bewust van het in de schoot geworpen bereik van deze media. Hoewel de partijen om de beurt in de uitzending komen, geldt dit niet voor de raadsleden zelf. Binnen de partijen worden de bekendere gezichten gestuurd en de mensen die goed plakken op tv. Voor de ombudsman geldt dat hij AGT een prima instrument vindt, maar hij kan zelf van nature niet goed zijn boodschap overbrengen op televisie.

Concluderend wordt in schema 5.6A een overzicht geboden van de mening en het gebruik van de typen raadsleden van Raadswerk, Afzender Gemeente Tilburg (AGT), Gast van de Raad en de internetsite van de gemeente. Het algemene internetgebruik (en televisie- en krantgebruik) van de raadsleden wordt in de volgende paragraaf geanalyseerd. In schema 5.6B wordt een overzicht geboden van de mening en het gebruik van de typen raadsleden van de overige instrumenten: de campagne 'De gemeenteraad beslist de moeite waard', het uitzenden van raadsvergaderingen via internet (tezamen in de tabel met het Bestuurlijk Informatie Systeem (BIS)), de Termijnagenda en de Beleidsagenda.

Schema 5.6A: invulling raadsleden aan de communicatiemiddelen van de raadsgriffie (naar type raadslid)

	Raadswerk	AGT	Gast van de Raad	Internetsite
Bestuurder	- Geen type gebonden commentaar.	- Geen type gebonden commentaar.	- Minst positief. De burger heeft niet de dossierkennis en het zijn niet de gewone burgers die daar komen.	- Hoe actiever op internet, hoe meer commentaar. Niet type gebonden.
Partijpoliticus/coach	- Geen type gebonden commentaar.	- Geen type gebonden commentaar.	- Veelal sceptisch. Trekken setting en type burger in twijfel.	- Hoe actiever op internet, hoe meer commentaar. Niet type gebonden.
Ombudsman	- Geen type gebonden commentaar.	- Geen type gebonden commentaar. - Kan van nature boodschap niet goed overbrengen op tv. Staat zelf niet graag in middelpunt van belangstelling.	- Meest positief. Goed dat burgers bij de gemeentepraktijken betrokken worden.	- Hoe actiever op internet, hoe meer commentaar. Niet type gebonden.
Partijpoliticus	- Geen type gebonden commentaar.	- Geen type gebonden commentaar.	- Geen type gebonden commentaar.	- Hoe actiever op internet, hoe meer commentaar. Niet type gebonden.

Schema 5.6B: invulling raadsleden aan de communicatiemiddelen van de raadsgriffie (naar type raadslid)

	Campagne Gemeenteraad beslist de moeite waard	Uitzenden raadsvergaderingen via internet. EN BIS	Termijn-agenda	Beleids-agenda
Bestuurder	- Mooie campagne, maar of het werkt?	- Geen type gebonden commentaar.	- Niet goed in beeld, maar wel belangrijk. Geen type gebonden commentaar.	- Totaal geen type gebonden commentaar.
Partijpoliticus/coach	- Mooie campagne, maar of het werkt? Meerderheid: gemeente moet eerst echt luisteren naar de burger voordat er een (propaganda)-campagne opgestart wordt.	- Geen type gebonden commentaar.	- Niet goed in beeld, maar wel belangrijk. Geen type gebonden commentaar.	- Totaal geen type gebonden commentaar.
Ombudsman	- Mooie campagne, maar of het werkt? Gemeente moet direct contact zoeken met burgers.	- Geen type gebonden commentaar.	- Niet goed in beeld, maar wel belangrijk. Geen type gebonden commentaar.	- Totaal geen type gebonden commentaar.
Partijpoliticus	- Mooie campagne, maar of het werkt?	- Geen type gebonden commentaar.	- Niet goed in beeld, maar wel belangrijk. Geen type gebonden commentaar.	- Totaal geen type gebonden commentaar.

5.6.1 Commentaar en aanbevelingen

De raadsleden zijn door de bank genomen tevreden over een deel van de instrumenten, maar zijn hier naar mijn idee ook wat onverschillig over. Vier jaar geleden werd de raad ineens ondersteund door een nieuw orgaan, de raadsgriffie en kregen de raadsleden een communicatieadviseur. Dit was voor iedereen nieuw en de raadsleden hebben zich erg laten leiden. De communicatieadviseur is ondernemend en actief en zorgt ervoor dat de raadsleden de instrumenten optimaal kunnen benutten. De raadsleden zien dit alles als ondersteuning en hoeven daar weinig zelf voor te doen. In de loop der tijd lijkt alles voor de raadsleden vanzelfsprekend te gaan, elk nieuw instrument ontvangen ze zonder zich te realiseren dat

deze niet zomaar komt aanwaaien. Ze wachten vervolgens netjes af tot de communicatieadviseur zegt dat ze er iets mee moeten doen. Inmiddels vind ik dat veel raadsleden het heel vanzelfsprekend vinden dat er een communicatieadviseur is die alle instrumenten in een gespreid bedje aanlevert. Zij realiseren zich naar mijn idee niet goed dat deze instrumentenmix uniek is voor de gemeente Tilburg en dat er ook gemeenten zijn die helemaal geen eigen raadspagina in een huis-aan-huisblad hebben, laat staan een televisieprogramma. Hieronder staat commentaar en aanbevelingen bij elk instrument.

5.6.1.1 Raadswerk

Raadsleden gaan naar mijn mening nogal laconiek met Raadswerk om. Ze geloven het allemaal wel. De raadsleden zeggen hun zegje wanneer ze moeten komen opdraven en that's it. Raadswerk is een communicatiemiddel dat gratis bij 85.000 huishoudens in de bus valt en waarin een raadslid zelf bepaalt wat hij zegt. Geen journalisten die partijpropaganda uit het persbericht verwijderen. Raadswerk als geheel wordt dan weliswaar niet gebruikt worden voor partijpolitiek, elke maand staat er wel een groot redactioneel stuk over een onderwerp op de pagina waarin twee voorstanders en twee tegenstanders aan het woord worden gelaten. Dé kans om te vertellen waarom jouw partij voor of tegen is, met behulp van een extern communicatiebureau dat jouw verhaal taaltechnisch goed neerzet zonder inhoudelijk te schrappen. De ruime gratis verspreiding zou dankbaar en vooral actief benut moeten worden. In Raadswerk mag naar mijn mening wel meer aandacht worden besteed aan de verschillen tussen de partijen door in ieder geval bij elke voorstel dat wordt besproken altijd de voor- en tegenstanders te noemen, hetgeen nu grotendeels gebeurt. Volgens de communicatieadviseur krijg je bij de redactionele stukken met voor- en tegenstanders heel snel een coalitie-oppositieverhaal. Daarin wordt geprobeerd zo eerlijk mogelijk de spreektijd te verdelen. In de oude raad was dit niet zo'n groot probleem omdat er toen slechts één eenmansfractie was. Nu zijn dat er vier. De vraag is hoe eerlijk het is om de vier eenmansfracties net zo vaak aan het woord te laten als één elf koppige fractie. Naar mijn mening mag je bij de verdeling van de sprekers ook rekening houden met de grootte van de partij en de eenmansfracties een (enkel) keertje minder aan het woord laten.

5.6.1.2 AGT

Afzender Gemeente Tilburg (AGT) wordt ook positief beoordeeld. Maar ook hier geldt dat sommige raadsleden een televisieprogramma van de gemeente niet als zo vanzelfsprekend zouden moeten nemen. Al maken sommige partijen er wel actief gebruik van. Waar voor de partijen geldt dat zij om de beurt op mogen komen draven voor een uitzending, geldt dat voor de raadsleden niet. De partijen denken na over het raadslid dat ze voor opnames wegsturen. Het zijn vaak de fractievoorzitters en buiten hen om komen alleen de bekende en degenen die het goed doen op televisie. Daar geldt niet om de beurt. In principe is dit een goede insteek, je moet geen raadsleden voor de camera zetten die heel onnatuurlijk overkomen en geen verhaal kunnen vertellen. Degene die dan echter continu afvalt, is de ombudsman. Over het algemeen zoekt de pure ombudsman niet actief de media op, terwijl hij wel het raadslid is dat het meest onder de gewone burger te zien is. Op straat is hij het bekendst. Het is jammer dat de kracht van het herhalen van de boodschap, steeds weer hetzelfde raadslid, niet mediabreed opgaat voor de ombudsman. Je kunt niet 39 raadsleden profileren. Iedere partij moet de fractievoorzitter en een ombudsman hebben die zich in de stad bekend maken. Je moet hun verhaal lezen in de krant, hun hoofd zien op televisie en hun persoon leren kennen in de wijken. De echte ombudsman is echter eerder mediaschuw en kan geen gelikt verhaal houden. Hij springt voor de camera van de hak op de tak en komt heel onnatuurlijk over. Hij zoekt niet zelf de media op en staat zeker niet overal vooraan om zijn gezicht te laten zien. De

ombudsman houdt zich op de achtergrond. Partijen (die dat nog niet doen) zouden moeten investeren in het maken van de vertaalslag van het verhaal van de ombudsman voor alle media. De vraag is wel, of de ombudsman daar zin in heeft. Hij hoeft zelf geen aandacht, het gaat hem echt om de zaak. Hij moet ervan overtuigd worden dat als hij in alle media goed zijn verhaal kan doen, hij juist meer aandacht krijgt voor de zaak.

Tevens moet AGT naar mijn mening ook op andere televisies uitgezonden worden dan bij de mensen in de huiskamer. AGT zou ook in de Stadswinkels en bij de VVV te zien moeten zijn op de televisies om de bekendheid van de raadsleden groter te maken.

5.6.1.3 Gast van de Raad

Voor de Gast van de Raad geldt dat de meeste raadsleden (op de ombudsman na) het type burger dat komt en de setting in twijfel trekken. Ik kan me daar wel iets bij voorstellen. Raadsvergaderingen zijn niet aantrekkelijk voor burgers. Ze zijn moeilijk te volgen en van tevoren is niet duidelijk op welk tijdstip jouw onderwerp aan bod komt. Het is ook zo dat de raadsvergadering er is voor besluitvorming en dat het onderwerp in de commissie besproken wordt. Voor mijn gevoel is de Gast van de Raad een beetje voor de show. De intentie om de burger meer bij de besluitvorming te betrekken is goed en ja, sommigen vinden het onder het mom van gratis koffie en gratis eten ook best leuk om te horen dat vóór hun onderwerp wordt gestemd. Maar het gaat om het besluitvormingsproces en niet om het besluit. De insteek van Gast van de Raad zou moeten zijn dat tijdens werkbezoeken nog meer gewone niet-professionele burgers worden bereikt om hen duidelijk te maken dat ze kunnen komen inspreken in de commissievergadering en dat daar de raadsleden van de verschillende partijen zitten met het betreffende onderwerp in hun portefeuille. In de commissievergadering betekent de stem van de burger nog wat, in de raadsvergadering is de burger slechts een opvulling van een anders lege stoel. Er kan pas getoost worden als beide keren de stoel bezet is.

5.6.1.4 Campagne 'De gemeenteraad beslist de moeite waard'

De campagne 'De gemeenteraad beslist de moeite waard', wordt door alle typen raadsleden mooi bevonden, maar zij trekken allen de werking in twijfel. Zowel de ombudsman als de partijpoliticus/coach vinden dat je als gemeenteraad niet met de boodschap 'wij zijn leuk' kunt komen als je niet eerst de burgers hebt aangehoord over wat zij juist niet leuk vinden aan de gemeente. Naar mijn mening zit daar inderdaad een discrepantie. Je kunt nog zoveel propaganda voor de raad er tegenaan gooien; de burger ziet de gemeente als de gemeente. En de raad is onderdeel van deze gemeente. Als je wilt dat de burger meer vertrouwen krijgt in de raad, dan moet je ervoor zorgen dat de burger meer vertrouwen krijgt in de gemeente. Raadsleden geven in de diepte-interviews vaak aan dat burgers naar hen toekomen met verzoeken waar zij helemaal niks mee kunnen. Fout. Als je als raadslid weer eens te horen krijgt dat de stoeptegels losliggen in Noord en dat de lantaarnpalen kapot zijn, dan verwijst je de burger door naar de gemeentelijke dienst waar ze wel moeten zijn. En dan bel je als raadslid zelf ook met die gemeentelijke dienst met de mededeling dat er bij de raad klachten van burgers binnen komen en dat er best vaart achter het recht leggen van de stoeptegels gezet mag worden. De gemeentelijke dienst kan dan aan het raadslid weer vertellen dat hij de klachten van de burger niet goed binnenkrijgt en dat hij denkt dat het niet duidelijk is waar de mensen moeten zijn voor het melden van losliggende stoeptegels. En wat voor stoeptegels geldt, geldt ook voor alle andere grotere onderwerpen. De burger moet zich prettig voelen in de wijk en daar gaat het om details. Als de burger niet meer met deze details naar raadsleden toe kan, is dit schadelijk voor de communicatie tussen raadslid en burger. Pas als de burger zich prettig voelt in zijn wijk, in de stad en geen problemen met de gemeente op zich ervaart,

zal hij meer interesse hebben in de raad. Dat wil niet zeggen dat je als raadslid de burger niet duidelijk moet maken dat er binnen die ene gemeente heel veel afdelingen zijn en dat je als raadslid of zelfs als gemeente niet overal invloed op hebt. Maar als volksvertegenwoordiger zoek je samen met de burger naar een oplossing, bekijk je welke onderwerpen de burger belangrijk vindt en controleer je of het college jouw opdrachten goed uitvoert.

Naar mijn mening is het wel goed om de raad haar eigen imago te geven, om in het kader van dualisme er voor te zorgen dat de raad zich binnen de gemeente kan profileren. De inwoners van Tilburg moeten er op gewezen worden dat de gemeenteraad hen vertegenwoordigt en dat je met al je gemeentelijke klachten bij de raad aan kan kloppen. De raad helpt je dan verder in de malle molen van de gemeente zonder dat zij voor iedere individu het Reglement van Orde erbij hoeft te pakken.

5.6.1.5 Uitzenden van raadsvergaderingen via internet en BIS

Het uitzenden van raadsvergaderingen via internet moet je als gemeente doen, omdat het in verhouding bijna niks kost en je op het gebied van internet niet achter kunt blijven. Naar mijn mening is er echter geen enkele burger die thuis vijf uur of langer achter zijn computer gaat zitten om onbegrijpelijke dialogen en ellenlange monologen te beluisteren. Het opnemen van het geluid en dat op internet zetten, is echter wel handig. Noturec kan op deze manier een soort digitaal archief worden en het Bestuurlijk Informatie Systeem (BIS) vervangen, dat door alle raadsleden als log, ongebruiksvriendelijk en ouderwets wordt omschreven. Raadsleden kunnen gebruik maken van het opgenomen geluid om te beluisteren wat er gezegd en toegezegd is zodat raadsleden bijvoorbeeld op hun afwijkende veranderde standpunten gewezen kunnen worden. Als in verkiezingstijd allemaal standpunten worden ingenomen die in de raad nooit meer worden aangehaald, kan ook de burger terugluisteren wat hun stem waard is geweest. Naast het opnemen van het geluid van de raadsvergadering voor raadsleden, is het interessant om een soort korte samenvatting van de raadsvergadering te maken met beeld voor de burger. Als een soort nieuwsitem. Hierin krijgt de burger de grappen, de heftige dialogen en de onderbouwing van de besluiten te horen. Op deze manier wordt de inhoud van een raadsvergadering op een interessante, bondige en duidelijke manier overgebracht. Het is echter wel zo dat er vanuit het mediateam geen extra geld en tijd voor vrijgemaakt kan worden en dat zou dan wel nodig zijn.

5.6.1.6 Termijnagenda

De Termijnagenda is een heikel punt. Raadsleden vinden het belangrijk, maar zeggen ook dat het niet uit de verf komt. Naar mijn mening is het erg belangrijk dat raadsleden zich niet enkel laten meeslepen door de waan van de dag. Dat gebeurt al genoeg door de media. Zij moeten oog houden voor de lange termijn onderwerpen, juist ook omdat je deze niet een week van tevoren pas naar buiten kunt gaan promoten. De griffie moet het initiatief nemen in het organiseren van veel werkbezoeken, contact mogelijk maken tussen raadsleden en instellingen en burgers in de stad. Raadsleden geven allemaal aan het druk te hebben. Het is daarom van belang dat zij zo kunnen instappen bij door de griffie georganiseerde werkbezoeken die betrekking hebben op de onderwerpen die in de commissie op de agenda staan. Als zij zich inschrijven voor werkbezoeken, zou het ook fijn zijn dat zij dan daadwerkelijk komen. Het (op het allerlaatste moment) herhaaldelijk afmelden voor een werkbezoek, is enigszins een ergernis van de raadsgriffie.

5.6.1.7 Beleidsagenda

De Beleidsagenda wordt door sommige raadsleden als een flop omschreven, anderen vonden het een goed instrument maar weten niet meer wat de onderwerpen waren die er uit kwamen.

De discrepantie tussen de raad als één geheel en de raad die bestaat uit verschillende partijen en de agenda die grotendeels door het college gevoerd wordt, maakt het mijn inziens moeilijk om een goede Beleidsagenda neer te zetten. Dit kan inderdaad enkel bij grote neutrale onderwerpen. De nieuwe gemeenteraad heeft met de Task Force Armoede een goede start voor het uitzetten van gezamenlijk eigen beleid.

5.7 Persbeleid

Contact met de pers verloopt voornamelijk via de fractievoorzitters op basis van de communicatiestrategie van de partij (voor zover aanwezig). Artikel 47 vragen is een veel ingezet instrument om indirect mee in de krant te komen. Verder krijgen het Brabants Dagblad en de Tilburgse Koerier de persberichten van de fracties over de e-mail. Het contact met de Tilburgse Koerier houdt daarmee op. Met het Brabants Dagblad is meer en intensiever contact omdat die krant vaker verschijnt en meer FTE heeft om de politiek mee te verslaan. De belangrijkste conclusie is dat bij het naar buiten brengen van informatie de ombudsman het minst op de media is ingespeeld. De pure ombudsman zoekt geen actief contact met journalisten. Hij kan niet goed, beknopt en helder zijn verhaal doen voor de camera, hij is immers gewend om gewone gesprekken te hebben met de burger waar de eh's, de ah's en het springen van de hak op de tak de dialoog enkel menselijk maken. De ombudsman staat niet graag op de voorgrond, het gaat hem niet om zijn eigen ego, maar om aandacht voor de zaak. Het zijn de anderen in de fractie van de ombudsman die zich bemoeien met de media en ervoor zorgen dat de ideeën van de ombudsman bij de pers terecht komen, vaak in de vorm van initiatiefvoorstellen of artikel 47 vragen. De bestuurder en de partijpoliticus zijn media-actiever. Wel moet gezegd worden dat er tussen deze typen grote verschillen bestaan, afhankelijk van de politieke partij waar zij actief zijn. Voor de coach/partijpoliticus geldt dat zij mediabewust zijn, maar binnen sommige partijen er nog niet altijd naar handelen. Dat geldt ook voor de niet actieve bestuurder en partijpoliticus. Zij weten heel goed waar zij het over hebben als zij over communicatie praten, maar brengen hun kennis over de theorie niet in de praktijk. Omdat ze het niet kunnen, of omdat ze het niet willen.

Sommige bestuurders, partijpolitici/coaches en partijpolitici weten de theorie wel in de praktijk te brengen. Waar alle raadsleden wel rekening houden met de deadline van een krant, houden zij (vaak fractievoorzitter, dan wel lid mediateam) ook rekening met de dag van verschijning van de krant, de ruimte op de pagina en de oplage. Zij zijn echt bezig met het krijgen van hun boodschap in de krant. Zij schrijven heel bewust hun persberichten in de weet dat deze vaak letterlijk worden overgenomen, zeker door huis-aan-huiskranten en maken gebruik van oneliners om zo hun boodschap in precies de juiste woorden terug te lezen in de kop boven het artikel. Zij weten dat de journalisten de oneliners overnemen en zorgen op die manier voor hun eigen verwoording van het nieuws. Journalisten geven toe het fijn te vinden als raadsleden hun verhaal kort en helder in oneliners kunnen verwoorden. Veel raadsleden kunnen nog een slag slaan in het verwoorden van hun verhaal naar de pers toe. Zowel in persberichten als in oneliners. Ook moet het bereik en de bereidwilligheid van het plaatsen van artikel 47 vragen van de Tilburgse Koerier niet worden onderschat.

Zoals gezegd is de belangrijkste conclusie voor het medium televisie dat de ombudsman het niet goed doet voor de camera. De raadsleden die goed in hun stukken zitten en bondig en duidelijk kunnen praten, plakken wel op camera. Televisie is vooral een medium dat is ingezet tijdens de verkiezingen door middel van het kopen van zendtijd. Op het gebied van vrije nieuwsgaring waren er geen echte nieuwsprogramma's op de lokale televisie waar raadsleden hun persberichten naar toe konden sturen en voor geïnterviewd konden worden. Omroep Brabant komt alleen om de hoek kijken bij heel groot nieuws. Televisie wordt door alle raadsleden als een belangrijk medium ervaren. Voor de ombudsman is het belangrijk, omdat

zoveel mensen thuis zitten overdag en er dan niks op tv is. Voor de media-inzichtelijke raadsleden is het belangrijk, omdat de kracht van tv zich wedermaal heeft bewezen gezien de zetelwinst van Hans Smolder die enkel zijn boodschap 'schreeuwde' op tv. Ook voor televisie geldt weer dat een deel van de bestuurders en partijpolitici de werking van het medium beaamt en zelfs toelicht, maar daar achteraan vertelt dat hij er geen gebruik van maakt, geen gebruik van wil maken, of de werking ervan heeft onderschat.

De ombudsman is tevens het minst actief op internet, omdat hij vindt dat je buiten moet zijn voor het leggen van contacten; hij vreest dan ook dat de computer de volksvertegenwoordigende rol steeds meer in het geding zal brengen. De bestuurder is al wat actiever op het net, maar de partijpoliticus/coach is het meest op internet te vinden. Dit ligt niet zozeer aan het type raadslid dan wel aan de partijen waar zij bij horen. Voor internet geldt dat de mogelijkheden ongekend zijn en dat op een enkele politieke partij na, raadsleden er weinig mee doen.

Het mediabeleid van raadsleden kan niet geheel los gezien worden van het mediabeleid van het College van B&W. Raadsleden hebben ten opzichte van het college een media-achterstand. Wethouders hebben duidelijke portefeuilles waarover zij het woord kunnen voeren in de pers. Zij zijn voor journalisten het interessants, omdat in het college het nieuws zit en de wethouders daar commentaar op kunnen geven. De gemeenteraad is moeilijker te quoten voor de pers, omdat dan meteen alle fractievoorzitters aan het woord moeten komen, er is niet één woordvoerder van de raad. Er is ook niet één mening, enkel democratische in meerderheid genomen besluiten. Raadsleden zijn vaak dan ook enkel interessant als zij bij het geheime nieuws in het college kunnen komen. Binnen de gemeente zegt team communicatie wel degelijk rekening te houden met de raad door onder andere in persberichten met collegenieuws te zetten dat de raad er nog een beslissing over moet nemen. Ook gaan er speciaal voor de raad persberichten uit. Er worden wel veel meer persberichten verzonden namens wethouders dan namens de gezamenlijke gemeenteraad. Daarnaast hebben wethouders ook de beschikking over een woordvoerder die bij de pers kan lobbyen voor beleid en wethouder.

De omgang met de media verandert in verkiezingstijd. Op het gebied van communicatie is tijdens de gemeenteraadsverkiezingen van 2006 vooral veel van het hetzelfde gedaan, maar dan in tienvoud. Tevens wordt het medium televisie (in tegenstelling tot de afgelopen vier jaar) heel actief ingezet voor verkiezingsspotjes. Partijen die daar echter geen geld voor hebben blijven achter. Verder wordt tijdens de gemeenteraadsverkiezingen de basis gelegd voor de bekendheid van raadsleden. Probleem hierbij is echter dat niet de toekomstige fractievoorzitters het meeste in het nieuws komen, maar de toekomstige wethouders. Zij zijn tenslotte vaak lijsttrekker. Ook de bemoeienis van het partijbestuur kan negatief uitwerken op de zichtbaarheid van raadsleden.

Concluderend biedt schema 5.7 een overzicht met het mediagebruik in de vorm van het Brabants Dagblad, de Tilburgse Koerier, de lokale televisie en internet van de verschillende typen raadsleden.

Schema 5.7: invulling raadsleden aan mediagebruik (naar type raadslid)

	Brabants Dagblad	Tilburgse Koerier	Lokale televisie	Internet
Bestuurder	- Indien fractievoorzitter	- Indien fractievoorzitter	- Indien fractievoorzitter	- Partij- en persoons-

	<p>(of mediaman), contactlegger. Meest benaderde medium.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Partij-afhankelijk actief opsteller art. 47 vragen. - Partij-afhankelijk bewust journalisten aan het bewerken via oneliners en persberichten (anderen zijn tegen). - Uit meeste commentaar op schriftelijke neerslag raadsvergaderingen. 	<p>passief contact. Partij-afhankelijk medium onderschat.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Geen commentaar op schriftelijke neerslag raadsnieuws. 	<p>partij-afhankelijk minimaal contact en inzet.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Voor sommigen: hoe meer kennis van de mediatheorie, hoe minder er van in praktijk wordt gebracht. - Ergert zich aan optreden Hans Smolders op tv. 	<p>afhankelijk redelijk actief op internet.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Erkent actief dat medium steeds belangrijker wordt. - Partij- en persoonsgebonden niet of soms actief op forums. - Persoonsafhankelijk positieve of negatieve mening over tilburgzeikt.com
Partijpoliticus/coach	<ul style="list-style-type: none"> - Indien fractievoorzitter contactlegger. Meest benaderde medium. - Actief opsteller art. 47 vragen. - Zoekt actief de media op (ligt ook aan partij). - Uit commentaar op schriftelijke neerslag raadsvergaderingen. 	<ul style="list-style-type: none"> - Indien fractievoorzitter (minst) passief(e) contact. 	<ul style="list-style-type: none"> - Indien fractievoorzitter partij-afhankelijk minimaal contact en inzet. - Ergert zich aan optreden Hans Smolders op tv. 	<ul style="list-style-type: none"> - Meest actief op internet (ligt ook aan partijen). - Sommigen erkennen nog een (verdere) inhaalslag te moeten maken. - Meeste commentaar op internetsite gemeente. - Bezoekt het meest forums. - Vindt tilburgzeikt.com een leuke/goede site.
Ombudsman	<ul style="list-style-type: none"> - Indien fractievoorzitter contactlegger. Meest benaderde medium. - Actiefste opsteller art.47 vragen, die nagekeken worden. - Zoekt minst actief contact 	<ul style="list-style-type: none"> - Indien fractievoorzitter passief contact. - Zoekt geen contact met journalist. 	<ul style="list-style-type: none"> - Indien fractievoorzitter partij-afhankelijk minimaal contact en inzet. - Zoekt tv niet op. - Kan boodschap niet goed overbrengen op 	<ul style="list-style-type: none"> - Minst actief op internet. - Erkent dat medium steeds belangrijker wordt. - Bang dat volksvertegenwoordigende rol wordt ondergesneeuwd door computer. - Bezoekt geen

	met journalisten. - Begrijpt werkwijze journalisten.		tv. Komt zenuwachtig over, terwijl hij wel oprecht is. - Vindt tv ook belangrijk omdat dat de burgers vermaakt die de hele dag thuis zitten. - Ergert zich aan optreden Hans Smolders op tv.	forums. - Kent wel tilburgzeikt.com en vindt het niet leuk.
Partijpoliticus	- Indien fractievoorzitter contactlegger. Meest benaderde medium. - Partij-afhankelijk actief opsteller art. 47 vragen. - Weigert boodschap 'smeuïger' te maken voor de pers. - Uit meeste commentaar op schriftelijke neerslag raadsvergaderingen.	- Indien fractievoorzitter partij-afhankelijk passief(er) contact. - Uit geen commentaar op schriftelijke neerslag raadsnieuws.	- Indien fractievoorzitter partij-afhankelijk minimaal contact. - Voor sommigen: hoe meer kennis van de mediatheorie, hoe minder er van in praktijk wordt gebracht. - Ergert zich heel erg aan optreden Hans Smolders op tv.	- Partij-afhankelijk niet tot redelijk actief op internet. - Erkent het steeds belangrijker worden van internet. - Bezoekt geen forums. - Kent wel tilburgzeikt.com en vindt het verschrikkelijk.

5.7.1 Commentaar en aanbevelingen

Over het gebruik van de media door de politiek op landelijk niveau is veel gezegd en geschreven. Van het netwerken in Nieuwspoort tot het oneindig loslaten van proefballonnen. Met een glimlach kijk ik dan naar het lokale mediagebruik van raadsleden. De plaatselijke journalist brengt meer uren door in de kroegen van Tilburg dan welke journalist dan ook, een raadslid komt hij echter zelden tegen. De hoeveelheid gemeentenuws van zijn hand is des te groter. De proefballon is ingeruild voor de artikel 47 vraag en deze waait bijna nooit voor je neus weg naar de concurrent. Hij wordt eerder lek geprikt door de perspropagandamachine van de gemeente. Deze staat nooit stil en voorziet de journalist van de opening krant. En als de woordvoerders van het college eens een keer het nieuws niet willen vertellen, dan komen de raadsleden een keer van pas.

5.7.1.1 Schrijvende pers

Het Brabants Dagblad en de Tilburgse Koerier besteden beiden veel aandacht aan gemeentenuws. De Tilburgse Koerier wordt echter naar mijn mening door nog te veel raadsleden onderschat als medium. Zoals reeds aangegeven, de Koerier valt bij 85.000 huishoudens in de bus. De waarde van dit bereik moet niet onderschat worden. Naar mijn

mening moeten raadsleden de Koerier vaker gebruiken voor het aanbieden van een primeur. Dit houdt tevens het Brabants Dagblad scherp die nu vaak het alleenrecht lijkt te hebben op primeurs. Daarnaast moet door alle partijen optimaal gebruik gemaakt worden van de plaatsing van vele letterlijke schriftelijke interessante vragen door de Koerier. Naast de Koerier moet ook het Brabants Dagblad actief benaderd blijven worden. Naar mijn mening mag er wel wat minder gezeurd worden over de inhoud van de artikelen. Helemaal omdat enkele raadsleden die het hardst roepen dat het om de inhoud gaat, zelf de ene na de andere oneliner gebruiken. Naar mijn mening staat het gebruiken van een oneliner dan ook niet gelijk aan geen aandacht voor de inhoud. De betogen van raadsleden zouden allemaal gebaseerd moeten zijn op het begrijpelijk en bondig informeren van de burger. Een oneliner kan ook dát betekenen. En als raadslid heb je de lokale pers toch nodig. Hoogleraar Journalistiek en Cultuur Frank van Vree slaat de spijker op de kop: "Het meest becommentarieert en het meest benadert. De gemeente koestert de lokale krant als luis in haar pels." Van Vree zegt in VNG-magazine van maart 2005 dat de lokale of regionale krant van oudsher het belangrijkste forum voor politiek debat is. "Zeker, de regionale radio en tv nemen veel functies over, maar zeker als het om de wat complexere onderwerpen gaat moeten die het afleggen tegen de krant. Daarin staat toch oneindig veel meer informatie dan je hoort of ziet op de lokale tv-stations. Gemeenten hebben de krant gewoon nodig. Om hun standpunten in kwijt te kunnen, maar zeker ook om weersproken te worden. Je moet het onderwerp van discussie willen zijn. Natuurlijk zijn bestuurders wel eens boos op de krant, omdat die niet schrijft wat zij willen of fouten maakt. Maar bestuurders zijn ook dankzij diezelfde krant gekozen."⁴⁶

5.7.1.2 Televisie

's Morgens om zes uur belt een cameraploeg bij huize Wiegel aan. Een vooraanstaand televisieprogramma wil weten wat de VVD aan een prangend probleem denkt te gaan doen. Hans Wiegel hangt in ochtendjas uit het bovenraam en zegt: 'De VVD gaat eerst even een kopje thee zetten.'⁴⁷ In Tilburg kun je als raadslid Hans Wiegel overstijgen als mediacraat; echter geen hordes cameraploegen die 's avonds laat voor je deur staan met de vraag wat je gaat doen. 'De VVD gaat eerst een schrobbelertje pakken' wordt niet eens door één cameraploeg opgenomen, laat staan gezien door miljoenen mensen. Tilburg heeft regionale televisiestations dat wel, programma's - over wat dan ook laat staan politiek - ontbreken het grootste deel van het jaar echter. De responderende raadsleden vinden televisie een belangrijk medium, pas tijdens de verkiezingen wordt het pas echt als medium ingezet. En dat resulteerde de afgelopen verkiezingen vooral in heel veel Hans Smolder op televisie. Dat zorgt er voor dat zodra je het woord televisie laat vallen bij raadsleden, zij massaal beginnen over het verschrikkelijke geschreeuw van Smolders op Regio-TV. Naar mijn mening wisten veel raadsleden niet om te gaan met Smolders. Velen negeerden hem in verkiezingstijd, wilden niet geassocieerd worden met zijn schreeuwerige manier van politiek bedrijven. Het is wel opvallend dat heel veel raadsleden Smolders' filmpjes op Regio-TV de reden noemen dat de Lijst Smolders Tilburg vanuit het niets vijf zetels haalde. Smolders is echter geen filmster, soapacteur of Idol die enkel vanwege zijn hoofd stemmen trekt. De man had ook een boodschap. Volgens velen was dit misschien enkel een schreeuwerige boodschap dat het bij de gemeente niet deugd, maar het is wel de onvrede over de politiek die naar mijn mening bijna 10.000 mensen hebben doen stemmen op Smolders. Slechts een enkel raadslid kijkt verder dan het continu op televisie verschijnen van Smolders en zegt dat zijn zetelwinst ook te maken heeft met de onvrede van de burgers.

⁴⁶ Mudde, L. (2005). Gemeente koestert luis in haar pels. *VNG-Magazine*. 10.

⁴⁷ Bemboom, W. (1999). *Hans Wiegel en de media*. Naarden: Strengtholt.

Smolders heeft het gebruik van lokale televisie onder het vergrootglas gelegd, al zegt hij terecht dat de kracht van lokale televisie niet vergeleken kan worden met de kracht van de landelijke televisie. Op lokaal niveau zijn het niet de media alleen en al helemaal niet de televisie alleen die voor je bekendheid moeten zorgen. Oud-fractievoorzitter van de PvdA in Den Haag en journalist Henk Kool bevestigt dit beeld en zegt in VNG-Magazine: "Als jij als raadslid af en toe met je gezicht in de krant staat en denkt daarmee de verkiezingen te winnen, dan heb je het mis. Vroeger ja, toen las bijna iedereen de krant. Maar dat is al lang niet meer zo. Om successen te behalen als politicus moet je de wijk in, de rokerige kroegen opzoeken."⁴⁸ Naar mijn mening draait het daar ook om. Raadsleden moeten niet de media gebruiken om bekend te worden, maar de wijken. De media zorgt enkel voor een versterkend effect.

5.7.1.3 Internet

Internet is niet het medium van de toekomst, maar het medium van nu zoals één raadslid het formuleerde. Ik denk dat enkele partijen goed op weg zijn met een heel actieve site, andere partijen daarentegen hebben nog een hele inhaalslag te maken, ook in het bezoeken van andere sites. Het merendeel van de raadsleden zou vaker op niet gemeentelijk georganiseerde discussieforums moeten kijken om een idee te krijgen wat de reacties op actuele onderwerpen zoal zijn. De site www.tilburgzeikt.com heeft negen keer zoveel bezoekers als de gemeentesite. En als je niet van 'flauwe' humor houdt, zijn er ook genoeg humorloze discussieforums waar de burger van zich laat horen. Naar mijn mening moeten discussieforums wel enkel een aanvulling op en geen vervanging zijn van live discussies. Ook de raadsgriffie worstelt met internet. Moet er worden aangesloten bij bestaande forums of moet je op de eigen site discussies initiëren, is één zo'n vraagstuk. Bekkers (2001) bestudeert in Bestuurswetenschappen de virtuele gemeenschap, specifiek de Linux-gemeenschap. "De Linux-gemeenschap laat zien dat het internet nieuwe vormen van organiseren mogelijk maakt, die vooral interessant zijn vanuit het oogpunt van participatief leren. Kennisname van een aantal organisatieprincipes zou aanknopingspunten kunnen bieden voor het inrichten van virtuele beleidsgemeenschappen als alternatief voor de bestaande digitale discussieplatforms."⁴⁹ De eerste aanzet voor de Linux-gemeenschap werd in 1991 gedaan door de Fin Linus Thorvalds. Hij was geïnteresseerd in het ontwerpen van een Unix-achtig systeem voor zijn eigen computer. In een discussiegroep op het internet maakte hij zijn ervaringen bekend. Iedereen die maar wilde, mocht de code uitbouwen, toetsen en verfijnen. De broncode van de software was voor iedereen toegankelijk. "Linux leert dat meer ogen meer fouten zien: vanuit meerdere perspectieven naar een probleem kijken, daarbij gebruik makende van een grote variëteit aan kennis en ervaring. Er moet ruimte zijn voor concurrerende benaderingen en alternatieve definities en oplossingen van het probleem. Teisman (1999) spreekt in dit verband over het belang van de creatieve concurrentie van ideeën. De praktijk van bestaande discussieplatforms is veelal anders. Soms is de probleemdefinitie een gegeven, waardoor bepaalde oplossingsrichtingen te zeer voor de hand liggen. In andere gevallen is de oplossing gegeven en mogen deelnemers daarover hun mening ventileren. Deze beperkingen hebben tot gevolg dat de meest interessante discussies buiten het officiële platforms worden gevoerd. Volgens Schalken (1998) is het daarom voor

48 Mudde, L. (2005). Gemeente koestert luis in haar pels. *VNG-Magazine*. 10.

49 Bekkers, V.J.J.M. (2001). Virtuele beleidsgemeenschappen. Over responsieve democratie en digitale participatie. *Bestuurskunde*, nr.6.

ambtenaren interessanter om in deze niet-officiële discussie te participeren en daar al rond snuffelend ideeën en informatie te verwerven.”⁵⁰

Naar mijn mening moeten raadsleden hun ogen goed openhouden en discussieforums in de gaten houden. Deze sites zijn namelijk niet van de gemeente. En juist op niet-gemeente sites zullen mensen hun gal echt spuien over de gemeente. Bekijk de discussie, filter de onzinnige informatie en trek na of hetgeen waar de chatters over klagen waar is en in hoeverre jij daar iets mee kan. Daarnaast moet op de gemeentesite een forum vanuit de gemeenteraad worden opgezet. Daarbij is het van belang dat zoals Bekkers al aangeeft, de probleemdefinitie de oplossingsrichtingen niet indirect al dichttimmerd. Verschillende visies zullen nieuw licht op de zaak doen schijnen. Naar mijn mening zouden de fracties van de gemeenteraad bij alle onderwerpen die in de raadsvergadering besproken worden, op de site van de gemeente hun standpunten moeten verkondigen. Op de site van de raad wil je lezen wat alle partijen vinden over de kleine en grote onderwerpen die spelen in de stad. Ook op alle gemeentelijke beleidssites die over het onderwerp gaan, wil ik dit lijstje terug kunnen vinden. Op die manier kunnen burgers vier jaar lang lezen en bekijken wat alle partijen vinden. Tevens moeten de ingenomen standpunten over onderwerpen besproken tijdens de raadsvergaderingen de dag na de raadsvergadering op de raadssite te lezen zijn. De mening van alle partijen over alle onderwerpen, dus ook over de niet aangenomen voorstellen. Pas wanneer ook de niet aangenomen initiatiefvoorstellen en moties besproken worden, krijgt de burger een compleet beeld van wat de partijen willen.

Daarnaast zou de gemeenteraad een hyves moeten beginnen. In juli 2006 waren er slechts tien hyves die tevoorschijn kwamen na het intypen van het woord gemeenteraad en geen één daarvan was van een ‘echte’ gehele gemeenteraad. Ook zou de gemeente Tilburg zelf een hyves moeten beginnen. Meer dan honderd gemeente zijn de gemeente Tilburg al voorgegaan en ook Tilburgs bekendste wethouder Jan Hamming is een hyver. Hyves telt bijna 2.5 miljoen leden waaronder een enkel Tilburgs raadslid en het kan voor de gezamenlijke gemeenteraad geen kwaad om hun gezamenlijke beleidsplannen op Hyves te zetten.

Verder kan de griffie en de gemeenteraad inspiratie opdoen uit de wijkwebsite Hoogkerk van de gemeente Groningen (www.hoogkerk.groningen.nl) die in 2006 de Galjaardprijs won. Deze landelijke communicatieprijs wordt jaarlijks uitgereikt aan een overheidsinstelling die op een oorspronkelijke en innovatieve manier communiceert met haar publiek. Op de wijkwebsite Hoogkerk zijn video-wijkjournaals te zien over allerlei gebeurtenissen in en rond Hoogkerk. Een CameraJournalist (CamJo) van de lokale omroep produceert deze filmpjes. Met de website bekijkt de gemeente op welke manier het internet gebruikt kan worden om communicatie en interactie met de bewoners te verbeteren. De gemeente Groningen werkt hierin nauw samen met de Vereniging Wijkopbouw Hoogkerk, verschillende wijkinstanties en de lokale omroep OOG. Via de website staan de wijkvereniging, de gemeente en overige instellingen in de wijk in contact met de wijkbewoners. Bewoners kunnen (onderling) reageren op nieuwsberichten, er zijn enquêtes en servicepagina’s. De wijkwebsite is onder meer gemaakt in het kader van ‘E-voice’. Dat is een Europees gesubsidieerd samenwerkingsverband, dat tot doel heeft de betrokkenheid van de burgers bij de politiek te vergroten (www.groningen.nl). Naar mijn mening zorgt een wijkwebsite voor een directer contact tussen politiek en burger. De wijkambassadeurs van de gemeente kunnen een rol spelen op deze site door, naast zichtbaar te zijn in de wijk, ook op de site hun belevenissen te vertellen. Daarnaast is binnen de fractie vaak een verdeling gemaakt wie welke wijken ‘covert’. De raadsleden van verschillende

⁵⁰ Bekkers, V.J.J.M. (2001). Virtuele beleidsgemeenschappen. Over responsieve democratie en digitale participatie.

Bestuurskunde, nr.6.

fracties kunnen met een kleine camera de wijk ingaan en hun huiskamergesprekken en beelden van de wijk filmen. Op de wijkwebsite en op de gemeenteraadswebsite kunnen deze filmpjes dan gedownload worden. De raadsleden kunnen zélf na een korte training met een kleine camera de wijk ingaan, omdat dat de filmpjes persoonlijker maakt en omdat er geen geld is voor een CamJo binnen het mediateam.

5.7.1.4 Verkiezingen

Tijdens de gemeenteraadsverkiezingen van afgelopen maart was er - zoals altijd in verkiezingstijd - sprake van een overload aan media-aandacht voor de politiek. Aangezien er raadsleden gekozen worden, zouden ook raadsleden hier het meeste gebruik van moeten kunnen maken. Dit is echter niet het geval. Allereerst is daar de af en toe zeker storende aanwezigheid van Wouter Bos met een miljoen rode rozen in de winkelstraat, in het buurtcentrum en op de terrassen en de lachwekkende aanwezigheid van Kruikenzeiker Jan Peter Balkenende tijdens carnaval. Landelijke politici of te wel lijsttrekkers, hebben ineens heel veel favoriete steden waar zij een parade moeten lopen. Helaas zijn er veel te veel burgers die hier in trappen en landelijk stemmen. Zij zijn dan ook erg verward als blijkt dat Femke Halsema niet op de kieslijst staat voor GroenLinks in Tilburg. Als het niet de landelijke kopstukken zijn die de raadsleden verdringen in de media, zijn het wel de wethouders. Dat zij het in niet-verkiezingstijd winnen van de raadsleden is al duidelijk geworden, maar ook in verkiezingstijd krijgen de wethouders alle aandacht. De lijsttrekkers van de collegepartijen zijn bijna altijd de wethouders van het vorige college. Zij zijn in alle debatten te zien en hangen veelal met hun hoofd in de stad. Zij krijgen in de pers de meeste aandacht, één had zelfs een eigen reality soap op de lokale televisie in de maanden voor de verkiezingen. Hierdoor kunnen heel veel raadsleden zich niet goed profileren. De lijsttrekkers van de partijen die uiteindelijk een nieuw college vormen, verdwijnen uit de gemeenteraad en worden (weer) wethouder. De bekendheid blijft. Niet voor niets wordt in Tilburg een wethouder als Tilburgs bekendste raadslid genoemd door vele burgers. Het is natuurlijk logisch dat een politieke partij zoveel mogelijk stemmen wilt behalen en daarom gebruik maakt van de bekendheid van de lokale partijkopstukken. Zij staan tenslotte ook als nummer 1 op de lijst. Naar mijn mening moet dát veranderen. Binnen partijen is bij het samenstellen van de lijst ook overleg over de mensen die misschien wethouder worden indien nodig. Ook de beoogde fractievoorzitter is dan bekend. Naar mijn mening moet de beoogde fractievoorzitter de lijsttrekker worden. Op die manier zijn het de latere fractievoorzitters die met elkaar in debat gaan tijdens het Brabants Dagbladverkiezingsdebat en zijn het de fractievoorzitters die op de posters prijken. Is het niet vreemd dat tijdens de verkiezingen voor raadsleden - volksvertegenwoordigende, kaderstellende én controlerende raadsleden - de meeste aandacht uitgaat naar diegenen die straks gecontroleerd worden? Communicatie over de raad betekent ook duidelijkheid. Naar mijn mening krijgt de gemeenteraad een eerlijkere start als de echte raadsleden al bekendheid hebben vergaard tijdens de verkiezingen. Dat lukt natuurlijk nooit bij alle 39, maar het is in ieder geval fijn dat na installatie van de nieuwe raad de fractievoorzitters al bekend zijn. De wethouders halen die bekendheid toch wel in tijdens hun ambtperiode, omdat zij vier jaar lang continu actief in de media zijn. En vooruit, hossende Balkenende en Bos mogen zich als Kruikenzeiker in aanloop naar de gemeenteraadsverkiezingen op het bier storten, want het landelijk effect zal nooit geheel weggenomen kunnen worden.

Tevens moet binnen elke partij gelden dat de raadsleden op de kandidatenlijst voorop gesteld moeten worden en dat niet enkel het bestuur bepaalt wat er gebeurt. Het bestuur stelt de kandidatenlijst samen en daar plaatst zij de kandidaat-raadsleden. Als zij geen vertrouwen heeft in deze mensen, moet zij hen niet op de lijst plaatsen.

5.7.1.5 Raadsgriffie

De raadsgriffie is op het gebied van communicatie naar mijn mening goed bezig. Er is een actieve communicatieadviseur die vooral bij andere gemeenten ten rade moet gaan om te kijken wat er nog verbeterd kan worden. De raadsgriffie moet als team wel beter leren communiceren met elkaar en zij moeten allen binnen de gemeente laten zien dat zij voor de gemeenteraad werken en niet voor het college. Verder moet zij vooral doorgaan met het faciliteren en ondersteunen van de gemeenteraad. Om te ondersteunen in de volksvertegenwoordigende functie zou er één lijst moeten komen die op de kamer van de griffie hangt en op internet te raadplegen is, waar alle wijkbijeenkomsten, inspraakavonden, thema-avonden, enzovoort op staan. Dit lijkt mij erg handig voor raadsleden. Zo weten zij waar ze heen kunnen gaan in de stad, buiten de bezoeken die zij zelf organiseren. Dit is tevens handig omdat de opmerking wordt gemaakt dat raadsvergaderingen en commissievergaderingen vaak tegelijk vallen met inspraakavonden of wijkbijeenkomsten. De gemeente moet daar bij het plannen van bewonersavonden en dergelijke wel rekening mee houden. De raadsgriffie kan zo makkelijk controleren of dat wordt gedaan.

Naar mijn mening zou de raadsgriffie zich verder kunnen laten inspireren door de ideeën van Duyvesteyn, want het initiatief om als raad gezamenlijk op te treden zal van de griffie moeten komen, van de oude raad kwam het in ieder geval niet. En de raad moet wel meer als één gemeenteraad naar buiten treden. Naar mijn mening mag de raadsgriffie meer gezamenlijke persberichten de deur uit doen. Hierin staat dan natuurlijk vaak niet één gezamenlijk standpunt, maar het in meerderheid genomen besluit kan tezamen met de voor en tegens van alle partijen wel een persbericht vullen. Alle journalisten van alle media krijgen op deze manier vaker bericht van de gemeenteraad waardoor zij zich ook bewuster worden van het bestaan van de gemeenteraad. Tegelijkertijd moet er aandacht worden (blijven) besteedt aan de profilering van de politieke partijen. De griffie is daar weliswaar niet voor, maar zal de communicatiemiddelen Afzender Gemeente Tilburg en Raadswerk daar wel voor moeten benutten. Het allerbelangrijkste in communicatie is het herhalen van de boodschap. Daarom moet er ook worden blijven ingezet op de profilering van de raad in de huidige campagnestijl. Herhaling betekent ook dat de standpunten van de politieke partijen in de raad niet enkel vier maanden voor de verkiezingen gecommuniceerd moeten worden, maar vier jaar lang. Ik wil van elke partij vier jaar lang een paar bekende koppen zien die mij in alle soorten media vertellen waar zij voor staan en wat zij allemaal doen voor mij. Door gebruik te maken van multimediale strategieën als onderdeel van de communicatiestrategie, moet het toch mogelijk zijn om de raadsleden en hun werk bekender te maken, zodat over vier jaar nog meer Tilburgers gaan stemmen. Op een echt raadslid.

5.8 Communicatieprofielen raadsleden

De centrale doelstelling van dit onderzoek is onderzoeken wat voor typen raadsleden er binnen de gemeenteraad van 2002-2006 aanwezig zijn en of er een verband is tussen het type raadslid en de multimediale strategieën die hij gebruikt. De typen raadsleden hebben allemaal een bepaald profiel zoals opgesteld door Tops en Zouridis. Om te bepalen wat het communicatieprofiel van de raadsleden is, is onderzocht in hoeverre raadsleden rekening houden met de basiselementen van een communicatiestrategie zoals opgesteld door Beaudry en Schaeffer bij het verzamelen en naar buiten brengen van informatie. Het mediagebruik en het gebruik van de externe communicatiemiddelen van de raadsgriffie is onderzocht. Verder is onderzocht hoe de verschillende typen raadsleden communiceren met burgers en in hoeverre de raadsleden zich bezighouden met Depla's strategieën van politieke en bestuurlijke vernieuwing.

Na het analyseren van alle onderzoeksresultaten kunnen er voor de in de gemeenteraad van Tilburg meest voorkomende typen raadsleden, de bestuurder, partijpoliticus/coach, ombudsman en partijpoliticus, communicatieprofielen worden samengesteld. Deze zouden gezien kunnen worden als een toevoeging aan het profiel van het raadslidmaatschap zoals opgesteld door Tops en Zouridis. De communicatieprofielen schetsen enkel een beeld van de typebrede eigenschappen van de raadsleden. Zoals al eerder opgemerkt, zijn heel veel kenmerken partij- en of persoonsafhankelijk en is ook het wel of niet zijn van fractievoorzitter van invloed.

5.8.1 Communicatieprofiel bestuurder

Raadsleden met de stijl van een bestuurder hebben gemiddeld het minste direct contact met burgers. Zij vinden het wel belangrijk dat burgers inspraakmogelijkheden hebben, maar enkel in commissievergaderingen en niet in raadsvergaderingen. De bestuurder staat dan ook het minst positief tegenover het door de gemeente uitnodigen van burgers voor een raadsvergadering. Het heeft voor burgers geen zin om gehele raadsvergaderingen uit te zitten, omdat zij de dossierkennis niet hebben. De bestuurder ergert zich aan de individualistische aard van de problemen waarmee burgers bij hem aankloppen. Veelal is ook enkel de burger als kiezer interessant. Bijna alle bestuurders zijn tegen het referendum. Zij vinden dat zij gemandateerd zijn en beslissingen moeten nemen voor de stad. De bestuurder houdt zich ook niet actief bezig met het versterken van de positie van de gemeenteraad. Hij vindt dat de stad bestuurd moet worden en het maakt niet uit waar een voorstel vandaan komt. De kijk op het dualisme is wel afhankelijk van of de bestuurder in een oppositiepartij of een coalitiepartij actief is.

De bestuurder houdt op diverse manieren rekening met de basiselementen van een communicatiestrategie. Bij het verzamelen van informatie geldt voor alle bestuurders dat zij worstelen met het basiselement timing. De lange termijn planning is voor de bestuurder erg belangrijk, maar moeilijk uit te voeren. Met de bron van informatie wordt op diverse manieren rekening gehouden. Zo houdt de bestuurder rekening met wat een soort informatie tot zijn beschikking staat. Hij zal de nuance proberen te leggen tussen een boze bewonersbrief en de ambtelijke stukken over hetzelfde stuk. Bij het naar buiten brengen van informatie handelt de bestuurder erg partij- en persoonsafhankelijk. Allen delen enkel de mening dat ze met doelgroepen rekening moeten houden en dat niet doen. Verder zijn sommigen helemaal niet mediabewust en anderen des te meer. De bestuurder binnen bepaalde politieke partijen is bewust de media aan het bewerken. Door het gebruik van oneliners en het bewustzijn van het vaak letterlijk overnemen van persberichten door journalisten, wordt er actief ingezet op het in eigen woorden teruglezen van het nieuws in de koppen van de kranten. Ook wordt er rekening gehouden met de oplage en de dag van verschijning van de krant. Er zijn echter ook bestuurders die weigeren zich aan de media aan te passen. Voor sommigen bestuurder geldt ook dat zij wel over communicatiekennis beschikken, maar deze theorie niet in de praktijk kunnen of willen brengen.

5.8.2 Communicatieprofiel partijpoliticus/coach

In de Tilburgse gemeenteraad komt het type pure coach niet voor. Wel hebben meerdere raadsleden de stijl van partijpoliticus/coach. De partijpoliticus/coach heeft veel direct contact met burgers. Hij praat met hen over de problemen die de burgers ervaren met de gemeente en de partijpoliticus/coach ervaart die zelf vaak ook. Hij stoort zich wel een beetje aan het feit dat burgers alleen maar aankloppen bij raadsleden met hun individuele problemen. De partijpoliticus/coach vindt het belangrijk dat burgers inspraakmogelijkheden hebben. Hij is dan ook voor het referendum, maar niet over onderwerpen die zich daar niet voor lenen. Hij vindt

het belangrijk dat burgers komen inspreken in commissievergaderingen, maar is sceptisch over inspreken tijdens de raadsvergaderingen. Hij trekt de setting en de soort burgers die komen als gast van de raad in twijfel. De partijpoliticus/coach houdt zich bewust bezig met het vergroten van de daadkracht van het gemeentebestuur door ambtenaren en de griffie aan het jasje te trekken als stukken bijvoorbeeld te laat zijn geleverd. Ook staat hij voor het versterken van de positie van de gemeenteraad. Hij vindt dat de raad nog teveel achter het college aanhobbelt, al zal een deel dat zelf ook nog teveel doen. De partijpoliticus/coach staat achter het dualisme, maar vindt dat het niet goed werkt en dat het ook moeilijk te communiceren is naar de burger. Maar hij praat wel met de burger over het raadswerk.

De partijpoliticus/coach gebruikt bij het verzamelen van informatie allerlei bronnen, partij- en niet partijgeluiden. Als hij bij een doelgroep informatie verzamelt, verstaat hij onder doelgroep niet de achterban, maar de betrokken actoren bij een bepaald onderwerp (en soms ook niet betrokken actoren, omdat iedereen iets mag zeggen). Hij gaat wel voorzichtig om met individuele geluiden uit de stad en uit de krant. Hij verzamelt vooral informatie als een onderwerp speelt en daarmee wordt er ook rekening gehouden met het basiselement timing van een communicatiestrategie. Bij het naar buiten brengen van informatie is de partijpoliticus/coach het type dat van alle typen het meeste rekening houdt met doelgroepen. Ook is hij het meest actief op internet en uit hij het meeste commentaar op de internetsite van de gemeente. Hij uit ook commentaar op pogingen van de gemeente om de gemeenteraad in de stad via een reclamecampagne te promoten. De partijpoliticus/coach vindt dat de gemeente eerst haar oor maar eens te luisteren moet leggen bij de burger en diens commentaar serieus moet nemen voordat zij de burger probeert te overtuigen dat de gemeente 'echt wel leuk' is.

De partijpoliticus/coach zoekt vaak actief contact met de media en verschijnt ook veel in de media onder andere doordat hun vele opgestelde initiatiefvoorstellen, moties en artikel 47 vragen veelal de krant halen. Zijn actieve inzet op internet uit zich in een vaak uitgebreide website en het bezoeken en waarderen van door andere opgezette (kritische) forums. Doordat de partijpoliticus/coach vaak meerdere malen binnen één partij voorkomt, staat niet zozeer het raadslid als wel de partij bekend om zijn actieve internetsite.

5.8.3 Communicatieprofiel ombudsman

De ombudsman heeft het meest direct contact met burgers, hij is een man van de straat. Hij praat met de burgers over de problemen die zij ervaren met de gemeente en erkent en ervaart deze problemen zelf ook. Hij neemt het op voor individuele burgers en vindt het dan ook geen probleem dat het contact tussen burgers en raadsleden gaat over de eigen problemen van de burger. Hij is het meest op straat, maar geniet geen bekendheid in de stad net als alle andere typen raadsleden. De ombudsman vindt het belangrijkste dat burgers betrokken worden bij de politiek. Hij vindt inspraakmogelijkheden voor burgers erg belangrijk en dan niet alleen in commissievergaderingen. Ook in de raadsvergaderingen mogen burgers komen inspreken, als ze daar maar niet te lang op hoeven te wachten. De ombudsman is ook voor het referendum. Hij praat met de burger over het raadswerk, maar niet om zichzelf te promoten. Hij vindt ook dat wanneer de gemeente een campagne begint om de gemeenteraad te promoten, zij eerst echte gesprekken met de burger moet voeren om aan te horen wat hun problemen zijn. Pas daarna kun je de gemeenteraad gaan promoten. Het gaat de ombudsman om actief burgerschap en niet alleen om de burger als kiezer. De ombudsman zegt zich niet bezig te houden met het vergroten van de daadkracht van het gemeentebestuur, maar onbewust doet hij dat toch. Hij is namelijk diegene die de klachten van de burger aanhoort en altijd met een collega politicus over deze individuele zaken praat. Hij vraagt de fractie of het college aandacht te besteden aan deze zaken. Hij zal ook persoonlijk gaan kijken waar de

stoeptegels los liggen en persoonlijk bij de ambtenaren checken hoe het staat met het recht slaan van de tegels. De ombudsman ziet dit alles echter 'slechts' als luisteren naar en opkomen voor de burger. De ombudsman houdt zich niet actief bezig met het versterken van de positie van de gemeenteraad. Het maakt hem niet uit dat beleid vanuit het college wordt geïnitieerd, omdat hij op straat kijkt wat er speelt en zo met beleidsideeën komt en hoopt dat deze worden overgenomen door wie dan ook.

De ombudsman worstelt het meest met het vinden van een balans tussen partij- en burgerinformatie. Bij het verzamelen van informatie houdt hij rekening met een doelgroep door er zeker van te zijn dat de informatie van de werkvloer komt en begrijpelijk is voor Jan modaal. Hij zal altijd zijn bron beschermen. De ombudsman houdt opvallend ruim rekening met timing bij het verzamelen van informatie. Hij kijkt naar wat er op de agenda staat in Den Haag om zo landelijk genomen beslissingen optimaal op lokaal niveau uit te kunnen werken. Hij kijkt ook naar wanneer het de beste tijd is om met ideeën te komen, want als het geld op is moet je niet een mooi voorstel laten afschieten dat maanden later wel op steun en geld kan rekenen. Bij het naar buiten brengen van informatie denkt de ombudsman niet aan een doelgroep, omdat hij zegt er voor iedereen te zijn. Verder is de ombudsman het slechtst in informatie naar buiten brengen in de media. De ombudsman zoekt zelf geen contact met journalisten en is soms zelfs mediaschuw. Hij kan zijn boodschap niet goed overbrengen en dat is het meest te merken op televisie. De ombudsman heeft echt hart voor de zaak, maar komt heel gemaakt over op televisie. Hij kan niet duidelijk en beknopt zijn boodschap overbrengen. Hij is immers de echte huiskamergesprekken met burgers gewend waar de eh's en ah's en het van de hak op de tak springen de gesprekken enkel menselijk maken. De ombudsman wil aandacht voor de zaak en staat zelf niet graag in het middelpunt van de belangstelling. De ombudsman komt met veel ideeën voor schriftelijke vragen en het is vaak een andere mediabewuste fractiegenoot die hem helpt met het geschikt maken van de vragen voor de media. Op die manier komt de ombudsman indirect veel in de krant. De ombudsman heeft als het enige type geen commentaar op de schriftelijke neerslag van het raadswerk, omdat hij wel begrijpt dat sommige dingen nou eenmaal sneller nieuws zijn voor een journalist. Het medium televisie vindt hij vooral belangrijk als vermaak voor de burgers die de hele dag thuis zitten en waar niks voor op de lokale zender te zien is.

De ombudsman is het minst actief op internet. Hij erkent het groeiende belang van het medium, maar is zelf minimaal op het net te vinden. Hij is bang dat de volksvertegenwoordigende rol van een raadslid wordt ondergesneeuwd door de computer. De ombudsman vindt dat je buiten moet zijn. Hij vindt dat je als raadslid op straat je informatie moet verzamelen en niet via het internet.

5.8.4 Communicatieprofiel partijpoliticus

De partijpoliticus heeft niet echt een eenduidig communicatieprofiel, juist omdat hij een partijpoliticus is. Het partijprogramma en de uitgangspunten van elke partij verschillen en daarom verschilt ook de werkwijze van een partijpoliticus. Zo vindt de partijpoliticus van een lokale partij het belangrijk om direct contact te hebben met burgers, de partijpoliticus van een landelijke partij vindt dat niet. Beiden storen zich aan de individualistische aard van de problemen waar burgers bij raadsleden mee aankloppen. De partijpoliticus vindt inspraakmogelijkheden voor burgers belangrijk, maar enkel in commissievergaderingen en niet tijdens raadsvergaderingen. Hij is ook tegen het referendum. De partijpoliticus vindt dat hij is gemandateerd om beslissingen te nemen voor de inwoners van de stad. Hij spreekt vooral de burger als kiezer aan en wil de burger niet bij de politiek betrekken, maar bij de partij. De partijpoliticus houdt zich bewust bezig met het vergroten van de daadkracht van het gemeentebestuur door ambtenaren en de griffie direct aan te spreken als iets niet klopt. Hij

houdt zich niet bezig met het versterken van de positie van de gemeenteraad. Hij vindt dat de stad bestuurd moet worden en het maakt niet uit of een goed voorstel van het college of de raad komt. Hij zit natuurlijk wel zelf liever in het college, omdat zijn ideeën daar een grotere kans van slagen hebben.

De partijpoliticus is heel duidelijk bij het verzamelen van informatie; hij selecteert alleen informatie die hij kan gebruiken om zijn partijprogramma te verwoorden. Hij vindt het wel belangrijk om bij beleidszaken vooral de betrokken actoren te horen en niet alleen de achterban. De partijpoliticus gaat heel voorzichtig om met individuele geluiden uit de stad en de krant. Eén zwaluw maakt nog geen zomer en het moet niet zo zijn dat hij als raadslid voor het karretje van belangenorganisaties of burgers wordt gespannen. Bij het naar buiten brengen van informatie is het partijprogramma de bijbel. Voor de partijpoliticus van een landelijke partij betekent dat de landelijke richtlijnen gevolgd worden. De partijpoliticus weigert zijn boodschap aan te passen en smeüiger te maken voor de pers. Hij is tegen het gebruik van oneliners, tegen het negatief schreeuwen om de aandacht te krijgen en zal nooit bepaalde woorden gebruiken om in de krant te komen. Hij blijft staan achter zijn verwoording van zijn partijprogram. De partijpoliticus uit veel commentaar op de schriftelijke neerslag van het raadswerk. Hij is niet erg actief op internet, maar de meesten zijn wel heel actief in het stellen van schriftelijke vragen en halen daarom veel de krant.

De partijpoliticus is veelal goed op de hoogte van de theorie over communicatie, maar kan of wil deze niet in de praktijk brengen.

TILBURG

WAAR DE CITYRING BREDER IS DAN DE MAATSCHAPPELIJKE DISCUSSIE

Lotje

6

Literatuurlijst

- Arnbak, J.C., Cuilenburg van J.J. & Dommering, E.J. (1991). *De Openbare elektronische informatievoorziening. Achtergrondstudies voor het project Lange termijn Mediaplanning LTMP*. Amsterdam: Otto Cramwinckel Uitgeverij.
- Beaudry, A. & Schaeffer, B. (1986). 'Wrong Local and State Elections: The Guide to Organizing Your Campaign.' In: Kramer, N.P.G.W.M., Nijpels, E.H.T.M., Pauw, B.M.J. & Tiddens, L. (red). (1994). *Politieke communicatie in Nederland. Over campagnes, kandidaten en media*. Den Haag: SDU Den Haag.
- Bekkers, V.J.J.M. (2001). Virtuele beleidsgemeenschappen. Over responsieve democratie en digitale participatie. *Bestuurskunde*, nr.6.
- Bemboom, W. (1996). *Omgaan met de media: een praktische handleiding*. Naarden: Strengholt.
- Bemboom, W. (1999). *Hans Wiegel en de media*. Naarden: Strengholt.
- Boer, C. de & Brennecke, S.I. (1999). *Media en Publiek*. Amsterdam: Uitgeverij Boom.
- Bos, M. & Mastenbroek, J. (1998). 'Communicatie in organisatie. Cultuur, stijl en leiderschap.' In: G.J. Obbink, *Communicatie in de Koninklijke Luchtmacht. Ontwikkeling van een visie*. Rotterdam: Erasmus Universiteit Rotterdam.
- Braster, J.F.A. (2000). *De kern van case-studies*. Assen: Van Gorcum.
- Denters, S.A.H. Klok, P.J. & Visser, M.A. (2001). De raad beoordeeld! Oordelen van lokale opinieleiders en bestuurders over de gemeenteraad als volksvertegenwoordiging. *Bestuurswetenschappen*, nr.6.
- Denters, S.A.H. & Jong, H.M. de (1992). *Tussen burger en bestuur: een empirisch onderzoek naar de positie van het raadslid in de Overijsselse gemeenten*. Enschede: CBOO Universiteit Twente.
- Depla, P. (1995). *Technologie en de vernieuwing van de lokale democratie*. Tilburg: Katholieke Universiteit Brabant.

- Dooren, R. (2002). *Traditie en transformatie. Politiek en staatsinrichting in Nederland*. Amsterdam: Instituut voor Publiek en Politiek.
- Duyvesteyn, B. (2003). Dualisme, de stand van zaken. Gemeenteraad kan zich veel beter profileren. *Comma*, nr.5.
- Gemeente Tilburg, Team Onderzoek en Informatie, Dienst Beleidsontwikkeling (2004). *Twee jaar dualisme en raadsgriffie in Tilburg: een evaluatie*. Tilburg: Gemeente Tilburg.
- Hajema, L. (2001). *De glazenwassers van het bestuur. Lokale overheid, massamedia, burgers en communicatie. Groningen in landelijk perspectief 1945-2001*. Groningen: Rijksuniversiteit Groningen.
- Hakvoort, J.L.M. (1996). *Methoden en technieken van bestuurskundig onderzoek*. Delft: Eburon.
- Klapper, J.T. (1960). *The effects of Mass Communication*. New York: Free Press.
- Koeleman, H. (1995). *Interne communicatie als managementinstrument, strategieën, achtergronden en middelen*. Bohn: Stafleu van Loghum.
- Kramer, N.P.G.W.M., Nijpels, E.H.T.M., Pauw, B.M.J. & Tiddens, L. (red). (1994). *Politieke communicatie in Nederland. Over campagnes, kandidaten en media*. Den Haag: SDU Den Haag.
- Mudde, L. (2005). Gemeente koestert luis in haar pels. *VNG-Magazine*, nr.10.
- Mudde, L. (2005). Griffiers groeien in hun rol. *VNG-Magazine*, nr.10.
- Neelen, G.H.J.M., Rutgers, M.R. & Tuurenhout, M.E. (red). (2003). *De bestuurlijke kaart van Nederland. Het openbaar bestuur en zijn omgeving in nationaal en internationaal perspectief*. Bussum: Uitgeverij Coutinho.
- Obbink, G.J. (2001). *Communicatie in de Koninklijke Luchtmacht. Ontwikkeling van een visie*. Rotterdam: Erasmus Universiteit Rotterdam.
- Raadsgriffie (2002). *Reglement van Orde gemeenteraad Tilburg 2002*. Tilburg: Gemeente Tilburg.
- Raadsgriffie (2003). *De raad als volksvertegenwoordiger; het debat van de straat naar de raad*. Tilburg: Gemeente Tilburg.
- Raadsgriffie (2003). *Kaderbepaling door de Tilburgse raad*. Tilburg: Gemeente Tilburg.
- Raadsgriffie (2005). *Raadscommunicatie in aanloop naar de verkiezingen*. Tilburg: Gemeente Tilburg.
- Raadsgriffie (2005). *Campagne voor de gemeenteraad. De Tilburgse gemeenteraad beslist de moeite waard*. Tilburg: Gemeente Tilburg.
- Raadsgriffie (2005). *Raadsgriffie voor de Tilburgse raad; werkplan raadsgriffie 2005*. Tilburg: Gemeente Tilburg.
- Raadsgriffie (2006). *Raadsgriffie voor de Tilburgse raad; werkplan raadsgriffie 2006*. Tilburg: Gemeente Tilburg.
- Ruler, B. van (1998). *Strategisch Management van Communicatie. Introductie van het Communicatiekruispunt*. Deventer: Samsom.

Stappers, J.G. (1997). *De werking van massamedia: een overzicht van inzichten*. Amsterdam: Uitgeverij De Arbeiderspers.

Tops, P. & Zouridis, S. (2002). *De binnenkant van de politiek*. Amsterdam: Atlas.

TPG Post. (2006). *Effectiviteit van Verkiezingskrant Gemeente Tilburg*. Tilburg: TPG Post.

Vorst, H.M.C. (1982). *Gids voor literatuuronderzoek in de sociale wetenschappen*. Meppel: Uitgeverij Boom.

Internetbronnen:

www.algemeenbelang-tilburg.nl

www.brabantsdagblad.nl

www.cda-tilburg.nl

www.d66tilburg.nl

www.groenlinkstilburg.nl

www.lijstsmolders.nl

www.nederlandkiest.nl

www.nrc.nl

www.planetnews.nl

www.tilburg.com

www.tilburg.nl

www.tilburg.nl/raad

www.tilburg.pvda.nl

www.tilburg.sp.nl

www.tilburgsevolkspartij.nl

www.tilburgstemt.nl

www.tilburgz.nl

www.tilburgzeikt.com

www.toptilburg.nl

www.vvd-tilburg.nl

DE POLITIEK IS
EEN ZOOITJE

WAAR BLIJFT DIE
LEUKE VUILNISMAN?

Lotje

Bijlagen

Inhoudsopgave

- Bijlage 1: Lijst van respondenten
- Bijlage 2: Vragenlijst voor raadsleden
- Bijlage 3: Eerste afgenomen diepte-interview

Bijlage 1

Lijst van respondenten

Dhr. Willem Bartelings
Raadslid Democraten 66 (D66)

Mw. Marion van Berkel
Communicatieadviseur raadsgriffie gemeente Tilburg

Mw. Nathalie van Berkel
Medewerkster raadsgriffie gemeente Tilburg

Mw. Hennie de Bles
Raadslid Partij van de Arbeid (PvdA)

Dhr. Aldert van der Burg
Politiek verslaggever Tilburgse Koerier

Dhr. Jac Creijghton
Raadslid Tilburgse Ouderen Partij (TOP)

Mw. Loes Dielissen
Raadslid Tilburgse Volkspartij (TVP)

Mw. Gonny Egberts
Raadslid Algemeen Belang (AB)

Mw. Marjo Frenk
Raadslid GroenLinks (GL)

Dhr. Driek van Griensven
Raadslid Partij van de Arbeid (PvdA)

Dhr. Kasper Groten
Raadslid Christen Democratisch Appèl (CDA)

Dhr. Hans Hamers
Commissiesecretaris raadsgriffie gemeente Tilburg

Dhr. Johan van den Hout
Raadslid Socialistische Partij (SP)

Dhr. Paul Huijgen
Raadslid Socialistische Partij (SP)

Dhr. Jan van Iersel
Senior raadsadviseur raadsgriffie gemeente Tilburg

Mw. Marjo van de Loo
Medewerkster raadsgriffie gemeente Tilburg

Mw. Marieke Moorman
Raadslid Partij van de Arbeid (PvdA)

Dhr. Joost Möller
Raadslid Volkspartij voor Vrijheid en Democratie (VVD)

Dhr. Geert Naaijkens
Raadslid Volkspartij voor Vrijheid en Democratie VVD

Dhr. Harry Nefs
Senior raadsadviseur raadsgriffie gemeente Tilburg

Dhr. Paulus Oerlemans
Raadslid GroenLinks (GL)

Dhr. Rob Oostelbos
Politiek verslaggever Brabants Dagblad

Mw. Janneke Oosterhuis
Senior raadsadviseur raadsgriffie gemeente Tilburg

Mw. Marjolein van Pelt
Senior raadsadviseur raadsgriffie gemeente Tilburg

Mw. Wilma Rekkers
Programmamaakster/cameravrouw Afzender Gemeente Tilburg

Mw. Marlies Scheepens
Raadslid Christen Democratisch Appèl (CDA)

Mw. Nell Schoenmakers
Raadslid Tilburgse Ouderen Partij (TOP)

Dhr. Hans Smolders
Raadslid Lijst Smolders Tilburg (LST) vanaf 2006

Dhr. Maarten van den Tillaart
Raadslid Christen Democratisch Appèl (CDA)

Dhr. Gerard Vrenken
Raadsgriffier gemeente Tilburg

Dhr. Rick van Wandelen
Hoofd Communicatie gemeente Tilburg

Dhr. Bas Wilthagen
Raadslid Partij van de Arbeid (PvdA)

Bijlage 2

Vragenlijst raadsleden

Naam:
Leeftijd:
Beroep:
Jaren raadslid:

1. Wat vindt u de belangrijkste taak van een raadslid?
2. Wat voor een type volksvertegenwoordiger bent u?
3. Wat is uw relatie met de burger?
4. Hoe probeert u de burger te bereiken?
 - 4a. Tegen welke problemen loopt u aan tijdens bovenstaand proces?
5. Wat is uw doel van communiceren met burgers?
 - Informering (informereren)
 - Overreding (overtuigen, door argumenten overhalen)
 - Formering (vormen)
 - Dialogisering (gesprek voeren)
6. Hoe probeert de burger u te bereiken?
 - 6a. Tegen welke problemen lopen burgers/loopt u aan tijdens bovenstaand proces?
7. Wat is de rol van communicatie in uw relatie met de burger?
8. Hoe verloopt voor u het proces van agendavoering?
9. Hoe verloopt voor u het proces van beleidsvoorbereiding?
10. Hoe verloopt voor u het proces van beleidsbepaling?
11. In hoeverre maakt u gebruik van de externe communicatiemiddelen die beschikbaar zijn volgens het overzicht van communicatieactiviteiten van de raadsgriffie 2005?

Raadswerk:
Tilburgse Koerier:
Brabants Dagblad:
Omroep Brabant:
AGT:
Lokale tv:
Gast van de Raad:
Website gemeente:
Internet algemeen (eigen partij):
Uitzenden gemeenteraadsvergaderingen via internet:
Campagne de gemeenteraad beslist de moeite waard:
BIS:
Beleidsagenda:
Termijnagenda:
12. In hoeverre maakt u gebruik van de interne communicatiemiddelen die beschikbaar zijn volgens het overzicht van communicatieactiviteiten van de raadsgriffie 2005?

13. Wat zijn volgens u belangrijke punten van een representatieve democratie en hoe geeft u daaraan invulling als raadslid?

14. Van welke rechten uit het Reglement van Orde maakt u gebruik?

- a. Artikel 44: amendementen
- b. Artikel 45: moties
- c. Artikel 46: Initiatiefvoorstellen
- d. Artikel 47: Schriftelijke vragen
- e. Artikel 48: Vragenuurtje
- f. Artikel 49: Interpellatie
- g. Artikel 50: Recht van onderzoek

15. Wat vindt u van de inspraakmogelijkheden van burgers tijdens commissievergaderingen?

- a. Wat vindt u van de aangenomen motie dat burgers straks tijdens raadsvergaderingen kunnen spreken?
- b. Bent u voor het referendum?

16. Waaraan denkt u bij het woord communicatiestrategieën?

27. Is er binnen de fractie één communicatiestrategie?

- 27a. In hoeverre hebben de raadsleden zelf de vrijheid om hun eigen communicatiestrategie uit te zetten?

28. In hoeverre houdt u rekening met de algemene communicatiestrategie van de gemeente Tilburg?

Bijvoorbeeld toen algemeen werd afgesproken dat over de onveiligheid in de Reeshof niet meer gesproken mocht worden.

- 28a. Vindt u dat een politieke partij mee moet gaan met deze strategie of dat een partij haar eigen standpunten mag blijven verdedigen.

17. Houdt u zich bezig met het vergroten van de daadkracht van het gemeentebestuur?

- a. Door ontwerpen van nieuwe methodieken en organisatie-vormen voor ontwikkeling, uitvoering en evaluatie van beleid.
- b. Door gebruik te maken van de deskundigheid en ervaring van burgers door hen te betrekken bij het beleidsproces o.a. door nieuwe vormen van overleg en nieuwe verhoudingen in verantwoordelijkheden.

18. Houdt u zich bezig met het versterken van de positie van de gemeenteraad?

- a. Interne rol: herstel primaat van de raad
- b. Externe rol: responsiviteit lokale politiek

19. Houdt u zich bezig met het vergroten van de betrokkenheid van burgers?

- a. Burger als kiezer
- b. Actief burgerschap

20. In hoeverre houdt u rekening met de volgende vijf basiselementen van een communicatiestrategie tijdens het naar buiten brengen van informatie:

20a. In hoeverre houdt u rekening met het houden van een balans tussen de politieke issues die de burgers beroeren en de politieke kenmerken van uzelf/uw partij (tijdens het naar buiten brengen van informatie)?

20b. In hoeverre houdt u rekening met een doelgroep tijdens het naar buiten brengen van informatie? Of houdt u meer rekening met de achterban?

- 20c. In hoeverre houdt u rekening met het medium tijdens het naar buiten brengen van informatie?
- 20d. In hoeverre houdt u rekening met de timing van de naar buiten te brengen informatie? Na vergaderingen, voordat B&W het weet, in de avond, deadline krant.
- 20e. Welke beschikbare middelen staan ter dienste om informatie naar buiten te brengen en in hoeverre maakt u hier gebruik van?
21. In hoeverre houdt u rekening met de volgende vijf basiselementen van een communicatiestrategie tijdens het verzamelen van informatie:
- 21a. In hoeverre houdt u rekening met het houden van een balans tussen de politieke issues die de burgers beroeren en de politieke kenmerken die uzelf/uw partij beroeren (tijdens het verzamelen van informatie)?
- 21b. In hoeverre houdt u rekening met een doelgroep tijdens het verzamelen van informatie?
- 21c. In hoeverre houdt u rekening met het medium/bron tijdens het verzamelen van informatie?
- 21d. In hoeverre houdt u rekening met de timing van de te verzamelen informatie?
- 21e. Welke beschikbare middelen staan ter dienste om informatie te verzamelen en in hoeverre maakt u hier gebruik van?
22. In hoeverre maakt u gebruik van andere dan door de raadsgriffie in vraag 6 en 7 genoemde bestaande communicatiemiddelen?
23. In hoeverre maakt u gebruik van eigen opgezette communicatiemiddelen?
24. Kunt u op een schaal van 1 (geheel niet belangrijk) tot 10 (heel belangrijk) aangeven hoeveel belang u hecht als raadslid aan contacten met:
- Individuele burgers
 - Buurtorganisaties (of dorpsorganisaties)
 - Andere lokale organisaties
 - Gemeenteambtenaren
 - Collegeleden
 - Andere raadsleden
25. Wat is voor u de rol van digitale informatie en internet in het uitoefenen van uw functie als raadslid?
- 25a. Heeft u een eigen weblog?
- 25b. Bezoekt u wel eens de site www.tilburgzeikt.com en wat vindt u ervan?
- 25c. Bezoekt u wel eens de site www.tilburgz.nl en wat vindt u ervan?
- 25d. Zoekt u op internet naar door derden opgezette interactieve forums om een discussie over een actueel onderwerp te volgen?
- 25e. Doet u mee aan interactieve discussies op internetforums?
29. Heeft u contact met de landelijke/provinciale partij?
30. Heeft u tijdens de verkiezingen iets anders gedaan op het gebied van communicatie dan normaal?
26. Wat verwacht u als raadslid van de raadsgriffie op het gebied van communicatie?

Bijlage 3

Eerste afgenomen diepte-interview

Datum: maandag 13 maart 2006 09.15 uur

Vragenlijst

Naam: Marieke Moorman
Partij: PvdA
Leeftijd: 35 jaar
Beroep: Bestuurskundige
In de raad sinds: 2002 - 2006

1. Wat vindt u de belangrijkste taak van een raadslid?

Natuurlijk een braaf antwoord, volksvertegenwoordiger, controleren en kaderstellen. Maar dat is een beetje flauw, al gaat het in de kern daarover. Maar toch het belangrijkste is de signalen uit de samenleving kunt vertalen naar beleid. Die vertaalslag maken is het belangrijkste.

2. Wat voor een type volksvertegenwoordiger bent u?

Ik heb van mezelf ontdekt dat ik neig naar wat bestuurlijk te zijn. Ik fiets niet drie uur door de stad, dat doen andere raadsleden. Samen met hen stel ik schriftelijke vragen op. Deze samenwerking binnen de fractie is heel natuurlijk gegroeid. Ik fiets ook door de stad, maar ik ben een bestuurskundige van huis uit, ik kijk dan toch meer naar de processen, naar de beleidsprocessen, dat is een beetje mijn natuurlijke houding. En daar komt dan ook bij, want dat vind ik wel een beetje het ondergeschoven kind in het raadswerk en dat is ook wel minder belangrijk maar toch, er komt ook de interne organisatie bij kijken, van hoe houden we de fractie draaiende. Ik heb daar wel een verbindende rol in gekregen, genomen. De burger heeft daar misschien direct geen plezier van, maar zij wil ook niet dat wij rollebollend over straat gaan.

3. Wat is uw relatie met de burger?

De burger kom ik tegen op feestjes, in de kroeg, bij het sporten, maar die kom ik vooral ook tegen op het moment als ik met projecten in dossiers bezig ben. Ik kom ze vooral reagerend tegen. Ik lees dat er iets is in de Piushaven en denk laat ik die mensen eens bellen. Of ze benaderen mij van weet je wel dat er in de Reeshof een brug wordt gebouwd en wat vind je daarvan.

4. Hoe probeert u de burger te bereiken?

4a. Tegen welke problemen loopt u aan tijdens bovenstaand proces?

Burgers dienen zichzelf heel vaak aan in grote projecten, dat is wel makkelijk. Bijvoorbeeld, de Van Meterenstraat, grote verkeersproblematiek. De burgers hadden ons een brief gestuurd, naar een verkeerd adres, vervolgens een e-mail. Toen heb ik die mensen opgebeld en ben ik er samen met een fractiegenoot naar toe geweest. Ik probeer zoveel mogelijk naar de mensen toe te gaan, zeker als het gaat om Fysieke dingen, een verkeerssituatie moet je daar gewoon meteen kunnen zien. Ik vind het prettiger om met zijn tweeën te zijn, want twee horen meer dan een. En in dit voorbeeld, waren er 5 bewoners en de een is meer een volksman en kan dan goed bij een ander fractielid en er zitten ook mensen die helemaal in de papieren zitten en daar pas ik dan beter bij. Het heeft ook iets met chemie te maken, er moet ook iets ontstaan. Want bijvoorbeeld, met vrouwelijke fractiegenoten, ga ik meer naar vrouwenprojecten. Het heeft met interesse en specialisme te maken.

5. Wat is uw doel van communiceren met burgers?

- Informering (informereren)

- Overreding (overtuigen, door argumenten overhalen)
- Formering (vormen)
- Dialogisering (gesprek voeren)

Informereren, en dan in de zin van dat zij mij informeren. Als er bijvoorbeeld weer iets grootst gebeurt, zoals Stappegoor, dan vind ik het wel heel belangrijk hoe de burgers daar tegenaan kijken.

6. Hoe probeert de burger u te bereiken?

6a. Tegen welke problemen lopen burgers/loopt u aan tijdens bovenstaand proces?

Wij krijgen heel veel brieven, papieren post. En steeds meer via e-mail, vooral sinds de afgelopen weken, in de verkiezingsperiode, ik heb de laatste weken veel meer dan normaal, 3 en 4 e-mails gehad van burgers, van wat is het standpunt van de PvdA over... Die mails kwamen dan vaak binnen via onze website. Er zit ook een toename in het via de gemeente Tilburg site klikken op de foto van een raadslid en op zo 'n manier e-mails sturen. En heel af en toe belt er eens iemand, een keer per maand.

Verder heb wij als raadsleden geen bekendheid in de stad denk ik, ik word niet herkend als ik door de Heuvel loop. Mensen die mij aanspreken zijn gewoon mensen die ik ken, bij de school van mijn kinderen, bij de korfbalvereniging, dus dat is heel erg overzichtelijk.

7. Wat is de rol van communicatie in uw relatie met de burger?

Nou, zonder communicatie is er geen relatie met de burger. Dat is zo wezenlijk. Voor mij omdat ik zo aan extra informatie kom, extra boven op de raadstukken. En in geval van de Van Meterenstraat, dat geeft mij op zo 'n moment de gelegenheid om ook alvast wat ideeën van de PvdA over die straat met die mensen te delen, zonder dat we al een definitief standpunt hebben ingenomen he. Wij gaan daar niet heen om te zeggen dat wij hebben al besloten dat. Wij zeggen wel dat wij de onderliggende gedachte achter het voorstel steunen (verkeer van binnen naar buiten), maar over de uitwerking wil ik dan met de mensen praten om tot een definitief standpunt te komen.

8. Hoe verloopt voor u het proces van agendavoering?

Bescheiden rol, voor de hele raad hoor. 80% van de papieren agenda wordt bepaald door het college. Het zou wel anders kunnen, maar ik vind het logisch dat het zo gaat, het college is een fulltime bestuur en die ziet wat er allemaal in de stad gebeurt.

Maar jullie zijn er toch om te kijken wat er in de stad gebeurt?

Ja, maar de gemiddelde burger denkt, het gaat om DE gemeente, iedereen is van de gemeente, de burgemeester, de ambtenaar, het raadslid. En hoe die verhoudingen liggen, tja, ik denk dat heel veel burgers dat verschil niet zien.

Moet daar dan niet wat aan gedaan worden, om de gemeenteraad op zich te profileren?

Ja, in theorie wel, maar ik ben daar ook heel pragmatisch in, als je met elkaar tot goede besluiten komt, dan zou het die burger toch een worst wezen of dat de verantwoordelijkheid was van het college of de raad. Ik zie dat oppositiepartijen meer werk maken van het mobiliseren van tegenkracht en dan is het wel belangrijk dat die burger ook snapt dat als hij het er niet eens is met besluit A van het college dat hij vooral moet proberen om die raad te overtuigen dat zij tegen moeten stemmen, dat het anders moet. De raad is wel het hoogste orgaan, dus de burger moet uiteindelijk wel snappen dat ze met ons zaken moeten doen.

Heel veel besluiten die wij nemen zijn helemaal niet zo spannend, dan denk ik wat maakt het nou uit of we daarin in grote gezamenlijkheid een besluit daarover nemen, of dat het van het college komt, of van de raad. Als we de stad maar goed besturen, daar ben ik heel praktisch in.

9. Hoe verloopt voor u het proces van beleidsvoorbereiding?

De raad zit vaak nog te laat in het proces. Ik heb niet de illusie dat wij vanaf het begin al betrokken zijn bij alle dossiers, dat kan niet, daarvoor hebben we allemaal hartstikke goede ambtenaren. We hebben de afgelopen jaren wat geëxperimenteerd met startnotities, op grote projecten heeft iedereen er baat bij dat de raad, maar ook burgers op tijd betrokken zijn.

Gewoon omdat bewoners en raad daar goede ideeën over hebben, maar het uiteindelijke proces van besluitvorming kan je daar ook veel gemakkelijker mee maken. Mooi voorbeeld is Wagnerplein, daar speelde de wethouder het klaar om met een voldragen plan te komen, waar niet veel van klopte. Als jij dat nou even iets anders had aangepakt dan was het makkelijker en sneller gelopen omdat de wethouder de raad dan eerder hoort over hoe dat idee ligt.

Maar moet de wethouder of de raad dan eerder komen?

Nou ja, we beginnen lang van tevoren met het vaststellen van een visie, dan gaat dat traject beginnen. In die visie heb ik kaders vastgesteld en dan moet je je als raadslid eigenlijk afvragen waar kan ik erbij gaan zitten. Maar daar ga ik ook mijn boekje te buiten. Ik bedoel ik stel vast in het kader dat er niet gebouwd moet worden in het park, en verdomd twee jaar later staat in het plan dat er gebouwd gaat worden in het park. Tja, waar is het dan mis gegaan? Had ik er dan vanaf meet af aan bij moeten gaan zitten? Ik vind wel dat iedereen zijn taak heeft, ik ga niet op de stoel van een ambtenaar zitten. Iedereen heeft zijn eigen professionaliteit. Wij zijn er wel voor om dat bij te sturen of aan te vullen of iets dergelijks, maar in het geval van Wagnerplein was het verschil tussen eerste idee en uiteindelijke verschil wel heel erg groot.

Ik was er eigenlijk vooral in het proces op de besluitvormende momenten, bij de bespreking in de cie en de bespreking in de raad. Tja, en je kunt je ook bedenken of wij als raad niet eens moeten zeggen van o ja Wagnerplein daar hebben we een jaar geleden een visie over afgesproken, hoe staat het ermee. Dat gebeurt niet zoveel. Enkel bij grote projecten, maar dan wel op gezette tijden. Daar zijn we nu sinds kort begonnen met een volggroepje, dat we als een soort waakhond zorgen dat de burgers goed geïnformeerd worden. Het is echter wel vooral wachten tot de burger zelf weer aan de bel trekt, maar dat ligt misschien wel aan mijzelf. De gemeente, de griffie, organiseert ook bijeenkomsten met burgers, maar dat is al wel in een vrij ver gevorderd stadium.

10. Hoe verloopt voor u het proces van beleidsbepaling?

Volgens de klassieke vorm. De agenda van de cie komt binnen, daar staat op wat er besproken wordt, bijvoorbeeld Wagnerplein, dan hebben we het er met de cie over, dan nemen we als partij een soort voorlopig standpunt in, dat overleggen we binnen de partij, dan gaan we de discussie aan binnen de cie en vervolgens wordt het afgetimmerd in de raad. Soms dan ook nog overleg met coalitie om te kijken waar zij staan, als er hele afwijkende dingen zijn is dat goed om van elkaar te weten. En dan beslist de meerderheid.

11. In hoeverre maakt u gebruik van de externe communicatiemiddelen die beschikbaar zijn volgens het overzicht van communicatieactiviteiten van de raadsgriffie 2005?

Raadswerk:

Mercuur en Marion bepalen wat daarin komt, en wij hebben enkel invloed op het stukje wat wij moeten aanleveren. Dat gaat democratisch, gewoon een lijstje afwerken, het is wel gekoppeld aan wat er speelt. Maar wij zijn daar inderdaad eigenlijk redelijk passief in, dat spreekt ook wel een groot vertrouwen uit in Marion en Mercurus. De pagina's zien er goed uit en we krijgen ook altijd de kans om ze na te lezen.

Ik denk wel dat we de Koerier niet moeten onderschatten, helemaal niet zelfs, ik denk dat die beter gelezen wordt dan het Brabants Dagblad.

Je zegt dat je denkt dat de Koerier het grootste communicatiemiddel is, moeten jullie daar dan niet actiever bij betrokken worden?

We nemen ook wel als partij buiten Marion contact op met de Koerier, maar daar moet je dat raadswerk niet voor misbruiken, dat is niet voor partijpolitiek te bedrijven. Daar gaat het om de raad, niet om de PvdA, ik zou ook niet willen dat andere partijen die pagina's zouden gebruiken om zichzelf eens lekker te profileren.

Wat doen jullie zelf met de Koerier, buiten het raadswerk om?

Als we schriftelijke vragen stellen, als we een plannetje hebben gaat alles naar de kranten, al doen we het wel minder bij de Koerier dan bij het Brabants Dagblad.

Afzender Gemeente Tilburg:

Beetje zelfde verhaal als raadswerk. Ook daar beslist de gemeente democratisch dat iedereen om de beurt iets mag vertellen.

Denk je dat tv belangrijk is?

Ja dat kan ik niet echt inschatten, maar het viel me wel op vooral in campagnetijd dat mensen mij op televisie hadden gezien, echt heel veel. Maar we moeten daar de invloed niet van onderschatten. Dat hebben we gezien aan het succes van Hans Smolders, want hij heeft bijna alleen via tv gecommuniceerd met burgers en dat zijn vier van de vijf zetels denk ik. Hij heeft het goede podium gebruikt om zijn boodschap over te brengen.

Wij wisten wel dat tv belangrijk was, maar dat het zo'n invloed zou hebben is nu wel weer duidelijk geworden.

Wisten jullie ook dat lokale tv werkt?

In de landelijke campagne van 1998 werkte ik op het landelijke partijbureau van de PvdA als campagnemedewerker, waren de verkiezingen van Kok. In dat jaar is voor het eerst de strategie gebruikt om een landelijke partij niet alleen op Nederland 1, 2 en 3 en de commerciële zich te laten zien, maar vooral ook de lokale media gebruiken om campagne te voeren. Toen was al duidelijk dat lokale media heel goed bekeken en gelezen werden en volgens mij is dat alleen maar toegenomen. Die lokale media heb je nodig.

Ik sluit ook niet uit dat wij vaker de lokale tv gaan gebruiken, maar dat kost handen vol met geld.

Is het niet raar dat je voor zendtijd moet betalen? De krant die hoeven jullie toch ook niet te betalen?

Ik denk dat de lokale tv nog niet professioneel genoeg zijn om een goed journalistiek programma te maken, op TV13. Regio-TV heeft alleen die suffe kabelkrant en ja om daar nou je persberichtje op te zetten, dat is wel leuk, maar dat heeft volgens mij weer minder impact. Het enige wat werkt is tijd kopen en dat is eigenlijk heel raar. Ze hebben nu goed verdiend volgens mij tijdens de campagnes. Omroep Brabant is een goed voorbeeld van regionale tv, volgens mij moeten de lokale media daar nog wel een slag in maken en dan wordt het voor ons wel interessant.

Persbeleid:

Wat is jullie relatie met het Brabants Dagblad?

Het Brabants Dagblad zal wel ziek van ons worden, haha. Wij cc-en echt werkelijk waar alles naar het Brabants Dagblad. Van alle schriftelijke vragen krijgt het Brabants Dagblad altijd een afschrift. Ik doe het wel altijd keurig zo dat de mail eerst naar de raadsgriffie en naar het college gaat. Het valt mij dan ook op dat het Brabants Dagblad die schriftelijke vragen ook bijna altijd publiceert. Ik vind het Brabants Dagblad daar dan ook wel heel braaf in, behalve dan in Verkiezingstijd, maar zij zitten gewoon met bepaalde dingen wel verlegen om nieuws. Wat het Brabants Dagblad dan nog wel aardig doet, want die schriftelijke vragen komen 9 van de 10 keer van Bas, is even Bas bellen voor de leuke details. Jan Hamming wordt het meest gebeld, er is een groot onderscheid tussen contact tussen het contact dat Rob Oostelbos heeft met de fractievoorzitter en de andere raadsleden. Brabants Dagblad communiceert vaak het meest met de fractievoorzitters.

Ik heb zelf in die vier jaar het BD twee keer gebeld, in die beide gevallen is het meegegaan in de krant. Als ik dat dagelijks of wekelijks doe wordt het ook een bot instrument.

Wij zijn als PvdA, of Bas eigenlijk, wel kampioen schriftelijke vragen stellen. Hij heeft het contact met de burgers gehad, ik probeer er meer een politieke dimensie aan te geven.

Ik vind het Brabants Dagblad vrij braaf, vooral ook in de verslagen van de commissies, dan komt keurig iedere partij aan het woord. Dan denk ik wat een onzin. Ik vind dat niet aantrekkelijk om te lezen. Je mag best meer het nieuws eruit pikken, als het CDA iets zegt dan is dat interessant, dan hoef je niet ook nog op te schrijven wat de andere partijen ervan

vinden als die een heel gematigd standpunt hebben, soms vindt ook iedereen hetzelfde, dus het is allemaal wat braaf.

In de campagne zie je ook wel wat scherper, dan hebben ze toch wel een wat andere rol gespeeld dan door de raadsperiode heen.

Zelf bedenk ik wel eens one-liners voor Rob. Dan denk ik als ik deze zin gebruik weet ik gewoon dat het de kop wordt boven het artikel.

Ik vind dat je de media ook niet moet overvoeren, dat vind ik vooral bij Omroep Brabant. Die hebben nog meer plaatsen waar zij verslag over doen en die maken toch geen item over hele plaatselijke dingen.

Internetsite:

Wat is de rol van internet?

Het gaat echt super met internet nu. Wij hadden een hele slechte website, een soort slapende site, omdat we geen goede persoon hadden, gewoon iemand die dat voor ons kon doen. Internet gebruikte wij niet als communicatiemiddel. En nu, sinds de campagne, hebben we internet echt ingezet om te informeren, discussie te antenmeren, gewoon zoals je een site moet gebruiken en dat gaan we nu proberen door te zetten. We weten gewoon dat als we internet laten liggen, dan zijn we wel gek, dat is het communicatiemiddel van de komende tijd.

Wat doen jullie verder allemaal met internet?

Behalve dat we op de gemeentesite staan, hebben we onze eigen PvdA-website, daar staat hoe je contact met ons kan leggen, discussies, onze activiteiten met daaraan gekoppeld het achterliggende partijplan. Ik wil zelf ook iets actiever doen met internet, bijvoorbeeld een eigen weblog, daar moet ik het eens met Marion over hebben. Nu kun je mij aanklikken op de site van de gemeente en dan krijg je een suffe foto en tien regels met wat ik doe en dat is het dan terwijl ik daar veel actiever in wil zijn. Ik ga niet dagelijks een weblog bijhouden, dat is niet te doen, maar als je dat twee keer in de week kan doen, hartstikke goed.

Uitzenden raadsvergaderingen via internet:

Ik vind het super, maar ik moet wel eens goed bekijken wie daar naar luistert. Als we het dan doen voor 1.5 man en een paardenkop laat dan maar zitten. Maar ik vind het wel een mooi alternatief voor uitzenden op tv. Ik heb daar een tijdje wel in geloofd, maar wie zit daar nou op te wachten.

Termijnagenda:

Ik begin al te lachen als je het woord noemt, dat is een papieren begrip, ik vind dat we daar veel meer mee moeten doen, ik vraag me ook af waarom dat geen actief ding is bij ons. Het is gewoon een lijstje en dat hebben we dan ontleend aan de planning van het college, that's it. En ja kijk, we kunnen er veel mee, als ik weet dat er iets op de agenda aan zit te komen, dan kan ik naar de burgers gaan, maar ja laten we wel even realistisch blijven, zo werkt het niet. Waarom niet? Weet ik niet, het zou zo moeten werken, maar ja. Het is meer dat ik weet dat ze het onderwerp niet vergeten zijn. Het bevestigt misschien ook wel het idee dat wij bezig zijn met wat zich vandaag voordoet en om dan nu al bezig te zijn met over een paar maanden. Ik maak me pas druk over de Overhoeke wat een 10 jaren plan is, als ik een bestemmingsplan moet vaststellen, als er grond wordt gekocht.

Beleidsagenda 2005:

Hebben wij één keer leuk gebruikt en daar kwamen drie thema's uit die toch allemaal in de raad wel zijn gebruikt. Ik denk wel moeten we dat de volgende keer nou weer doen. Het lastige is, het is de Beleidsagenda van de raad en de raad bestaat niet in mijn optiek. De raad is een verzameling van politieke partijen die allemaal een ander belang hebben. Dus als je dan komt tot een Beleidsagenda, komen er toch thema's uit die gemeengoed zijn. Ik weet niet of en hoe we dat verder vorm moeten geven. Het groepje dat met de WMO bezig is, is er hartstikke enthousiast over, omdat zij dwars door alle scheidslijnen heen met burgers gaan praten namens de raad. Omdat de WMO een redelijk neutraal onderwerp is, kan dat ook.

Gast van de Raad:

Vind ik heel leuk, heeft ook een beetje een plechtige functie, dat je met elkaar kunt beklinken dat er een besluit is genomen.

Campagne: De gemeenteraad van Tilburg, beslist de moeite waard!

Vind het mooi, maar het gaat er niet om om onszelf op de troon te hijsen van kijk hier zijn wij. Er moet wel achteraan komen doe iets met ons. Ik hoef niet bekend te zijn om het bekend zijn, ik wil dat mensen mij weten te vinden. Als dat lukt is de campagne geslaagd, maar of dat is gelukt.

Raadsbrochure:

Zelfde verhaal muppies.

Bestuurlijk Informatie Systeem:

Wil ik wel eens raadplegen, maar heb redelijk archief zelf thuis.

12. In hoeverre maakt u gebruik van de interne communicatiemiddelen die beschikbaar zijn volgens het overzicht van communicatieactiviteiten van de raadsgriffie 2005?

Extranet Raad:

Is niet doorgegaan, was ook niet nodig geweest.

Binnenkrant:

Doen we nooit wat mee, op één keer na. Het is ook een ambtenarenkrant. Eén keer stond er een stuk in over een onderwerp en dan stond er daarna van alleen de raad moet er nog wat van vinden, maar dat zal wel goed komen. Toen is de fractievoorzitter heel erg boos geworden en heeft er wat van gezegd. Want blijkbaar denken de ambtenaren dat de raad alleen maar een komma verplaatst. Het is voor de beeldvorming wel belangrijk om te laten zien dat de raad officieel de begroting vaststelt.

Binnenweb:

Maken wij nooit gebruik van.

13. Wat zijn volgens u belangrijke punten van een representatieve democratie en hoe geeft u daaraan invulling als raadslid?

Wij vertegenwoordigen de kiezers. Ik ben blij met het Nederlandse systeem, blij dat wij geen Engels of Amerikaans systeem hebben. Nee, de meerderheid van veel partijen beslist. Ik denk niet dat je in de raad de bevolking één op één kan laten terugkomen. Waarom zou ik als vrouw van eind dertig met kinderen, alleen maar de vrouwen tussen de 30 en 40 jaar met kinderen kunnen vertegenwoordigen? Als goed raadslid moet je je kunnen verplaatsen in een ander.

14. Van welke rechten uit het Reglement van Orde maakt u gebruik?

a. Artikel 44: amendementen

wel eens

b. Artikel 45: moties

wel eens

c. Artikel 46: Initiatiefvoorstellen

wel eens

d. Artikel 47: Schriftelijke vragen

Altijd in overleg binnen de fractie net als rest RvO.

e. Artikel 48: Vragenuurtje

Proberen altijd wel iets te vragen, hangt af van onderwerp, maar je moet niet vragen om het vragen. Het is wel ideaal dat je weet dat de pers op het vragenuurtje let.

f. Artikel 49: Interpellatie

Nee.

g. Artikel 50: Recht van onderzoek

Vooraf voor de rekeningcie.

15. Wat vindt u van de inspraakmogelijkheden van burgers tijdens commissievergaderingen?

De PvdA heeft de inspraak verruimd, vroeger mocht je 5 minuten spreken tijdens de vergadering, nu krijgen sprekers nog een tweede kans.

a. Wat vindt u van de aangenomen motie dat burgers straks tijdens raadsvergaderingen kunnen spreken?

Wij hebben voor gestemd, zulke dingen moet je ook niet tegenhouden. Je moet wel kritisch zijn over hoe dat dan gaat werken. Het gevaar is groot dat je krijgt van daar heb je die weer, die burger heb ik ook al gehoord op een bewonersavond, hij heeft ook al een brief geschreven, ik weet wel wat hij ervan vindt. Het gevaar is groot dat het altijd dezelfde burgers zijn, soms zit er ook een partij achter. Het zijn vaak beroepssprekers, meer ervaringsdeskundigen.

b. Bent u voor het referendum?

Ja, maar niet over alles. Burgers hebben vaak een onderschatte dossierkennis en stemmen op hun gevoel. Je moet zover mogelijk gaan om bewoners mee te laten doen, maar zij hebben jou ook niet voor niets gekozen. Dus als er een soort referendumdemocratie ontstaat, dan kan ik er wel mee ophouden. Ik ben gekozen en heb nu voor vier jaar het vertrouwen van de burger, dan heb ik niet de arrogantie dat ik hier voor vier jaar ga bepalen hoe het moet, maar ergens wrikt het daar?

16. Waaraan denkt u bij het woord communicatiestrategieën?

Communicatie is eigenlijk het enige wat wij doen. Je moet daar heel bewust in kiezen, daar zit nog wel een uitdaging.

27. Is er binnen de fractie één communicatiestrategie?

Wij gaan als PvdA een communicatieplan opstellen, die hadden we nog niet. Door er over na te denken, wordt alles effectiever, dat hebben we geleerd van de campagne.

27a. In hoeverre hebben de raadsleden zelf de vrijheid om hun eigen communicatiestrategie uit te zetten?

Binnen de PvdA is iedereen vrij, maar alles wordt wel altijd in de fractie besproken voordat het naar buiten gaat. Er is een heel natuurlijk ingeslopen taakverdeling binnen de partij. Ik vind het leuk om van een ruwe tekst een mooi initiatiefvoorstel te maken, met een mooie structuur en taal.

28. In hoeverre houdt u rekening met de algemene communicatiestrategie van de gemeente Tilburg?

Bijvoorbeeld toen algemeen werd afgesproken dat over de onveiligheid in de Reeshof niet meer gesproken mocht worden.

28a. Vindt u dat een politieke partij mee moet gaan met deze strategie of dat een partij haar eigen standpunten mag blijven verdedigen.

Weet ik niks van. Maar als het zo is, vind ik dat heel raar. Als je er nou mensen mee schaad is het een ander verhaal. Maar zeker in het dualisme moet je er verder over praten, je moet als raad niet pikken als een wethouder zegt je moet je mond erover houden.

17. Houdt u zich bezig met het vergroten van de daadkracht van het gemeentebestuur?

a. Door ontwerpen van nieuwe methodieken en organisatie-vormen voor ontwikkeling, uitvoering en evaluatie van beleid.

b. Door gebruik te maken van de deskundigheid en ervaring van burgers door hen te betrekken bij het beleidsproces o.a. door nieuwe vormen van overleg en nieuwe verhoudingen in verantwoordelijkheden.

Als iemand binnen de partij zich ermee bezighoudt ben ik het zowel door a en b. Er zijn heel veel clubjes die zich bezighouden met een nieuw vergaderstelsel en daar zit ik altijd wel in, ik

denk dat de burger daar verder niet zoveel van vindt. Maar rond de werkgroepen inspraak hebben wij veel gesprekken met burgers gevoerd.

18. *Houdt u zich bezig met het versterken van de positie van de gemeenteraad?*

a. *Interne rol: herstel primaat van de raad*

b. *Externe rol: responsiviteit lokale politiek*

Dat hangt wel samen met vraag 17. Ik doe dat niet zelf dagelijks persoonlijk.

19. *Houdt u zich bezig met het vergroten van de betrokkenheid van burgers?*

a. *Burger als kiezer*

b. *Actief burgerschap*

b. Met die werkgroep inspraak. b. Met die weblog wil ik zelf wel proberen om nog toegankelijker te zijn voor de burgers die denken mij nodig te hebben. Ik wil daar echt iets mee.

20. *In hoeverre houdt u rekening met de volgende vijf basiselementen van een communicatiestrategie tijdens het naar buiten brengen van informatie:*

20a. *In hoeverre houdt u rekening met het houden van een balans tussen de politieke issues die de burgers beroeren en de politieke kenmerken van uzelf/uw partij (tijdens het naar buiten brengen van informatie)?*

In verkiezingstijd communiceer je heel veel vanuit wat de partij wilt. Maar wij durven nu ook te communiceren dat wij de cityring willen en de burgers willen dat ook niet. Als je burgers naar de mond gaat praten moet je ermee ophouden als raadslid.

20b. *In hoeverre houdt u rekening met een doelgroep tijdens het naar buiten brengen van informatie? Of houdt u meer rekening met de achterban?*

We houden nauwelijks rekening met een doelgroep, al zou het wel moeten.

20c. *In hoeverre houdt u rekening met het medium tijdens het naar buiten brengen van informatie?*

Ik persoonlijk hou daar nog niet zoveel rekening mee. Maar ik merk wel, dat als ik een stukje moet aanleveren voor de site dat ik het dan anders typ dan een persbericht. Op de site moet het kort en bondiger. Wij zijn wel ongericht in het rekening houden met wat je wilt zeggen op welk medium. Dat heeft ook weer te maken met dat je niet zo goed nadenkt over doelgroepen. Het is natuurlijk wel zo dat als je bejaarden van 70+ wilt bereiken, dan kan je beter met een folder en een peperkoek naar het bejaardentehuis dan een berichtje op de website zetten. We denken nog onvoldoende na om één boodschap over meerdere media te verspreiden.

Als ik me voorbereid op het woordvoeren in de cie, dan probeer ik toch wel eens een one-liner voor Rob te bedenken. In het begin was ik lang blij dat ik een verhaal over de Bühne kreeg, maar nu probeer ik het verhaal inhoudelijk op te bouwen en dan is de andere vraag meteen, wat wil ik dat morgen in de krant komt. Als je gewoon nadenkt over wat je wanneer in de krant wilt, komt het zo wel in de krant. Zo had ik een keer bedacht ik ga zeggen 'deze APV riekt naar spruitjeslucht' en dat was de volgende dag de kop en dat wist ik gewoon van tevoren.

20d. *In hoeverre houdt u rekening met de timing van de naar buiten te brengen informatie? Na vergaderingen, voordat B&W het weet, in de avond, deadline krant.*

Ik hou redelijk wat rekening met timing. Schriftelijke vragen bijvoorbeeld moet je als eerste aan het college richten, is niet netjes als de krant die eerder krijgt.

Ik hou ook rekening mee met de deadline van de krant. We houden ook rekening met de dag van verschijning van de krant. Op dinsdag is de krant altijd goed gevuld als het gaat om politieke issues (op maandag zijn de cie-vergaderingen). Dus als je aandacht wilt voor een persbericht moet je dat niet op maandag versturen want op dinsdag

staat er al heel veel in de krant. We weten ook dat de zaterdagkrant beter wordt gelezen, dus op donderdag of vrijdag wat weg doen, dat is niet verkeerd. En de deadline van de Koerier houd ik ook rekening mee.

20e. Welke beschikbare middelen staan ter dienste om informatie naar buiten te brengen en in hoeverre maakt u hier gebruik van?

We doen veel zelf, af en toe maak ik gebruik van de griffie voor andere dingen dan de standaarddingen. We maken niet echt gebruik van de gemeentefaciliteiten. We maken vooral actief gebruik van onze eigen website.

21. In hoeverre houdt u rekening met de volgende vijf basiselementen van een communicatiestrategie tijdens het verzamelen van informatie:

21a. In hoeverre houdt u rekening met het houden van een balans tussen de politieke issues die de burgers beroeren en de politieke kenmerken die uzelf/uw partij beroeren (tijdens het verzamelen van informatie)?

In het verzamelen van informatie ben ik heel open, want als ik daar selectief in ben dan verzamel ik de verkeerde informatie. Er zit natuurlijk wel een verschil in, in wie je vraagt voor je informatie, dat kan je gekleurd invullen. Ik heb beter contact met bepaalde groepen door mijn netwerk. Maar ik probeer het wel zo breed en open mogelijk te doen, maar er zit gekleurdheid in ook omdat ik niet tot iedereen toegang heb.

Maar als ik met bewoners in de straat praat, weet ik niet of het PvdA-ers zijn, dat maakt ook niet uit. Ik wil gewoon informatie van hun omdat er een probleem is.

21b. In hoeverre houdt u rekening met een doelgroep tijdens het verzamelen van informatie?

Zie bovenstaande.

21c. In hoeverre houdt u rekening met het medium/bron tijdens het verzamelen van informatie?

Ik probeer de nuance erin te houden. Een boze bewonersbrief leg ik dan naast de ambtelijke stukken, ik vind dat ik beiden moet hebben om het tegen elkaar af te kunnen wegen. Soms is het ene net zo waardevol als het andere, en dan geeft je politieke opvatting de doorslag.

21d. In hoeverre houdt u rekening met de timing van de te verzamelen informatie?

Er doet zich een probleem voor en ik ga er naar toe. Lange termijn planning doen we eigenlijk niet actief aan, met uitzondering van hele grote projecten. De cie-stukken komen binnen en aan de hand daar van ga ik op pad.

21e. Welke beschikbare middelen staan ter dienste om informatie te verzamelen en in hoeverre maakt u hier gebruik van?

Heel veel van wat je wordt aangeboden, brieven die boze mensen opsturen. De griffie helpt daar ook in mee door werkbezoeken te organiseren. BIS raadplegen. Ik ben redelijk georganiseerd doe heb uitgebreid archief thuis, doe aan dossiervorming voor mijzelf. Ik wil niet afhankelijk zijn van de notulen van de raad, want die zijn zo beperkt.

22. In hoeverre maakt u gebruik van andere dan door de raadsgriffie in vraag 6 en 7 genoemde bestaande communicatiemiddelen?

Buurtnetwerk, korfbalvereniging, school van mijn kinderen.

Eigen achterban. PvdA-leden die van alles vinden. Ik zorg ervoor dat de werkgroep waar in vanuit de PvdA in zit de stukken krijgt en een mening vormen. PvdA-leden zijn ook Tilburgers van deze stad.

23. In hoeverre maakt u gebruik van eigen opgezette communicatiemiddelen?

Ik doe eigenlijk gewoon heel veel met de e-mail, ik heb geen tijd om door de stad te fietsen. En ik ben gewoon een stukkenlezer, laat ik daar maar eerlijk in zijn.

24. Kunt u op een schaal van 1 (geheel niet belangrijk) tot 10 (heel belangrijk) aangeven hoeveel belang u hecht als raadslid aan contacten met:

- | | |
|---|---|
| a. Individuele burgers | 7 |
| b. Buurtorganisaties (of dorpsorganisaties) | 8 |
| c. Andere lokale organisaties | 7 |
| d. Gemeenteambtenaren | 6 |
| e. Collegeleden | 6 |
| f. Andere raadsleden | 8 |

d → wel belangrijk, maar contact heb ik via stuk

25. Wat is voor u de rol van digitale informatie en internet in het uitoefenen van uw functie als raadslid?

Het is belangrijk en makkelijk. Ik doe dat op een moment dat ik dat wil en diegene die mij mailt doet dat ook. En het geeft je ook even tijd om na te denken over een antwoord, over de telefoon heb je die tijd niet.

Ik was voorheen wel bang dat ik maar een beperkte hoeveelheid mensen zou bereiken, maar ook steeds meer ouderen hebben internet. Het viel mij in de campagne zo op dat zoveel mensen onze site kenden en daar bijvoorbeeld het verkiezingsprogramma hadden gedownload, de stemwijzer gedaan. Internet is het medium van de toekomst.

25a. Heeft u een eigen weblog?

Wil er een.

25b. Bezoekt u wel eens de site www.tilburgzeikt.com en wat vindt u ervan?

Heel weinig

25c. Bezoekt u wel eens de site www.tilburgz.nl en wat vindt u ervan?

Bijna dagelijks, zeker in campagnetijd.

25d. Zoekt u op internet naar door derden opgezette interactieve forums om een discussie over een actueel onderwerp te volgen?

soms

25e. Doet u mee aan interactieve discussies op internetforums?

nee

26. Wat verwacht u als raadslid van de raadsgriffie op het gebied van communicatie?

Marion doet het heel goed, haar rol in de verkiezingen werd nog scherper. In het begin dacht ik wel waar hebben we een communicatieadviseur voor nodig. Maar het is gewoon superbelangrijk. Zij moet namens ons communiceren dat we er zijn, daar is de afgelopen vier jaar enorm veel energie in gestoken en ze moet hetgeen dat we dan doen een beetje toegankelijk maken.

Mediatraining zou fijn zijn, moet haar functie worden uitgebreid. Ze heeft nu bescheiden rol gehad in helpen bij op tv komen. Zij mag best wel wat meer spiegelen. Van hoe kom je over op tv, zij is daar heel neutraal in. Raadsleden accepteren dat ook wel van haar.

27. Heeft u contact met landelijke partij?

Heel soms ook contact via site of bellen met landelijke en provinciale PvdA-politici om te kijken wat zij voor een standpunt hebben. Zij hebben soms al beter over een onderwerp nagedacht.

28. Heeft u tijdens de verkiezingen iets anders op communicatiegebied gedaan dan normaal?

Wij hadden twee vroegere voorlichters, die zitten bij ons in de partij, die hebben voor ons de communicatie gedaan. Wij hadden een behoorlijk professionele campagne. Alles wat naar buiten ging, ging eerst langs deze twee heren.

Pimp my poster, als reactie op het bekladden van de posters van Smolders.

Ik vind het gezeur om die hoeveelheid posters, dat vind ik verschrikkelijk. Ik vind de verkiezingsposters echt een achterhaald medium, dat zijn toch communicatiemiddelen uit de jaren '30. Ik geloof niet dat wij daar één stem meer of minder door hebben gekregen. Je kan wel zeggen dat het attentiewaarde heeft, dat de mensen weten dat de verkiezingen er zijn,

maar het is volstrekt achterhaald. Net als de kandidatenlijst op een grijs A4'tje. Mensen kennen de kandidaten veelal niet bij naam, maar soms wel op foto.

Teevee13 PvdA in 1 minuut, en verkiezingsspotje.

Docusoap Jan Hamming op Teevee13. Meer dan 20 afleveringen, eind januari mee begonnen. En dat is allemaal gekochte zendtijd, het is gewoon reclame.

Wij zijn heel vroeg begonnen met campagne, 28 januari en dan merk je dat de burger nog helemaal niet bezig is met de verkiezingen. Wouter Bos is 8 feb hier geweest, is goed dat die komt. Ben niet eens met kritiek op landelijke bemoeienis. Wij bestaan ook dankzij de landelijke partij. Landelijk beleid heeft voor meer dan 70% zijn invloed op wat hier in Tilburg gebeurt. Je kunt het niet los zien. Maar ja ik zal ook niet op Balkenende zitten wachten, wij hebben geluk dat Wouter Bos lekker bekt.

Dus we hebben gewonnen dankzij landelijke PvdA, maar als we hier hadden zitten prutsen waren we heus wel afgestraft. In de gemeente Woudichrem heeft de PvdA verloren door een stomme lokale beslissing.