

## Nota voor Burgemeester en Wethouders

Team: Concernstaf

Onderwerp:

Vragen ex art 46 RvO Art46-DB-PvdA-GB-DS-Burgerberaad

### Notagegevens

Bestuursorgaan	: B-en-W 21-11-2023
Notanummer	: 2023-1098
Datum	: 21-11-2023
Programma	: 04b - Energietransitie
Portefeuillehouder	: Wethouder Walder,
Bijlage(n)	: 2023-10-31 Vragen art 46 RvO - DB-PvdA-Gb-DS - Burgerberaad.docx, Antwoordbrief vragen ex art 46 RvO-DB-PvdA-GB- DS-Burgerberaad_BN.docx

### Parafering

<li>15-11-2023: Wethouder</li><li>17-11-2023: Programmamanager energietransitie</li>

### Agendering

\* 16-11-2023: Gemeentesecretaris/algemeen directeur

\* 17-11-2023: Teammanager Concernstaf en Adjunct-secretaris

### Definitieve akkoord

22-11-2023

B & W d.d.: 21-11-2023

### Besluit

1. De beantwoording van de vragen ex art 46 RvO van de fracties van Deventer Belang, PvdA, Gemeentebelang en Deventer Sociaal vast te stellen

2. De beantwoording aan te bieden aan de raad

De nota en het besluit openbaar te maken

### Inleiding

Per brief van 31 oktober 2023 heeft Renske Zieverink namens de fracties van Deventer Belang, PvdA, Gemeentebelang en Deventer Sociaal uw college een aantal schriftelijke vragen ex art 46 RvO gesteld over het burgerberaad. Bijgaand treft u de beantwoording aan.

### Beoogd maatschappelijk resultaat

### Kader

**Betrokken partijen en participatie**

**Argumenten voor en tegen**

**Financiële consequenties en dekking**

**Openbaarmaking en communicatie**

**Aanpak en uitvoering**

**Schriftelijke vragen ex art 46 RvO**

Onderwerp: Burgerberaad

31-10-2023

Beste,

Op 4 oktober jl. zijn wij als raad bijgepraat over de stand van zaken Burgerberaad. Naar aanleiding hiervan hebben de fracties van Deventer Belang, PvdA, Gemeentebelang en Deventer Sociaal nog enkele vragen.

Aangaande het plan van aanpak en de bijbehorende planning die zijn vastgesteld door de raad op 19 juli 2023 hebben wij de volgende vragen:

1. In paragraaf 3.2 wordt beschreven dat "De communicatie rondom een burgerberaad begint met een brede publiekscampagne over het burgerberaad. Hoe breder de publiekscampagne wordt neergezet, hoe steviger een burgerberaad zal staan."

Ten tijde van de actueel sessie kon nog niet worden aangegeven op welke wijze invulling zou worden gegeven aan deze campagne. Kan gedeeld worden wat op dit moment de communicatiestrategie is voor de publiekscampagne en welke middelen hiervoor ingezet worden en wat de stand van zaken is omtrent de uitvoering van deze strategie?

Kan ook worden aangegeven waarom specifiek is gekozen voor communicatie met "Deventer aan zee" i.r.t. het bredere onderwerp klimaat? Kan er vanuit de communicatiestrategie worden aangegeven waarom juist dit heel erg aanspreekt bij onze inwoners?

2. In paragraaf 3.2 wordt beschreven dat "De raad vindt het belangrijk dat de deelnemers van het beraad een goede afspiegeling zijn van de Deventer samenleving. Daarom wordt in de publiekscampagne rekening gehouden met het bereiken van de groepen die doorgaans minder makkelijk worden bereikt."

Voor welke aanpak is gekozen waaruit blijkt dat moeite wordt gedaan om groepen te bereiken die doorgaans minder makkelijk worden bereikt? Wat zijn de te verwachten resultaten hiervan?

En wordt hier ook gedacht om onze wijk-professionals in te zetten en via de voorliggende voorzieningen rechtstreeks met de mensen in de wijken te communiceren?

3. In paragraaf 3.2 wordt beschreven dat "Na enkele weken publiekscampagne worden de uitnodigingsbrieven verstuurd."

In de planning wordt uitgegaan van een campagne van enkele weken voordat uitnodigingen worden verzonden aan inwoners om deel te nemen om ervoor te zorgen dat inwoners die mogelijk nog niet op de hoogte waren van het belang van een burgerberaad, al via andere kanalen hebben gehoord van het burgerberaad. Nu lijken de brieven parallel te worden verstuurd aan de start van de publiekscampagne. Wat is de mogelijke impact daarvan op het aantal en de diversiteit aan aanmeldingen?

Aangaande de actueel sessie en de beantwoording van vragen tijdens deze bijeenkomst op 4 oktober hebben wij de volgende vragen:

1. Tijdens de actueel sessie bleek uit antwoorden van de portefeuillehouder, dat het mogelijk is dat wethouders en raadsleden een uitnodiging ontvangen voor deelname aan het burgerberaad. De raad heeft echter aangegeven dat de deelnemers niet onder invloed mogen staan van politieke en bestuurlijke invloeden en dat de raad en college niet welkom zijn bij de bijeenkomsten van het burgerberaad.

Op welke wijze wordt dat voorkomen?

Mede namens de andere fracties, alvast dank.

Hartelijke groet,

Renske Zieverink  
Raadslid namens Deventer Belang

Grote Kerkhof 1  
Postbus 5000  
7400 GC Deventer

14 0570  
telefoon

Aan de fracties van Deventer Belang, PvdA, Gemeentebelang en  
Deventer Sociaal  
t.a.v. Mw. K. Zieverink  
Interne Post

direct telefoonnummer

gemeente@deventer.nl  
e-mail

2023-1098  
kenmerk

uw referentie

21 november 2023  
datum

M.C. Eggel  
contactpersoon

Schriftelijke vragen ex art 46 RvO  
onderwerp

Geachte mevrouw Zieverink,

In uw brief van 31 oktober jl. hebt u ons college schriftelijke vragen ex art 46 RvO gesteld over het burgerberaad. Ons antwoord is als volgt.

### **Vraag 1a**

In paragraaf 3.2 wordt beschreven dat "De communicatie rondom een burgerberaad begint met een brede publiekscampagne over het burgerberaad. Hoe breder de publiekscampagne wordt neergezet, hoe steviger een burgerberaad zal staan."

Ten tijde van de actueel sessie kon nog niet worden aangegeven op welke wijze invulling zou worden gegeven aan deze campagne. Kan gedeeld worden wat op dit moment de communicatiestrategie is voor de publiekscampagne en welke middelen hiervoor ingezet worden en wat de stand van zaken is omtrent de uitvoering van deze strategie?

### **Antwoord**

De publiekscampagne is onderverdeeld in twee fases. De eerste fase noemen we de zachte landing. In deze fase laten we weten dat er een burgerberaad komt, brengen het concept burgerberaad onder de aandacht en laten weten dat er uitnodigingen aankomen. Dit doen we zodat mensen al een keer hebben kunnen horen of lezen over het burgerberaad, als de uitnodiging op de mat valt.

Daarna volgt de tweede fase. We kijken naar het verloop van de aanmeldingen. Als er in bepaalde wijken, of groepen aanmeldingen achterblijven gaan we daar gericht communicatie op inzetten met bijpassende middelen.

Gebruikte middelen:

- Berichten in Deventer Nu
- Nieuwsberichten online
- Advertenties Stedendriehoek
- Social media campagne (Facebook, Instagram)
- Driehoeksborden (om lantarenpalen)
- Uitnodigingsbrief + explainer flyer
- Animatie om naast tekst ook in woord en beeld te laten zien wat het burgerberaad is

### **Vraag 1b**

Kan ook worden aangegeven waarom specifiek is gekozen voor communicatie met "Deventer aan zee" i.r.t. het bredere onderwerp klimaat? Kan er vanuit de communicatiestrategie worden aangegeven waarom juist dit heel erg aanspreekt bij onze inwoners?

#### **Antwoord:**

Het brede onderwerp klimaat is heel groot en veelomvattend. En iedereen heeft daar andere beelden en ideeën bij. We wilden niet sturen op de inhoud door bijvoorbeeld beelden te gebruiken van mogelijke oplossingen (windmolens, zonneparken, elektrische auto's, laadpalen, groen in een wijk etc.). De Klimaatraad moet namelijk zelf de ruimte hebben om te bepalen waar ze het over willen hebben. Daarom wilden we met beeld niet teveel sturen maar dit brede en moeilijke onderwerp wel toegankelijk maken voor grote en diverse groepen inwoners in Deventer. Om dit herkenbaar en prikkelend neer te zetten hebben we gekozen voor één onderwerp daarin: de stijgende zeespiegel. Dat hebben we gekoppeld aan de leefomgeving van inwoners: Deventer. Dat levert een herkenbaar en prikkelend beeld op. Het is een beeld met relevantie dat door een brede doelgroep wordt gezien en begrepen. Voor deze prikkelende campagne is gekozen omdat deze opvalt, leidt tot reactie en discussie. Daardoor worden meer mensen aangesproken dan met een poster met daarop enkel de mededeling dat er een Klimaatraad komt. We hopen hiermee op een goede respons.

De respons op 21 november was 474 aanmeldingen, dat is ruim voldoende voor de loting. Ook is dit al een goede afspiegeling van de Deventer samenleving.

### **Vraag 2**

In paragraaf 3.2 wordt beschreven dat "De raad vindt het belangrijk dat de deelnemers van het beraad een goede afspiegeling zijn van de Deventer samenleving. Daarom wordt in de publiekscampagne rekening gehouden met het bereiken van de groepen die doorgaans minder makkelijk worden bereikt."

Voor welke aanpak is gekozen waaruit blijkt dat moeite wordt gedaan om groepen te bereiken die doorgaans minder makkelijk worden bereikt? Wat zijn de te verwachten resultaten hiervan?

En wordt hier ook gedacht om onze wijk-professionals in te zetten en via de voorliggende voorzieningen rechtstreeks met de mensen in de wijken te communiceren?

#### **Antwoord:**

Er wordt in de publieks- en wervingscampagne op meerdere punten rekening gehouden met de gewenste afspiegeling van de Deventer samenleving voor het Klimaatberaad. Er is voor gekozen om het aantal brieven te verhogen van 10.000 naar 15.000 om zo voor elke Deventenaar de kans te vergroten dat hij of zij een uitnodigingsbrief ontvangt. Deze 15.000 adressen, de eerste loting, zijn ad random getrokken uit de BAG van de gemeente Deventer. Hierdoor heeft elke inwoner evenveel kans op een uitnodiging. Wanneer inwoners zich aanmelden voor de loting wordt gevraagd naar leeftijd, gender, opleidingstype, migratie-achtergrond, huur- of koopwoning. Deze criteria worden gebruikt om de tweede loting uit te voeren. Die inwoners zijn dan de deelnemers van het Klimaatberaad. Als blijkt dat bij de respons op de uitnodigingsbrieven bepaalde groepen of buurten achterblijven, dan worden gerichte wervingsacties ingezet. Op dit moment lijkt het gezien de respons niet nodig.

### **Vraag 3**

In paragraaf 3.2 wordt beschreven dat "Na enkele weken publiekscampagne worden de uitnodigingsbrieven verstuurd."

In de planning wordt uitgegaan van een campagne van enkele weken voordat uitnodigingen worden verzonden aan inwoners om deel te nemen om ervoor te zorgen dat inwoners die mogelijk nog niet op de hoogte waren van het belang van een burgerberaad, al via andere kanalen hebben gehoord van het burgerberaad. Nu lijken de brieven parallel te worden verstuurd aan de start van de publiekscampagne. Wat is de mogelijke impact daarvan op het aantal en de diversiteit aan aanmeldingen?

#### **Antwoord**

Dit is niet juist: de brieven worden niet parallel aan de start van de publiekscampagne verstuurd. De campagne liep al enige weken voordat de brieven werden bezorgd. Wij worden hierover ook geadviseerd door het externe bureau dat is geselecteerd. Deze werkwijze met bijbehorende planning werkt voor de vorm waarvoor gekozen is. Ons externe communicatiebureau wat ons hierbij ondersteunt onderschrijft dit: een korte maar krachtige publiekscampagne een aantal weken voorafgaand aan het versturen van de brieven, dan de campagne laten doorlopen tot aan het einde van de responstijd is de juiste manier voor een optimaal effect.

**Vraag 4**

Aangaande de actueel sessie en de beantwoording van vragen tijdens deze bijeenkomst op 4 oktober hebben wij de volgende vragen:

Tijdens de actueel sessie bleek uit antwoorden van de portefeuillehouder, dat het mogelijk is dat wethouders en raadsleden een uitnodiging ontvangen voor deelname aan het burgerberaad. De raad heeft echter aangegeven dat de deelnemers niet onder invloed mogen staan van politieke en bestuurlijke invloeden en dat de raad en college niet welkom zijn bij de bijeenkomsten van het burgerberaad.

Op welke wijze wordt dat voorkomen?

**Antwoord:**

Het is inderdaad zo dat tussen die 15.000 adressen de adressen van raadsleden, raadsopvolgers en/ of wethouders kunnen zitten. We zijn het met u eens dat dit niet wenselijk is en dat zij niet kunnen deelnemen aan het Burgerberaad. Nu zowel raad als college dit aangeeft, gaan wij er van uit dat deze groep inwoners zich niet aanmeldt.

Burgemeester en wethouders van de gemeente Deventer,  
de secretaris, de burgemeester,

J.P. Wassens

R.C. König