

Raadsmededeling openbaar

Nummer : 155-2025
Datum : 4 december 2025
B&W datum :
Beh. Ambtenaar : Marieke Verhaaf / Gerdienke Graven
Portefeuillehouder : mr. A.B. Stapelkamp
Onderwerp : Reactie op vragen over Dienstverleningsvisie en Communicatievisie

Aanleiding:

Onlangs zijn de vernieuwde Dienstverleningsvisie en Communicatievisie ter vaststelling aan u aangeboden. De fracties van D66 en VVD hebben vragen over beide visies gesteld. Met deze raadsmededeling geven wij antwoord op de gestelde vragen.

Inhoud mededeling:

Dank u wel voor uw uitgebreide vragen en aandachtspunten. Graag lichten wij toe hoe de visies zich verhouden tot verdere uitwerking in de komende periode.

Vragen D66:

- 1) We lezen dat na de dienstverleningsvisie een uitvoeringsplan wordt opgesteld. De dienstverleningsvisie is echter heel erg beknopt en weinig tot helemaal niet concreet om richting te kunnen geven. Zou er niet eerst een dienstverleningsstrategie moeten komen voordat er een uitvoeringsplan wordt geschreven?
Antwoord: In de dienstverleningsvisie leggen we de uitgangspunten vast van waaruit wij de komende jaren willen werken. Deze visie geldt voor de hele organisatie met al haar vormen van dienstverlening. Hierop zijn wij in al ons handelen aanspreekbaar. De uitvoering is een kwestie van bedrijfsvoering en dat behoort in hoofdzaak tot het domein van het college. Een visie beschrijft nadrukkelijk niet hoe we dat gaan doen; dat hoort thuis in een uitvoeringsplan. Dat betekent dat thema's zoals inzet van AI, mobile first, social media, een digitaal loket, meertalige informatie en multichannel communicatie, middelen zijn om de visie te realiseren. Deze onderwerpen zijn bovendien niet als zodanig ingebracht door de partijen tijdens de bijeenkomst die in dit kader voor de gemeenteraad werd georganiseerd. Deze worden daarom, samen met onze strategie, verder uitgewerkt in het uitvoeringsplan voor dienstverlening en communicatie. Daarbij worden de verschillende kanalen en middelen zorgvuldig afgewogen.
- 2) Op het gebied van dienstverlening en communicatie liggen er grote kansen door het inzetten van AI. Waarom is hierop geen visie ontwikkeld?
Antwoord: AI is een onderwerp dat ruimer is dan dienstverlening en is dus geen thema in deze visie. Bij het opstellen van de visie dienstverlening zijn betrokkenen vooral ingegaan op de gewenste richting en verbeterpunten binnen de huidige dienstverlening. AI is daarbij nauwelijks genoemd, wat verklaarbaar is gezien de fase waarin veel organisaties, inclusief de onze, zich momenteel bevinden. Dat neemt niet weg dat wij ons bewust zijn van de kansen die nieuwe technologieën bieden en deze bij het uitvoeringsplan zullen betrekken. Binnen de bedrijfsvoering wordt daar wel degelijk over nagedacht. Maar u hebt gelijk als u zegt dat het goed zou zijn om op het thema digitalisering, met onder andere AI, beleidsuitgangspunten te formuleren. AI zou daarmee een goed punt voor de komende bestuursperiode kunnen zijn.

- 3) Waarom is er helemaal geen aandacht voor Wet Open Overheid in de dienstverleningen communicatie visies? De WOO vraagt immers een andere manier van werken om informatie veel sneller en actief openbaar te maken, ook moet informatie beter vindbaar en uitwisselbaar zijn.
Antwoord: Wettelijke verplichtingen zoals bijvoorbeeld de Wet open overheid en allerlei procedures vanuit de Algemene wet bestuursrecht zijn niet apart benoemd in de visies, omdat deze vanzelfsprekend onderdeel zijn van onze taken en daarmee een basis vormen voor zorgvuldige en professionele dienstverlening en communicatie. De visies gaan over onze ambities en kernwaarden voor succesvolle dienstverlening en communicatie. In de uitvoering zijn de wettelijke kaders waarbinnen wij werken uiteraard de basis, aangevuld met ambities. Dit is ook zo geformuleerd in de tekst van de dienstverleningsvisie.
- 4) We lezen "De gemeentelijke website blijft het centrale platform voor digitale informatievoorziening." Is een 'mobile first' strategie overwogen en waarom wel/niet?
Antwoord: zie antwoord op vraag 5
- 5) Er is een toenemende versnippering van social media. Hoe gaat de gemeente hier in de komende jaren op in spelen?
Antwoord: De gemeente is, naast haar eigen website, online op diverse social media te vinden (Facebook, Instagram, LinkedIn, Youtube). We delen niet overal hetzelfde, omdat op ieder platform andere doelgroepen te vinden zijn. Om versnippering van informatie op online platforms te voorkomen blijft de gemeentelijke website het centrale platform voor digitale informatievoorziening. Hoe de website en andere online platforms moeten functioneren (oa mobile first en gebruik van social media kanalen), valt onder uitvoering en is daarom niet meegenomen in de communicatievisie.
- 6) Waarom wordt in de dienstverlenings- en communicatievisie niets gezegd over verzoeken, vragen en informatie in andere talen dan Nederlands?
Antwoord: In de communicatievisie staat: "Onze communicatie is betrouwbaar, herkenbaar en afgestemd op de behoeften van onze gemeenschap, met een goede mix van digitale en fysieke middelen." De uitwerking hiervan verschilt per onderwerp, thema of project. Immers vraagt ieder project en iedere doelgroep een andere aanpak. Het analyseren van passende communicatie, zoals andere talen, taalgebruik en de te gebruiken communicatiekanalen zijn vast onderdeel van onze werkwijze. Waar nodig stellen we een communicatieplan op. Aangezien dit allemaal onderdeel is van de uitvoering, wordt dit niet meegenomen in deze visie.
- 7) Er staan steeds meer gemeentelijke informatiepagina's in de Aalten Vooruit en de Band. Is onderzocht hoe goed deze gelezen worden en of een groot aantal pagina's achter elkaar de meest effectieve methode is?
Antwoord: Achterhoek Nieuws voert regelmatig lezersonderzoeken uit naar onder andere Aalten Vooruit en De Band, waarbij ook de gemeentelijke informatiepagina's worden meegenomen. Zo bleek in 2023 nog dat de Achterhoek Nieuws het grootste bereik heeft onder regionale kranten in Nederland. Er is niet onderzocht of een groot aantal pagina's achter elkaar de meest effectieve methode is. Wel weten we dat de meest effectieve communicatiemethode per onderwerp en per doelgroep kan verschillen en vaak ook bestaat uit een pakket van middelen en kanalen. Gemeentelijke informatiepagina's zijn dan ook vaak onderdeel van een groter communicatieplan of communicatiestrategie.
- 8) Er wordt via verschillende kanalen informatie gedeeld, maar informatie is niet altijd (gelijkvormig) beschikbaar via alle kanalen. Waarom is er geen visie op multichannel communicatie opgenomen?
Antwoord: zie antwoorden op vraag 1 en vraag 6

Vragen VVD:

- 1) Dienstverlening: Krijgen wij als raad inspraak in het uitvoeringsplan?
Antwoord: De visie is een kaderstellend document en wordt door de gemeenteraad vastgesteld. Het uitvoeringsprogramma is een uitwerking van die visie, betreft grotendeels bedrijfsvoering kwestie en is daarmee een bevoegdheid van het college.

- 2) Dienstverlening: Wat kwam er uit de enquête via U Spreekt? En waar zijn die reacties terug te vinden in deze nieuwe visie?
Antwoord: De resultaten uit de enquête die via U Spreekt werd uitgezet, worden op dit moment geanalyseerd. Samen met de uitkomsten van de klantreis methodiek, worden de resultaten in een separate raadsmededeling in januari 2026 aangeboden. De resultaten van de klantreizen en U Spreekt worden meegenomen in het uitvoeringsplan van de dienstverleningsvisie.
- 3) Dienstverlening: Digitaal loket waarin zoveel mogelijk producten digitaal kunnen worden aangevraagd: Welke producten zijn geschikt om digitaal aan te vragen? En gaan we dat in Aalten ook binnenkort invoeren? Waarom wel/niet?
Antwoord: Er zijn al diverse producten digitaal beschikbaar via de gemeentelijke website en het Omgevingsloket. We blijven onderzoeken welke producten daar nog meer geschikt voor kunnen zijn. Ook kijken we naar makkelijke manieren om producten af te nemen. Denk aan een QR code waarmee direct een melding voor carbidtschieten kan worden gemaakt.
- 4) Dienstverlening: Hoort in deze visie ook niet de klantreis en de bejegening tijdens die klantreis benoemd te worden?
Antwoord: De methodiek klantreizen wordt uitgewerkt vanuit de uitgangspunten van deze visie. De resultaten van klantreizen hebben dus geen effect op de dienstverleningsvisie, maar juist andersom. De methodiek/werkwijze klantreizen wordt meegenomen in het uitvoeringsplan van de dienstverleningsvisie.
- 5) Dienstverlening: wij missen in het hele stuk AI. Waarom is dat? Wat is de visie van het college over inzet van AI, bijvoorbeeld chatbots?
Antwoord: zie het antwoord op vraag 2 van D66.
- 6) Communicatievisie: We communiceren duidelijk, begrijpelijk en toegankelijk over beleid, besluiten en gemeentelijke diensten. En ook: We hebben continue aandacht voor heldere en toegankelijke teksten, ook voor mensen die minder taalvaardig zijn. Kan dit concreter gemaakt worden, bijvoorbeeld door een taalniveau mee te geven?
Antwoord: Onderdeel van de werkwijze is een doelgroepanalyse. Passend bij de doelgroep kiezen we onze wijze van communicatie; zo kunnen we rekening houden met toegankelijkheid in taalgebruik en welk communicatiemiddel of kanaal het best past.
- 7) Communicatievisie: communiceren via de juiste kanalen. Welke kanalen gebruikt de gemeente allemaal? En wordt daar dezelfde info op gedeeld? Is het wenselijk om minder of juist meer kanalen te gebruiken? En om welke kanalen gaat het dan?
Antwoord: Dit is een visie voor de komende jaren en gezien de snelle ontwikkelingen en veranderingen, is er bewust voor gekozen om niet in detail te treden maar om uitgangspunten vast te stellen. Het kanaal dat nu geschikt is kan over twee jaar achterhaald zijn.
- 8) Communicatievisie: Hoe weten jullie of die kanalen de mensen ook bereiken?
Antwoord: zie antwoord vraag 6 D66.
Aanvullend; offline zijn er tal van kanalen die we, afhankelijk van de doelgroep, wel of niet inzetten. Denk aan de Aalten Actueel, bijlages bij de krant, flyers bij huisartsen, inloopavonden, een duurzaamheidskraam of tegelwip-dag in de buurt. De communicatiemiddelen en kanalen zijn eindeloos. Daarom kijken we per onderwerp waar we de doelgroep kunnen vinden en benaderen. Deze visie is voor de langere termijn, welke kanalen worden gebruikt gaat over uitvoering en staat daarom niet in deze visie.
- 9) Gemeentemarketing: wat is het huidige budget?
Antwoord: is in het uitvoeringsprogramma vastgesteld op €10.000,-
- 10) Gemeentemarketing: Idee om lokale partijen geld te geven voor gemeentemarketing. Wordt dit idee nu uitgewerkt? Vallen onder lokale partijen de VVV's?
Antwoord: budget is beperkt en voor een groot deel al belegd. Op korte termijn (2025–2026) houden we ons bezig met de onderstaande projecten:

Aanhaken bij lokale initiatieven:

- *Voortzetting samenwerking Vestingsteden (Bredevoort) voor komende 2 jaar.*
- *Foto-expositie 'vakmanschap' SER OVERIJSEL.*
- *Jaarkalender evenementen 2026 in gemeente Aalten.*

Initiatieven opgezet door gemeente Aalten:

- *Buurtbusproject: gebruikers van de buurtbus attenderen op de voorzieningen in gemeente Aalten middels flyer.*
- *Welkomstpakket 'buurt maken' voor nieuwe inwoners: inwoners welkom heten en kennis laten maken met het Naoberschap in de gemeente verder uitwerken. De kennismakingsavonden met nieuwe inwoners worden als succesvol ervaren, een welkomstpakket waarbij men wordt gemotiveerd om 'buurt te maken' moet dit project verder vormgeven.*
- *Halfjaarlijkse bijlage 'Bouwen aan morgen' in gemeentenieuws.*
- *Promotiefilm gemeente.*

Gemeentemarketing is een aanvulling op toeristische en recreatieve marketing waaronder de VVV's vallen. Vanuit het budget toerisme wordt een fors bedrag aan Achterhoek Toerisme en de VVV's gegeven. Hoewel gemeentemarketing zeker raakvlakken heeft met toeristische/recreatieve marketing is het wel wat anders. Gemeentemarketing richt zich op marketingactiviteiten gelinkt aan de thema's wonen, werken en leven en daarmee dus niet op de VVV's.

- 11) Gemeentemarketing: Wanneer worden de sponsorbijdrage en de kaders daarvoor vernieuwd aangezien ze al uit 2013 komen?

Antwoord: Zoals in de raadsmededeling staat: De bestaande sponsorregeling (zie www.aalten.nl/sponsoring-aanvragen-bijdrage) biedt organisaties financiële ondersteuning voor activiteiten met maatschappelijke meerwaarde. Veel aanvragen raken aan gemeentemarketing. Het is wenselijk te onderzoeken of het sponsorbudget onderdeel kan worden van gemeentemarketing, zodat middelen efficiënter ingezet kunnen worden voor activiteiten met bovenlokale uitstraling die bijdragen aan onze marketingdoelen. Als de raad ook in de volgende periode in blijft zetten op extra aandacht voor gemeente marketing zullen wij hier zeker naar kijken.