

# Communicatie en democratische legitimiteit in een regionaal samenwerkingsverband

ONDERZOEK NAAR DE COMMUNICATIEMIDDELEN EN STRATEGIE RICHTING GEMEENTERAADSLEDEN

Irene de Groot

12/08/2019 | ADVIESRAPPORT

# Inhoud

---

1. Introductie .....	2
Leeswijzer .....	3
2. Huidige communicatiestrategie richting raadsleden.....	4
3. Resultaten van de enquête .....	7
4. Wensen en behoeften van raadsleden .....	10
5. Democratische legitimiteit in Regio Hart van Brabant .....	12
6. Aanbevelingen .....	13
7. Conclusie.....	16
7.1 Conclusie.....	16
7.2 Beperkingen en aanbevelingen voor verder onderzoek .....	17
Verwijzingen .....	18

# 1. Introductie

---

Regio Hart van Brabant is een regionaal samenwerkingsverband dat snel groeit. Steeds meer taken worden overgeheveld naar de gemeenschappelijke regeling. Goede samenwerking op regionaal niveau wordt dus steeds belangrijker. Met name de rol van raadsleden hierin is nog lastig te duiden (Brief van de Minister van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties van 29 juni 2018, 2018-0000475910). Regio Hart van Brabant heeft daarom het verzoek gedaan om onderzoek te doen naar communicatie met gemeenteraadsleden. Hierbij draait het vooral om de vraag wat raadsleden zelf graag willen zien op het gebied van communicatie. Wat helpt raadsleden om hun democratische taken uit te voeren?

Dit onderzoek kijkt dus naar de communicatie tussen Regio Hart van Brabant en de raadsleden van de aangesloten gemeenten. De volgende hoofdvraag is opgesteld:

*Wat zijn de behoeften en wensen van gemeenteraadsleden van de negen aangesloten gemeenten in de communicatie met Regio Hart van Brabant?*

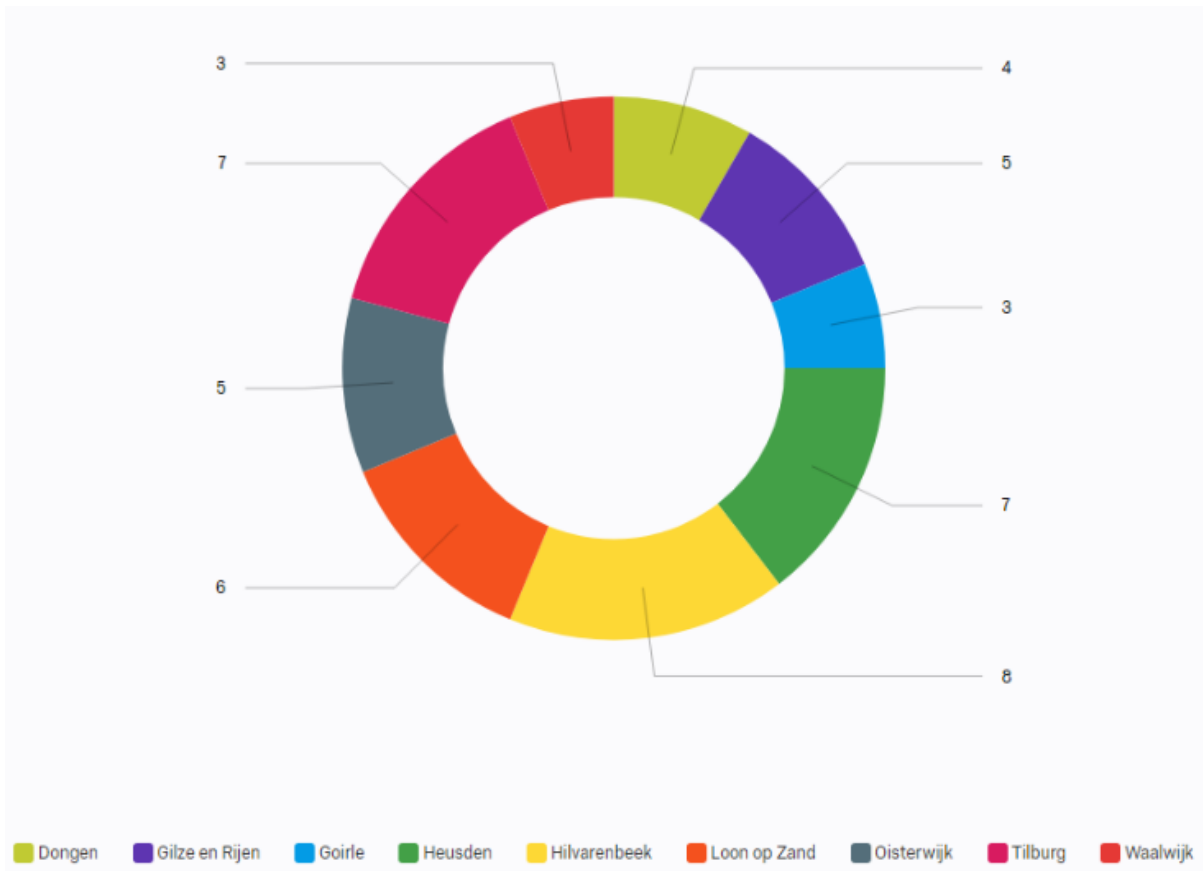
Aan deze hoofdvraag zijn twee randvoorwaarden verbonden. De rol die de griffies op dit moment spelen in het communicatiebeleid richting raadsleden moet worden meegenomen. Griffies verspreiden momenteel veel informatie naar raadsleden via de mail. Zij dienen als een soort doorgeefluik. Het programma bureau van Regio Hart van Brabant levert hen stukken en andere relevante informatie, die de griffies vervolgens verspreiden onder raadsleden uit hun gemeente (Regio Hart van Brabant, persoonlijke communicatie, 21 februari 2019). Daarnaast moet het stellen van de hoofdvraag geen irreële verwachtingen oproepen bij de raadsleden of de griffies, omdat het programmabureau - voor zover er in het eindadvies een rol voor het programmabureau ligt - efficiënt en effectief met de inzet van middelen om moet gaan.

Om de hoofdvraag te beantwoorden, zijn vijf deelvragen opgesteld:

1. *Hoe ziet de huidige communicatie van Regio Hart van Brabant richting de raadsleden eruit?*
2. *Wat vinden raadsleden van de huidige communicatie met Regio Hart van Brabant?*
3. *Naar welke communicatiemiddelen is er behoefte (of juist geen behoefte) vanuit de raadsleden?*
4. *Meegenomen dat de gemeenteraad het hoogste orgaan is in de gemeente, wat is er nodig aan communicatie als het gaat om democratische legitimiteit van Regio Hart van Brabant?*
5. *Indien nodig, hoe kunnen de momenteel ingezette middelen verbeterd worden zodat ze meer recht doen aan de behoeften en wensen van de raadsleden?*

Deze vijf deelvragen zullen allen aan bod komen in dit rapport. Om antwoorden te krijgen op de hoofd- en deelvragen, is er gebruikt gemaakt van zowel literatuuronderzoek, een enquête en interviews. De enquête is uitgezet onder de 219 raadsleden in Regio Hart van Brabant. Van deze raadsleden hebben er 48 de gehele enquête ingevuld. In figuur 1 is de verdeling per gemeente te zien. De interviews dienen ter verdieping op de uitkomsten van de enquête. De interviews zijn gehouden onder twee respondenten van de enquête. Er

is voor deze twee respondenten gekozen omdat één van de twee erg negatief was over de communicatie en één vrij positief. Dit geeft een verduidelijking van beide standpunten.



**Figuur 1** De verdeling van respondenten per gemeente

## Leeswijzer

In dit rapport vindt u allereerst in hoofdstuk 2 een korte uiteenzetting van het huidige communicatiebeleid richting gemeenteraadsleden. Hier worden de belangrijkste communicatiemiddelen in benoemd en toegelicht. In hoofdstuk 3 zijn de belangrijkste resultaten van de enquête uiteengezet. In hoofdstuk 4 vindt u de wensen en behoeftes van raadsleden op het gebied van communicatie. In dit hoofdstuk wordt tevens duidelijk welke communicatiemiddelen de raadsleden behoefte aan hebben. Hoofdstuk 5 bevat een indruk van democratische legitimiteit van Regio Hart van Brabant. Antwoorden uit de enquête en de interviews komen hierin ook naar voren. Hoofdstuk 6 bevat aanbevelingen op het gebied van communicatie, naar aanleiding van de wensen en behoeftes van de raadsleden. Tot slot bevat hoofdstuk 7 de algehele conclusie van het onderzoek.

## 2. Huidige communicatiestrategie richting raadsleden

Wat belangrijk is om mee te nemen in deze uiteenzetting, is dat Regio Hart van Brabant zich voornamelijk focust op het bereiken van doelgroepen zoals raadsleden, bestuurders en ambtenaren (Regio Hart van Brabant, persoonlijke communicatie, 6 juni 2019). De communicatiestrategie van Regio Hart van Brabant is niet gefocust op het bereiken van inwoners. Regio Hart van Brabant gebruikt momenteel acht verschillende middelen om te communiceren met raadsleden. De meeste van deze middelen zijn digitaal, maar er zijn ook informatiesessies waarbij informatie persoonlijk wordt verspreid (figuur 2). De volgende middelen worden door Regio Hart van Brabant ingezet: nieuwsbrieven, een website, een raadsinformatiesysteem genaamd Notubiz, LinkedIn, Twitter, informatievoorziening door griffies, informatievoorziening door portefeuillehouders en informatiesessies<sup>1</sup>.

Communicatiemiddel	Type communicatie	Frequentie	Manier van communiceren
Nieuwsbrieven	Digitaal	4 keer per jaar	One-way
Website	Digitaal	Regelmatig bijgewerkt	One-way
Notubiz	Digitaal	Niet zo vaak	One-way
LinkedIn	Digitaal	Regelmatig bijgewerkt	Two-way
Twitter	Digitaal	Dagelijks bijgewerkt	Two-way
Informatievoorziening door griffie	Digitaal	Wanneer er nieuwe informatie beschikbaar is	One-way
Informatievoorziening door portefeuillehouders	Persoonlijk	Niet bekend, kan verschillen per gemeente	One-way
Informatiesessies	Persoonlijk	Een paar keer per jaar	Two-way

Figuur 2 Overzicht van communicatiemiddelen (Regio Hart van Brabant, persoonlijke communicatie, 21 februari 2019)<sup>2</sup>

De nieuwsbrief wordt vier keer per jaar verzonden, na elke Hart van Brabantdag. In deze nieuwsbrief staat informatie over recente ontwikkelingen en toekomstige ontwikkelingen in het algemeen en binnen de drie thema's (mens & samenleving, leefomgeving & milieu, economie) van Regio Hart van Brabant (Regio Hart van Brabant, 2019). In 2017 heeft Regio Hart van Brabant een enquête uitgezet onder de ontvangers van de nieuwsbrief. In deze enquête kwam naar voren dat 50% daadwerkelijk de nieuwsbrief opent en 14% van de lezers op links klikken (Regio Hart van Brabant, 2017). De nieuwsbrief kreeg een gemiddelde score van 7.1 op een schaal van 1 tot 10. De nieuwsbrieven lijken dus de helft van de ontvangers te bereiken en degene die de nieuwsbrief lezen zijn positief over het middel en de informatie die de nieuwsbrief bevat.

De website<sup>3</sup> van Regio Hart van Brabant werd ook genoemd in de enquête over de nieuwsbrief. Hierin kwam naar voren dat de website de belangrijkste bron van informatie is met betrekking tot de activiteiten van Regio Hart van Brabant. De website wordt regelmatig bijgewerkt met nieuwe artikelen en informatie. De website bevat daarnaast onder andere informatie over de organisatie, een smoelenboek, een contact functie en een downloadcentrum voor raadsleden. Dit downloadcentrum voor raadsleden, "raadszaken", bevat relevante documenten voor raadsleden.

Notubiz is een raadsinformatiesysteem waarin raadsleden makkelijk documenten kunnen downloaden van Regio Hart van Brabant. Momenteel worden er door Regio Hart van Brabant weinig documenten

<sup>1</sup> Hieronder vallen zowel de radendagen en –avonden, themabijeenkomsten en de Verenigde Vergadering

<sup>2</sup> Dit wordt verder onderbouwd door persoonlijke observatie

<sup>3</sup> <https://www.regio-hartvanbrabant.nl/>

beschikbaar gesteld via Notubiz (Regio Hart van Brabant, persoonlijke communicatie, 21 februari 2019). Er is een pilot opgestart vanuit Regio Hart van Brabant omtrent Notubiz. In deze pilot worden echter niet alle functies van Notubiz gebruikt. Een knelpunt met Notubiz is dat niet alle gemeenten standaard Notubiz gebruiken. Heusden, Loon op Zand en Goirle gebruiken niet standaard Notubiz als raadsinformatiesysteem (Regio Hart van Brabant, persoonlijke communicatie, 24 juni 2019) waardoor het lastiger wordt om deze gemeenten via dit middel te bereiken.

LinkedIn en Twitter zijn de sociale media die Regio Hart van Brabant hanteert. Er is speciaal voor deze twee media gekozen omdat de doelgroep zich daar bevindt (Regio Hart van Brabant, persoonlijke communicatie, 5 maart 2019). Sociale media bieden raadsleden de kans om te reageren op ontwikkelingen in Regio Hart van Brabant. Het programmabureau van Regio Hart van Brabant probeert dan ook te reageren op alle opmerkingen en tags. In hun posts op LinkedIn en Twitter, wordt vaak verwezen naar de website (figuur 3). Op de website staat dan meer informatie over het onderwerp in de post.



**Figuur 3** Verwijzing naar de website op sociale media kanalen

Zoals eerder benoemd zijn de griffies een soort doorgeefluik van informatie richting raadsleden. De griffies kunnen de informatie verspreiden per mail, raadsinformatiesystemen of via een andere weg. Daarnaast verspreiden portefeuillehouders ook informatie onder raadsleden. De verantwoordelijkheid voor het informeren van raadsleden over projecten in de regio en de resultaten van poho's ligt primair bij portefeuillehouders (Gemeente Tilburg, 2014). De informatievoorziening door het programmabureau van Regio Hart van Brabant is dus een toevoeging op de informatievoorziening vanuit portefeuillehouders.

Regio Hart van Brabant organiseert ook informatiesessies om raadsleden te informeren. Op deze informatiesessies speken vaak portefeuillehouders, maatschappelijke partners, leden van het programmabureau van Regio Hart van Brabant en/of de voorzitter van Regio Hart van Brabant<sup>4</sup>. Deze

<sup>4</sup> Zoals onder andere geobserveerd op de radenavond van 3 april 2019

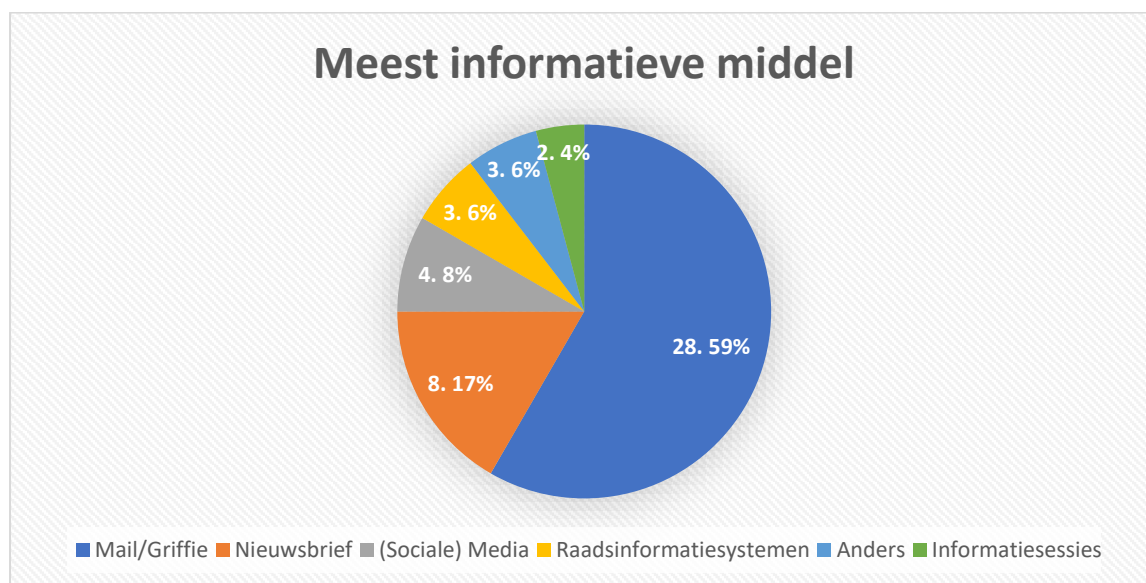
sessies zijn interactief, raadsleden kunnen met elkaar en de spreker in discussie gaan. Bij Verenigde Vergaderingen draait het niet zozeer om het uitwisselen van informatie, maar het focust zich meer op de meningen van raadsleden. Dit wordt versterkt door het feit dat raadsleden moties in kunnen dienen en hierover kunnen stemmen.

### 3. Resultaten van de enquête

In dit hoofdstuk zijn de meest opvallende resultaten uit de enquête opgenomen. Voor een compleet overzicht van alle resultaten kunt u de onderliggende scriptie raadplegen<sup>5</sup>.

In het algemeen geven respondenten aan dat ze voldoende op de hoogte zijn van de activiteiten van Regio Hart van Brabant. 70.8% van de respondenten vindt dat ze voldoende op de hoogte zijn. De beste cijfers worden gegeven in Waalwijk en Gilze en Rijen, de slechtste cijfers worden gegeven in Loon op Zand en Hilvarenbeek.

De respondenten zijn gevraagd om de meest informatieve middelen te noemen (figuur 4). Opvallend is dat 28.59% aangeeft via de griffie en de mail de meeste informatie te ontvangen.



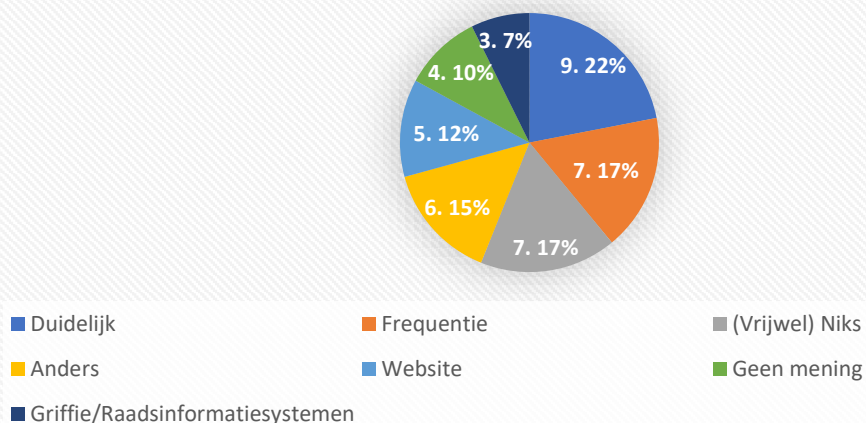
**Figuur 4 Meest informatieve communicatiemiddel volgens respondenten**

9.22% van de respondenten vindt de communicatie met Regio Hart van Brabant duidelijk (figuur 5). Wat daarnaast opvalt is dat 7.17% van de respondenten de frequentie van informatievoorziening goed vindt en dat 7.17% van de respondenten niks positief vindt aan de communicatie.

<sup>5</sup> "Communication and democratic legitimacy in a regional collaboration"



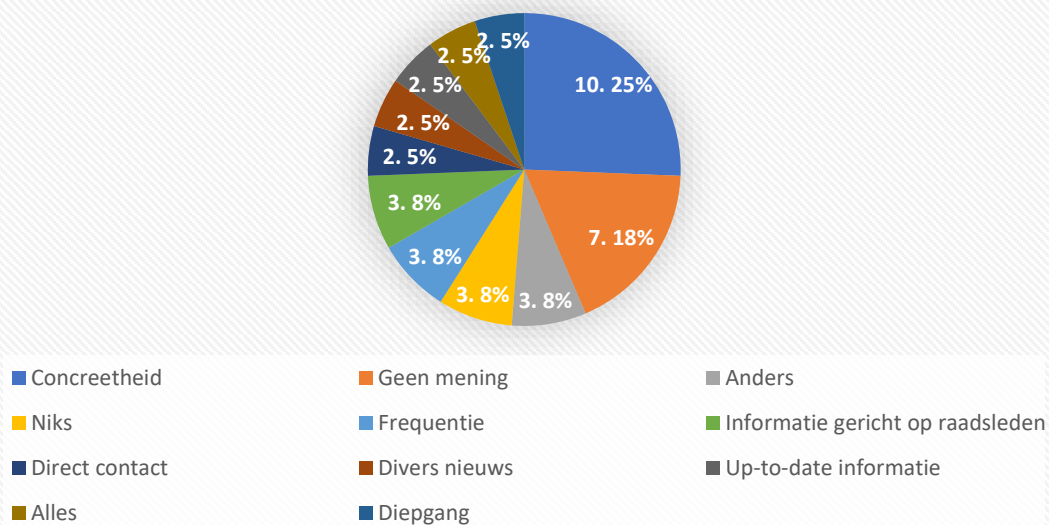
## Positieve factoren communicatie



Figuur 5 Positieve factoren van de communicatie met Regio Hart van Brabant volgens respondenten

De meningen waren verdeeld over wat er mist in de communicatie van Regio Hart van Brabant, maar 10.25% van de respondenten benoemde concreetheid (figuur 6).

## Wat er mist in de communicatie



Figuur 6 Wat er mist in de communicatie met Regio Hart van Brabant volgens respondenten

Daarnaast bevatte de enquête vragen over alle communicatiemiddelen<sup>6</sup> van Regio Hart van Brabant. Er zijn verschillende middelen die voor veel respondenten onbekend zijn. Zie onderstaande tabel (figuur 7) voor een overzicht van de bekendheid van de communicatiemiddelen bij de respondenten:

COMMUNICATIEMIDDEL	BEKEND	ONBEKEND
NIEUWSBRIEF	70.8%	29.2%
WEBSITE	87.5%	12.5%
LINKEDIN	16.7%	83.3%
TWITTER	41.7%	58.3%
NOTUBIZ	83.3%	16.7%
INFORMATIESESSIES	100%	0%

Figuur 7 Overzicht van de bekendheid van communicatiemiddelen onder respondenten

In de enquête heeft 93.8% van de respondenten aangegeven dat ze graag één platform zouden willen waarin alle informatie van Regio Hart van Brabant gebundeld wordt. Dit is een erg hoog percentage.

Ten slotte zijn er vragen gesteld over Regio Hart van Brabant en democratische legitimiteit. De respondenten waren verdeeld over de vraag of ze genoeg kennis en expertise hebben om hun taak op regionaal niveau uit te voeren. 56.3% gaf aan genoeg kennis en expertise te hebben, terwijl 43.8% van de respondenten aangaf niet genoeg kennis en expertise te hebben. Ook gaf 54.2% van de respondenten aan dat ze niet genoeg tijd hebben om zich te verdiepen in Regio Hart van Brabant.

---

<sup>6</sup> Er zijn ook vragen gesteld over informatievoorziening vanuit de griffie en portefeuillehouder. Er is echter niet gevraagd of raadsleden bekend zijn met deze informatievoorziening, vandaar dat deze twee middelen niet opgenomen zijn in figuur #

## 4. Wensen en behoeften van raadsleden

---

De raadsleden is in de enquête gevraagd wat ze missen in de communicatie met Regio Hart van Brabant (figuur 6). Het meest voorkomende antwoord is concreetheid. Raadsleden willen graag to-the-point informatie. Dit kan worden verklaart door de grote werkdruk die raadsleden hebben. Vooral het lezen van alle inkomende stukken, brieven en informatie draagt bij aan de werkdruk (Raadslid.nu, 2018). Informatie zou daarom concreet en duidelijk moeten zijn wanneer het naar raadsleden verzonden wordt. Een raadslid in de enquête gaf aan dat men *'samenvattingen van documenten'* mist en een ander raadslid zei dat *'documenten vaak erg lang zijn'*. Digitalisering maakt het gemakkelijker om vaker lange documenten te versturen (Raadslid.nu, 2018). Het maken van samenvattingen is daarom ook aan te raden volgens Raadslid.nu (2018). Raadsleden zijn in het algemeen echter vrij content met de frequentie waarmee ze informatie ontvangen, alhoewel sommigen vaak vaker informatie zouden ontvangen.

Van alle communicatiemiddelen wordt de informatievoorziening vanuit de griffie het meest gewaardeerd (figuur 4). Deze manier van informatievoorziening werd het meest genoemd wanneer de raadsleden werd gevraagd om het meest informatieve middel te benoemen. Aanvullend hierop waren 45 van de 48 raadsleden positief over de informatievoorziening via de griffies. 91.7% van de raadsleden vond tevens dat de frequentie van de informatie precies goed was. De meeste raadsleden vonden ook dat hier niets aan veranderd hoeft te worden.

Het versturen van stukken via de mail werkt goed omdat mails toegankelijk zijn en de raadsleden niet actief hoeven te zoeken naar informatie. Deze digitale manier van communiceren is positief in een netwerkorganisatie zoals Regio Hart van Brabant (Datema, 2015). Regio Hart van Brabant gebruikt momenteel echter zoveel digitale communicatiemiddelen dat het lastig is voor raadsleden om de informatie te vinden die ze zoeken. De geïnterviewde raadsleden zeiden beiden dat er *'geen makkelijke manier is om informatie te vinden'*. Dit kan problematisch zijn, want het op de hoogte houden van alle actoren is essentieel in een netwerkorganisatie (Datema, 2015).

Raadsleden leken niet goed op de hoogte te zijn van de sociale media kanalen van Regio Hart van Brabant. 83.3% van de raadsleden wist niets af van het LinkedIn account en 58.3% wist niets af van het Twitter account. Het Twitter account is dus iets bekender dan het LinkedIn account. Veel raadsleden hebben echter wel een account op deze sociale media platformen<sup>7</sup>. Dit geeft aan dat lang niet alle raadsleden via deze kanalen worden bereikt.

Raadsleden waren positief over de nieuwsbrief. Iets dat mee moet worden genomen in de evaluatie is dat in Gilze en Rijen, Heusden en Loon op Zand alle respondenten de nieuwsbrief kenden, maar in Dongen, Goirle en Oisterwijk niet veel respondenten af wisten van het bestaan van de nieuwsbrief. De nieuwsbrief bereikt dus niet alle gemeenten even goed. Ongeveer de helft van de raadsleden leest de nieuwsbrief. 66.6% van de raadsleden was positief over de nieuwsbrief. Volgens de geïnterviewde raadsleden zou er een nieuwsbrief moeten zijn die gericht is aan raadsleden. Deze nieuwsbrief zou updates moeten bevatten over vergaderingen, besluiten die zijn genomen en andere activiteiten van Regio Hart van Brabant.

De website is bekend onder raadsleden. 54.2% bezoekt de website echter nooit. In Dongen is er geen enkel raadslid die de website bezoekt. Ondanks dat de website bekend is onder raadsleden, zijn er dus niet veel raadsleden die de website daadwerkelijk bezoeken. Het downloadcentrum voor raadsleden op de website is voor vrijwel alle raadsleden onbekend. Het downloadcentrum bevat bijna dezelfde informatie als die gedeeld wordt door de griffie, dus de raadsleden hebben het idee dat het downloadcentrum geen nuttige toevoeging is. Geïnterviewde 1 legde uit dat een bepaalde pagina op de website niet terug te vinden was, ook niet met de zoekbalk. Raadsleden zouden graag meer structuur willen op de website, aangezien er momenteel geen duidelijke structuur is die hen helpt om te vinden wat ze zoeken.

---

<sup>7</sup> 79.2% heeft een LinkedIn account, 72.3% een Twitter account

Een ander platform waar raadsleden positief over zijn, is het raadsinformatiesysteem Notubiz. 94.12% van de raadsleden die Notubiz kennen zijn positief over het systeem. In Loon op Zand, Heusden en Goirle is Notubiz niet het standaard raadsinformatiesysteem (Regio Hart van Brabant, persoonlijke communicatie, 24 juni 2019). Met name in Loon op Zand en Heusden is dit terug te zien in de resultaten over de bekendheid van het raadsinformatiesysteem. De griffie in Tilburg draagt de verantwoordelijkheid om toegang te regelen tot Notubiz voor raadsleden in alle gemeenten. Momenteel is het inderdaad het geval dat alle raadsleden toegang hebben tot Notubiz (Regio Hart van Brabant, persoonlijke communicatie, 24 juni 2019). Volgens geïnterviewde 1 wisten raadsleden in Loon op Zand tot voor kort niks over Notubiz. Niet alle gemeenten zijn voldoende op de hoogte gesteld van de pilot met Notubiz. Bijna alle raadsleden (93.8%) zou graag een platform willen waarop alle informatie van en over Regio Hart van Brabant wordt gebundeld. Notubiz zou hier een goed platform voor zijn (Geïnterviewde 1 & 2). Momenteel zijn de meeste documenten van Regio Hart van Brabant in Notubiz gekoppeld aan de vergaderkalender. Dit maakt het lastig om de documenten te vinden die je nodig hebt, omdat je moet weten waar een vergadering over gaat om de locatie van documenten te achterhalen. Er is in Notubiz een optie om dossiers op te bouwen. Deze dossiers zouden erg handig zijn voor achtergrond informatie (Geïnterviewde 1). Het bundelen van informatie in dossiers zou informatie toegankelijker maken (Geïnterviewde 2).

Bijna alle raadsleden bezoeken de informatiesessies soms tot vrijwel altijd. De belangrijkste reden hiervoor is dat de inhoud van de sessies als belangrijk wordt beschouwd door raadsleden. In deze sessies hebben raadsleden vaak de kans om hun mening te geven over verschillende onderwerpen. Sommige raadsleden voelen zich echter niet gehoord en hebben het gevoel dat het niet uitmaakt wat ze zeggen. Volgens geïnterviewde 2 moet Regio Hart van Brabant de raadsleden niet alleen informeren, maar moeten raadsleden ook de kans hebben om te reageren. De onderwerpen op de agenda moeten aantrekkelijk en behapbaar zijn, zodat er geen verwarring ontstaat of een overschot aan informatie (Geïnterviewde 2). Volgens geïnterviewde 1 moet het programmabureau van Regio Hart van Brabant nadenken over het doel van de informatiesessies, het lijkt vaak alsof er geen duidelijk doel is.

Informatievoorziening door portefeuillehouders verschilt per gemeente. In sommige gemeenten ontvangen raadsleden meer informatie dan in andere gemeenten. Portefeuillehouders hebben de primaire verantwoordelijkheid voor het informeren van raadsleden over Regio Hart van Brabant (Gemeente Tilburg, 2014). Dit betekent dat sommige portefeuillehouders hier wellicht niet van op hoogte zijn of er niet op acteren. Niet alle raadsleden zijn positief over de informatievoorziening door portefeuillehouders: 47.83% is negatief over de informatievoorziening en 52.17% is positief.

## 5. Democratische legitimiteit in Regio Hart van Brabant

---

Volgens de minister van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, Kajsa Ollongren, hebben de meeste raadsleden in Nederland het gevoel alsof ze niet genoeg controle hebben over regionale samenwerkingsverbanden (Brief van de Minister van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties van 29 juni 2018, 2018-0000475910). Dit lijkt ook het geval te zijn binnen Regio Hart van Brabant. In de enquête hebben raadsleden meerdere malen aangegeven dat ze het gevoel hebben alsof er niet naar hen wordt geluisterd. Ook geven ze aan dat ze niet voldoende kunnen controleren en kaders kunnen stellen. Dit sentiment was ook zichtbaar in de afgenomen interviews. Geïnterviewde 2 zei dat raadsleden een grotere invloed zouden moeten hebben in Regio Hart van Brabant.

Eén van de manieren voor raadsleden om invloed uit te oefenen is door middel van Verenigde Vergadering, omdat raadsleden dan kunnen stemmen over moties. Volgens geïnterviewde 2 moeten moties die worden aangenomen door raadsleden bindend zijn en niet alleen tellen als zwaarwegend advies. Voor de Verenigde Vergadering van 25 mei 2019 is er bijvoorbeeld door het algemeen bestuur van Regio Hart van Brabant preadvies afgegeven over de ingediende moties. Zowel beide geïnterviewde raadsleden als andere raadsleden<sup>8</sup> geven aan dat het afgegeven van preadvies niet wordt gewaardeerd. Het leek voor raadsleden alsof de uitkomst van de moties van tevoren al vast was gesteld. Het gevoel becroop de raadsleden dan ook dat het geen zin heeft om moties in te dienen en hun mening te verkondigen. Geïnterviewde 2 gaf tevens aan dat raadsleden geen updates krijgen over de aangenomen moties. De voortgang van aangenomen moties zou moeten worden opgenomen in een nieuwsbrief voor raadsleden (Geïnterviewde 2). Dit zou meer vertrouwen en transparantie creëren. Dit zou ook een positief effect hebben op de samenwerking tussen de verschillende actoren in Regio Hart van Brabant, omdat vertrouwen goede samenwerking in een netwerkorganisatie bevordert (Datema, 2015).

Raadsleden willen graag meer invloed uitoefenen op Regio Hart van Brabant door een grotere rol voor de klankbordgroep raadsleden te creëren. De klankbordgroep bevat een raadslid en de griffier uit elk van de negen gemeenten. Raadsleden willen graag dat de klankbordgroep zo snel mogelijk betrokken wordt bij nieuwe ontwikkelingen en bij het ontwikkelen van instrumenten om beleid te monitoren (Verenigde Vergadering, 2019). Daarbovenop willen ze graag dat de rol van de klankbordgroep vastgelegd wordt in de gemeenschappelijke regeling zodra deze wordt aangepast (Verenigde Vergadering, 2019). De motie die ingediend is om dit te bewerkstelligen is aangenomen en zal ook worden uitgevoerd volgens een rapport over de Verenigde Vergadering (Regio Hart van Brabant, 2019). 27.1% van de raadsleden vinden dat goede communicatie hen kan helpen om te controleren en kaders te stellen binnen Regio Hart van Brabant. Het is ten slotte de wettelijke taak van raadsleden om bestuurders te controleren (ProDemos, z.d.). Raadsleden zouden moeten kunnen ingrijpen, volgens de Nederlandse Vereniging voor Raadsleden (Raadslid.nu, 2018). Op het gebied van communicatie kan dit gestimuleerd worden door raadsleden op tijd te informeren over de activiteiten van het regionale samenwerkingsverband. Een nieuwsbrief kan hier een handig middel voor zijn. Zoals eerder aangegeven zouden raadsleden graag een nieuwsbrief ontvangen die zich puur op hen richt zodat ze alle informatie krijgen die ze nodig hebben. Door het creëren van een nieuwsbrief voor raadsleden kan er voorkomen worden dat raadsleden niet genoeg worden geïnformeerd door hun portefeuillehouders of andere communicatiemiddelen (Geïnterviewde 1). Dit geeft raadsleden de kans om op tijd te reageren op ontwikkelingen en vragen te stellen aan portefeuillehouders. Vanwege de vraag naar meer controle voor raadsleden in gemeenschappelijke regelingen zoals Regio Hart van Brabant (Brief van de Minister van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties van 29 juni 2018, 2018-0000475910), is het bevorderlijk om raadsleden op tijd te voorzien van informatie zodat zij de middelen krijgen om hun democratische plichten beter uit te voeren.

---

<sup>8</sup> Persoonlijke communicatie

## 6. Aanbevelingen

In de gemeenschappelijke regeling van Regio Hart van Brabant (art. 14 lid 4) staat vermeld dat *'het algemeen en dagelijks bestuur verzorgen ten behoeve van meningsvorming een online omgeving waarin raadsleden met elkaar kunnen discussiëren over regionale thema's'* (Gemeente Tilburg, 2014). Zo'n platform zoals genoemd in de gemeenschappelijke regeling bestaat echter nog niet binnen Regio Hart van Brabant. Vanwege het feit dat dit is vastgelegd in de gemeenschappelijke regeling, moet dit worden gecreëerd tenzij de gemeenschappelijke regeling wordt aangepast en dit artikel wordt geschrapt. 35.42% van de raadsleden gaven aan in de enquête dat zij meer contact willen met raadsleden van andere gemeenten. Ze zouden graag discussies aangaan en met anderen een mening vormen over regionale thema's. Wanneer de huidige communicatiemiddelen van Regio Hart van Brabant in het achterhoofd worden gehouden, zijn er de volgende twee manieren om een online omgeving voor raadsleden te creëren:

1. Er zou in Notubiz een functie kunnen worden gebruikt die raadsleden de kans geeft om notities te creëren en te delen met andere raadsleden (Notubiz, 2019). Raadsleden kunnen deze notities delen met hun eigen partij, maar ook met raadsleden buiten hun eigen partij.
2. Op de website kan een portaal worden gecreëerd die alleen toegankelijk is voor raadsleden. Binnen dit portaal kan een discussie forum worden opgezet. Dit zou raadsleden de kans geven om hun mening met elkaar te delen.

Een van de dingen waar de raadsleden behoefte aan hebben is een specifieke nieuwsbrief voor raadsleden. Door zo'n nieuwsbrief in het leven te roepen sluit deze meer aan bij de doelgroep. Voordelen van zo'n nieuwsbrief zijn dat raadsleden de concreetheid en de up-to-date informatie krijgen die ze graag willen<sup>9</sup>. Dit zou ook kunnen voorkomen dat raadsleden moeite hebben met het vinden van informatie. De nieuwsbrief voor raadsleden zou met name updates bevatten over de volgende onderdelen:

- ❖ Vergaderingen die plaats hebben gevonden (Geïnterviewde 1 & 2). Raadsleden willen weten wat er wordt besproken in deze vergaderingen. Deze informatie kan de uitvoering van de democratische taken van raadsleden versterken en draagt daardoor bij aan de democratische legitimiteit van Regio Hart van Brabant. Dit staat raadsleden toe om portefeuillehouders te ondervragen over de inhoud van vergaderingen.
- ❖ Besluiten die zijn genomen<sup>10</sup>. Dit zorgt ervoor dat raadsleden op de hoogte blijven over wat er gebeurt in Regio Hart van Brabant.
- ❖ Voortgang van projecten en aangenomen moties. Geïnterviewde 2 gaf aan dat raadsleden geen updates ontvangen over wat er gebeurt met moties die zijn aangenomen op de Verenigde Vergadering. Raadsleden zouden graag willen weten wat vervolgens met deze moties gebeurt, ook om te controleren of hun advies ter harte is genomen.
- ❖ Veranderingen in de organisatie of samenwerkingsverbanden. Wanneer er veranderingen zijn in de organisatie is interne communicatie enorm belangrijk (Koeleman, 2018). Raadsleden moeten daarom hierover geïnformeerd worden, wat zal leiden tot meer steun van raadsleden voor veranderingen in de organisatie (Bongers, 2004).

Een optimale frequentie van de nieuwsbrief zou de vergaderkalender moeten volgen (Geïnterviewde 1).

Iets anders wat door de meeste raadsleden (94.12%) is benoemd, is dat ze graag alle documenten op een plek gebundeld zouden willen zien. Dit zorgt ervoor dat informatie en documenten toegankelijker zijn. Raadsleden moeten op deze manier niet alle communicatiemiddelen afgaan om te vinden wat ze

---

<sup>9</sup> Gebaseerd op resultaten uit de enquête

<sup>10</sup> Dit is genoemd door raadsleden in zowel de enquête als de interviews

zoeken. Een suggestie is daarom om Notubiz volop te gaan gebruiken. Het zou handig zijn om alle documenten vanuit Regio Hart van Brabant in dossiers in Notubiz te plaatsen. Dit kan de druk op de schouders van griffies ook verlichten, aangezien zij momenteel fungeren als doorgeefluik richting raadsleden.

Raadsleden zijn niet altijd bekend met alle communicatiemiddelen die gebruikt worden door Regio Hart van Brabant. Met name zijn de sociale media kanalen onbekend volgens de resultaten van de enquête. Daarom is een aanbeveling om raadsleden een overzicht met communicatiemiddelen aan te bieden ter verduidelijking. Dit overzicht kan informatie bevatten over waar men welke informatie kan vinden. Dit geeft raadsleden meer structuur in de informatievoorziening.

Raadsleden hebben een hoge werkdruk. Het lezen van stukken is een van de meest tijdrovende onderdelen van het raadswerk (Raadslid.nu, 2018). Daarbovenop maakt digitalisering het makkelijker om steeds grotere stukken te sturen (Raadslid.nu, 2018). Het zou daarom handig zijn om samenvatting te maken van lange documenten. Op deze manier weten raadsleden de essentie van een stuk zonder dat ze de hele tekst hoeven te lezen. Raadsleden worden op deze manier beter geïnformeerd, ook als ze geen tijd hebben om alles te lezen.

Iets dat naar voren kwam in zowel de resultaten van de enquête en de interviews is dat nieuwe raadsleden vaak niet weten waar ze moeten beginnen op regionaal niveau. Een respondent van de enquête zei het volgende: *'het is niet eens duidelijk wat [Regio Hart van Brabant] doet'*. Het programmabureau van Regio Hart van Brabant gaf aan dat de structuur van de organisatie lastig te begrijpen is (Regio Hart van Brabant, persoonlijke communicatie, 2 februari 2019). Geïnterviewde 2 stelde voor dat er een on-boarding programma zou moeten komen om nieuwe raadsleden op weg te helpen in de organisatie. Dit zou nieuwe raadsleden ondersteunen in het vormen van hun mening over regionale thema's, omdat ze dan meer kennis hebben op regionaal gebied. Een on-boarding programma zou daarom waardevol zijn. Dit hoeft niet erg uitgebreid te zijn, vanwege de hoge werkdruk van (nieuwe) raadsleden. Het belangrijkste is dat het on-boarding programma de basis en de structuur van de gemeenschappelijke regeling, processen en Regio Hart van Brabant als een samenwerkingsverband bevat.

Een andere aanbeveling is om de sociale media kanalen te behouden zoals ze momenteel zijn. Er is geen behoefte aan een extra platform als de doelgroepen (raadsleden, bestuurders, ambtenaren, etc..) hetzelfde blijven. Als Regio Hart van Brabant zou beslissen om inwoners ook gericht te gaan informeren, dan zou het wellicht wel waardevol zijn om een extra social media kanaal op te richten. Raadsleden zijn niet geïnteresseerd in het toevoegen van platformen zoals Facebook of Instagram. Ze vinden het wel nuttig om te kunnen reageren op posts van Regio Hart van Brabant.

Een laatste suggestie is om na te denken of moties die worden aangenomen door raadsleden bindend moeten zijn of niet. Dit is iets wat naar voren kwam in zowel de enquêteresultaten als de interviews. Er zijn argumenten voor een tegen het bindend maken van moties. De argumenten voor zijn als volgt:

- ❖ Het zou de democratische legitimiteit van Regio Hart van Brabant versterken, omdat raadsleden een grotere invloed zouden hebben op regionaal beleid.
- ❖ In de enquête en de interviews is meerdere malen genoemd dat raadsleden zich niet serieus genomen voelen. Als moties bindend zouden zijn, dan zou dit gevoel afnemen. Raadsleden die aangaven dat er niet naar hen geluisterd werd gaven dit ook als reden om niet naar belangrijke evenementen te gaan zoals de Verenigde Vergadering. *'Het heeft geen zin'*, gaf een van de raadsleden in de enquête aan. De meeste recente Verenigde Vergadering<sup>11</sup> werd bezocht door 112 raadsleden. Dit is 51.14% van alle raadsleden die zijn aangesloten bij Regio Hart van Brabant. Als raadsleden zich meer serieus genomen voelen, zou dit ook de participatiegraad

---

<sup>11</sup> 25 mei 2019

kunnen verhogen. Dit is belangrijk omdat Regio Hart van Brabant een netwerkorganisatie is (Datema, 2015) en men een beter beeld krijgt van de wensen en behoeften van inwoners als meer raadsleden participeren.

Argumenten tegen het bindend maken van moties zijn als volgt:

- ❖ Moties niet altijd realistisch, met name wanneer het aankomt op het financiële aspect<sup>12</sup> (Verenigde Vergadering, 2019). Raadsleden zijn niet altijd goed genoeg geïnformeerd om weloverwogen beslissingen te nemen. 43.8% van de raadsleden hebben het gevoel dat ze niet genoeg kennis of expertise hebben om hun democratische taken uit te voeren op regionaal niveau. Dit is een vrij hoog percentage. Mocht het zo zijn dat de informatievoorziening voor raadsleden verbeterd, dan zou dit argument echter ongeldig zijn.
- ❖ In de gemeenschappelijke regeling Regio Hart van Brabant hebben raadsleden al verschillende hulpmiddelen gekregen om invloed uit te oefenen op de regionale samenwerking. De capaciteiten van raadsleden in Regio Hart van Brabant zijn gelijk aan twee van de vier criteria die bepalen of gemeenteraden genoeg invloed hebben (Raadslid.nu, 2017). Namelijk, raadsleden kunnen de participatie van hun gemeente in een regionale samenwerking beëindigen (art. 1 lid 3 Wgr) en ze kunnen de verantwoordelijke bestuurder schorsen als er fouten worden gemaakt (art. 16 lid 4 Wgr). *'In een gemeenschappelijke regeling zitten als het goed is de nodige elementen waardoor de raad invloed kan uitoefenen. Als dat er onvoldoende in zit dan zou je de gemeenschappelijke regeling moeten aanpassen'* (Geïnterviewde 1).

Zowel de argumenten voor als tegen het bindend maken van moties moeten meegenomen worden in de overweging. Op basis van de argumenten zouden argumenten voor het bindend maken zwaarder wegen dan de argumenten tegen. Een laatste suggestie is om geen preadvies meer te geven, omdat dit niet gewaardeerd wordt door raadsleden. *'De pre-adviezen waren slecht, je zegt dan eigenlijk tegen raden terug in je hok'* (Geïnterviewde 1). Raadsleden voelden zich door de preadviezen niet serieus genomen.

---

<sup>12</sup> Dit is benoemd in het preadvies dat is gegeven naar aanleiding van de moties ingediend voor de Verenigde Vergadering van 25 mei 2019



## 7. Conclusie

---

### 7.1 Conclusie

In dit onderzoek werd de volgende vraag onderzocht: *Wat zijn de behoeften en wensen van gemeenteraadsleden van de negen aangesloten gemeenten in de communicatie met Regio Hart van Brabant?*

Het gevoel van raadsleden dat ze niet genoeg controle kunnen uitoefenen op regionaal niveau, zoals omschreven door minister Ollongren (Brief van de Minister van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties van 29 juni 2018, 2018-0000475910), is ook terug te vinden in Regio Hart van Brabant. Raadsleden hebben niet idee dat ze altijd kaders kunnen stellen en controleren, terwijl dit hun democratische taak is. Dit werd in zowel de enquête als de interviews meerdere malen benoemd. Dit fenomeen komt vooral aan het licht bij de Verenigde Vergadering. Bij de Verenigde Vergadering kunnen raadsleden moties indienen en daardoor controle uitoefenen. Wanneer moties aangenomen zijn krijgen raadsleden echter onvoldoende informatie over wat er verder met deze moties gebeurd. Raadsleden zijn ook niet altijd op de hoogte over besluiten die worden genomen door bestuurders in Regio Hart van Brabant. Deze kennisachterstand voorkomt dat raadsleden kritische vragen kunnen stellen aan portefeuillehouders.

Wanneer gemeenteraden niet genoeg controle hebben, doet dit af aan de democratische legitimiteit van de gemeenschappelijke regeling. Door het verbeteren van de communicatie met raadsleden worden raadsleden beter in staat gesteld om hun democratische taken uit te voeren. Des te beter raadsleden op de hoogte zijn, des te beter zij hun mening kunnen vormen over regionale thema's. Dit geeft raadsleden ook een duidelijker beeld van wat er speelt in Regio Hart van Brabant en geeft hen meer invloed op besluiten en beleid. Verbeteren van het communicatiebeleid zal dus positieve gevolgen hebben.

Op het gebied van communicatie vinden raadsleden dat de huidige communicatiemiddelen geoptimaliseerd kunnen worden. De huidige communicatiestrategie is niet slecht, maar er is ruimte voor verbetering. De huidige communicatiemiddelen die worden gebruikt zijn nieuwsbrieven, een website, een raadsinformatiesysteem genaamd Notubiz, LinkedIn, Twitter, informatievoorziening door griffies, informatievoorziening door portefeuillehouders en informatiesessies (Regio Hart van Brabant, persoonlijke communicatie, 21 februari 2019). De informatie voor raadsleden is er, maar deze informatie is lastig te vinden. Informatievoorziening gebeurt in Regio Hart van Brabant dus via meerdere middelen, dit kan verwarrend zijn. Raadsleden weten niet goed waar ze moeten zoeken om de juiste informatie te vinden. Raadsleden hebben daarom niet altijd een compleet overzicht en kunnen daarom een kennisachterstand oplopen.

Bij het verbeteren van de communicatie met raadsleden moet in het oog gehouden worden dat Regio Hart van Brabant een netwerkorganisatie is. In een netwerkorganisatie is communicatie de belangrijkste verbindende factor (Datema, 2015). Volgens Datema (2015) moet Regio Hart van Brabant raadsleden op de hoogte houden en zorgen dat ze snelle toegang hebben tot informatie. Dit creëert vertrouwen en transparantie en stimuleert daardoor de samenwerking (Datema, 2015). Raadsleden gaven in de enquête en interviews ook aan dat ze dit graag zouden willen. Het verbeteren van informatievoorziening kan gedaan worden door de huidige communicatiemiddelen te optimaliseren. Raadsleden willen informatie graag makkelijk kunnen vinden door middel van het bundelen van informatie in dossiers in Notubiz. Ze willen ook graag een nieuwsbrief specifiek voor raadsleden. Daarnaast willen raadsleden een beter overzicht van alle communicatiemiddelen en waar ze informatie vandaan kunnen halen. Concluderend willen raadsleden een beter inzicht krijgen van de organisatie en de activiteiten van de organisatie. Dit zou raadsleden helpen om controle te krijgen over een organisatie die veel invloed heeft op de levens van inwoners. Regio Hart van Brabant plukt hier ook de vruchten van. Regio Hart van Brabant zal meer steun ontvangen van raadsleden (Koeleman, 2018) en dus ook indirect van inwoners van de negen aangesloten gemeenten. Door het

verbeteren van communicatie met raadsleden zal de democratische legitimiteit van Regio Hart van Brabant ook verbeteren.

## 7.2 Beperkingen en aanbevelingen voor verder onderzoek

Er zijn beperkingen met betrekking tot dit onderzoek. 48 van de 219 raadsleden hebben de uitgezette enquête ingevuld. Het geeft een globaal idee van wat raadsleden vinden, maar een hogere participatiegraad zou het onderzoek en de conclusies versterken. In de enquête was er ook een verschil in het aantal respondenten per gemeente.

Niet alle regionale samenwerkingsverbanden zijn hetzelfde. Het is dus niet zeker of de conclusies van dit onderzoek ook toepasbaar zijn op andere raadsleden en regionale samenwerkingsverbanden dan Regio Hart van Brabant. De resultaten van dit onderzoek zijn dus niet algemeen toepasbaar.

Verder onderzoek kan gedaan worden naar onderdelen die naar voren zijn gekomen in dit onderzoek, maar niet compleet uitgewerkt zijn. Aspecten waarnaar verder onderzoek kan worden gedaan zijn overeenkomsten en verschillen tussen verschillende regionale samenwerkingsverbanden, de invloed van raadsleden op regionaal beleid, de behoeften en wensen van portefeuillehouders en communicatie tussen inwoners en regionale samenwerkingsverbanden.

## Verwijzingen

---

- Bongers, L. (2004). Kennis als motor van de organisatie. *Intellectueel Kapitaal*, 22-26.
- (sd). *Brief van de Minister van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties van 29 juni 2018, 2018-0000475910*.
- Datema, L. (2015). *Samenwerken in een netwerkorganisatie: De doorontwikkeling van het Wenckebach Instituut*. Groningen: Studentenbureau UMCG Publicaties Groningen.
- Gemeente Tilburg. (2014, december 1). gemeenschappelijke regeling Regio Hart van Brabant.
- Koeleman, H. (2018). *Interne Communicatie: strategieën, methoden en rollen*. Amsterdam: Boom uitgevers.
- Notubiz. (2019). Digitale vergaderapp. Opgeroepen op juli 1, 2019, van <https://notubiz.nl/papierloos-vergaderen/digitale-vergaderapp/#notities-maken-en-delen>
- ProDemos. (z.d.). De organisatie van de gemeente. Opgeroepen op maart 5, 2019, van <https://prodemos.nl/kennis-en-debat/publicaties/informatie-over-politiek/de-gemeente/de-organisatie/>
- Raadslid.nu. (2017). *Raad & Regionale Samenwerking 2017*. Dordrecht & Den Haag.
- Raadslid.nu. (2018). Werkdruk onder raadsleden: Handreiking met tips en adviezen.
- Regio Hart van Brabant. (2017, juni). Enquête over de nieuwsbrief. *Vanuit Het Hart*.
- Regio Hart van Brabant. (2019, mei). Op weg naar de Verenigde Vergadering. *Vanuit het Hart*.
- Regio Hart van Brabant. (2019). Verenigde Vergadering 2019 Rapportage.
- Verenigde Vergadering. (2019, mei 25). Afronding besluitvorming moties behandeld in de Verenigde Vergadering van 25 mei 2019.
- Wet gemeenschappelijke regelingen. (1984, december 20). Opgeroepen op maart 8, 2019, van <https://wetten.overheid.nl/BWBR0003740/2018-06-13>