



Neerijnen

# B&W Advies

07 - 985

Datum	:	28-08-07	PCF	
Van	:	Dewkalie	TM	
Bijlagen	:	1	PH	
Onderwerp	:	Communicatienota		Mede paraaf team manager
Zaaknummer	:	4870	PCF	BW
Behandeling cie	:		BMO	MEG
Behandeling raad	:		IV	GW
Vertrouwelijk	:	Nee	SaZa	

## Kernachtige omschrijving

Bijgaand treft u aan de communicatienota 2007 van de gemeente Neerijnen. In deze nota treft u 15 maatregelen aan om de communicatie in de gemeente Neerijnen te versterken.

## Het advies

<b>Beslispunt 1</b>	:	Communicatienota 2007 gemeente Neerijnen vaststellen
<b>Beslispunt 2</b>	:	Communicatienota 2007 gemeente Neerijnen ter kennis brengen van de adviescommissie bestuur

7

Beoordeling	B	W	W	W	S	datum vergadering b en w	04-09-2007
Akkoord					R	Volgnummer agenda b en w	7.1
Bespreken							
<b>Beslissing B en W</b>							
<b>AKKOORD</b>							

Indien de adviesnota vergezeld gaat van een raadsvoorstel, dan hoeven punten 1 tm 3 niet te worden ingevuld.



Neerijnen

# Toelichting B&W advies

## 1. Aanleiding/Probleemstelling

Neerijnen heeft in 2004 een communicatienota opgesteld. Deze nota is sterk verouderd en bevat onvoldoende aangrijpingspunten om communicatiebeleid voor uw college mee uit te voeren. Hierom treft u bijgaand een nieuw beleidskader aan. In uw vergadering van juni 2007 hebt u de behandeling van de nota aangehouden tot de portefeuillehouder aanwezig is. Tevens wilde u een betere inzicht in de financiële gevolgen van de verbetervoorstellen. Hiertoe treft u bijgaand een op punten aangepaste notitie aan.

## 2. Oplossing (o.a. maatschappelijke effecten)

In deze notitie vindt u een korte verduidelijking van de termen communicatie en overheidscommunicatie. Daarna wordt de visie op communicatie voor de gemeente Neerijnen beschreven. Ook wordt ingegaan op communicatie op het niveau van organisaties, dit wordt ook wel 'stijl van het huis' genoemd. Verder gaat de notitie in op maatregelen om de interne en externe communicatie te verstrekken.

Bij wijze van samenvatting bijgaand een overzicht van de voorgestelde maatregelen.

Maatregel	wanneer	Kosten
<b>Hoofdstuk 3 – Stijl van het huis</b>		
1. Verricht licht onderhoud aan de grafische huisstijl.	2008	€300 (post voorlichting)
2. Verricht periodiek een telefonisch bereikbaarheidsonderzoek om de toegankelijkheid, bereikbaarheid en klantvriendelijkheid te meten. De uitkomsten vormen de basis voor verbetervoorstellen.	vanaf 2007	€1000 (post interne dienstverl.)
3. Organiseer een training voor medewerkers over helder en duidelijk schrijven en zorg voor follow-up daarvan.	2008	€ 4000 (post studiekosten)
4. Bespreek integriteitregels voor ambtenaren en bestuurders.	2007	-
<b>Hoofdstuk 4 –Interne communicatie</b>		
1. Medewerkerstevredenheidsonderzoek in 2008 houden.	2008	€4000 (post personeel)
2. Intranet vaker gebruiken als intern- nieuwsmedium (en groepwise minder). Actueel houden van 'smoelenboek' op intranet.	vanaf 2007	-
3. Investeer in motiverende bijeenkomsten.	vanaf 2007	€3.000 post interne dienstverl.)
<b>Hoofdstuk 5 – Externe communicatie</b>		
1. Relatie met media professionaliseren door: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wekelijks persgesprek te beleggen;</li> <li>• Meer proactieve houding richting media ontwikkelen;</li> <li>• Communicatie met de pers in alle notities en beleidsvoorstellen een item laten zijn, zodat we gedwongen worden hierover na te denken.</li> <li>• Meer openheid richting pers, ook over nog niet aanvaard beleid. Hiervoor wel spelregels opstellen.</li> </ul>	vanaf 2007	-
	2008	€ 4000 (post



# Besluit

2. Beantwoording van brieven meenemen in vaardighedentraining in 2008.		studiekosten)
3. Procedure afhandeling van brieven en e-mail permanent onder de aandacht blijven brengen.	vanaf 2007	-
4. Overzicht maken van al het aanwezige foldermateriaal en hun herkomst te plaatsen op internet.	2008	-
5. Inkopen gemeentelijke pagina regionaal laten aanbesteden.	2008	-
6. Goed websitebeheer voeren en implementeren digitale dienstverlening .	vanaf 2007	PM
7. Format ontwikkelen voor informatie-, inloop- en inspraakmomenten.	2008	-
8. Jaarlijks een professioneel opgezette burgerjaarsverslag uitbrengen dat dient als een informatiemiddel voor burgers.	vanaf 2007	€ 3800 (post voorlichting)

### 3. Financiële consequenties (o.a. doelmatigheid)

Uitgangspunt bij de maatregelen is dat zij moeten vallen binnen de huidige budgettaire kaders. In de begroting 2007 is 5000 euro extra communicatiebudget beschikbaar gesteld. Deze extra middelen worden vooral benut om het burgerjaarsverslag professioneel op te zetten. Verder dient te worden bedacht dat veel van de voorgestelde maatregelen gerealiseerd kunnen worden tegen geringe kosten. Het wekelijks beleggen van een persgesprek bijvoorbeeld. Ook geldt dat niet alle maatregelen drukken op de kostenpost communicatie en voorlichting. Het verrichten van een medewerkerstevredenheidsonderzoek bijvoorbeeld valt binnen de post personeel en organisatie.

Het opstellen van een communicatienota is **doelmatig** omdat de inspanning (op stellen nota) en de uitgaven daadwerkelijk bijdragen aan de realisatie van het beoogde doel (verbeteren communicatie).

### 4. Juridische consequenties (o.a. vermindering regelgeving, rechtmatigheid)

n.v.t.

### 5. Communicatie

Nota ter kennis brengen van de commissie bestuur. De nota zal worden geplaatst op inter- en intranet. In de informatierubriek zal een verwijzing naar de gemeentelijke website worden gemaakt. Gelet op het onderwerp zal de nota ook aangeboden worden aan de media.

### 6. Conclusie en advies

1. Communicatienota 2007 gemeente Neerijnen vaststellen.
2. Communicatienota 2007 gemeente Neerijnen ter kennis brengen van de adviescommissie bestuur.

### 7. Betrokkenheid OR

De notitie zal t.k.n. aan de ondernemingsraad worden aangeboden.

# **Communicatienota 2007**

## **Gemeente Neerijnen**

# Communicatienota 2007

---

## Inhoudsopgave

<b>1.</b>	<b>Inleiding</b> .....	<b>3</b>
<b>2.</b>	<b>Communicatie</b> .....	<b>3</b>
2.1.	Overheidscommunicatie.....	3
2.2.	Visie op communicatie in Neerijnen.....	4
2.2.1.	Burger staat centraal.....	4
2.2.2.	Pro-actief omgaan met communicatie.....	4
2.2.3.	Communicatie is van ons allemaal.....	4
<b>3.</b>	<b>Stijl van het huis</b> .....	<b>4</b>
3.1.	Grafische huisstijl.....	4
3.2.	Bereikbaarheid.....	5
3.3.	Open, toegankelijk en klantgericht.....	5
3.4.	Integriteit.....	5
3.5.	Maatregelen.....	5
<b>4.</b>	<b>Interne communicatie</b> .....	<b>5</b>
4.1.	Soort, structuur en middelen communicatie.....	6
4.1.1.	Beleidsinformatie.....	6
4.1.2.	P&O/facilitaire informatie.....	6
4.1.3.	Motiverende bijeenkomsten.....	6
4.2.	Maatregelen.....	6
<b>5.</b>	<b>Extern communicatiebeleid</b> .....	<b>6</b>
5.1.	Persvoorlichting.....	7
5.2.	Publieksvoorlichting.....	7
5.2.1.	Beantwoording van.....	7
5.2.2.	Foldermateriaal.....	7
5.2.3.	Besluiten college en raad.....	7
5.2.4.	Gemeentepagina.....	8
5.2.5.	Internet.....	8
5.2.6.	Informatie-, inloop- en inspraakmomenten.....	8
5.2.7.	Burgerjaarverslag.....	8
5.2.8.	Overige communicatiemiddelen.....	8
5.3.	Maatregelen.....	8
<b>6.</b>	<b>Maatregelen en financiën</b> .....	<b>9</b>
6.1.	Maatregelen.....	9
6.2.	Financiën.....	10

# Communicatienota 2007

---

## 1. Inleiding

Voor u ligt de communicatienota van de gemeente Neerijnen. Deze nota geeft u een schets hoe wij als gemeente de komende jaren met het beleidsonderwerp communicatie willen omgaan.

In deze notitie vindt u in hoofdstuk 2 een korte verduidelijking van de abstracte termen communicatie en overheidscommunicatie. Daarna wordt de visie op communicatie voor de gemeente Neerijnen beschreven. In hoofdstuk 3 wordt ingegaan op communicatie op het niveau van organisaties, dit wordt ook wel 'stijl van het huis' genoemd. Het hoofdstuk eindigt met enkele concrete maatregelen om het beeld/imago van Neerijnen sterker neer te zetten. Hoofdstuk 4 beschrijft de interne communicatie van de gemeente. Net als het vorige hoofdstuk worden enkele maatregelen voorgesteld. De externe communicatie en bijhorende maatregelen komen aan de orde in hoofdstuk 5. In hoofdstuk 6 staan alle maatregelen die in de nota worden voorgesteld achtereenvolgend opgesomd.

## 2. Communicatie

Het woord communicatie roept bij iedereen een ander beeld op. Communicatie bestaat uit het verzenden en ontvangen van boodschappen. En daarbij moeten we opmerken dat het ontvangen van de boodschap net zo belangrijk is als het verzenden. Als de boodschap die verzonden wordt, niet wordt ontvangen, dan is er geen sprake van doeltreffende communicatie.

Communicatie is een veelomvattend woord: praten, schrijven, zelfs met lichaamstaal communiceren mensen met elkaar. Iedereen communiceert verbaal en non-verbaal. Het gaat er dus niet alleen om wat je zegt, het gaat er ook om wat je doet.

Wat voor mensen geldt, geldt ook voor organisaties. In vakjargon wordt dit corporate communication genoemd bij gebrek aan een goede Nederlandse term. Corporate communication bestaat uit de boodschappen die een organisatie verstuurt en ontvangt. Denk hierbij aan e-mail, brieven, telefoongesprekken, formeel en informeel overleg. Maar net als bij mensen, spreken ook de acties van een organisatie. Dit geheel van identiteit en imago wordt 'stijl van het huis' genoemd. In hoofdstuk 3 komen wij hierop terug.

Corporate communication bestaat uit twee hoofdzaken: interne en externe communicatie. Interne communicatie is communicatie binnen een organisatie. In het geval van een ambtelijke organisatie kun je hierbij denken aan overleg tussen ambtenaren, bestuurlijk overleg, interne e-mail, adviesnota's en beleidsstukken. In hoofdstuk 4 behandelen wij enkele maatregelen ten aanzien van interne communicatie. Externe communicatie is in dit geval de communicatie tussen de gemeente en burgers en organisaties. Brieven, e-mail, overleg tussen de gemeente en andere organisaties (andere gemeenten of instellingen), buurtbijeenkomsten, raads- en commissievergaderingen, de gemeentelijke pagina in het lokale nieuwsblad en de website. Al deze communicatie draagt bij aan het beeld dat mensen van de gemeente hebben. Hoofdstuk 5 gaat over de externe communicatie.

### 2.1. Overheidscommunicatie

De algemene doelstelling voor overheidscommunicatie, zoals in de Wet openbaarheid van bestuur (WOB) vastgelegd is, bestaat uit de volgende punten:

- Het vergroten van de legitimiteit van het openbaar bestuur en de subdoelstellingen;
- Het informeren van de bevolking (alleen een goed geïnformeerde bevolking kan goed reageren op handelingen en beleidsvoornemens van de gemeente);
- Het geven van uitleg en toelichting op het beleid;
- Het geven van de mogelijkheid tot inspraak;

De gemeente moet naast passieve voorlichting (informatie op verzoek), belanghebbenden ook actief voorlichten. Een gemeente behartigt het algemeen belang. Daarom is het noodzakelijk, door middel van goede communicatie, beleid te verduidelijken en uit te leggen en daarmee draagvlak te creëren.

## Communicatienota 2007

---

### 2.2. Visie op communicatie in Neerijnen

#### 2.2.1. Burger staat centraal

Informatie verstrekken aan de burger of specifieke doelgroep is geen recht van de gemeente, het is een plicht. De dialoog met de burger moet een elementair deel worden van het beleid.

Bij alle beleidsstukken en adviesnota's moet na worden gedacht over communicatie. Alleen met goede informatievoorziening krijgt de burger een goed beeld van het functioneren van de gemeentelijke organisatie. Goede eenduidige communicatie neemt vooroordelen bij burgers weg en zorgt voor draagvlak. Het zal het imago van de gemeente goed doen en het zal zorgen voor betere verhoudingen tussen burger en overheid. Ambtenaren moeten getraind worden om helder en duidelijk te communiceren met burgers.

#### 2.2.2. Pro-actief omgaan met communicatie

Communicatie moet een wezenlijk aspect worden bij beleidsvoorbereiding en -uitvoering.

Of je nu de communicatie beleidsmatiger maakt of het beleid communicatiever, dat maakt niet uit. Waar het om gaat is dat er proactief moet worden omgegaan met communicatie. Dat betekent dat er van tevoren communicatiedoelen moeten worden geformuleerd, dat doelgericht moet worden gewerkt en dat geleerd moet worden van communicatietrajecten. De ambities met betrekking tot communicatie moeten steeds scherper worden geformuleerd.

#### 2.2.3. Communicatie is van ons allemaal

De communicatie van onze gemeente staat of valt niet met deze Communicatienotitie. We communiceren voortdurend, zodra we praten, schrijven, maar ook als we zwijgen, lopen of kijken. Voortdurend zenden we boodschappen uit, die door anderen worden opgepikt en geïnterpreteerd.

## 3. Stijl van het huis

Het imago van de gemeente is van belang; daar kan op worden afgerekend. Populair gezegd is het imago het beeld van de gemeente Neerijnen dat leeft bij de inwoners (en andere doelgroepen). Dit beeld ontstaat uit optredens en presentaties van de gemeente in het verleden en bestaat uit indrukken, gevoelens en meningen. Daarom is het ook zo moeilijk om een imago te veranderen. Dat kan alleen met een sterke, positieve identiteit.

Alle aspecten van identiteit en imago komen samen in de stijl van het huis. De stijl van het huis gaat niet alleen over de grafische stijlaspecten (typografie, logo) maar zegt ook iets over hoe je met elkaar omgaat, over het te woord staan van de burgers, het gedrag van ambtenaren en bestuurders, de afdoeningstermijnen van verzoeken, de eenduidigheid in 'speciale uitgaven', het eerste telefonisch contact van inwoner en gemeente, het snel en correct doorverbinden etc. Een huisstijl zegt dus veel over de kwaliteit van de dienstverlening. Sterker nog, huisstijl in de vorm van herkenning en spelregels vervult voor het imago van de gemeente een wezenlijke functie.

Tot spelregels op het gebied van communicatie kunnen we de volgende zaken rekenen:

- grafische huisstijl
- bereikbaarheid
- open, toegankelijk en klantgerichtheid
- integriteit

### 3.1. Grafische huisstijl

De grafische huisstijl van de gemeente heeft behoefte aan licht onderhoud. Onderaan het briefpapier staan dorpsgezichten. Zodra er nieuw papier wordt bijbesteld wordt deze balk weggelaten. De huisstijl wordt hierdoor eigentijdser en het briefpapier overzichtelijker. De macro's voor adviesnota's aan B&W en raadsvoorstellen zijn recentelijk aangepast.

## Communicatienota 2007

---

### 3.2. Bereikbaarheid

De gemeente zorgt voor een goede (telefonische) bereikbaarheid voor burgers die contact willen hebben. Een toets of de telefonische bereikbaarheid toereikend is, is vóór de zomer van 2007 ter hand worden genomen. Een bereikbaarheidsonderzoek is een goed instrument om de bereikbaarheid van onze organisatie, de kwaliteit van de geleverde informatie en de klanttevredenheid te meten en daaruit verbeterpunten te formuleren.

Inwoners kunnen kiezen hoe zij de gemeente willen benaderen, via de telefoon, digitaal, schriftelijk of mondeling. Verzoeken om informatie, maar ook algemene correspondentie of klachten worden binnen redelijke termijnen afgehandeld. Het e-mailprotocol voor afhandeling van e-mail is eind 2006 aangepast. Dit protocol zal periodiek worden herzien.

### 3.3. Open, toegankelijk en klantgericht

Een open, toegankelijke en klantgerichte houding zijn basisspelregels voor iedereen die bij de gemeente Neerijnen betrokken is. Bestuur, management en medewerkers hebben de plicht hun gedrag, besluiten en uitingen steeds aan dit principe te toetsen. Uit deze basisregel vloeien de volgende punten voort:

- openbaarheid; alles is openbaar, tenzij zwaarwegende belangen daar niet voor pleiten. Dat betekent dus ook op een ruime manier omgaan met de Wet Openbaarheid Bestuur.
- internet; op de website is veel informatie te vinden, inclusief de bijbehorende stukken. De agenda's, verslagen en agendapunten met bijlagen van commissie- en raadsvergaderingen zijn voor alle bezoekers te downloaden. In 2005 is de gemeentelijke site voorzien van een nieuwe opzet. Uitbouw van de website met modules die digitale dienstverlening mogelijk maken gaan wij onderzoeken.
- duidelijke taal; met het gebruik van duidelijke taal, zowel mondeling als schriftelijk, wordt de openheid en toegankelijkheid vergroot. In de gemeente Neerijnen is dit een continu aandachtspunt. Trainingen zijn nodig om vaardigheden aan te leren of om vaardigheden scherp te houden (zie verder 5.2.1, externe communicatie).

### 3.4. Integriteit

Recentelijk heeft het college een document vastgesteld waarin Integriteitsregels staan benoemd. Hierover moeten gesprekken in de teams plaats vinden. Bestuurders en ambtenaren verbinden zich aan deze integriteitprincipes.

### 3.5. Maatregelen

1. Verricht licht onderhoud aan de grafische huisstijl.
2. Verricht periodiek een telefonisch bereikbaarheidsonderzoek om de toegankelijkheid, bereikbaarheid en klantvriendelijkheid te meten. De uitkomsten vormen de basis voor verbetervoorstellen.
3. Organiseer een training voor medewerkers over helder en duidelijk schrijven en zorg voor follow-up daarvan.
4. Bespreek integriteitregels voor ambtenaren en bestuurders.

## 4. Interne communicatie

Medewerkers en bestuurders zijn de beste ambassadeurs van de gemeente. Een goede interne communicatiestructuur moet ervoor zorgen dat medewerkers op de hoogte zijn van algemene voorschriften, het beleid, de eisen die aan taken worden gesteld en de werkomstandigheden. Goede interne communicatie hangt niet samen met veel en/of glossy middelen. Belangrijker is een duidelijke basisstructuur voor communicatie, waarvan iedereen op de hoogte is.

De communicatieve vaardigheden van de leidinggevenden als onderdeel van de stijl van leidinggeven spelen hierbij een belangrijke rol. Kortom, het werkt averechts om allerlei schitterende interne communicatiemiddelen te gaan bedenken. Veel belangrijker is het om te kiezen voor een heldere en herkenbare basisstructuur voor communicatie en het hebben van ruimte bij leidinggevenden en collega's voor het geven van kritiek en complimenten. Een te houden



## Communicatienota 2007

---

medewerkertevredenheidsonderzoek in 2008 moet onder andere inzicht geven in de mate van tevredenheid van medewerkers over de interne communicatie. Dit onderzoek is een soort van 'nulmeting' dat moet leiden tot aanbevelingen ter verbetering.

### 4.1. Soort, structuur en middelen communicatie

Interne communicatie kan over een aantal onderwerpen gaan. De informatie-uitwisseling kan betrekking hebben op werkzaamheden van medewerkers, op motivatie of op het beleid van de gemeente. Interne communicatie is onder andere te onderscheiden in:

- beleidsinformatie: informatie vanuit MT, B&W en Raad over beleid (swijzigingen, toekomst, begroting).
- P&O en facilitaire informatie: informatie over pensioen, arbeidsvoorwaarden, huisregels etc.
- Motiverende bijeenkomsten: informatie over successen, waardering etc.

#### 4.1.1. Beleidsinformatie

Het verduidelijken van beleid aan medewerkers draagt bij aan het werkplezier. Keuzes en argumenten moeten duidelijk worden toegelicht op een zodanige manier dat iedereen in de kern over dezelfde informatie beschikt. De beleidsinformatie wordt momenteel verstrekt via de notulen van het MT, de besluitenlijst van B&W en eventuele aparte overlegvormen. Goed en tijdig informeren zijn daarbij sleutelwoorden.

#### 4.1.2. P&O/facilitaire informatie

Dit is informatie over personeelsmutaties, pensioenen, opleiding, secundaire arbeidsvoorwaarden, huisregels, huishoudelijke informatie etc. Deze informatie is op intranet beschikbaar. Echter, nog steeds wordt groepswise (e-mail) veelvuldig gebruikt voor allerlei mededelingen die voor iedereen bestemd zijn. E-mail is daarvoor erg handig, maar kan ertoe leiden dat de mailbox vol raakt met allerlei berichten die ook op een andere manier kunnen worden aangeboden; intranet is daarvoor een goede optie. Op intranet is een deel ingericht voor stukken die ter inzage zijn voor iedereen. Via het intranet is het mogelijk om elke medewerker te allen tijde van het laatste nieuws te voorzien, terwijl hij/zij zelf de keus maakt op welk moment hij/zij dit nieuws wil lezen.

In een 'wie-is-wie' gids - ook wel smoelenboek genoemd - zijn foto's opgenomen van alle medewerkers, aangevuld met algemene informatie zoals leeftijd, woonplaats, functie, bijzonderheden.

#### 4.1.3. Motiverende bijeenkomsten

Deze bijeenkomsten dragen bij aan het gevoel van 'met plezier naar je werk gaan en gemotiveerd je werk doen'. Het gaat dan vooral om factoren die bijdragen aan erkenning van het werk en momenten waar collega's en leidinggevendenden elkaar op een andere manier treffen. Het college en managementteam introduceren daarom een aantal bijeenkomsten per jaar waarop men informeel elkaar kan treffen.

### 4.2. Maatregelen

1. Medewerkertevredenheidsonderzoek in 2008 houden.
2. Intranet vaker gebruiken als intern- nieuwsmedium (en Groupwise minder). Actueel houden van 'smoelenboek' op intranet.
3. Investeer in motiverende bijeenkomsten.

## 5. Extern communicatiebeleid

Belangrijk uitgangspunt voor ons is dat communicatie een integraal onderdeel moet zijn van het beleid. Het tijdig signaleren van ontwikkelingen, deze met andere bespreken en vertalen in (strategisch communicatie)beleid begint bij ambtenaren en bestuurders die op een bepaald terrein bezig zijn. Communicatie moet dus van meet af aan een plek hebben in de ontwikkeling van beleid en geen sluitpost vormen (proactief communiceren). Communicatie en voorlichting kan op verschillende manieren plaatsvinden. Wij voorzien onze inwoners op dit moment langs diverse kanalen van informatie. Er valt onderscheid te maken in pers- en publieksvoorlichting.

## Communicatienota 2007

---

### 5.1. Persvoorlichting

In een democratie spelen de media een belangrijke rol. Zij zorgen ervoor dat de lezer/kijker/luisteraar wordt geïnformeerd, met daarbij soms een opinie of mening. De media is feitelijk geen doelgroep, maar een intermediair tussen burger en bestuur. Via de media is het mogelijk het beleid, acties, wijzigingen over te brengen op de burger. De voorlichting en communicatie met de media loopt via verschillende kanalen, zoals persberichten, interviews, representatie, internet/e-mail, gemeentepagina. Ook de agenda's en stukken van commissies en raad gaan standaard naar de pers.

Nieuw element is dat wij een standaardmoment gaan organiseren om de pers te informeren over gemeentelijke besluitvorming. De 'voeding' voor dit wekelijkse persgesprek vormt de besluitenlijst van B&W. Wij menen namelijk dat wij de media pro-actiever kunnen en moeten benaderen. Nog te weinig wordt de pers geïnformeerd over nog niet aanvaard beleid. Als zaken nog niet helemaal helder zijn, wordt al snel gezegd dat het nog te vroeg is om de pers te informeren. Nog te vaak wordt slechts nieuws niet of te laat gecommuniceerd. Feitelijke onjuistheden worden nog niet altijd direct gecorrigeerd. Nadenken over wat wel/niet richting pers gecommuniceerd kan en mag worden moet meer gemeengoed worden. Ook is de gemeente soms te bescheiden; kleine successen of resultaten zijn het vermelden waard.

### 5.2. Publieksvoorlichting

Bij de directe communicatie met het publiek gaat het om al die gevallen waarin een burger of een organisatie zich rechtstreeks richt tot de gemeente of de gemeente zich rechtstreeks richt tot of iets vraagt van een individuele burger of afzonderlijke organisatie. Dan gaat het om (de beantwoording) van brieven, e-mails, telefoongesprekken, baliebezoek, rechtstreekse gesprekken, (electronische) formulieren, gemeentepagina.

#### 5.2.1. Beantwoording van .....

Het valt voor niemand mee om in heldere en duidelijke taal te schrijven wat je denkt. Toch is dat wel wat de burger van de gemeente verwacht; een helder antwoord op de vraag die hij/zij stelt. Nog te vaak vervallen we in zogenaamde ambtelijke taal, die niet voor iedereen even makkelijk te volgen is en qua duidelijkheid soms te wensen overlaat. Wij willen in 2008 een vaardigheidstraining organiseren waarin het helder en duidelijk schrijven van brieven als aandachtspunt wordt meegenomen.

Een ander aandachtspunt is de termijn van beantwoording (informatieverstrekking over de stand van zaken). Het gebeurt nog te vaak dat termijnen worden overschreden en een burger pas na weken of soms maanden een antwoord krijgt. De bestaande procedure, met daarin opgenomen de wettelijke en gemeentelijk afgesproken afdoeningstermijnen zal consequent en blijvend door leidinggevenden onder de aandacht van medewerkers moeten worden gebracht.

#### 5.2.2. Foldermateriaal

Publieksvoorlichting in de vorm van folders is een belangrijk onderwerp. Bij het team Samenlevingszaken, cluster Burgerzaken staat een uitgebreid folderrek. De receptie is verantwoordelijk voor het plaatsen van folders en het aanvullen van foldermateriaal. Er moet een schriftelijk overzicht van het foldermateriaal komen zodat dit op onze internetsite kan worden geplaatst.

#### 5.2.3. Besluiten college en raad

Om de burger meer inzicht te geven in de besluiten die door het college en de gemeenteraad worden genomen is belangrijk dat deze informatie ook voor hen toegankelijk is. Natuurlijk liggen de openbare stukken ter inzage, worden ze aan belangstellende toegezonden, maar toch is de informatie niet voor een groot publiek toegankelijk: teveel papierwerk en het taalgebruik is niet geschikt voor de gemiddelde lezer. De laatste jaren is geïnvesteerd in een raadsinformatiesysteem. In 2007 moeten agenda's, notulen en bijbehorende agendapunten van commissie en raad via onze site raadpleegbaar zijn. De besluitenlijsten van B&W zijn echter nog steeds passief openbaar. Wij gaan de besluitenlijsten van B&W via onze site beschikbaar stellen in 2007.

## Communicatienota 2007

---

### 5.2.4. Gemeentepagina

De gemeente publiceert wekelijks de algemene informatie en publicaties via een advertentie in een lokale nieuwsblad. Het is goed om te onderzoeken of het nieuwsblad wel de juiste krant is om de burgers te informeren. Alle gemeenten in de regio hebben een afzonderlijke relatie met een paar lokale kranten. Door de aanbesteding regionaal op te pakken is schaalvoordeel mogelijk. Neerijnen wil via het inkoopbureau van de Regio Rivierenland deze discussie aanzwengelen.

### 5.2.5. Internet

De website van de gemeente Neerijnen was te beschouwen als een redelijk toegankelijke. Qua vormgeving is de website in orde, maar qua informatievoorziening zijn we teruggevallen. Dat vindt tenminste advies.overheid.nl, de organisatie die alle gemeentelijke websites regelmatig screent en hiervan een ranglijst maakt. Momenteel staan wij op plaats 424 (juli 2007). Wij spreken de ambitie uit in de zomer van 2008 200 plaatsen te zijn gestegen. Eind 2008 staat Neerijnen in de top 100. De aan te brengen verbeteringen gaan wij gefaseerd invoeren. Hier kan gedacht worden aan:

- verbeterde structuur van de website;
- visuele kaartinformatie
- vergrote "interactiviteit" op de website (b.v. digitaal volgen voortgang van een aanvraag)
- aansluiting bij landelijke activiteiten (Digid en e-formulieren)

Dit alles willen wij bereiken door te werken met een zogenaamd Egem-I realisatieplan. Dit project omvat meer dan alleen het terrein "communicatie", maar heeft ook betrekking op gemeentelijke werkprocessen.

### 5.2.6. Informatie-, inloop- en inspraakmomenten

Gemeenten hebben op veel manieren gelegenheid om burgers te betrekken. Inspraak is zo'n manier, die bovendien voor een aantal zaken wettelijk verplicht is. Vooral bij (ruimtelijke) ontwikkelingen die burgers direct raken is de belangstelling groot. Een communicatiekader en een opzet voor dergelijke bijeenkomsten zal in 2008 worden opgesteld. In de opzet staat onder andere de plaats, sprekers, kort de informatie die gegeven wordt, de doelgroep en de media ingeschakeld. Deze checklist is een hulpmiddel voor ambtenaren om bijeenkomsten te organiseren.

### 5.2.7. Burgerjaarverslag

Het doel van het burgerjaarverslag is een verantwoording over de dienstverlening van de gemeente aan burgers. Dit jaarlijks uit te brengen verslag is in een ander jasje gestoken. De afgelopen twee verslagen waren sober van aard en kenmerkten zich meer als beleidsnotities. De leesbaarheid voor burgers liet te wensen over. De burgerjaarverslagen hebben nu het karakter van een krant op tabloid formaat. Anders dan in voorgaande jaren wordt het burgerjaarverslag huis-aan-huis verspreid. Het burgerjaarverslag wordt daarmee bij uitstek een communicatiemiddel om burgers te informeren.

### 5.2.8. Overige communicatiemiddelen

Niet alle middelen die de gemeente gebruikt zijn in dit hoofdstuk beschreven. Het betreft hier onder andere gemeentegids, plattegronden, deelplan voorlichting als onderdeel van het rampenplan en visitekaartjes. De gemeentegids bijvoorbeeld lijkt in de huidige opzet te voldoen. Plattegronden worden bijgedrukt als de voorraad op is. In 2007 hebben wij nieuwe plattegronden ontvangen. Het deelplan voorlichting als onderdeel van het rampenplan is regionaal tot stand gekomen en wordt regionaal, via het bureau IVR, geactualiseerd. Visitekaartjes voor personeel worden op aanvraag gemaakt.

## 5.3. Maatregelen

1. Relatie met media professionaliseren door:

- Wekelijks persgesprek te beleggen.
- Meer proactieve houding richting media ontwikkelen.
- Communicatie met de pers in alle notities en beleidsvoorstellen een item laten zijn, zodat we gedwongen worden hierover na te denken.
- Meer openheid richting pers, ook over nog niet aanvaard beleid. Hiervoor wel spelregels opstellen.

2. Beantwoording van brieven meenemen in vaardigheidstraining in 2008.

3. Procedure afhandeling van brieven en e-mail permanent onder de aandacht blijven brengen.

## Communicatienota 2007

4. Overzicht maken van al het aanwezige foldermateriaal en hun herkomst te plaatsen op internet.
5. Inkopen gemeentelijke pagina regionaal laten aanbesteden.
6. Goed websitebeheer voeren en waar mogelijk uitbouwen van digitale mogelijkheden (digitale dienstverlening)
7. Format ontwikkelen voor informatie-, inloop- en inspraakmomenten.
8. Jaarlijks een professioneel opgezette burgerjaarverslag uitbrengen dat dient als een informatiemiddel voor burgers.

### 6. Maatregelen en financiën

#### 6.1. Maatregelen

Maatregel	wanneer	Kosten
<b>Hoofdstuk 3 – Stijl van het huis</b>		
1. Verricht licht onderhoud aan de grafische huisstijl.	2008	€300 (post voorlichting)
2. Verricht periodiek een telefonisch bereikbaarheidsonderzoek om de toegankelijkheid, bereikbaarheid en klantvriendelijkheid te meten. De uitkomsten vormen de basis voor verbetervoorstellen.	vanaf 2007	€1000 (post interne dienstverl.)
3. Organiseer een training voor medewerkers over helder en duidelijk schrijven en zorg voor follow-up daarvan.	2008	€ 4000 (post studiekosten)
4. Bespreek integriteitregels voor ambtenaren en bestuurders.	2007	-
<b>Hoofdstuk 4 –Interne communicatie</b>		
1. Medewerkerstevredenheidsonderzoek in 2008 houden.	2008	€4000 (post personeel)
2. Intranet vaker gebruiken als intern- nieuwsmedium (en groupwise minder). Actueel houden van 'smoelenboek' op intranet.	vanaf 2007	-
3. Investeer in motiverende bijeenkomsten.	vanaf 2007	€3.000 post interne dienstverl.)
<b>Hoofdstuk 5 – Externe communicatie</b>		
1. Relatie met media professionaliseren door: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wekelijks persgesprek te beleggen;</li> <li>• Meer proactieve houding richting media ontwikkelen;</li> <li>• Communicatie met de pers in alle notities en beleidsvoorstellen een item laten zijn, zodat we gedwongen worden hierover na te denken.</li> <li>• Meer openheid richting pers, ook over nog niet aanvaard beleid. Hiervoor wel spelregels opstellen.</li> </ul>	vanaf 2007	-
2. Beantwoording van brieven meenemen in vaardighedentraining in 2008.	2008	€ 4000 (post studiekosten)
3. Procedure afhandeling van brieven en e-mail permanent onder de aandacht blijven brengen.	vanaf 2007	-
4. Overzicht maken van al het aanwezige foldermateriaal en		-

## Communicatienota 2007

hun herkomst te plaatsen op internet.	2007	
5. Inkopen gemeentelijke pagina regionaal laten aanbesteden.	2008	-
6. Goed websitebeheer voeren en implementeren digitale dienstverlening .	vanaf 2007	PM <sup>1</sup>
7. Format ontwikkelen voor informatie-, inloop- en inspraakmomenten.	2008	-
8. Jaarlijks een professioneel opgezette burgerjaarverslag uitbrengen dat dient als een informatiemiddel voor burgers.	vanaf 2007	€ 3800 (post voorlichting)

### 6.2. Financiën

Uitgangspunt bij de maatregelen is dat zij vallen binnen de huidige budgettaire kaders. In de begroting 2007 is 5000 euro extra communicatiebudget beschikbaar gesteld. Deze extra middelen worden vooral benut om het burgerjaarverslag professioneel op te zetten. Verder dient te worden bedacht dat veel van de voorgestelde maatregelen gerealiseerd kunnen worden tegen geringe kosten. Het wekelijks beleggen van een persgesprek bijvoorbeeld. Ook geldt dat niet alle maatregelen drukken op de kostenpost voorlichting. Het verrichten van een Medewerkerstevredenheidsonderzoek valt bijvoorbeeld binnen de post personeel en organisatie.

<sup>1</sup> Kosten en dekking project EGEM i worden behandeld als t.z.t het project ter besluitvorming wordt aangeboden.