

Derde Groot Gemeentelijk Communicatieonderzoek Synthesetekst met de belangrijkste resultaten

Katholieke Hogeschool Mechelen, 12 december 2008

Gemeentelijke communicatie: het gaat vooruit, hoewel...

Voor de derde keer op elf jaar tijd deed de KHM onderzoek naar de communicatie van de Vlaamse steden en gemeenten. Zowat alle steden en gemeenten in Vlaanderen communiceren meer en beter. Maar toch zijn er hiaten en aandachtspunten. De communicatie vertrekt zelden van een doordacht communicatiebeleid. Nogal wat gemeenten en OCMW's voldoen niet aan de nochtans decretaal opgelegde verplichtingen aangaande openbaarheid van bestuur. Gemeenten met minder dan 10.000 inwoners blijven in hun communicatiewerking kampen met een structurele achterstand, die moeilijk te overbruggen valt. En wie in de provincies Antwerpen of Limburg woont, heeft een grotere kans in een communicatief kwaliteitsvolle gemeente te leven.

Grootschalige en representatieve enquête

Dit onderzoek gebeurde voor het eerst in 1997 en werd herhaald in 2003 en in de loop van 2008. De KHM-studenten Marketing realiseerden dit onderzoek. Zowat 70% van de Vlaamse steden en gemeenten participeerde aan deze representatieve online enquête. De basisgrafieken van het onderzoek zijn door de studenten verwerkt in een presentatie, o.l.v. docente Els Kint. Eric Goubin, hoofd van het KHM-onderzoekscentrum Memori, koppelde de actuele cijfergegevens aan de onderzoeken van vorige jaren. Dat maakt het mogelijk om enkele markante trends te detecteren.

In deze synthese beperken we ons tot het schetsen van de tien belangrijkste bevindingen van dit "Groot Gemeentelijk Communicatieonderzoek".

1. De lokale communicatie is volop aan het professionaliseren.

Het gaat als maar beter met de gemeentelijke communicatie. Steden en gemeenten hebben per 10.000 inwoners gemiddeld één voltijdse communicatiemedewerker in huis. In vergelijking met vorige onderzoeken zijn die hoger geschoold en worden ze iets beter betaald. Maar de job van communicatieambtenaar is een nog vrij jong beroep. Ongeveer de helft van deze communicatieambtenaren doet dit minder dan vijf jaar. De meesten onder hen zijn duizendpoten die deze job combineren met één of meer andere functies in hun stad of gemeente.

2. Het decreet Openbaarheid van Bestuur had heel positieve gevolgen. Maar nog niet iedereen doet hieraan mee. Zeker niet bij de OCMW's.

In 2004 kwam het Vlaamse decreet op Openbaarheid van Bestuur in voege. Dat decreet verplicht o.a. gemeenten en OCMW's tot het ontwikkelen van een communicatiebeleid en het aanstellen van een communicatieambtenaar. Dit had heel duidelijk een gunstig effect, vooral bij de gemeenten met minder dan 10.000 inwoners. Veel van die kleinste gemeenten kwamen vanaf toen geleidelijk meer en meer uit de startblokken voor hun communicatiewerk. Toch beschikt 15% van alle Vlaamse steden en gemeenten (nog) niet over een communicatieambtenaar. Bij de OCMW's heeft volgens deze gemeentelijke enquête zelfs 72% in de praktijk géén communicatieambtenaar.

3. Steden en gemeenten maken werk van gerichte communicatie naar specifieke doelgroepen.

Bij de bevraging van 2003 waren meer dan de helft van de steden en gemeenten al actief in het gericht communiceren naar jongeren. Ondertussen stellen we vast dat gemeenten veel meer belangstelling ontwikkelen voor specifieke doelgroepen. Met name nieuwe inwoners zijn een doelgroep bij uitstek (bij 80% van de gemeenten). Maar ook toeristen en bedrijven worden meer en meer als aparte doelgroep ontdekt en benaderd.

4. De communicatieve samenwerking tussen gemeente en OCMW staat nog in de kinderschoenen.

Recente Vlaamse regelgeving dwingt gemeenten en OCMW's om veel nauwer met elkaar samen te werken. In principe geldt dit ook voor het communicatiewerk. Uit onze bevraging blijkt dit nog maar in de kinderschoenen te staan. In ongeveer de helft van de gemeenten gebruiken gemeentebestuur en OCMW wel gemeenschappelijke communicatiekanalen. Maar andere samenwerking rond communicatie gebeurt alsnog maar bij 29%. En in bijna ¼ van de Vlaamse steden en gemeenten werken OCMW en gemeentebestuur zelfs helemaal niet samen m.b.t. communicatie.

5. Er worden heel veel communicatiekanalen ontwikkeld. Maar veel visie of beleid is er niet echt.

Nauwelijks 37% van de steden en gemeenten maakte werk van een communicatiebeleidsplan. Maar zelfs met weinig beleidsvisie worden heel wat communicatiekanalen ontwikkeld. Ze hebben bijna allemaal wel een website en een gemeentelijk infoblad, en doen daarnaast een beroep op een heleboel andere communicatiekanalen.

6. Lokale overheden nemen in hun communicatie het heft meer in meer eigen handen. Ze zijn daardoor minder afhankelijk geworden van de pers.

Steden en gemeenten ontwikkelden in de loop der jaren verschillende eigen communicatiemedia: infoblad, infogids, website, infopanelen, infolijnen, internetmagazines... . Een groeiende minderheid van gemeenten experimenteert ondertussen met sms-berichten en zelfs met web-TV of digitale televisie. Door die veelheid en verscheidenheid van kanalen is de positie van de lokale pers wat minder belangrijk geworden als informatiekanaal. In 1997 was de lokale pers nog één van de topkanalen, terwijl dit nu veeleer "een" communicatiekanaal tussen de andere is geworden. Lokale overheden hebben nu meer beschikking over eigen kanalen.

7. De lokale politiek houdt nog een graag een vinger in de pap.

Bijna de helft van de burgemeesters (46%) geeft de bevoegdheid aangaande communicatie toch liever niet af aan een schepen. Bij de meeste gemeentelijke informatiebladen blijkt de invloed van de mandatarissen op de inhoud nog behoorlijk tot zeer groot te zijn.

8. Tweerichtingscommunicatie, inspraak en participatie: klassieke en weinig creatieve aanpak.

De lokale overheden zijn decretaal verplicht om de bevolking op een of andere manier te betrekken bij de ontwikkeling van hun beleid. Zowat 87% doet dit ook min of meer, wat een stijging is ten opzichte van 2003 (71%). Maar de manier waarop dit gebeurt is heel klassiek, met vooral bewonersvergaderingen (68% van de gemeenten), zitdagen van burgemeester en schepenen (42%) en bewonersenquête's (37%). Weinig gemeenten zetten in op andere, meer innovatieve en doelgroepgerichte inspraakmethoden.

9. Gemeenten met minder dan 10.000 inwoners blijven kampen met een immense achterstand. Tegenover gelijke informatieplichten staan er geen gelijke informatiemiddelen.

Op zowat alle vlakken geldt de regel: hoe groter de stad of gemeente, hoe meer en/of beter de communicatie: meer beleid, meer (geschoold) personeel, meer informatiekanalen, Liefst 1/3 van de gemeenten met minder dan 10.000 inwoners heeft nog géén communicatieambtenaar. Nochtans boekten in vergelijking met de vorige onderzoeken ook deze kleinste gemeenten gevoelige vooruitgang. Een kleine gemeente heeft uiteindelijk structureel de zelfde informatieplichten als een grotere. Maar de middelen voor personeel en werking zijn hier allesbehalve gelijk.

10. In de provincies Antwerpen en Limburg gaat het net iets beter.

Net zoals bij de eerdere bevragingen scoren ook nu gemeenten in de provincies Antwerpen en Limburg gemiddeld wat beter bij een groot deel van de vragen. In beide provincies bevinden zich verhoudingsgewijs meer gemeenten met een relatief lange communicatietraditie. In liefst 9 op 10 gemeenten is er sprake van een min of meer volwaardige communicatiedienst (t.o.v. 68% Vlaams gemiddelde). De Limburgers publiceren bijvoorbeeld wat vaker informatiebladen. De Antwerpenaars ontwikkelen meer dan in andere provincies communicatieplannen rond specifieke thema's (bijvoorbeeld bij heraanleg van wegen) of voor specifieke doelgroepen (bijvoorbeeld jongeren).

Het grafiekenrapport alsook de presentatie met trends en conclusies kan u vanaf maandag 16 december downloaden op www.memori.be.

Voor meer informatie:

Eric.Goubin@khm.be – Tel. 015 369 305

Els.Kint@khm.be – Tel. 0485 85 58 64