Update communicatiebeleid

In 2018 namen we ons communicatiebeleid onder de loep. We bekeken wat we gerealiseerd hadden en bepaalden koers voor de komende periode. We kozen voor een document zonder vast eindpunt. Dit past bij een tijd die vraagt om wendbaarheid van onze organisatie. Het is belangrijk om steeds te bekijken in welke context we communiceren en met wie.

De uitgangspunten voor communicatie die we destijds opstelden gelden nog steeds. Met dit stuk geven we inzicht wat er op de toen opgestelde actiepunten is gebeurd. Met af en toe een doorkijkje naar de (nabije) toekomst. Hiermee geven we invulling aan de toezegging aan de gemeenteraad om het beleid te evalueren.

Wat waren onze uitgangspunten voor communicatie ook alweer?

Open, betrouwbaar, gericht en samen. Die vier woorden kenmerken de manier waarop we als gemeente Borger-Odoorn willen communiceren. Met inwoners, ondernemers en instellingen. Zodat al onze doelgroepen weten wat ons beleid voor hen betekent en zich vrij voelen om mee te denken.

- Open, omdat we benaderbaar zijn en duidelijk maken wat we doen en juist níet doen (en waarom). We zijn zo transparant mogelijk en scheppen heldere verwachtingen.
- Betrouwbaar, omdat we een overheidsorganisatie zijn met een belangrijke maatschappelijke verantwoordelijkheid. We verstrekken correcte, begrijpelijke en eenduidige informatie waarop mensen kunnen bouwen.
- Gericht, omdat we veel communiceren met verschillende gesprekspartners maar niet alles voor iedereen relevant is. Daarom stemmen we inhoud, middelen en toon zoveel mogelijk af op boodschap, gesprekspartner en verdere context.
- Samen, omdat communicatie per definitie tweerichtingsverkeer is. We gaan de dialoog aan en proberen aan te sluiten bij wat er speelt in de samenleving.

Welke speerpunten zijn er?

In 2018 benoemden we een aantal speerpunten. Omdat de actualiteit er om vroeg, we er meer aandacht aan wilden besteden voor onze inwoners of omdat het, zoals bijvoorbeeld Cittaslow, kenmerkend is voor onze gemeente. De gearceerde teksten komt uit de nota uit 2018. Daarna leest u wat er op het gebied van dit speerpunt is gebeurd.

1. Begrijpelijke teksten: samen verantwoordelijkheid nemen

Als gemeente willen we begrijpelijke taal spreken én schrijven. De Rijksoverheid schrijft haar teksten daarom zo dat ze te begrijpen zijn voor mensen met taalniveau B1 (dat 95% van de Nederlanders beheerst)[i]. Dat is een mooi uitgangspunt, hoewel de toepassing per situatie zal verschillen. Specifieke doelgroepen vergen soms een andere benadering en sommige onderwerpen kunnen te complex of genuanceerd zijn om in een paar eenvoudige woorden uit te leggen. Desondanks streven we naar begrijpelijker en minder ambtelijke taal, omdat daar nog heel veel winst te behalen valt.

Wat hebben we gedaan?

In 2018 en 2019 gingen we aan de slag met onze manier van schrijven. Dit deden we door onze brieven en e-mails begrijpelijker te maken. En door een nieuw, begrijpelijker en eenduidiger format te maken voor college- en raadsvoorstellen. Een groep betrokken medewerkers ontwikkelde een schrijfwijzer met daarin de spelregels. Zij werden ook opgeleid tot schrijfcoaches en ontwikkelden een meetlat om steekproeven te kunnen doen. Dit om de kwaliteit van de teksten te bewaken.
We ontwikkelden de formats en bijna alle medewerkers volgden destijds een training. Deze werd positief ontvangen. Door tijdsdruk en hoge kosten raakte het begrijpelijk schrijven als thema helaas weer wat uit beeld.

Wat zijn we van plan?

We willen het begrijpelijk schrijven weer de aandacht geven die het verdient. Het belang van duidelijke teksten is nog steeds groot. Daarom willen we onze belangrijkste standaardbrieven herschrijven, zodat ze begrijpelijk zijn voor het grootste deel van onze inwoners. Daarnaast geven we een opfriscursus voor medewerkers die daar behoefte aan hebben. En nemen we het trainen met onze schrijfwijzer en formats mee in de inwerkperiode van nieuwe medewerkers. Zodat ook zíj weten hoe we in Borger-Odoorn schriftelijk communiceren. Dit doen we door iedere nieuwe (beleids)medewerker trainingen aan te bieden. De gemeenteraad stelde hier in de begroting 2022 budget beschikbaar voor.

2 Gemeentewebsite: gefocust en toegankelijk

Het gedrag van webgebruikers is de laatste jaren sterk veranderd. Met name de opmars van mobiele apparaten als tablets en smartphones om te internetten[ii] vergt actie van onze kant. Daarom willen we in 2018 de overstap maken op een nieuw websitemodel. Binnen de coöperatieve vereniging Dimpact, waar we als gemeente deel van uitmaken, is een Website en Intranet Model (WIM) ontwikkeld[iii]. Deze standaardwebsite biedt een kant-en-klaarpakket dat voorziet in hedendaagse eisen op het gebied van bijvoorbeeld (mobiele) toegankelijkheid en design. Dat is zeker belangrijk voor een gemeente als de onze, met relatief veel ouderen en laaggeletterden. Onze partnergemeenten Emmen en Coevorden, met wie we op automatiseringsvlak veel samenwerken, gebruiken dit concept al. Begin 2018 starten we met een verkenning van de mogelijkheden.

In 2021 geldt dat onze gemeentewebsite www.borger-odoorn.nl al een tijdje aan vernieuwing toe is. De site is technisch verouderd. Dit kan op termijn zorgen voor ondersteuningsproblemen en veiligheidsrisico's. Daarnaast voldoet de site niet meer aan moderne gebruikseisen en kunnen ook de structuur en inhoud wel een update gebruiken. Dat, in combinatie met aangescherpte wettelijke toegankelijkheidseisen én het belang van een goede site voor onze dienstverlening en communicatie, maakt een nieuwe gemeentewebsite van belang.

De hoeveelheid klussen binnen het communicatieteam stond afgelopen periode op gespannen voet met de beschikbare tijd. Het college heeft daarom in de afgelopen jaren keuzes moeten maken en prioriteiten moeten stellen. De doorontwikkeling van de website schoven we daarom wat op de lange baan. In de tussenliggende periode draaiden we vooral de benodigde updates om de website veilig te houden, maar staken we nog geen energie in verbetering.

Wat hebben we gedaan?
Afgelopen voorjaar startten we met de voorbereidingen voor de overstap op het websitemodel Open Online. Dat wordt ontwikkeld binnen de coöperatieve vereniging Dimpact, waar we als gemeente deel van uitmaken. Open Online voorziet in de hedendaagse eisen op het gebied van bijvoorbeeld (mobiele) toegankelijkheid en design. Dat is handig omdat gemeentewebsites in de basis erg op elkaar lijken. En omdat het – zeker voor ons als kleine gemeente – voordelen kan opleveren in efficiency, kosten, gezamenlijke kennisopbouw en regie op leveranciers. Natuurlijk wordt onze website wel herkenbaar als die van Borger-Odoorn, met onze eigen 'look and feel'. Parallel werken we er samen met de griffie aan om ook de gemeenteraadsinformatie beter te ontsluiten met de nieuwe gemeentewebsite als ingang.

De afgelopen maanden hebben we al een hoop voorwerk verricht, onder meer op het gebied van ontwerp, technische functionaliteit, monitoringsoftware en – misschien wel het belangrijkst – de inhoud van de site. Deze zogenaamde content gaan we, net als de structuur van de website, op een andere manier invullen. Dat doen we zodat bezoekers de meest gezochte onderwerpen zo snel mogelijk kunnen vinden en bijbehorende handelingen zo efficiënt mogelijk kunnen uitvoeren. Voor dit principe wordt ook wel de noemer 'toptaken' gebruikt. Dat betekent dat niet alle informatie even belangrijk is. En ook dat we het nodige gaan schrappen. Want hoe beknopter en vraaggerichter, hoe beter de site werkt voor bezoekers (onder meer in de vorm van relevantere zoekresultaten). Bovendien zorgt dit voor gemakkelijker onderhoud van de website. De organisatie daarvan nemen we ook mee in het traject.

Wat zijn we van plan?
Doel was aanvankelijk om de nieuwe gemeentewebsite nog voor 1 december 2021 te realiseren. Maar eind oktober gaf Dimpact bij ons aan dat de oplevering van Open Online vertraagd is. Op dit moment bekijken we – mede op basis van de vervolginformatie vanuit Dimpact – hoe en wanneer we de nieuwe website in de lucht kunnen hebben. Ondertussen voeren we al wel verbeteringen door, zodat meer producten en diensten gemakkelijker online aangevraagd kunnen worden.

3 Ondernemers: gerichte communicatie met een belangrijke groep

Een belangrijke doelgroep als ondernemers verdient een sterker én gerichter communicatieaanpak dan we tot nu toe hanteren. Ondernemers spreken een 'andere taal' dan de overheid, hebben hun eigen wensen, problemen en afspraken. Daar willen we in onze communicatie beter bij aansluiten. Daarom gaan we met hen in gesprek om te bekijken hoe we de communicatie beter en vooral gerichter kunnen invullen. Of dat dan in de vorm is van duidelijke afspraken of bijvoorbeeld een e-mailnieuwsbrief, zal moeten blijken.

Wat hebben we gedaan?
Een stagiair heeft voor ons een onderzoek gedaan naar onze communicatie met ondernemers. Hij onderzocht waar wij ons kunnen verbeteren en welke behoeften ondernemers hebben als het gaat om communiceren met de gemeente. Er bleek behoefte

aan verstrekken van meer ongevraagde informatie vanuit de gemeente naar ondernemers. En dan het liefst door digitale nieuwsbrieven en kennis- en netwerkbijeenkomsten. Ook is er behoefte aan persoonlijk contact. Onze bedrijvencontactfunctionaris speelt daar een grote rol in. Zonder coronaperikelen worden er per jaar worden zo'n 100 bedrijfsbezoeken afgelegd Daarnaast worden ondernemers nu periodiek van het voor hen interessante economische nieuws op de hoogte gehouden via een nieuwsbrief.

Wat gaan we doen?
Naast de bedrijfsbezoeken en de nieuwsbrief is het de insteek om geregeld ondernemersbijeenkomsten te houden, het liefste per kern. Hier is een begin mee gemaakt. De bijeenkomsten blijken een geslaagde manier om op directe wijze te vernemen wat er speelt en wat de gemeente kan doen om in te spelen op de behoeften van onze ondernemers. Helaas gooit Covid-19 op dit moment roet in het eten en ligt de organisatie van dit type bijeenkomsten tijdelijk stil.

4 Cittaslow: het keurmerk versterken in netwerkverband

Cittaslow heeft de afgelopen jaren een plek veroverd in onze communicatie. We zien echter mogelijkheden om de kansen die Cittaslow biedt beter te benutten, onder meer door het keurmerk beter te positioneren (te 'laden'). Dat kan deels door communicatie, en die hebben we in de loop van dit jaar dan ook geïntensiveerd. Daarbij is een belangrijke rol weggelegd voor de supporters van Cittaslow: lokale ondernemers die de Cittaslow-waarden onderschrijven en uitdragen. Zij zijn bij uitstek in staat om het keurmerk te koppelen aan hun dienstverlening, en op die manier concreet smoel te geven. Aspirant-supporters moeten nadrukkelijker laten zien op welke manier ze dat gaan doen. Twee keer per jaar vindt een supportersbijeenkomst plaats die gericht is op verbinding en versterking, ook met andere Cittaslow gemeenten. Natuurlijk ondersteunen we als gemeente de supporters bij hun inzet. We hebben een prijs in het leven geroepen voor het mooiste Cittaslow-initiatief van het jaar, en versturen zo'n vier keer per jaar een e-mailnieuwsbrief naar alle supporters.

Wat hebben we gedaan?
Het Cittaslow-logo is opgenomen op het gemeentelijke briefpapier en de enveloppen en is daardoor als beeldmerk ook in onze briefwisselingen gekoppeld aan (het logo van) de gemeente Borger-Odoorn. Daarnaast hebben wij een Facebookpagina 'Cittaslow Borger-Odoorn' met ruim 800 volgers. We delen daar veel nieuws vanuit beleidsterreinen die een duidelijke verbinding hebben met de speerpunten van Cittaslow.
Het Cittaslow supportersnetwerk telt inmiddels ca. 100 ondernemingen en organisaties. De supportersbijeenkomsten in 2020 en 2021 zijn wegens corona vervallen. Volgend jaar plannen we de bijeenkomsten weer in en willen dan meer inzetten op het supportersnetwerk.
We publiceerden diverse advertorials in de Week in Week om ook de inwoners meer te informeren. Met een ontwerper brachten we de huisstijl van onze communicatiemiddelen in een lijn. In deze opmaak zijn inmiddels de nieuwe brochure, de fietsroute, een bewaarmap en een set ansichtkaarten ontwikkeld.
Waar mogelijk passen we het beeldmerk ook toe op producten vanuit ons beleid. Zo plakten we in het kader van duurzaamheid een sticker met het beeldmerk en slogan op de containers voor pmd-afval.

Wat gaan we doen?
Zoals genoemd staan voor komend jaar in elkaar geval weer supportersbijeenkomsten op de planning. Concrete plannen moeten nog vorm krijgen en hangen uiteraard ook af van de ontwikkelingen rond Covid-19.

5.5 Burgerparticipatie: stapsgewijs naar nieuwe verhoudingen

Als gemeente verwachten we meer van onze inwoners dan ooit tevoren. Waar de overheid zich op verschillende terreinen terugtrekt, komt meer initiatief bij mensen zelf te liggen. Bij meer eigen verantwoordelijkheden voor inwoners hoort ook een vraaggerichter manier van beleid maken. Dan komt burgerparticipatie om de hoek kijken: een actieve rol voor inwoners in relatie tot hun leefomgeving en het beleid van de gemeente. De term overheidsparticipatie wordt ook wel gebruikt, in dat geval ligt de nadruk nog meer op burgerinitiatieven waarbij de overheid een faciliterende rol speelt.

Communicatie is een essentieel aspect van burgerparticipatie, maar burgerparticipatie is meer dan alleen communicatie. Om binnen de veranderende relatie tussen overheid en inwoners écht stappen te zetten, is om te beginnen brede bewustwording en ontwikkeling nodig in de gemeentelijke organisatie. Bestuurlijk en ambtelijk, maar ook voor de gemeenteraad is een belangrijke rol weggelegd. Ook realisme is op zijn plaats; we moeten geen valse verwachtingen wekken. Niet elk onderwerp leent zich immers voor (dezelfde mate van) burgerparticipatie[iv]. Het vergt een nieuwe manier van denken en moet geleidelijk onderdeel gaan uitmaken van onze filosofie en ons DNA, passend bij de gemeente en onze inwoners. Daarbij kijken we ook naar vernieuwende (digitale) vormen om de mening van inwoners te peilen. Hoe we dit traject verder gaan vormgeven, zijn we samen met de gemeenteraad aan het invullen. Wel is duidelijk dat communicatie daarin een grote component zal zijn.

Wat hebben we gedaan?

Op 25 november stelde de gemeenteraad de visie op participatie in de gemeente Borger-Odoorn vast: *Bouwen aan een nieuw samenspel.* Daarin wordt onder andere uitgebreid ingegaan op een aantal aspecten van participatie die ook vanuit communicatieoogpunt van belang zijn. En die we al aanstipten in het communicatiebeleid 2018. Verwachtingsmanagement bijvoorbeeld, de toepassing van vernieuwende (digitale) hulpmiddelen om te communiceren met inwoners, en onze wens om vooral door te gaan met ervaring opdoen in de praktijk.

Inmiddels gebruiken we niet meer de term burgerparticipatie, maar spreken we van inwonerparticipatie.

Wat gaan we doen?

In 2022 geven we de uitgangspunten uit de visie een praktische vertaling. Dat doen we om te beginnen met het model-participatieplan. Daarin krijgen ook de communicatieaspecten van participatietrajecten een concrete uitwerking. De communicatieaanpak willen we waar mogelijk invullen met behulp van specifieke data die we in het project Participatie hebben opgehaald.

Belangrijke basis daarbij is het Citisens-dashboard met betrokkenheidsprofielen dat we aankochten. Dit online dashboard is opgebouwd rondom een inwonersegmentatiemodel op basis van sociaal-demografische kenmerken en onderzoeksdata. Het geeft tot op 'postcode 6-niveau' (bijvoorbeeld 1111 AA) inzicht in de voorkeuren van onze inwoners op het gebied van participatie én de communicatie die daarmee gepaard gaat.

In aanvulling op het dashboard lieten we begin 2021 een onderzoek uitvoeren onder inwoners van Borger-Odoorn. Doel was om te verkennen hoe zij denken over participatie en samenwerking met de gemeente. Daarbij stelden we ook vragen over communicatie. Op die manier kregen we beter inzicht in de communicatieverwachtingen van onze inwoners bij verschillende soorten participatietrajecten. De combinatie van het

dashboard en het aanvullende onderzoek is een gedegen basis waarop we onze communicatiestrategie in relatie tot participatie kunnen vormgeven.

Voor de uitvoering van die communicatiestrategie kunnen we verschillende (combinaties van) communicatiemiddelen inzetten. Uit het onderzoek kunnen we opmaken dat we voor veel doeleinden al de juiste middelen tot onze beschikking hebben en inzetten. Dat kan een traditionele brief in de bus zijn, of onze wekelijkse rubriek Gemeenteberichten in Week in Week uit. Of een informatiebijeenkomst: fysiek in het dorp, maar mogelijk ook door middel van een videoverbinding (waar we inmiddels de eerste goede ervaringen mee hebben opgedaan). Het onderzoek laat ook zien waar nog kansen liggen, bijvoorbeeld waar het gaat om de inzet van e-mailnieuwsbrieven, online enquêtetools en een inwonerpanel. Die mogelijkheden gaan we verder uitwerken in het vervolgtraject op de participatievisie. kunnen we deels ook gebruiken in onze algemenere gemeentelijke communicatie.

Het vervolg

Conclusie van de evaluatie is dat we goede stappen zetten. Er is veel gebeurd. Maar er staan ook nog punten open waar we mee aan de slag moeten en willen. De uitgangspunten voor communicatie staan nog steeds. En de speerpunten blijken ook nog een goede basis voor accenten in onze communicatie. Deze speerpunten bestaan uiteraard naast alle andere dagelijkse communicatie op thema's binnen onze organisatie. Voor nu steken we daarom onze energie in de uitvoering van de acties bij de speerpunten. Na een tijd evalueren we weer. Dit doen we nadat de nieuwe website een jaar in de lucht is. Op die manier kunnen we de eerste (gebruikers)ervaringen meenemen.

---

[i] Rijksoverheid – Taalniveau B1, www.communicatierijk.nl/vakkennis/r/rijkswebsites-aanbevolen-richtlijnen/inhoud/taalniveau-b1 (2017)
[ii] Centraal Bureau voor de Statistiek – Internet; toegang, gebruik en faciliteiten, statline.cbs.nl/Statweb/publication/?DM=SLNL&PA=83429NED&D1=0,2-5&D2=0,3-6&D3=0&D4=a&HDR=T&STB=G1,G2,G3&VW=T (2016)
[iii] Dimpact - Welkom bij WIM, de (kern)website samenwerking van Dimpact, www.wimgemeenten.nl (2017)
[iv] ProDemos – Afwegingskader burgerparticipatie, https://www.prodemos.nl/voor-gemeenten/burgerparticipatie/afwegingskader-burgerparticipatie (2017)