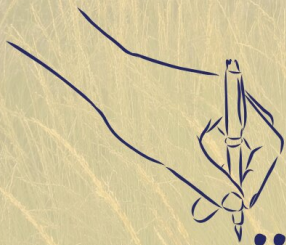


Gemeenteraad



2025: de start van....

Raadscommunicatie



*...met een doorkijkje
naar 2026 - 2030.*

Loon op Zand - De Moer - Kaatsheuvel

Start Raadscommunicatie 2025

Inhoud

1. Aanleiding	2
2. Wat is raadscommunicatie?	3
3. Waarom starten we er mee?	4
4. Wat willen we -meetbaar- bereiken?	4
5. Wie zijn onze doelgroepen?	5
6. Huisstijl, anders en herkenbaar	6
7. Welke communicatiekanalen gebruiken we?	7
8. In- en externe communicatie; wat gaan we communiceren?	8
9. Verbindende activiteiten met en voor inwoners	9
10. De raad: voor en met iedereen!	10
11. De werkgroep communicatie	11
12. Wat doet de griffie? <i>Capaciteit en ambitie binnen een klein team</i>	12
13. Doorkijkje: raadscommunicatie periode 2026 – 2030 <i>Evalueren en verder kijken</i>	13

Bijlagen:

- A. Huisstijlgids
- B. Activiteiten rondom de gemeenteraadsverkiezing 2026

Start Raadscommunicatie 2025 – 2026

1. Aanleiding

De gemeenteraad van Loon op Zand heeft de wens uitgesproken om zichzelf beter te positioneren. De nut en noodzaak van het dualisme, waarbij de gemeenteraad een duidelijke eigen identiteit en leidende rol heeft, onafhankelijk van de gemeente, wordt erkend en omarmd. In navolging hierop, wordt ook de eigen raadscommunicatie gestart.

Dit startdocument is de basis voor raadscommunicatie. Het is opgesteld door de griffie in samenwerking met de werkgroep communicatie (zie hoofdstuk 11.) Het document is primair bedoeld voor de gemeenteraad(sleden) en de griffie. Verder wordt het ter kennisname aangeboden aan het college van B&W.

2. Wat is raadscommunicatie?

Raadscommunicatie is de **gezamenlijke, neutrale communicatie van de gemeenteraad als geheel**. Deze vorm van communicatie is nadrukkelijk onafhankelijk van uitingen van politieke partijen of individuele raadsleden. Het doel is om de samenleving te informeren over het werk van de raad, zichtbaar te maken wat de raad doet, en actief de verbinding te zoeken met inwoners, maatschappelijke organisaties en andere betrokkenen.

In aanloop naar de **gemeenteraadsverkiezingen** speelt raadscommunicatie een extra belangrijke rol. Naast informeren en verbinden, richt de raad zich dan ook op opkomstbevordering (stemmen!) en het enthousiasmeren van inwoners om zelf politiek actief te worden in hun eigen gemeente.

Ook **interne communicatie** is onderdeel van raadscommunicatie. Het college van B&W en de ambtelijke organisatie worden actief geïnformeerd over de werkwijze en processen van de gemeenteraad.

In de praktijk ondersteunt raadscommunicatie het primaire proces van de raad: het nemen van goede besluiten voor de inwoners van Loon op Zand, De Moer en Kaatsheuvel. De gemeenteraad werkt volgens het **BOB-model** – een fasering in Beeldvorming, Oordeelsvorming (ook wel opiniëring) en Besluitvorming. **Raadscommunicatie ondersteunt deze drie fasen:**

Beeldvorming

In deze fase draait het om het verzamelen van informatie en het ophalen van meningen. Raadscommunicatie richt zich hier op het betrekken van inwoners: wie kunnen we ‘aan tafel’ krijgen om te horen wat er speelt? Hoe bereiken we de inwoners?

Oordeelsvorming (ook wel opiniëring)

In deze fase gaan politieke partijen met elkaar in debat. Raadscommunicatie ondersteunt door het delen van achtergrondinformatie en het inzichtelijk maken van standpunten, zodat inwoners de discussie kunnen volgen en begrijpen hoe argumenten worden gewogen.

Besluitvorming

Na het nemen van besluiten volgt duidelijke en toegankelijke communicatie: wat heeft de raad besloten, waarom is dat besluit genomen, en wat betekent dit voor de inwoners?

Later in dit communicatieplan beschrijven we hoe en wanneer inwoners actief betrokken worden via raadscommunicatie en welke verbindende activiteiten hiervoor ingezet kunnen worden.

3. Waarom starten we er mee?

Raadscommunicatie geeft de gemeenteraad, een belangrijke groep volksvertegenwoordigers, een eigen, herkenbare stem in de samenleving. De gemeenteraad is besluitvormend, stelt vooraf kaders aan het college en controleert of de opdrachten goed wordt uitgevoerd. Het zichtbaar maken van en zich beroepen op de volksvertegenwoordigende, kaderstellende en controlerende rol van de raad, noemen we ook wel tegenkracht.

Bij inwoners is dit proces en het verschil tussen gemeente en gemeenteraad niet altijd bekend. Ook weten ze vaak niet dat zij, als inwoner, invloed uit kunnen oefenen op besluitvorming. Door herkenbaar en structureel te communiceren krijgen inwoners meer inzicht en beseffen ze dat zij mee kunnen doen. Besluiten worden niet zo maar genomen. Hier gaat een zorgvuldige, openbare procedure aan vooraf. De raad zit hierbij zichtbaar aan het roer als hoogste bestuurlijke orgaan en nodigt inwoners nadrukkelijk uit om mee te denken en doen.

Als je raadscommunicatie inzet als 'uitnodiging', is het méér dan informatievoorziening: het is een uitnodiging tot dialoog, een middel om het vertrouwen en de relatie te versterken.

4. Wat willen we -meetbaar- bereiken?

Raadscommunicatie is geslaagd als het aantoonbaar bijdraagt aan meer inzicht, betrokkenheid bij besluitvorming en vertrouwen in de gemeenteraad. We maken dit meetbaar aan de hand van opkomst, bereik, verbinding en

waardering. Bijvoorbeeld het aantal volgers op Social Media of de opkomst bij een activiteit. Per activiteit wordt een meetbaar doel gesteld.

5. Wie zijn onze doelgroepen?

De communicatie van de gemeenteraad richt zich op zowel externe als interne doelgroepen.

Extern spreken we een breed palet aan: van inwoners die we betrekken bij het democratisch proces, tot ondernemers en maatschappelijke organisaties die raakvlakken hebben met het raadsbeleid.

Ook lokale en regionale media en pers, evenals samenwerkende partijen zoals omliggende gemeenten en de provincie, zijn belangrijke schakels in de informatievoorziening.

Intern ligt de focus op een goed geïnformeerde en verbonden ambtelijke organisatie.



Externe doelgroepen:

- Inwoners
- Ondernemers
- Maatschappelijke organisaties (zoals woningstichtingen, kunst en cultuur, sport en spel, verenigingen, buurthuizen)
- Zorg- en veiligheidsorganisaties (zoals politie, brandweer, ziekenhuizen, zorghuisvesting)
- Scholen en educatieve organisaties
- Media en pers
- Regionale -samenwerkende- partijen (zoals omliggende gemeenten, gemeenteraden, provincie, NUTS-organisaties)

Geadviseerd wordt dat de griffie op enig moment **een verzendlijst met organisaties** en contactpersonen opstelt en bijhoudt. Deze organisaties kunnen dan met één druk op de (e-mail)knop bereikt worden.

Interne doelgroepen:

- Raadsleden en fractieondersteuners
- Het college van B&W
- De ambtelijke organisatie
- De griffie

Afhankelijk van een bijzonder onderwerp of traject kunnen specifieke doelgroepen zoals jongeren, de kinderraad, scholen of wijkorganisaties gericht benaderd worden.

6. Huisstijl, anders en herkenbaar

De gemeenteraad hanteert bewust een afwijkende huisstijl ten opzichte van de gemeente. Zo beschikt de raad over een eigen logo – gebaseerd op het gemeentelogo – en een onderscheidende blauwe steunkleur die direct opvalt in alle communicatie-uitingen. Deze visuele identiteit versterkt de herkenbaarheid en zelfstandige positie van de raad binnen het gemeentebestuur.

Een paar voorbeelden:



Gezien de gebruiksvriendelijkheid is er voor gekozen om alle publicaties, posters etc. op te maken in CanvaPro. Dit is een eenvoudig online programma (waar de griffie op geabonneerd is) om eenvoudig mooie ontwerpen te maken, gebaseerd op de huisstijl van de raad. ➡ www.canva.com

De afspraken over de huisstijl staan vermeld in bijlage A. 'Huisstijlgids'.

7. Welke communicatiekanalen gebruiken we?

Het beheer van de communicatiekanalen is belegd bij de griffie. Bij de keuze voor kanalen is gekeken naar de landelijke ontwikkelingen bij andere gemeenteraden én de beschikbare capaciteit binnen de griffie. De huidige selectie is niet in beton gegoten: de griffie start hiermee en evalueert na een jaar of de behoeften anders zijn.

Bij de inzet van communicatiekanalen maken we onderscheid tussen interne en externe communicatie.

Kanaal	Doelgroep intern	extern
Facebook		✓
Instagram (nog optioneel)		✓
LinkedIn		✓
Intranet gemeente Loon op Zand	✓	
De Duinkoerier (krant)		✓
Moerassigheden (krant)		✓
Rond de toren (krant)		✓
Nieuwsbrief whatsapp	✓ (griffie/raad)	
Website gemeenteraadloonopzand.nl	✓	✓
papieren flyers, posters, posters	✓	✓

Welke kanalen gebruiken we niet?

We kiezen er bewust voor om sommige kanalen (vooralsnog) niet in te zetten. Hieronder een korte toelichting:

TikTok

Dit kanaal wordt ontraden door het ministerie van Binnenlandse Zaken, vanwege zorgen over privacy en dataverwerking buiten Europa (met name China).

X (voorheen Twitter)

X wordt door deskundigen omschreven als een platform dat polarisatie, haat en desinformatie in de hand werkt. Sinds de overname door Elon Musk voldoet het bovendien niet meer aan Europese privacywetgeving.

Bluesky

Bluesky is een gedecentraliseerd sociaal netwerk dat is ontstaan als een alternatief voor Twitter. Het richt zich op open standaarden en gebruikerscontrole. Het platform biedt een chronologische tijdlijn zonder algoritmische manipulatie. Het maakt een groei

door, maar...Nederland is geen snelle groeier. Geadviseerd wordt om dit platform te volgen en, bij groeiende populariteit te overwegen om het als alternatief voor X/Twitter te gebruiken.

Instagram

Instagram wordt momenteel nog niet ingezet. De griffie kan de mogelijkheid om het Facebook-account te koppelen aan Instagram instellen, vanwege de onderlinge integratie binnen Meta. Gezien het jongere publiek op Instagram is dit een kansrijk aanvullend kanaal.



Evaluatie

Er zijn -natuurlijk- talloze communicatiekanalen beschikbaar. We kiezen er bewust voor om klein en beheersbaar te beginnen. Rekening houdend met de beschikbare uren op de griffie is het voorstel om met bovenstaande selectie te starten aan het einde van 2026 te evalueren. Op basis van bereik, effectiviteit en capaciteit sturen we dan bij.

8. In- en externe communicatie: wat gaan we communiceren?

De kernboodschap is telkens: **de raad is er namens de inwoners, neemt besluiten zorgvuldig en nodigt actief uit tot betrokkenheid.** We communiceren over wat er speelt, hoe inwoners kunnen meepraten, en wat de raad heeft besloten en waarom.

Structurele communicatie

Structurele communicatie omvat vaste onderdelen die op een vast moment periodiek terugkomen. Ze zorgen voor een herkenbaar ritme in onze zichtbaarheid. Denk hierbij aan:

- Aankondigingen van beeldvormende en opiniërende vergaderingen en besluitvormende raadsvergaderingen;
- Bekendmaking van raadsbesluiten (met uitleg waarom);
- Informatieve updates via de gemeenteraad-website;
- Maandelijkse nieuwsbrief via WhatsApp voor raadsleden en fractieondersteuners;
- Vaste publicaties in lokale kranten over raadsactiviteiten;
- Duidelijke uitleg over rollen en processen (zoals het BOB-model), zowel in- als extern. Jaarlijkse terugblik van de raad in de vorm van een publieksvriendelijke infographic* ('Jaarverslag in beeld').

* Infographic: een plaatje met tekeningen en korte tekstjes waarmee je iets eenvoudig en snel uitlegt.

Incidentele communicatie

Naast structurele communicatie zijn er ook incidentele campagnes en thema's die aandacht vragen. Denk hierbij aan:

- Thema's bijv. 'De raad in de wijk' of 'Dag van de vrijwilliger', een fotowedstrijd (om nog meer mooie foto's van de gemeente te verzamelen en te gebruiken bij de raadscommunicatie!)
- Verhalen van raadsleden ('Raadslid in beeld')
- Uitleg-video's en -afbeeldingen via Social Media 'Hoe werkt de raad?'
- Communicatie rondom de Gemeenteraadsverkiezing 2026
- Kennismakingsmomenten voor nieuwe inwoners of inwoners die actief willen worden binnen de politiek.
- Communicatie bij urgente actualiteiten; ramp, crisis, feestelijkheid, overlijden, herdenking.

9. Verbindende activiteiten met en voor inwoners

Om de verbinding met de samenleving te versterken, organiseert de raad activiteiten buiten de raadzaal, waarin contact en dialoog met de inwoners centraal staan. Deze activiteiten zijn – bij voorkeur- gekoppeld aan onderwerpen die op een later moment voorliggen ter besluitvorming. Voorbeelden:

- **Raadsleden op locatie:** scholen, buurthuizen, verenigingen, wijken waar iets speelt dat te maken heeft met (toekomstige) besluitvorming;
- **Deelname aan en zichtbaarheid bij lokale evenementen** met bijv. een raadskraam op de markt, flyeren bij evenementen, een spelletje organiseren rondom het raadswork;
- **Zelf een activiteit organiseren**, zoals Motiemarkt (Ideeënmarkt), Kinderraad, kennismakingsmiddag met maatschappelijke organisaties.
- **Controlerende rol van de raad:** op pad om te bekijken of projecten goed zijn uitgevoerd, inwoners tevreden zijn of dat er misschien bijgestuurd moet worden. Dit kan bijvoorbeeld met een fietstocht, wandeling of bijwonen van buurt(huis)activiteiten.
- **Werkbezoeken** bij organisaties. Om organisaties beter te leren kennen, de rol van de organisatie binnen de samenleving onderzoeken. Zijn de organisaties tevreden met hoe de gemeente(raad) werkt?

Deze activiteiten dragen bij aan zichtbaarheid, maar vooral aan wederzijds begrip en het versterken van de volksvertegenwoordigende rol en het netwerk van de raad.

Activiteiten rondom de gemeenteraadsverkiezing 2026

Elke 4 jaar vinden er gemeenteraadsverkiezingen plaats. In aanloop naar de verkiezingen kan de raad inzetten op:

- **Opkomstbevordering:** Campagnes via lokale media, social media en flyers om inwoners te informeren en activeren.
- **Uitleg potentiële kandidaten/partijen:** Hoe stel je een kieslijst samen, waar moet het aan voldoen, procedure, termijnen (in samenwerking met 'bureau verkiezingen' intern).
- **Verbinding:** Promotie van het raadswerk als iets waarin inwoners zélf een rol kunnen spelen, bijvoorbeeld door zich verkiesbaar te stellen of burgerlid te worden, in te spreken. Het promoten van de cursus Politiek Actief (najaar 2025).

Ten behoeve van de **Gemeenteraadsverkiezing 2026 is een separaat plan** opgesteld, bijlage B. 'Activiteiten rondom de gemeenteraadsverkiezing 2026'. Deze is nog onder constructie.

10. De raad: voor en met iedereen!

De gemeenteraad communiceert met en voor iedereen, ongeacht afkomst, leeftijd, beperking, opleidingsniveau of achtergrond. Inclusiviteit staat centraal: iedereen moet zich welkom, gehoord en serieus genomen voelen.



Dat betekent dat de raad informatie op een begrijpelijke en toegankelijke manier aanbiedt, rekening houdt met mensen met een beperking en actief verbinding zoekt met groepen die minder snel vanzelf meedoen.

Hoe uit zich dat in de praktijk?

- We zorgen dat onze online communicatie voor iedereen toegankelijk is. Zo letten we op de **leesbaarheid van teksten**, gebruiken contrasterende, heldere kleuren en het is mogelijk om teksten op de website te laten **voorlezen**.
- Bij activiteiten en bijeenkomsten van de raad houden we vooraf rekening met de **fysieke toegankelijkheid**, bijvoorbeeld voor mensen die minder goed ter been zijn.
- De online raadsvergaderingen worden **ondertiteld**.
- We communiceren in **begrijpelijke taal**, zodat ook mensen met beperkte taalvaardigheid de informatie kunnen volgen.
- Bijeenkomsten worden **zowel digitaal als op papier (krant)** bekend gemaakt.
- **Iedereen is welkom** bij de raad van Loon op Zand – ongeacht afkomst, beperking, gender, identiteit, opleidingsniveau of politieke voorkeur.

11. De werkgroep communicatie

Na de introductie van raadscommunicatie in het voorjaar van 2025, is vrij vlot een werkgroepje communicatie opgericht. In deze werkgroep hebben zitting: 3 leden uit de raad, waarbij raadsleden voorrang hebben op fractieondersteuners. Huidige bezetting: raadsleden Zijlmans en Van Hest, fractieondersteuner Gerhardus, 1 raadsadviseur Zevenhuizen vanuit de griffie en een tijdelijke inhuurkracht: raadsadviseur Noordman voor communicatie.

De functie van de werkgroep is:

1. Zorgen dat een goed en werkbaar plan (deze!) ligt om raadscommunicatie te starten en uit te voeren;
2. Zorgen dat er draagvlak is (of ontstaat) binnen de raad voor raadscommunicatie;
3. Zorgen dat er voortgang zit in de raadscommunicatie door middel van:

1. Do (Doen)

We starten. We voeren de activiteiten uit op basis van dit eerste plan. Het draait hier om experimenteren, proberen, starten.

2. Plan (Plannen)

Op basis van de eerste ervaring of waarneming kijken we wat er beter kan. Wat werkte goed, wat niet, wat willen we anders doen?

3. Act (Handelen/Verbeteren)

We voeren verbeteringen door op basis van wat we geleerd hebben.

4. Evalueer (Terugkijken/Leren)

Terugkijken, aanpassen, verdergaan met punt 1.

De griffie zorgt voor de bemensing van de werkgroep: minimaal 3 leden uit de raad en 1 functionaris vanuit de griffie.

Geadviseerd wordt om minimaal 4 x per jaar bij elkaar te komen en indien wenselijk of noodzakelijk vaker.

Tussentijds communiceert de groep met elkaar via e-mail en in de Whats-app groep.



12. Wat doet de griffie?

Capaciteit en ambitie binnen een klein team

De griffie is de spil van de raadscommunicatie. Dit kleine, deskundige team ondersteunt en voert de inhoudelijke als communicatieve processen uit. Denk hierbij aan:

- Het opstellen en uitvoeren van het communicatieplan;
- Beheer van kanalen zoals website, nieuwsbrief en social media;
- Advisering aan raadsleden over communicatievormen;
- Organisatie van (externe) bijeenkomsten en activiteiten.
- Faciliteren van en deelnemen aan de werkgroep communicatie.

Gezien de beperkte capaciteit binnen de griffie en de vacature junior raadsadviseur die nog ingevuld wordt, zetten we in op een beheersbare uitvoering en slimme planning. Beter klein beginnen en alles goed oppakken, dan te veel willen en er niet aan toe komen!

Na 1 jaar, in september 2026, wordt de werkwijze geëvalueerd.

Het najaar van 2025 en het voorjaar van 2026 zal vooral in het teken staan van de gemeenteraadsverkiezing. Los van de verkiezingen, **start de griffie in 2025 met de volgende structurele acties:**

Omschrijving	Tijdsplanning / kanaal	Meetbaar doel per 12 maanden
Instellen Social Media	(uitgevoerd)	Groei van aantal volgers met 250 per kanaal.
Aankondiging van de vergaderingen	Elke week via - LinkedIn en Facebook - De Duinkoerier	De interesse in de berichten groeit met 25%
Wist u dat...	Een algemeen berichtje vanuit de raad via - LinkedIn en Facebook	De interesse in de berichten groeit met 25%
Nieuwsberichtje met foto	1 x per kwartaal op de website Gemeenteraadloono pzand.nl	Bezoekersaantal website groeit met 10% t.o.v. start

Geadviseerd wordt om te onderzoeken of er capaciteit is binnen de griffie om onderstaande werkzaamheden op te pakken:

Het opstellen van een communicatieplan(netje) voor de periode van 2026-2030	Mei 2026	Een leidraad voor griffie en raad.
Het opstellen van een activiteitenplan en vastzetten van data in de raadskalender voor de periode september 2026 t/m december 2026	Mei 2026	Met minimaal 2 activiteiten buiten de raadzaal op locatie met en voor inwoners groeit de bekendheid van de raad.
Het opstellen van een activiteitenplan en vastzetten van data in de raadskalender voor de periode januari 2027 t/m december 2027	Najaar 2026	Met minimaal 5 activiteiten buiten de raadzaal op locatie met en voor inwoners groeit de bekendheid van de raad.
Het in kaart brengen van de lokale maatschappelijke organisaties en ondernemers en hier zo mogelijk een verzendlijst voor maken: -naam -rol -e-mailadres	Nader te bepalen	Een verzendlijst waar met één druk op de knop informatie van de raad naar relevante betrokkenen wordt verstuurd. Bijv. een uitnodiging voor een activiteit, een enquête, een bijeenkomst rondom een thema etc.

bijlage B. is onder constructie en wordt overlegd met de raad:

Gemeenteraadsverkiezing 2026, planning en activiteiten	Zie bijlage B. 'Activiteiten rondom de Gemeenteraadsverkiezing 2026'
--	--

Doorkijkje: raadscommunicatie periode 2026 – 2030

Na het verkiezingsjaar 2026 breekt een nieuwe bestuursperiode van 4 jaar aan. Op basis van de ervaringen in 2025–2026 wordt eind dat jaar een evaluatie gehouden. Deze evaluatie voeren we uit met de raad en griffie. Daarbij wordt gekeken naar:

- Wat werkte goed en waar was de impact zichtbaar?
- Welke kanalen en vormen krijgen een vervolg (en welke niet)?
- Waar liggen nog kansen op het gebied van bereik, inclusie en interactie?
- ***En de belangrijkste: Hoe verhoudt het communicatieplan zich tot de capaciteit (kennis, kunde en beschikbare uren) op de griffie en binnen de raad? Wat is er mogelijk en wat niet!***

Op basis van de evaluatie wordt geadviseerd om, samen met de werkgroep Communicatie, een plan(netje) voor 2026–2030 op te stellen; wat pakken we (griffie/gemeenteraad) wel en niet op. Geen dik boekwerk, maar een kort bondig SMART-advies - (= Specifiek, Meetbaar, Acceptabel, Realistisch en Tijdsplanning). Hier staan de concrete communicatie-uitingen en activiteiten met data voor dat specifieke jaar in vermeld.