

Inhoudsopgave

1. Inleiding	3
1.1 Totstandkoming van dit beleidsplan	3
2. Aanleiding en omgeving.....	4
2.1 Aanleiding	4
2.2 Omgeving.....	4
2.2.1 Ontwikkelingen in Hattem	4
2.2.2 Beleid en plannen in Hattem.....	5
2.2.3 Ontwikkelingen in het communicatievak	7
2.3 Conclusie	8
3. Visie op communicatie	9
3.1 Uitgangspunten voor communicatie	9
4. Thema's	12
4.1 Structureel en eenduidig	12
4.2 Digitaal, tenzij.....	16
4.3 Het betrekken van burgers en partners bij beleid en projecten	19
5. Financiën	21
6. Planning en uitvoering.....	22
Bijlage 1: Input van de media	23
Bijlage 2: Input van klantgroepen van de gemeente Hattem	24

1. Inleiding

Voor u ligt het beleidsplan communicatie 2013-2017. In dit beleidsplan wordt op hoofdlijnen een aantal ontwikkelingen in Hattem en in het communicatievak geschetst. Deze ontwikkelingen leiden tot een aantal uitgangspunten voor communicatie in de gemeente Hattem. Daarna wordt op verschillende communicatiethema's een korte analyse gemaakt van de huidige situatie en verbeterpunten daarin. Het beleidsplan is gebaseerd op drie thema's:

- structureel en eenduidig;
- digitaal, tenzij;
- het betrekken van burgers en partners bij beleid en projecten.

Binnen deze thema's worden verschillende communicatie(-middelen) van de gemeente besproken. Vervolgens worden acties aangedragen om de communicatie van de gemeente Hattem over een periode van vier jaar concreet te verbeteren. In enkele gevallen wordt een meer gedetailleerde uitwerking van actiepunten gerealiseerd in apart op te stellen documenten. Dit beleidsplan communicatie eindigt met een globale planning. Een meer gedetailleerde planning voor de komende jaren wordt gemaakt in organisatiejaarplannen, eenheidsplannen en individuele werkplannen.

1.1 Totstandkoming van dit beleidsplan

Dit beleidsplan is tot stand gekomen dankzij een aantal raadplegingen binnen en buiten de organisatie. De uitwerking van deze raadplegingen is zo veel mogelijk verwerkt in het beleidsplan.

Tijdens een bijeenkomst zijn vertegenwoordigers van de lokale en regionale pers gevraagd mee te denken over verbeteringen in communicatie van de gemeente Hattem en de wijze waarop de gemeente omgaat met de pers. De uitwerking hiervan is terug te vinden in bijlage 1. Deze opmerkingen worden meegenomen in de op te stellen notitie persbeleid.

Ook is er een externe raadpleging geweest om beter zicht te krijgen op de communicatie van de gemeente Hattem zoals deze beleefd wordt buiten het stadhuis. Verschillende vertegenwoordigers van klantgroepen van de gemeente (personen, bedrijven en instellingen) zijn gevraagd mee te denken over uitgangspunten voor communicatie, over communicatie over projecten en beleid en participatietrajecten. De uitwerking op hoofdlijnen van deze gesprekken zijn terug te vinden in de bijlage 2.

Opmerkingen gemaakt tijdens de interviews zijn zo veel mogelijk overgenomen. Veel terugkerende opmerkingen zijn: wees tijdig en duidelijk; en zorg voor juiste verwachtingen en goede terugkoppeling in participatietrajecten. Deze en andere opmerkingen gemaakt tijdens de interviews zijn expliciet terug te vinden in dit beleidsplan. Meer praktische opmerkingen, zoals bijvoorbeeld tips voor verbetering van de informatierubriek, zijn niet expliciet opgenomen in de beleidsnota. Dergelijke opmerkingen worden meegenomen in de dagelijkse werkzaamheden van het cluster communicatie.

2. Aanleiding en omgeving

2.1 Aanleiding

In dit beleidsplan wordt op hoofdlijnen een beeld geschetst van het beleid van de gemeente Hattem op het gebied van communicatie voor de komende jaren. In de afgelopen jaren heeft de gemeente geen actueel communicatiebeleid gehad. In 2012 heeft de gemeente Hattem samen met partners een toekomstvisie gemaakt voor Hattem in 2025. Daaruit kwam naar voren dat communicatie een belangrijk verbeterpunt is voor de gemeente. Ook in verschillende onderzoeken, zoals Waar staat je gemeente en de Bestuurskrachtmetering van 2011 kwam dit verbeterpunt naar voren. De hoogste tijd dus voor een nieuw beleid om op een eigentijdse manier invulling te geven aan gemeentelijke communicatie. Een plan waarin ook de nieuwe media een belangrijke plek innemen en waarin een stevig en helder fundament wordt gelegd voor communicatie.

2.2 Omgeving

Het beleidsplan communicatie is natuurlijk geen op zichzelf staand document. Het heeft veel raakvlakken met bestaand beleid en bestaande plannen van de organisatie. Bovendien zijn de ontwikkelingen in de ontwikkelingen in Hattem, het communicatievak en de organisatie van groot belang. Hieronder een overzicht van beleid, plannen en ontwikkelingen die van invloed zijn op communicatiebeleid.

2.2.1 Ontwikkelingen in Hattem

1. Samenwerking Hattem, Heerde en Oldebroek

Sinds een aantal jaren trekt de gemeente Hattem steeds intensiever op met de buurgemeenten Heerde en Oldebroek. Op verschillende terreinen werken de gemeenten samen, zoals op het gebied van decentralisaties, ICT, bezwaarschriften en inkoop. Momenteel wordt onderzocht hoe deze samenwerking verder vorm kan krijgen. Deze ontwikkeling betekent voor communicatie twee dingen: over het traject naar verdere samenwerking moet intensief gecommuniceerd worden. Daarnaast moet op ieder onderdeel in dit beleidsplan de afweging worden gemaakt of we zaken gezamenlijk met Heerde en Oldebroek gaan oppakken.

2. Bezuinigingstraject KRACHT!

Hattem staat voor een bezuiniging van 1,8 miljoen euro in 2015. Daarbij komt een verandering in rolgeving van de gemeente in de gemeenschap. De gemeente gaat steeds meer een terugtrekkende rol spelen in de maatschappij. Mensen zullen meer op eigen kracht hun weg moeten vinden in de gemeenschap. De gemeente gaat meer faciliteren en ondersteunen waar dat nodig is, in plaats van zelf eigenaar zijn en/ of taken zelf uitvoeren. De uitvoering van de bezuinigingsvoorstellen en de veranderende rolgeving van de gemeente zijn belangrijke ontwikkelingen in 2013 en verder, ook op het gebied van communicatie.

2.2.2 Beleid en plannen in Hattem

1. Samenwerken aan 2025

De vraag naar betere communicatie loopt als een rode draad door de bestuurskrachtmeting 2011: burgers, het maatschappelijk middenveld en samenwerkingspartners geven alle drie aan dat er meer, duidelijker en tijdig gecommuniceerd moet worden. In Samenwerken aan 2025 geeft ook de gemeenteraad aan dat hij wil dat de gemeente in de periode 2012-2017 werkt aan betere communicatie en bedrijven, instellingen en burgers meer betreft bij zijn activiteiten. In totstandkoming en uitvoering van beleid en bij realisatie van projecten moet goede communicatie met belanghebbenden een belangrijk aandachtspunt zijn. Ook communicatie van en over de gemeenteraad zelf maakt hier een belangrijk onderdeel van uit.

2. Organisatiejaarplan

Er wordt jaarlijks een organisatiejaarplan opgesteld. Dit is een overkoepelend document dat handen en voeten geeft aan de ambities, missie en visie van de gemeente Hattem en waarin de gewenste ontwikkeling van de organisatie beschreven staat. De thema's die in het organisatiejaarplan staan beschreven zijn doorvertaald naar de eenheidsplannen en de individuele werkplannen. Belangrijke ontwikkelingen voor 2013 zijn bijvoorbeeld de verdere invoering van projectmatig werken en de veranderende rolname van de gemeente in de samenleving op basis van KRACHT!

3. Dienstverleningsvisie Hattem, Heerde en Oldebroek (H2O)

Hattem heeft in 2010, samen met buurgemeenten Heerde en Oldebroek, een visie op dienstverlening opgesteld. Uitgangspunt hierin is dat de klant centraal staat: de manier waarop wij klanten benaderen moet duidelijk, snel en mensgericht zijn, ongeacht hoe wij onze organisatie hebben ingericht. En de vraag van de klant moet centraal staan in ons handelen. De gemeente is er ten slotte voor de Hattemer en niet andersom.

4. Kwaliteitshandvest

In het derde kwartaal van 2012 heeft de gemeente Hattem een kwaliteitshandvest vastgesteld. Dit handvest is eind 2012 ingevoerd als een interne proef. Wanneer de proef geslaagd is, zal het kwaliteitshandvest ook extern uitgedragen worden. In het kwaliteitshandvest is de dienstverleningsvisie concreet uitgewerkt in richtlijnen, waarop klanten ons mogen aanspreken. In het handvest staat wat klanten van de gemeente mogen verwachten op het gebied van de kwaliteit van dienstverlening, bijvoorbeeld als het gaat om het tijdig beantwoorden van brieven en de wijze waarop men te woord wordt gestaan aan de balie en aan de telefoon.

5. MedewerkerTevredenheidOnderzoek 2011

In 2011 is er voor het eerst een MedewerkerTevredenheidOnderzoek 2011 (MTO 2011) gehouden. Uit dit onderzoek werd duidelijk dat medewerkers kritisch zijn over de manier waarop zij geïnformeerd worden. Met name tijdig informeren over belangrijke zaken, informatievoorziening vanuit de directie en duidelijkheid over de redenen waarom bepaalde beslissingen worden genomen scoren niet goed. Op basis van het beleidsplan communicatie moet interne communicatie een flinke verbetering ondergaan.

6. Waar staat je gemeente?

De gemeente Hattem toetst tweejaarlijks haar prestaties met behulp van de benchmark het Waar staat je gemeente. Dit instrument is een onderdeel van het Kwaliteitsinstituut Nederlandse Gemeenten (KING) en toetst op een aantal thema's hoe een gemeente presteert, bijvoorbeeld op het gebied van veiligheid, woon- en leefklimaat,

lokale economie, directe dienstverlening en de relatie tussen burgers en bestuur. De resultaten geven een beeld van de prestaties van de gemeente op zich, en ook ten opzichte van andere gemeenten, en kunnen gebruikt worden als beleidsinstrument en –monitor. Uit de onderzoeken zijn herhaaldelijk leerpunten voor communicatie en dienstverlening gehaald. Zo bleek in 2010 dat burgers een gebrek aan privacy ervoeren bij de publieksbalies. Op basis hiervan zijn de publieksbalies heringericht waardoor de privacy bij de publieksbalies in het onderzoek van 2012 hoger gewaardeerd is door burgers. Ook in de onderzoeksresultaten van 2012 zijn aanknopingspunten voor verbetering van bijvoorbeeld communicatie. Zo is en blijft het tijdig reageren op brieven van burgers belangrijk.

2.2.3 Ontwikkelingen in het communicatievak

1. Digitale ontwikkelingen

Mensen maken steeds meer gebruik van digitale media. Maar ook binnen digitale media verschuift de wijze van informatievoorziening. Mensen gaan steeds minder zelf actief op zoek naar informatie, maar krijgen deze via allerlei kanalen aangeboden. Dit blijkt bijvoorbeeld uit de razendsnelle opkomst van social media, een verzamelnaam voor alle internettoepassingen waarmee het mogelijk is om informatie met elkaar te delen. Het betreft niet alleen informatie in de vorm van tekst (nieuws, artikelen), ook geluid (podcasts, muziek) en beeld (fotografie, video) worden gedeeld via social media websites. Deze websites zijn te bekijken anytime (wanneer dan ook), anywhere (waar dan ook) en anyhow (hoe dan ook). Deze trend laat ook zien dat de mobiele telefoon steeds vaker wordt gebruikt om informatie te leveren en te ontvangen van het internet. Deze digitale ontwikkelingen zijn van invloed op de manier waarop de gemeente haar informatie aanbiedt en mensen wil betrekken bij de gemeente.

Op basis van de Algemene wet bestuursrecht (Awb) en het i-NUP, het Nationaal Uitvoeringsprogramma Dienstverlening en e-Overheid, moeten gemeenten steeds meer digitale voorzieningen treffen. Doel hiervan is het bieden van betere service en meer gemak voor burgers en bedrijven. Zo moet de gemeentelijke website voldoen aan de webrichtlijnen, digitale diensten moeten toegankelijk zijn met DigiD en 65% van de gemeentelijke producten en diensten moet digitaal beschikbaar zijn. Daarnaast moeten gemeenten en andere overheden steeds meer van hun informatie digitaal aanbieden, bijvoorbeeld publicaties van vergunningen en beleidsregels.

Deze digitale verplichtingen brengen kleine gemeenten zoals Hattem in een spanningsveld. Aan de ene kant ben je als kleine gemeente goed in staat om direct en persoonlijk contact met inwoners te onderhouden: de lijnen zijn kort. Aan de andere kant ben je verplicht om een deel van de communicatie met deze mensen te regelen via een onpersoonlijk middel als internet.

2. Meer kennis en kunde van burgers

Mensen zetten steeds meer hun eigen kennis en kunde in in de dialoog met de overheid. Ze laten terecht van zich horen als ze het ergens niet mee eens zijn. Voor een gemeente is het daarom belangrijk om meer en beter te ontvangen en te luisteren in plaats van zich alleen te richten op zenden. Om op een positieve manier gebruik te maken van deze kennis en kunde is het noodzakelijk om, waar mogelijk, aan het begin van beleid- en planvorming inwoners, ondernemers en andere belanghebbenden een rol te geven in het proces.

3. Individualisering

In de afgelopen decennia was in Nederland een trend van individualisering te zien. Mensen begeven zich steeds meer buiten een groep van algemeen gelijkgestemden, bijvoorbeeld op basis van religie, sociale klasse of politieke voorkeur. In plaats daarvan proberen ze op verschillende thema's voor kortere tijd gelijkgestemden te vinden. Mensen committeren zich steeds minder voor de lange termijn aan een goed doel, een politieke partij of een vereniging, maar bekijken per gelegenheid of ze zich bij een bepaalde groep aansluiten of dat ze zelf een (actie-)groep oprichten voor een doel dat hen direct aangaat en waar ze zich voor willen inzetten. Dit gebeurt via internet en sociale media, maar ook op de 'ouderwetse manier' tijdens bijeenkomsten. Deze gelegenhedsgroepen maken overleg en interactieve beleidsvorming soms moeilijker te organiseren. Het is niet altijd op voorhand duidelijk hoe je een bepaalde doelgroep voor een project goed kunt bereiken omdat de doelgroep (nog) niet georganiseerd is.

Dit vraagt een open (communicatie-)proces en communicatie per project of opgave op maat.

2.3 Conclusie

De klant staat centraal; dit komt duidelijk naar voren in de dienstverleningsvisie en het kwaliteitshandvest. De ontwikkelingen binnen de gemeente Hattem, zoals de bezuinigingsronde KRACHT! en de samenwerking met de gemeenten Heerde en Oldebroek en rekening houdend met het onder invloed van internet en social media veranderend gedrag van de klant, de verschuivingen in het mediagebruik en de mondige burger, maken het noodzakelijk tijdig, transparant en betrokken te communiceren.

3. Visie op communicatie

Communicatie valt in sommige opzichten te vergelijken met voetbal: iedereen heeft er verstand van en een mening over. De praktijk blijkt soms toch wat weerbarstiger. Als iets niet goed is gegaan, wordt vaak gezegd dat het aan 'slechte communicatie' ligt. Maar wat dat inhoudt en waar het dan precies aan gelegen heeft, wordt meestal niet duidelijk. De vraag rijst: wat is communicatie nu eigenlijk? Waar wil je het voor inzetten? En hoe zorg je dat je communicatie goed inzet om de gewenste doelen te bereiken? Om een helder beleidsplan voor de komende jaren uit te stippelen, is het verstandig om eerst een visie op communicatie te formuleren, voordat het beleid wordt ingevuld.

In het document Samenwerken aan 2025 geeft Hattem aan welke missie zij heeft:

'Prettig samen leven in een compacte en goed functionerende Hanzestad'.

Uit deze missie komt een aantal wensbeelden en strategische opgaven voort. Het verbeteren van gemeentelijke communicatie en het betrekken van bedrijven, instellingen en burgers bij de gemeente en al haar taken is één van die opgaven.

Daarnaast heeft de gemeente Hattem in 2010, samen met buurgemeenten Heerde en Oldebroek, de Dienstverleningsvisie Hattem, Heerde en Oldebroek geformuleerd. Het belangrijkste punt hierin is dat de gemeente er is voor de samenleving, voor de burgers. Als gemeentelijke organisatie moeten we daarom mensgericht en dienstverlenend zijn en de vraag van burgers, organisaties en bedrijven centraal stellen in ons handelen.

Om de afgeleiden van deze missie en visie vorm te geven in communicatie, formuleren we de volgende visie op communicatie:

'Communicatie is een interactief proces waarbij partijen informatie uitwisselen en eventueel tot een overeenstemming komen. Communicatie is een middel dat de gemeente Hattem op diverse momenten in kan zetten om burgers, organisaties en bedrijven te informeren, te raadplegen, mee te laten denken of mee te laten beslissen. Het is een beleidsinstrument dat bijdraagt aan het realiseren van gemeentelijke doelstellingen en gemeente en inwoners, bedrijven en instellingen dichter bij elkaar brengt.'

3.1 Uitgangspunten voor communicatie

Voordat we concreet op thema's en de organisatie van communicatie in Hattem ingaan worden in deze paragraaf nog een aantal uitgangspunten voor communicatie uiteen gezet, die aansluiten bij bovengenoemde visie op communicatie. Deze uitgangspunten komen bovendien voort uit de geconstateerde ontwikkelingen in de maatschappij, de gemeente Hattem en het communicatievak.

- **Communicatie is halen en brengen**

De gemeente heeft de wettelijke plicht op basis van de Algemene wet bestuursrecht en het i-NUP, bepaalde informatie naar burgers te brengen, zoals publicaties van vergunningen, beleidsregels en aankondigingen van vergaderingen. Maar hoe ver moet je als gemeente gaan om informatie bij iedereen tot op de deurmat te brengen? Burgers hebben zelf ook een verantwoordelijkheid in het halen van informatie. Belangrijke randvoorwaarde voor burgers om informatie te kunnen halen is een overzichtelijke en toegankelijke website, waar informatie goed te vinden is.

Daarnaast is het belangrijk om duidelijk aan te geven waar welke informatie te vinden is en dit af en toe te herhalen. Halen en brengen geldt niet alleen voor de relatie met burgers, maar ook voor interne informatieuitwisseling.

- **Proactieve en professionele communicatie**

Ondanks het feit dat mensen zelf de verantwoordelijkheid hebben om informatie te halen, moet een gemeente proactief zijn in haar communicatie. Belangrijke ontwikkelingen die veel mensen aangaan, zoals wijzigingen in bijvoorbeeld afvalbeleid of wegwerkzaamheden moeten actief naar de belanghebbenden worden gebracht. Naast proactief moet communicatie professioneel zijn: structurele, eenduidige communicatie, waarbij iedere medewerker een vertegenwoordiger van de organisatie is. Communicatie moet blijvend een aandachtspunt zijn bij alle taken van de gemeente.

- **Digitale communicatie als uitgangspunt**

Mensen maken voor allerlei (overheids-)diensten steeds vaker gebruik van digitale middelen. In tijden van financiële tegenspoed kan dit een positieve ontwikkeling zijn voor gemeenten: hoe meer we mensen kunnen stimuleren digitale middelen te gebruiken zoals onze website, des te minder kosten we hoeven te maken voor het produceren en verspreiden van drukwerk. In Hattem moet wel rekening worden gehouden met een bevolking met een relatief hoog percentage senioren. Het gebruik van digitale middelen is in deze bevolkingsgroep over het algemeen minder doorgedrongen. Digitale communicatie is dan ook niet zaligmakend: traditionele communicatiemiddelen blijven, waar nuttig en nodig, een belangrijk onderdeel van de communicatiemiddelenmix. De voorkeur gaat echter uit naar digitaal communiceren.

- **Positieve communicatie**

Communiqueer (ook) over dingen die goed gaan: be good and tell it. De overheid is een typische dissatisfier: als alles goed gaat bij de overheid wordt dit als vanzelfsprekend gezien. Als er een fout wordt gemaakt, heeft men het er over. Daarom is het helemaal niet zo gek om zelf ook eens aandacht te vragen voor de zaken die goed gaan.

- **Strategische communicatie**

Strategisch communiceren kan door tijdig aan te sluiten bij beleidsprocessen en projecten. Door vanuit communicatie tijdig (in de startfase) aan te sluiten bij nieuwe projecten en beleidsprocessen kan communicatie strategisch worden ingezet tijdens het hele proces of project en kunnen haalbare plannings worden gemaakt.

- **Heldere taal**

Bij professioneel communiceren hoort duidelijke taal: taalgebruik in correspondentie, beleidsnota's, collegevoorstellen en op de website moet aansluiten bij de belevingswereld van de ontvanger. Iedere medewerker van de gemeente communiceert. Dat maakt heldere communicatie en duidelijk taalgebruik niet de exclusieve taak van het cluster communicatie, maar een verantwoordelijkheid van iedere medewerker. Elke medewerker is een visitekaartje van de gemeente Hattem en moet zichzelf ook zo zien en zich er naar gedragen. Iedereen draagt bij aan het totale beeld van de gemeente Hattem door de manier waarop hij/zij handelt en communiceert. Daarom: consequent en helder uitdragen wie en wat de gemeente is.

3.2 Conclusie

De visie van de gemeente Hattem op communicatie stelt dat communicatie een beleidsinstrument is binnen de gemeente Hattem. Communicatie is een interactief proces waarbij het doel is gemeentelijke doelstellingen te behalen en burger en gemeente dichterbij elkaar te brengen.

In deze definitie is communicatie tweerichtingsverkeer. Vanuit de gemeente, ieder vanuit zijn eigen verantwoordelijkheid, vraagt dat de bereidheid te luisteren en zich in te leven in de vraag die de Hattemse samenleving stelt. Dat houdt niet in dat met iedere vraag of wens kan worden meegebogen, maar betekent naast de luisterende opstelling een tijdige en beargumenteerde dialoog.

Op basis van de visie op communicatie worden onderstaande uitgangspunten geformuleerd: Communicatie is: helder, proactief, professioneel, strategisch, digitaal, positief, halen en brengen.

4. Thema's

Dit beleidsplan is opgebouwd rond drie thema's, gebaseerd op ontwikkelingen in Hattem en haar omgeving en de visie op communicatie. Acties binnen deze thema's moeten leiden tot een structurele verbetering van communicatie. De thema's zijn 'structureel en eenduidig', 'digitaal, tenzij' en 'het betrekken van burgers en partners bij beleid en projecten'. Per thema worden communicatiemiddelen en concrete actiepunten benoemd.

4.1 Structureel en eenduidig

Met structureel en eenduidig wordt het volgende bedoeld: communicatie maakt structureel onderdeel uit van de activiteiten van de gemeente Hattem. Bij ieder nieuw beleid of project, maar ook bij reguliere taken en correspondentie vragen medewerkers zich af wat hun werk betekent voor hun doelgroepen en de samenleving. Verandert er iets voor de doelgroep? En is deze verandering ingrijpend? Hoe kan ik de doelgroep hierover het beste informeren? Welke vragen kan ik verwachten en hoe kan ik daar goed op anticiperen en daarmee vragen zo veel mogelijk voorkomen?

Met eenduidig bedoelen we dat alle communicatie van de gemeente, of het nu een beleidsnota, een beschikking, een brief of een telefoontje is, van eenzelfde strekking moet zijn. Dat geldt zowel voor de inhoud als voor de manier waarop er gecommuniceerd wordt: we dragen allemaal eenzelfde beeld uit van de gemeente Hattem. Iedere medewerker is ambassadeur van de gemeente en is zich daar ook bewust van.

Voor het cluster communicatie ligt hier met name een taak om collega's communicatief bewuster te maken in hun dagelijkse werk. Dit kan uiteen lopen van het geven van communicatieadvies voor een project of een collegevoorstel tot het adviseren over taalgebruik.

Een gemeente kent vele vormen van externe communicatie, bijvoorbeeld communicatie over projecten en beleid, communicatie via de media/woordvoering en communicatie van en over de gemeenteraad. In deze paragraaf komt een aantal verschillende vormen van externe communicatie aan bod en worden acties om te komen tot structurele, eenduidige communicatie toegelicht. Ook komen een aantal interne maatregelen aan bod die de externe communicatie kunnen verbeteren.

Project- en beleidscommunicatie

Projecten en beleid maken een belangrijk onderdeel uit van het takenpakket van de gemeente Hattem. In de afgelopen jaren heeft communicatie niet altijd een goede rol kunnen spelen in projecten. In dit beleidsplan wordt daarom voorgesteld dat communicatie standaard onderdeel uitmaakt van projecten, beleid en collegevoorstellen. Hier wordt een goede eerste stap in gezet door het in 2012 ingevoerde projectmatig werken. Communicatie is bij projectmatig werken een belangrijk aandachtspunt.

Door aan het begin van een project als cluster communicatie aangesloten te zijn bij een project en gezamenlijk met de projectleider en –medewerkers na te denken over de effecten van een project en een geschikte communicatieaanpak kun je als gemeente beter de regie houden op de communicatie(-planning) over een project. Je kunt ruim van tevoren anticiperen op momenten om aandacht te vragen voor een project en deze momenten goed voorbereiden. Bovendien is er voldoende tijd en ruimte om belanghebbenden te laten participeren binnen vooraf overeen gekomen kaders.

Communicatie met de media en woordvoering

In de afgelopen jaren zijn contacten met de pers vrij reactief en ad hoc geweest. Hierdoor bleven kansen liggen om de gemeente en al haar taken en afwegingen goed over het voetlicht te brengen. In dit beleidsplan daarom het voorstel om proactief persbeleid te voeren.

Dit kan onder andere bereikt worden door actief in te spelen op de onderwerpen die op de collegeagenda staan. Op basis van de agenda en de onderliggende stukken kan een advies worden gegeven aan de betrokken ambtenaar en portefeuillehouder over communicatiemogelijkheden. Ook het beter gebruik maken van de communicatieparagrafen in collegevoorstellen kan hier aan bijdragen.

In 2011 en 2012 zijn er al verbeteringen doorgevoerd in contacten met de media. Op basis van onder andere de collegeagenda zijn meer momenten aangegrepen om, bijvoorbeeld door middel van een persbericht, een besluit of een project onder de aandacht te brengen. In 2012 zijn er 95 persberichten verstuurd over uiteenlopende onderwerpen. In voorgaande jaren waren dit ongeveer 35 persberichten per jaar.

Begin 2012 heeft het college een kennismakingssessie gehad met media uit (de omgeving van) Hattem. Daaruit kwam een aantal wensen en verbeterpunten voor het persbeleid van de gemeente Hattem naar voren, zoals het verbeteren van de perslijst en het wekelijkse persmoment.

Deze verbeterpunten worden nader uitgewerkt in een aparte notitie persbeleid met concrete voorstellen voor het wekelijkse persmoment en de besluitenlijst en het voorbereidende proces hierop.

Huisstijl

Structureel en eenduidig communiceren betekent dat je als gemeente steeds op eenzelfde manier, met één gezicht naar buiten treedt. Niet alleen als het gaat om inhoud, maar ook in uitstraling en vormgeving. In 2008 is daartoe een nieuwe huisstijl ontwikkeld met een bijbehorend huisstijlhandboek. Dit huisstijlhandboek is echter nooit officieel vastgesteld en geïmplementeerd in de organisatie. Het cluster communicatie werkt met het huisstijlhandboek, maar in de organisatie wordt de huisstijl niet consequent toegepast. Om eenheid in uitingen en uitstraling te krijgen wordt het huisstijlhandboek geactualiseerd en geïmplementeerd in de organisatie. Medewerkers worden door het cluster communicatie ondersteund in het toepassen van de huisstijl en sjablonen en formats van de huisstijl worden centraal ter beschikking gesteld. Ook bijvoorbeeld een uniforme ondertekening van email valt hier onder.

Gezien de ontwikkelingen in de samenwerking met Heerde en Oldebroek is het verstandig om bij het invoeren van het huisstijlhandboek geen grote investeringen te doen in (de doorontwikkeling van) de huisstijl.

Raadscommunicatie

De gemeenteraad van Hattem gaat sinds 2012 regelmatig bij organisaties en bedrijven in Hattem op bezoek onder de naam 'de raad op straat'. De raads werkgroep heeft aangegeven dit graag te willen uitbreiden met 'de raad op school'. Dit is een project waarbij basisschoolkinderen een lesprogramma volgen over (lokale) politiek en democratie. In 2013 wordt 'de raad op school' verder uitgewerkt.

De gemeenteraad heeft besloten in verband met de gemeenteraadsverkiezingen in 2014 in 2013 tijdelijk te stoppen met 'de raad op straat'. In overleg met de nieuw gekozen gemeenteraad wordt in 2014 een plan gemaakt voor raadscommunicatie in de nieuwe raadsperiode, waar ook 'de raad op straat' weer een plek in kan krijgen.

Naast deze specifieke projecten communiceert de gemeenteraad over zijn vergaderingen via de gemeentelijke informatierubriek en via Twitter. De agenda van de Brede Commissie- en Raadsvergaderingen worden hierin verspreid, samen met mogelijkheden voor inspraak door burgers tijdens vergaderingen en het beluisteren van de vergaderingen via Radio Hattem.

De website www.hattem.nl/gemeenteraad biedt informatie en vergaderstukken van de Raad, Hamerraad en de Brede Raadscommissie. Deze website staat los van www.hattem.nl en wordt ook wel het Bestuursinformatiesysteem (BIS) of Raadsinformatiesysteem (RIS) genoemd. Het BIS bevat tevens een besloten gedeelte voor raadsleden en is hiermee de vervanger van het oude 'Raad Digitaal'.

Om raadsvergaderingen eenvoudiger toegankelijk en meer laagdrempelig te maken, kan overwogen worden commissie- en raadsvergaderingen live uit te zenden via de website.

Samenwerking Hattem, Heerde en Oldebroek

De gemeente Hattem werkt al een aantal jaren intensief samen met buurgemeenten Heerde en Oldebroek. De communicatieadviseurs van de drie gemeenten hebben op regelmatige basis overleg en adviseren waar mogelijk de secretarissen en besturen over communicatie naar de organisaties en naar buiten toe over de samenwerking. Nadere invulling van de communicatie over de samenwerking vindt plaats buiten dit communicatiebeleid. In deze beleidsnotitie wordt wel waar mogelijk de afweging gemaakt of (intensievere) samenwerking met de buurgemeenten wenselijk is op het gebied van communicatie.

Crisis- en risicocommunicatie

De gemeente Hattem maakt onderdeel uit van de Veiligheidsregio Noord Oost Gelderland. Binnen deze veiligheidsregio valt Hattem onder het cluster Veluwe Noord. De clusters Veluwe Noord en Veluwe West vergaderen twee keer per jaar gezamenlijk over uiteenlopende thema's binnen crisis- en risicocommunicatie. Op het gebied van risicocommunicatie worden regelmatig kleine publiekscampagnes georganiseerd, bijvoorbeeld rond Oud & Nieuw en in de zomer- en wintermaanden.

Sinds 1 juni 2012 is er een nieuwe organisatiestructuur van kracht binnen de veiligheidsregio. Deze nieuwe structuur heeft ook zijn weerslag op de aansturing en afstemming van communicatie ten tijde van een crisis. De betrokken partijen van de VNOG bereiden samen een geactualiseerd crisiscommunicatieplan voor. Hierin zijn ook vele handreikingen opgenomen voor bijvoorbeeld perscontacten en omgang met sociale media.

In 2013 gaat bovendien een piketregeling van start voor AOV'ers en communicatieadviseurs. De gemeente Hattem neemt daarin deel in het dubbelcluster Veluwe Noord en Veluwe West. Deze piketregeling zorgt er voor dat er 24 uur per dag, zeven dagen per week een AOV'er en een communicatieadviseur beschikbaar zijn voor ondersteuning tijdens een crisis.

Handboek communicatie

Omdat communicatie niet exclusief het terrein van het cluster communicatie is, is het nuttig om een handboek communicatie op te stellen. Een dergelijk handboek kan een leidraad zijn op het gebied van communicatie voor medewerkers. Daarin staan bijvoorbeeld checklisten voor informatiebijeenkomsten en tips voor het schrijven van brieven en artikelen, maar ook wie in de organisatie waarvoor verantwoordelijk is als het gaat om communicatie en wat daarbij komt kijken. Het handboek is een hulpmiddel voor zowel het cluster communicatie als alle andere medewerkers van de gemeente.

Taalgebruik

Moeilijk taalgebruik is over het algemeen een veel gehoorde klacht over ambtenaren. Dit wees ook het postkameronderzoek van de Rekenkamercommissie 'Achter de brievenbus' uit 2009 uit: ook het taalgebruik van Hattemse ambtenaren kan verbeterd worden.

De Europese Unie heeft een meetlat bedacht voor taalbegrip. 60% van de Nederlanders scoort qua taalbegrip op niveau B1: standaard, eenvoudige communicatie met niet te lange zinnen en weinig abstracte begrippen. Veel overheden communiceren echter op niveau B2 of zelfs C1: normale communicatie of moeilijke of specifieke communicatie. Ook in de gemeente Hattem wordt wel eens gebruik gemaakt van te moeilijke taal of te lange zinnen, bijvoorbeeld in brieven en publicaties.

Zoals eerder in dit beleidsplan al gesteld is iedere medewerker een visitekaartje van de gemeente Hattem. Iedere medewerker communiceert met uiteenlopende klantengroepen van de gemeente. Het is de verantwoordelijkheid van de hele organisatie om daarbij duidelijk taalgebruik te hanteren. Er wordt een cursus aangeboden aan alle medewerkers van de gemeente Hattem die hen taalbewuster maakt en hen helpt om eenvoudiger te schrijven en te spreken. Aanvullend kan het cluster communicatie ondersteuning bieden op het gebied van taalgebruik.

Acties

1. Het huisstijlhandboek uit 2008 wordt geactualiseerd en geïmplementeerd in de organisatie.
2. Er wordt een notitie persbeleid opgesteld waarin de voorstellen en suggesties voor een meer proactief persbeleid concreet worden uitgewerkt.
3. Na de gemeenteraadsverkiezingen van 2014 wordt in overleg met de nieuw gekozen gemeenteraad een plan voor raadscommunicatie gemaakt.
4. Er wordt een handboek communicatie opgesteld waarin tips en checklisten staan voor de organisatie van communicatieactiviteiten. Ook staat hierin helder verwoord hoe de taakverdeling op het gebied van communicatie is en wie waarvoor verantwoordelijk is.
5. Er wordt een cursus aangeboden aan medewerkers van de gemeente Hattem, die hen taalbewuster maakt en hen helpt om eenvoudiger te schrijven en te spreken.

4.2 Digitaal, tenzij

Met het principe 'digitaal, tenzij' wordt bedoeld dat communicatie-uitingen digitaal worden aangeboden, tenzij landelijke wetgeving anders bepaalt en/of de doelgroep een niet digitale benadering vereist.

Traditionele communicatiemiddelen voldoen tegenwoordig niet meer alleen. Mensen besteden steeds meer tijd online. De gemeente Hattem moet het digitale kanaal dan ook intensief gebruiken om met inwoners en partners te communiceren en online toepassingen verder integreren in haar manier van communiceren. Digitalisering heeft bovendien een besparing opgeleverd, doordat er bijvoorbeeld minder drukwerk nodig is.

In de volgende alinea's komen verschillende communicatiemiddelen aan bod met daarbij uitleg over een verbeterslag als het gaat om digitalisering.

Kanaalsturing

Klanten van de gemeente kunnen op vele manieren in contact komen met de gemeente: telefoon, fax, website, email en niet te vergeten aan de verschillende publieksbalies. Door de jaren heen zijn er steeds kanalen bij gekomen die het mogelijk maken om contact te leggen met de gemeente. Meest recent is Twitter toegevoegd aan de kanalen die gebruikt worden. Dit betekent dat de gemeente op steeds meer kanalen moet presteren als het gaat om dienstverlening. In de komende jaren wil de gemeente Hattem meer gebruik gaan maken van digitale mogelijkheden. In de communicatie kan de gemeente, volgens het principe 'digitaal, tenzij', mensen zo veel mogelijk verwijzen naar digitale middelen. De overige communicatiekanalen blijven daarnaast beschikbaar, zodat mensen zelf een keuze kunnen maken voor het kanaal van hun voorkeur. Mogelijk wordt in de komende jaren in dienstverlening ook steeds bewuster een keuze gemaakt voor bepaalde kanalen om de dienstverlening nog verder te optimaliseren. Deze keuze is mede afhankelijk van het vervolgtraject van de samenwerking met Heerde en Oldebroek en bijvoorbeeld het ontwikkelen van een Klant Contact Centrum.

Gemeentelijke website

Hattem heeft eind 2011, in intensieve samenwerking met de gemeenten Heerde en Oldebroek, een nieuwe gemeentelijke website gelanceerd. Het nieuwe contentmanagement systeem (CMS) biedt mogelijkheden om de website voor iedereen toegankelijk te maken, ook voor mensen met bijvoorbeeld een visuele of auditieve beperking, en voorziet in mogelijkheden tot interactie.

Website

De gemeentelijke website biedt de mogelijkheid voor (tijdelijke) subsites, zoals bijvoorbeeld voor het bezuinigingsproces KRACHT! en de verkiezingen in 2012, presenteert informatie van gemeentelijke producten en diensten en bevat een digitaal loket waarbij producten kunnen worden aangevraagd en eventueel betaald. De site toont bekendmakingen, gemeentelijke nieuwsberichten, verkeersmaatregelen enzovoorts. Ook de spotjes die RTV Hattem maakt in opdracht van de gemeente zijn via de website terug te vinden.

In 2012 had de gemeentelijke website www.hattem.nl in totaal 108.323 bezoeken, waarvan 57.835 unieke bezoekers en 346.252 paginaweergaves. Dit komt neer op 3,2 pagina's per bezoek en een gemiddelde bezoekduur van 3.31 minuten.

Interactietools

Interactietools, zoals een poll, forum of digitale enquête zijn eenvoudig aan te maken in het CMS en kunnen effectief in het communicatieproces worden opgenomen, in het bijzonder bij grote gemeentelijke projecten. Op eenvoudige wijze kunnen groepen inwoners of partners gevraagd worden mee te denken of hun mening te geven over projecten of beleid.

De gemeentelijke website is een communicatiemiddel dat nog niet vaak en effectief genoeg wordt ingezet in het communicatieproces. Het is belangrijk om in de beginfase van een project te adviseren over de mogelijkheden van de website en het inzetten van interactietools.

Sociale media

Online media nemen zo snel in belang toe dat ze gaandeweg een hoofdrol gaan spelen in de wijze waarop de gemeente Hattem communiceert, zaken doet, luistert en reageert. De rol van sociale media binnen het internet neemt steeds verder toe. Sociale media treden buiten hun eigen platform en integreren in andere websites. Gevolg hiervan is dat sociale media dominanter worden en steeds meer gaan bepalen wat mensen online denken en doen.

Sociale media zijn relatief eenvoudig in te zetten bij bijvoorbeeld communicatie over projecten. Het is niet alleen mogelijk om nieuws van de gemeente te zenden via verschillende sociale media kanalen. Burgers kunnen ook vragen stellen of reageren op nieuwsberichten. De gemeente Hattem heeft de laatste jaren geëxperimenteerd met o.a. YouTube en Twitter. Op YouTube worden de spotjes geplaatst die RTV Hattem maakt in opdracht van de gemeente. Het YouTube-kanaal van de gemeente heeft ruim 3300 videoweergaven (mei 2013). Twitter wordt met name gebruikt voor de snelle verspreiding van pers- en nieuwsberichten, het plaatsen van foto's van mediamomenten en het beantwoorden van aan de gemeente gestelde vragen. Twitter heeft ruim 1500 volgers (mei 2013). Het is nu zaak om vast te leggen welke sociale media wanneer worden ingezet en welke richtlijnen medewerkers kunnen hanteren.

Folders/brochures

De gemeente Hattem geeft in eigen beheer folders en brochures uit. Deze folders en brochures worden in de aankomsthal van het stadhuis geplaatst en bij passende gelegenheden zoals informatiebijeenkomsten of aan de publieksbalies uitgegeven. Het principe 'digitaal, tenzij' kan voor folders worden toegepast die geschreven zijn voor doelgroep(en) die ook digitaal benaderd kunnen worden. De website biedt mogelijkheden om deze informatie op eenvoudige en toegankelijke wijze digitaal aan te bieden. Wanneer doelgroepen om een niet-digitale benadering vragen, worden folders op de traditionele manier aangeboden, zoals bijvoorbeeld bij 'Hulp bij het huishouden'. Deze folders worden in eigen beheer opgemaakt en geprint, waardoor de kosten beperkt zijn.

Gemeentelijke informatierubriek

Wekelijks worden publicaties zoals vergunningen, vergaderingen van de gemeenteraad en Brede Commissie en verkeersmaatregelen in de gemeentelijke informatierubriek in de huis-aan-huis krant opgenomen. Om kosten te besparen vraagt de gemeenteraad in KRACHT! om te onderzoeken op welke manier nog meer mag en kan worden gepubliceerd, bijvoorbeeld digitaal. Daarmee wordt ook zo veel mogelijk voldaan aan het principe 'digitaal, tenzij'. Iedere gemeente heeft de wettelijke plicht om bekendmakingen te publiceren. Met de huidige wettelijke voorschriften is het niet mogelijk om volledig digitaal te publiceren. De rijksoverheid heeft de visie dat in 2017 alle besluiten elektronisch bekend gemaakt moeten worden. De Wet elektronische bekendmaking (2008, 2012) bepaalt dat vanaf 1 januari 2014 Algemeen verbindende voorschriften digitaal gepubliceerd moeten worden in een elektronisch uitgegeven gemeenteblad en/of huis-aan-huis-blad. Mogelijk wordt het digitaal publiceren in de komende jaren stapsgewijs verder ingevoerd. Er zijn echter nog geen concrete aanwijzingen wanneer dit gaat gebeuren. In de komende jaren worden de ontwikkelingen op dit gebied gevolgd.

Randvoorwaarden

Om te kunnen voldoen aan het principe 'digitaal, tenzij' is het noodzakelijk dat de gemeentelijke website voor iedereen toegankelijk is. De webrichtlijnen zijn een instrument om te waarborgen dat de website voor iedereen werkt en op moderne wijze is gebouwd. Een toeganke-

lijke website kan door iedereen gebruikt worden. Ook door mensen die niet (goed) kunnen zien of horen, moeite hebben met ingewikkelde teksten of geen muis kunnen gebruiken, denk bijvoorbeeld aan (kleuren-)blinden, doven, mensen met dyslexie en mensen die de Nederlandse taal minder goed machtig zijn. Eind 2012 heeft de gemeente Hattem, samen met Heerde en Oldebroek, het Waarmerk drempelvrij.nl, niveau 2 behaald, wat aangeeft dat de gemeente Hattem voldoet aan de webrichtlijnen. Jaarlijks wordt een inspectie uitgevoerd, waarbij opnieuw wordt vastgesteld of de website voldoet aan een bepaald niveau van de webrichtlijnen.

Acties:

1. De gemeentelijke website wordt beter ingezet in gemeentelijke communicatie. De mogelijkheden van het inzetten van digitale communicatiemiddelen en interactietools moet onderdeel uitmaken van elk groot project.
2. Folders en brochures worden, daar waar mogelijk, digitaal aangeboden.
3. Er wordt onderzocht op welke manieren een gemeente haar publicaties mag en kan aanbieden en publicaties waar mogelijk te digitaliseren.
4. Een handboek sociale media, inclusief interne richtlijnen, wordt opgesteld. Er wordt gekeken of dit in samenwerking kan met de gemeenten Heerde en Oldebroek.

4.3 Het betrekken van burgers en partners bij beleid en projecten

Interactieve beleidsvorming en burgerparticipatie zijn al jaren actuele thema's. Binnen overheden is er de afgelopen jaren ervaring opgedaan in het betrekken van belanghebbenden bij de ontwikkeling van beleid en de uitvoering van projecten en werkzaamheden. Een les die daaruit valt te leren is dat participatie niet in een standaard vorm te gieten is. Iedere situatie en gemeente is weer anders en vraagt daarom om een andere aanpak. Het is belangrijk om burgers en partners te betrekken bij (de vorming van) beleid en projecten om het vertrouwen tussen burger en de overheid te verbeteren.

Voor het betrekken van belanghebbenden worden veel verschillende termen gebruikt: interactieve beleidsvorming, burgerparticipatie, inspraak enzovoorts. In Hattem spreken we van het betrekken van burgers en partners bij beleid en projecten. Het gaat hierbij nadrukkelijk niet om het overnemen van taken van de gemeente door burgers, maar over het betrekken van burgers en partners bij de ontwikkeling en uitvoering van beleid en projecten van de gemeente en wordt als volgt gedefinieerd:

*'Een manier van beleidsvoering en projectuitvoering waarbij burgers, individueel of georganiseerd, direct of indirect de kans krijgen invloed uit te oefenen op de ontwikkeling, uitvoering en/of evaluatie van beleid en projecten.'*¹

Er worden vijf niveaus voor het betrekken van belanghebbenden onderscheiden: informeren, raadplegen, adviseren, (co)produceren en meebeslissen. Hoe verder je als gemeente hierin gaat, hoe meer inwoners, bedrijven en organisaties daadwerkelijk invloed hebben op de taken en besluiten van de gemeente.

Er zijn drie uitgangspunten voor een goede manier van betrekken van burgers en partners bij beleid en projecten:

1. Heldere keuzen vooraf: het is van belang dat bij de voorbereiding goed wordt nagedacht over de vorm van participatie die wordt gekozen.
2. Constructieve houding: de gemeente moet echt geïnteresseerd zijn in en waarde hechten aan de bijdrage van de burger.
3. Actieve en adequate informatieverstrekking: een goede informatievoorziening tijdens het hele participatieproces is belangrijk voor het welslagen.

Deze uitgangspunten kunnen bereikt worden door zeven concrete regels te volgen:

1. De gemeente motiveert of en zo ja hoe burgers betrokken worden. Criteria daarbij zijn: heeft het invloed op de leefomgeving en is er ruimte voor participatie? Deze motivering is openbaar en wordt opgenomen in de communicatieparagraaf in een collegevoorstel;
2. De rol van de burger wordt vooraf bepaald (meebeslissen, coproduceren, adviseren, raadplegen of informeren);
3. De vorm van participatie is vooraf geformuleerd (welk onderwerp staat ter discussie, wat is de speelruimte (randvoorwaarden/kaders), wie zijn belanghebbenden, hoe ziet het participatieproces eruit, welke middelen worden gebruikt);
4. In woord en daad is de gemeente oprecht geïnteresseerd in wat de burgers naar voren brengen. Ook van burgers mag een constructieve houding worden verwacht;
5. Inbreng van burgers wordt zichtbaar gemaakt in de besluitvorming en goed teruggekoppeld aan deelnemers aan het proces en de samenleving;

¹ Vrij naar Prodemos, Britt Peeters – Burgerparticipatie in de lokale politiek – februari 2012

6. De gemeente informeert burgers tijdig en volledig over het onderwerp, rol en vorm van participatie;
7. Er worden heldere afspraken gemaakt over informatievoorziening: wanneer worden burgers geïnformeerd en hoe.

4.3.1 Het betrekken van burgers en partners bij beleid en projecten in Hattem

In de afgelopen jaren heeft ook de gemeente Hattem ervaring opgedaan met interactieve vormen van beleidsontwikkeling en projectuitvoering. Zo heeft de gemeente sinds 2011 een Wmo-raad, die gevraagd en ongevraagd advies geeft over Wmo-gerelateerde zaken. De gemeente heeft begin 2011 een interactief traject doorlopen voor het strategisch document Samenwerken aan 2025, waarbij vele maatschappelijke partners en inwoners gevraagd zijn mee te denken, hoe zij willen dat Hattem er uit ziet in 2025. In 2012 is het bezuinigingsproces KRACHT! interactief aangepakt door partners en inwoners te vragen ideeën voor kostenbesparingen aan te dragen en mee te laten denken over plannen in expertmeetings. In de afgelopen periode is inspraak van belanghebbenden in Hattem daarmee regelmatig aan de orde geweest. Per project werd steeds gezien welke manier van participatie geschikt was.

Participatie in Hattem bevindt zich over het algemeen op de eerste twee niveaus van betrekken van belanghebbenden: informierend en/of raadplegend. Er wordt beleid of een plan gemaakt, bewoners krijgen uitleg hierover en worden gevraagd om te reageren, bijvoorbeeld tijdens informatie- of inspraakbijeenkomsten. Binnen de vastgestelde kaders van het plan krijgen bewoners de gelegenheid om inbreng te leveren. Het is wenselijk om actiever en vooral meer gestructureerd om te gaan met deze vorm van communicatie.

Het betrekken van belanghebbenden bij de taken van de gemeente Hattem kent geen blauwdruk: iedere situatie is weer anders en vraagt om een bij de situatie passende aanpak. Daarom is het belangrijk dat dergelijke trajecten van tevoren goed doordacht worden. Om medewerkers hierbij te helpen worden in het Handboek communicatie handvatten opgenomen, die medewerkers op weg kunnen helpen met bovengenoemde uitgangspunten en regels voor het betrekken van burgers en partners. Het cluster communicatie biedt hierbij ondersteuning.

Actie:

1. In het Handboek communicatie worden concrete handvatten opgenomen die medewerkers helpen bij het betrekken van burgers en partners bij beleid en projecten.

5. Financiën

Er is een bestaand budget waarbinnen het cluster communicatie de in dit beleidsplan genoemde actiepunten en taken kan uitvoeren.

In het beleidsplan wordt bovendien een cursus voor medewerkers genoemd. Deze cursus is opgenomen in het opleidingsplan 2013 en wordt op basis van dit opleidingsplan gefinancierd.

6. Planning en uitvoering

Het beleidsplan communicatie is een plan voor vier jaar: van 2013 tot 2017. De acties uit dit beleidsplan worden dan ook uitgevoerd in een periode van vier jaar. In 2013 wordt een start gemaakt met de meest urgente actiepunten en punten die eenvoudig te realiseren zijn. Hieronder wordt de planning voor 2013 gepresenteerd. De overige actiepunten worden in de jaren 2014 tot 2017 ingepland op basis van de individuele werkplannen van het cluster communicatie.

Actie	Wanneer
Het huisstijlhandboek uit 2008 wordt geactualiseerd en geïmplementeerd in de organisatie.	Eerste helft 2014
Er wordt onderzocht op welke manieren een gemeente haar publicaties mag en kan aanbieden.	Deadline 1 juli 2013
Er wordt een notitie persbeleid opgesteld waarin de voorstellen en suggesties voor een meer proactief persbeleid concreet worden uitgewerkt.	Tweede helft 2013
In overleg met de raad en de griffie wordt een communicatieplan opgesteld voor de gemeenteraad.	Tweede kwartaal 2014
Er wordt een handboek communicatie opgesteld waarin tips en checklisten staan voor de organisatie van communicatieactiviteiten.	Eerste helft 2014
Een handboek sociale media, inclusief interne richtlijnen, wordt opgesteld. Er wordt gekeken of dit in samenwerking kan met de gemeenten Heerde en Oldebroek.	Tweede helft 2014
Er wordt een cursus aangeboden aan medewerkers van de gemeente Hattem, die hen taalbewuster maakt en hen helpt om op een eenvoudiger niveau te schrijven en te spreken.	In overleg met HRM/ P&O

Bijlage 1: Input van de media

Begin 2012 heeft het college van Hatterem een bijeenkomst gehad met de belangrijkste lokale en regionale media. Doel van de bijeenkomst was tweeledig: (hernieuwd) kennismaken en inventariseren welke verbeterpunten er bestaan op het gebied van communicatie tussen de media en de gemeente. Hieronder staan de belangrijkste verbeterpunten, aangedragen door de media, opgesomd.

- Journalisten gaven aan meer informatie over overwegingen/strategieën en achtergronden van bepaalde besluiten te willen. Hierdoor wordt het voor hen duidelijker hoe een besluit tot stand komt en kunnen ze het zelf ook beter begrijpen en verwoorden.
- Journalisten vroegen om een duidelijker besluitenlijst. Momenteel wordt de officiële besluitenlijst met een aantal kleine aanpassingen omgevormd naar een perslijst. Hierin staan per collegebesluit de kern van de zaak, het advies van de behandelend ambtenaar en het besluit van het college. Door de perslijst qua inhoud en opmaak te herzien is het voor journalisten duidelijker waar voorstellen over gaan en wat de belangrijkste afwegingen zijn bij een besluit.
- Journalisten stelden een andere vorm voor het persmoment voor. Momenteel is er iedere week direct na de collegevergadering een persmoment. Daarin worden alle collegebesluiten toegelicht en worden representatieve activiteiten en de wekelijkse informatierubriek doorgenomen. Niet alle collegebesluiten zijn altijd even interessant voor de pers, denk bijvoorbeeld aan verklaringen van geen bedenkingen en de verkoop van groenstroken. Er kan met de pers worden afgesproken dat er slechts eens per maand een persmoment is waarin alle voor de pers belangrijke besluiten worden toegelicht. Bij een bijzonder voorstel of onderwerp kan hier natuurlijk een uitzondering op worden gemaakt. Ook kan worden afgesproken dat de pers alleen wordt uitgenodigd als er voor hen interessante onderwerpen op de agenda staan. Bij de gemeente Heerde fungeert deze aanpak van selectie van onderwerpen door de gemeente goed.

Bijlage 2: Input van klantgroepen van de gemeente Hattem

Er is een externe raadpleging geweest om beter zicht te krijgen op de communicatie van de gemeente Hattem zoals deze beleefd wordt buiten het stadhuis. Verschillende vertegenwoordigers van klantgroepen van de gemeente (personen, bedrijven en instellingen) zijn gevraagd mee te denken over uitgangspunten voor communicatie, over communicatie over projecten en beleid en participatietrajecten.

Interview 1 communicatiebeleid gemeente Hattem

- Proactief zijn is erg belangrijk, maar dat vergt veel van communicatie: je moet steeds een stapje voor zijn.
- Concreet maken van termen als proactief en professioneel. Definieer deze termen, zodat het geen lege hulslen zijn. Hoe willen wij als gemeente dergelijke termen invullen, wat verstaan we daar onder?
- Bij alle acties die je als gemeente doet moet je aan het begin direct goed nadenken over de afronding: hoe koppel je terug aan inwoners? En communiceer dat ook direct: 'hier kunt u straks het resultaat terug vinden.'
- Probeer ook in digitale communicatie meer proactief te zijn: maak bijvoorbeeld een digitale nieuwsflits van de gemeente, waar mensen op kunnen abonneren via de website.
- Mensen willen wel gezien en gehoord worden. Digitaal moet niet alles vervangen. Er moet wel echt contact blijven. Persoonlijke betrokkenheid is daarbij belangrijk.
- Heldere taal is erg belangrijk. Het lijkt soms een beetje te vanzelfsprekend. Vaak moet het eenvoudiger dan je denkt. Iedereen heeft het druk: dus lekker simpel, kleine brokken, niet te veel informatie in 1 keer.
- Het herhalen van informatie is belangrijk. 'Dit is de manier waarop wij communiceren. Hier kunt u informatie vinden over dit, daar over dat'.
- Je wilt graag dat er iets vanuit de burger komt. Je moet niet alleen maar informatie aan het zenden zijn. Er moet iets terug komen, want anders is er geen daadwerkelijk contact.
- Vaak zijn zaken van de gemeente te abstract: maak het minder abstract, verlaag het abstractieniveau naar het dagelijkse niveau. Dat je als burger goed weet wat voor een impact iets heeft voor jou persoonlijk, probeer daar een meer concrete vertaalslag in te maken.
- De Dijkpoorter is een belangrijke bron van informatie om op de hoogte te zijn van wat er in de gemeente speelt.
- De politiek staat wel ver van mij af. Het politieke spel is mij niet helder: wie gaat waar over. Het is in principe wel interessant, maar ik verdiep me er niet in.
- De informatierubriek lees ik meestal globaal door.
- Het is belangrijk contact te blijven maken met mensen, specifiek bijvoorbeeld ook met kinderen. Via kinderen kun je ook de ouders weer meer betrekken en bereiken.
- Misschien kun je de allure van het stadhuis nog wat meer uitdragen: het stadhuis is erg mooi verbouwd en daardoor erg interessant om te laten zien aan bezoekers.

Interview 2 communicatiebeleid gemeente Hattem

- Proactieve communicatie moet vanzelfsprekend zijn: op die manier heb je zaken zelf in de hand. Je moet mensen in het begin goed betrekken. Niet als ze er niets meer over te zeggen hebben. Geef aan wat de mogelijkheden voor inspraak zijn.
- Voer een persmoment in, wel met interessante onderwerpen. Probeer zelf in te schatten wat interessant is en geef van tevoren aan welke onderwerpen belicht worden. Nu krijgen we de perslijst en daarbij mis ik soms de toelichting. Probeer dit te onderwerpen, bijvoorbeeld door eens per maand een persmoment te organiseren. De gemeente is klein en er gebeurt misschien niet zo heel veel, maar probeer interessante onderwerpen zoals KRACHT! en VCP meer uit te venten richting de pers. Het is ook goed voor de onderlinge verstandhouding als je elkaar af en toe eens daadwerkelijk spreekt. Let hierbij wel op dat je actueel blijft..
- Probeer de perslijst eerder te versturen op dinsdag. Dan kan de pers er op dinsdag ook direct mee aan de slag.
- Het is soms lastig om bestuurders te pakken te krijgen. Vaak komt er pas aan het einde van een dag een reactie, vaak ook schriftelijk. Probeer vragen vaker eerder op de dag mondeling te beantwoorden. Op die manier kom je er als gemeente ook beter van af. De pers heeft zo meer mogelijkheden om vervolgvragen te stellen. Maak daar als gemeente gebruik van, want je kunt je verhaal beter kwijt.
- Digitale communicatie: dat is een goed uitgangspunt. Wel is het lastig om mensen naar je website te trekken als gemeente. Mensen hebben de gemeente en de gemeentelijke website eigenlijk niet zo vaak nodig. Probeer mensen bijvoorbeeld via Twitter meer naar de website te trekken op het moment dat je bijvoorbeeld een poll of een andere interactieve tool op de website gebruikt. Ook journalisten volgen de Twitters van gemeenten en kunnen er aandacht aan besteden als ze het interessant vinden. Doelgroepen die op digitale middelen niet aanwezig zijn, moet je op een andere manier zien te bereiken. Deze moet je als aparte doelgroepen benaderen, met een eigen communicatiestrategie.
- Maak van juridische en ambtelijke documenten een publieksversie. Dit is qua taal toegankelijker voor inwoners. Snijd je taalgebruik meer toe op de ontvanger/ je doelgroep. Geef concrete voorbeelden bij onderwerpen met een hoog abstractieniveau. Daardoor wordt het begrijpelijker. Geef daarbij ook helder aan waar mensen naar toe kunnen als ze invloed uit willen oefenen: wanneer en hoe kunnen ze hun mening geven? Geef ook hier voorbeelden van. Schets het vooruitzicht: hoe verloopt het proces verder en welke consequenties heeft dat voor inwoners? Je moet het concreet maken en het makkelijk maken om te reageren op plannen.
- Specifieke groepen moet je gericht benaderen. Voor brede communicatie kun je algemene middelen inzetten, maar verder hebben mensen deels ook een eigen verantwoordelijkheid om nieuws te halen. Misschien kan de gemeente sociale media meer inzetten om mensen te bereiken. Probeer onderwerpen die regelmatig terugkeren te herhalen, zoals bijvoorbeeld de gemeente Elburg doet in haar informatiebriek.
- Mensen willen informatie het liefst kant en klaar aangereikt: een artikel in een blad dat op de deurmat valt, is vaak toch makkelijker dan zelf actief naar een website moeten gaan.
- Probeer niet alle vragen te beantwoorden in een persbericht: als er nog vragen over blijven, dan krijg je nog eens een journalist aan de telefoon en kun je je verhaal wellicht nog beter of uitgebreider vertellen.
- Participatietrajecten zoals KRACHT! doet de gemeente Hattem best goed. Je moet processen wel goed afhechten/ afronden. Je kunt het nooit voor iedereen goed doen: leg beter uit dat je een algemeen belang moet dienen en dat daar je afwegingen op gebaseerd zijn.

Interview 3 communicatiebeleid gemeente Hattem

- Proactieve communicatie: Je hebt als gemeente met zo veel belangen te maken dat het lastig is om altijd proactief te zijn. De bedoeling is goed tijdens bijeenkomsten waar de gemeente om input vraagt, maar er is vaak weinig van terug te zien in het beleid. Dat is wel eens frustrerend. Het lijkt een soort window dressing, de interesse lijkt niet oprecht. Het wordt ervaren alsof de zin van de coalitie wordt doorgedreven. Op enig moment moet je terug kunnen zien wat je als belanghebbende hebt ingebracht. En daar moet een fatsoenlijk antwoord op komen. Laten zien dat je als gemeente geluisterd hebt. Geef je ongelijk ook eens toe als gemeente, wees daar eerlijk in. Dan weet iedereen waar hij aan toe is. En geef het aan als iets niet kan en waarom dan: nee is ook een antwoord. Koppel terug aan partijen waar je mee spreekt. Hecht goed af, ook als het bericht dat je te brengen hebt niet positief is. Toon daar lef in, doe ook eens iets dat niet helemaal op je eigen planning staat.
- Digitale communicatie is een prima uitgangspunt, maar vergeet de menselijke communicatie niet. Er moet wel emotie in zitten en echt contact zijn. Met name bij meningsuitwisseling en discussies is het goed om persoonlijk contact te hebben. Digitale communicatie is met name geschikt voor informatievoorziening. Ga voorlopig nog wel door met communicatie via fysieke middelen: er zijn nog steeds veel mensen die niet handig zijn met een computer.
- Heldere taal: laat niet-ambtenaren eens meelesen met de stukken die je als gemeente maakt. Op die manier kun je het gebruik van ambtelijke woorden en vaktaal vermijden en teksten begrijpelijker maken voor mensen die niet dagelijks met de gemeente te maken hebben.
- Probeer soepel om te gaan met procedures en regels wanneer bedrijven of andere partijen initiatief tonen. Soms heerst het idee dat zaken opeens wel sneller kunnen als de gemeente er zelf een groot belang bij heeft, maar niet wanneer een inwoner of bedrijf iets snel gedaan wil krijgen. Probeer voor te sorteren op ontwikkelingen, bijvoorbeeld in het Veen. Wees daar ook proactief in.
- Wees tijdig met informatie over bijvoorbeeld werkzaamheden. Bij Hattem aan de Ijsel, de werkzaamheden aan de Geldersedijk, kwam informatie bijvoorbeeld erg laat. Voor ondernemers is het belangrijk om dergelijke informatie op tijd te hebben, omdat zij afspraken moeten maken met leveranciers. In proactiviteit in dergelijke projecten kun je als gemeente veel winst boeken.
- Deel lange termijn plannen ook met partners en belanghebbenden. Bijvoorbeeld in een verkeersplatform. Gebruik een dergelijk platform om zaken in de week te leggen. Zo kun je ook tijdig de juiste informatie delen en weet iedereen waar hij aan toe is.
- Zorg dat raadsleden voldoende informatie hebben en op de hoogte zijn van de meningen van verschillende partijen, niet alleen van de mening van B&W.
- De insteek bij participatie is wel goed, maar terugkoppeling moet beter: wat is er binnen gekomen en wat gaan we daar mee doen? Geef dat duidelijk aan.

Interview 4 communicatiebeleid gemeente Hattem

- Proactief: intentie is vaak goed en vaak is de gemeente op tijd met communicatie, maar door drukte van medewerkers wordt het wel eens wat later. Over het algemeen doen jullie het als gemeente Hattem goed wat communicatie betreft.
- Digitale communicatie moet ondersteunend zijn. Er is een grote groep mensen die niet handig is met digitale middelen. Daar moet je wel rekening mee (blijven) houden.
- Het taalgebruik van de gemeente Hattem is over het algemeen wel goed. Probeer minder lange zinnen te maken, concreter te zijn (niet: 'we zullen kunnen gaan doen', maar: 'we doen') en minder moeilijke woorden en jargon te gebruiken. Houd er rekening mee dat als je met meerdere mensen aan een project werkt, zoals bij KRACHT!, dat je op eenduidige manier schrijft. Dat je niet terug kunt zien dat er meerdere mensen aan hebben gewerkt. Probeer in een dergelijk geval zo veel mogelijk met één format te werken.
- Halen en brengen: Maak gebruik van de middelen die je voordelig tot je beschikking hebt en verwijst van daar uit door naar digitale middelen. Bepaal van tevoren goed welke kanalen door welke doelgroepen worden gebruikt en zet die gericht in.
- Medewerkers zijn over het algemeen goed bereikbaar. Managers zijn vaak druk en daardoor wat minder goed bereikbaar. Soms blijven afspraken wat liggen, doordat de gemeente zo veel te doen heeft. Aan de voorkant wordt daarentegen vaak wel duidelijk aangegeven dat zaken niet (volledig) opgepakt kunnen worden. Dat wordt wel duidelijk en op tijd aangegeven.
- Soms zeggen mensen dat communicatie van een gemeente of een andere instelling vaag is, maar ik heb wel eens het idee dat ze dan iets horen wat ze eigenlijk niet willen horen. Maak in je communicatie daarom meer duidelijk dat je een algemeen belang dient en dat je niet altijd precies kunt doen wat mensen inbrengen tijdens een proces, omdat er te veel verschillende belangen zijn waar je een middenweg in moet zien te vinden. Geef wel duidelijk aan wat je met inbreng doet.
- Geef duidelijk aan waarom je iets doet, op welke manier je zorgvuldigheid hebt betracht. Wees daarna ook duidelijk dat dit het dus wordt: 'mooier of leuker kunnen we het niet maken'.
- KRACHT! is een voorbeeld van een goed participatietraject: het getuigt van lef dat je iedereen uitnodigt en om zijn/ haar mening vraagt. Er is daarna ook echt met de ideeën gewerkt. Het participatietraject van de maatschappelijke visie is minder breed, maar verloopt ook erg goed.
- Wees duidelijk in communicatie, ook als iets niet kan of gaat gebeuren: nee is ook een antwoord.
- Beperk het aantal contactpersonen voor partners. Op die manier heb je geen problemen met onderlinge afstemming of afspraken die niet bij iedereen bekend zijn.
- Zowel de gemeente als partners mogen wel wat concreter zijn bij het maken van afspraken en toezeggingen waar ze aan gehouden moeten worden. De gemeente mag daar wel wat strenger in zijn naar partners toe. Wanneer je afspraken niet waar kunt maken, kun je dit vaak goed verklaren.

Interview 5 communicatiebeleid gemeente Hattem

- Probeer inwoners en platforms eerder te betrekken bij het vormen van beleid of bij de uitvoering van projecten. Niet pas op het moment dat er eigenlijk niet zo veel invloed meer kan worden uitgeoefend. Maak gebruik van (ervarings-)deskundigen in de samenleving.
- Kom eerder met een concept voorstel. Op die manier kun je draagvlak creëren.
- Vaak is niet het plan het probleem, maar de wijze van uitvoering. Ga hierover in gesprek met ervaringsdeskundigen.
- Maak communicatie eenvoudiger. Pas taalgebruik aan, maak zinnen korter en vermijd moeilijke woorden en vaktermen.
- Er is regelmatig een gevoel van eenrichtingsverkeer: je stuurt een bericht aan de gemeente en daarna duurt het lang voor je een reactie krijgt. Probeer sneller te reageren op acties en reacties vanuit de samenleving.
- Wees realistisch en waarheidsgetrouw in je communicatie.
- Digitaliseren kan goed zijn, maar het moet geen vervanger van andere middelen zijn. Het blijft belangrijk om ook op papier informatie aan te bieden, vooral voor doelgroepen die niet handig zijn met computers of hier niet de beschikking over hebben.
- Probeer de informatierubriek overzichtelijker te maken. Nu wordt de wijze waarop iemand bezwaar kan maken veel herhaald en dat leest niet prettig.

Interview 6 communicatiebeleid gemeente Hattem

- Het moet aan de voorkant helder zijn waar je documenten en informatie kunt vinden. Ook op de website.
- Vraag aandacht voor mogelijkheden waar mensen kunnen reageren: herhaal regelmatig waar je informatie kunt vinden. Herhaling is de kracht van het leren. Maak bijvoorbeeld een lijst van zaken die regelmatig terugkeren die je onder de aandacht kunt brengen gedurende het jaar.
- Let op wat er terug komt aan reacties op informatie die je naar buiten stuurt.
- Raadsleden zouden op basis van informatie en reacties uit de samenleving vragen kunnen stellen aan B&W. Op die manier komen de reacties duidelijker terug en kun je er over in gesprek.
- Raadvragen en de antwoorden daarop zouden duidelijker terug kunnen komen op de website.
- Digitale abonnementen op publicaties en overheidsinformatie zijn erg nuttig. Een dergelijk systeem voor gemeenteraadsbesluiten en –notulen zou ook prettig zijn. Op die manier is het gemakkelijker om te volgen wat er gebeurt.
- Er is weinig informatie over de gemeenteraad en wat zij doet. De raad zou zich beter kunnen positioneren in de samenleving.
- Informatierubriek: maak de bezwarensectie kleiner. Herhaal niet overal dezelfde informatie. Dat maakt de informatie die er echt toe doet ook duidelijker herkenbaar. Kijk bijvoorbeeld of je een verwijzing kunt maken naar de website voor deze informatie.
- Wees je als gemeente en college van B&W bewust dat je goed moet communiceren en overleggen.
- Gemeente (B&W en raadsleden) zouden meer in gesprek moeten gaan met inwoners. De raadsleden mogen daar meer actie op ondernemen.
- Terugkoppeling bij interactieve bijeenkomsten moet beter: wat wordt er gedaan met de inbreng van inwoners en hoe gaat het dan verder? Houd ook rekening met het feit dat mensen gedurende de periode dat een project speelt niet continu betrokken (kunnen) zijn, vooral niet als er veel tijd tussen bijeenkomsten zit. Probeer mensen tussentijds dan ook meer te betrekken en te informeren.
- Ambtenaren zouden zich soms wat meer kunnen realiseren dat zij er zijn voor de samenleving, en niet andersom. Wees in persoonlijk contact servicegericht als ambtenaar: hanteer een redelijke termijn van reactie, onderneem actie en wees doelgericht/ doelmatig.
- De bezorging van huis-aan-huiskranten is niet goed in Hattem. Daardoor missen mensen informatie.
- Probeer de gemeente wat meer naar de mensen te brengen, bijvoorbeeld door de nieuwjaarsbijeenkomst te organiseren op een plek waar mensen daadwerkelijk samenkomen, zoals de Marke.

Interview 7 communicatiebeleid gemeente Hattem

- Data, voortgang en documenten voor participatiebijeenkomsten worden tijdig toegestuurd. Het proces is aan het begin duidelijk. Dat is prettig, omdat je je goed kunt voorbereiden en data kunt inplannen. Wanneer een traject van tevoren nog niet helemaal duidelijk is qua proces en voortgang, dan kun je dat ook communiceren. Op die manier weten partners en burgers waar ze aan toe zijn en dat een uitnodiging misschien wat later kan komen.
- Probeer medewerkers wat ondersteuning te bieden bij participatietrajecten door hierover het een en ander op papier te zetten: waar moet je aan denken, waar moet je rekening mee houden?
- De wijze waarop de gemeente de samenwerking zoekt met partners is prettig. Het creëert draagvlak en trekt het beleid gelijk breder. Ook voor contacten onderling, tussen partners en partijen, is het goed om elkaar tijdens dergelijke bijeenkomsten te zien.
- Terugkoppeling over inbreng tijdens trajecten moet zorgvuldig zijn, maar partners en burgers moeten niet verwachten dat hun opmerkingen 1 op 1 over worden genomen. Je hebt als partner je inbreng en het is aan de gemeente om te bepalen wat zij hiermee doen. Wel moet er globaal aangegeven worden wat er met inbreng gedaan is.
- Zorg dat de verwachtingen in participatietrajecten vooraf helder zijn.
- Digitale communicatie is een goed uitgangspunt. Papier informatie alleen daar waar nodig, bijvoorbeeld alleen voor wmo-cliënten, senioren en soortgelijke doelgroepen.
- Heldere taal: tegen ons als partner communiceren jullie duidelijk.
- Halen en brengen is een goed uitgangspunt. Mensen hebben ook zelf de verantwoordelijkheid om informatie te halen. Communiceer breed via de algemene middelen die je hebt en zorg dat mensen weten waar ze informatie kunnen vinden.
- Als partner worden wij goed geïnformeerd over de zaken waar wij mee van doen hebben met de gemeente.

Interview 8 communicatiebeleid gemeente Hattem

- Digitaal communiceren als uitgangspunt is goed, maar papieren informatievoorziening blijft noodzakelijk. Er is een belangrijke groep van met name ouderen die geen gebruik maken van computers. Wees je dus bewust van je doelgroepen. Bovendien moeten mensen voor digitale informatie zelf op zoek gaan, terwijl je als gemeente gemakkelijk informatie wilt kunnen brengen ook als mensen er niet actief naar op zoek gaan.
- Dagelijkse bereikbaarheid van de gemeente is prettig. Wel komen uitnodigingen voor (grote) bijeenkomsten vaak op het laatste moment. Een goede voorbereiding voor deze bijeenkomsten is dan lastig.
- Wij missen als organisatie structurele communicatie over hoofdlijnen, visie en beleid. Daardoor mist de basis voor bijvoorbeeld onze gesprekken met de gemeente en projecten. Dit maakt het lastig voor organisaties om hun richting te bepalen.
- Als er personele wisselingen of wisselingen van contactpersonen zijn door taakveranderingen bij de gemeente, dan horen wij daar niets over. Wij hebben er last van als er veel wisselingen zijn en contactpersonen vaak wijzigen.
- Zorg dat communicatie passend is: een professionele organisatie zou je op een andere manier moeten benaderen dan een vrijwilliger of een inwoner. Grote bijeenkomsten in participatietrajecten zijn niet altijd handig: genodigden moeten op gelijk niveau met elkaar kunnen praten. Zorg bijvoorbeeld voor aparte bijeenkomsten voor bijvoorbeeld professionele organisaties en vrijwilligers en individuele inwoners. Denk van tevoren goed na over met wie je aan tafel zit en welke vorm daar bij past. Er is in Hattem een cultuur ontstaan waarin vrijwilligers overal aan tafel zitten en gehoord worden en zij voelen zich op gelijke voet staan met professionals. Probeer als gemeente een passende manier te vinden om hier mee om te gaan.
- Zorg dat communicatie efficiënt is: niet zeven verschillende brieven over hetzelfde onderwerp naar één adres.
- Maak gebruik van de kennis die er binnen organisaties is door ze als een serieuze partner te zien.
- Zorg dat informatie goed te vinden is op de website, zoals vergaderdata en vergaderstukken van de gemeenteraad.
- Zorg dat mensen goed en tijdig geïnformeerd zijn als je draagvlak nodig hebt.

Interview 9 communicatiebeleid gemeente Hattem

- De algemene communicatie van de gemeente gaat wel goed. 1 op 1 communicatie tussen burgers of instanties en ambtenaren vormt de zwakste schakel. Ook de netwerken van mensen die een nare ervaring hebben met een ambtenaar krijgen dit snel mee door de huidige vormen van communicatie via bijvoorbeeld sociale media. De kans op escalatie is veel groter. Op die manier komen bijvoorbeeld zaken onbedoeld in de media, Medewerkers kunnen ook via sociale media in de privésfeer reageren op zaken die van belang zijn voor de gemeente. Train je medewerkers om daar mee om te gaan.
- Maak duidelijk hoe je om gaat met sociale media: reageer je? Wanneer wel en wanneer niet? Wees daar duidelijk in.
- Informatie van de gemeente moet opvraagbaar zijn. Er komen steeds meer media en kanalen bij. Je moet als gemeente een manier bedenken waarop je via al deze kanalen mensen gemakkelijk kunt bedienen en mensen hun informatie kunnen vinden. Bijvoorbeeld door app's te maken. Maak het makkelijk voor burgers om toegang te krijgen tot informatie via alle voor de burger beschikbare media
- Niet alleen de vorm is bepalend voor communicatie maar ook de content (inhoud) en de relevante media.
- Informatierubriek: je kunt ook terug naar alleen koppen, eventueel aangevuld met een lead, en dan doorverwijzen naar digitale middelen, zoals de website. Doe bijvoorbeeld wat je wettelijk verplicht bent en gebruik deze ruimte verder om mensen te attenderen op waar ze informatie kunnen vinden. Bekijk ook eens goed hoe je verwijzingen naar bezwaar maken kunt inkorten.
- Denk goed na over je doelgroepen en hun mogelijkheden en gewoonten.
- Vraag eens aan mensen wat voor informatie zij zouden willen, bijvoorbeeld aan jongeren. Vraag ze wat voor een informatie zij van de gemeente zouden willen. Maak daar bijvoorbeeld een app voor. Doelgroepdenken!
- Het taalgebruik van de gemeente is helder voor de gemiddelde gebruiker. Je kunt het nooit zo schrijven dat het voor iedereen helemaal begrijpelijk is. Probeer te kijken naar het taalgebruik in een krant en houd dat als leidraad aan voor het taalniveau. Met het versimpelen van teksten moet je uitkijken: het moet wel correct blijven.
- Mensen hebben ook een eigen verantwoordelijkheid om zelf geïnformeerd te willen zijn. Als gemeente moet je informatie toegankelijk maken en algemeen communiceren. Mensen die je persoonlijk kent, kun je persoonlijk benaderen. Je moet daarbij goed kijken naar de impact ergens van en op basis daarvan je communicatievorm(en) kiezen.
- Vaak mist in een communicatietraject een toetsingsmoment. In het begin gaat het vaak wel goed, maar op enig moment komt er een besluit dat mensen niet zagen aankomen. Er zijn verwachtingen gewekt, dat vraagt om goede terugkoppeling. Toetsing en terugkoppeling mist vaak. Daar kun je als gemeente veel winnen. Neem partijen mee naar besluitvorming.
- Regel ook je interne communicatie goed: zorg voor scholing van ambtenaren op het gebied van communicatie. Zorg dat zij meer inzicht krijgen in de rol die ambtenaren hebben in processen en in nieuwe media.
- Probeer ruimte te maken voor evaluatie van communicatie, niet alleen van beleid, maar ook van communicatie binnen projecten en participatietrajecten.
- Beelden zeggen meer dan teksten. Probeer meer met beelden te werken.
- Probeer ook eens op andere manieren inzicht te geven in gemeentelijk beleid, bijvoorbeeld in een politiek café.
- Geef binnen het beleidsplan ook aan hoe de gemeente wenst om te gaan met de pers en met welke middelen/instrumenten.