

Communicatie en informatie inwoners n.a.v. rapport rekenkamercommissie

23 oktober 2018

Aan de leden van de raad,

Tijdens de raadsvergadering 29 mei 2018 is het rapport van de rekenkamercommissie Zwijndrecht, getiteld 'Kan ik nog iets voor u doen?', aan de orde geweest. U heeft ons opgedragen de aanbevelingen uit het rapport uit te voeren. Wij hebben u toegezegd voor de begrotingsraad 2019 met een concreet plan van aanpak te komen met duidelijke tijdslijnen.

Bij deze informatiebrief hebben wij een plan van aanpak opgenomen. Allereerst vermelden wij daarin de aanbevelingen van de rekenkamercommissie. Vervolgens leest u over onze aanpak met bijbehorende planning. We vertellen waar we mee bezig zijn en wat we gaan doen.

In het plan van aanpak hebben wij ons beperkt tot de aanbevelingen uit het rapport. Deze gaan over informatie en communicatie rond vragen en verzoeken van inwoners.

U begrijpt dat communicatie en informatie breder is. We communiceren op veel manieren met de samenleving, zowel online als schriftelijk. Ook participatie over tal van onderwerpen maakt communicatie belangrijk.

Trends en ontwikkelingen hebben invloed op de wijze waarop de gemeente met de samenleving communiceert. Een algemene kijk op het brede veld van communicatie past daarbij. U kunt daarvoor in het 2^e kwartaal van 2019 een nieuwe communicatievisie voor Zwijndrecht verwachten.

Hoogachtend,

De a.i. secretaris,

De burgemeester,

portefeuillehouder: Jansen, T.
informatie: Willy Diepeveen
telefoon: 078 770 24 69
e-mail: w.diepeveen@zwijndrecht.nl
bijlagen:
ter inzage:

Plan van aanpak 'Kan ik nog iets voor u doen?'



Aanbevelingen rekenkamercommissie Zwijndrecht

De rekenkamercommissie heeft onderzoek gedaan naar communicatie en informatie aan bewoners. In het eindrapport 'Kan ik nog iets voor u doen?' geeft de rekenkamercommissie aanbevelingen. Onderstaand leest u de aanbevelingen van de rekenkamercommissie.

- Verbeter de website van de gemeente en verbeter de zoekfunctie.
- Besef dat mensen die bellen vaak meer of andere informatie willen dan reeds beschikbaar is op de website. Let er daarom op dat het telefonische kanaal ten opzichte van de informatie op de website meer ondersteuning biedt.
- In de veelheid van informatie kunnen mensen soms het overzicht kwijtraken. Let er op dat mensen geholpen worden bij het vinden van de juiste vindplek van informatie ('warme doorverwijsfunctie'), ook als dit bij een andere organisatie is.
- Vergeet niet dat er ook een doelgroep is die behoefte heeft aan schriftelijk voorlichtingsmateriaal. Let er daarom op dat relevante folders (en ander voorlichtingsmateriaal) in voldoende mate op diverse locaties in de gemeente beschikbaar zijn. Denk daarbij ook aan andere organisaties in de gemeente die zich richten op ondersteuning van inwoners (zoals bijvoorbeeld gezondheidscentra).
- Doordat mensen vragen stellen en informatie ophalen, kan inzicht ontstaan aan welke informatie op dat moment behoefte is. Maak daar als organisatie gebruik van en anticipeer op veelgestelde vragen.
- Communicatie is niet alleen 'zenden' en informatie verstrekken. Als burgers met ideeën of suggesties voor initiatieven komen, is het goed als de gemeente daarop actief reageert en meedenkt.
- Voor de gemeenteraad: voer een discussie over de normen die de gemeente dient te hanteren bij het verstrekken van informatie en stel daar kaders voor op.

In de volgende hoofdstukken vertellen we waar we mee bezig zijn en wat we gaan doen.

1. Verbeter de website van de gemeente / verbeter de zoekfunctie

1.1 Online strategie

U heeft aanbevolen om de website te verbeteren.

We kijken breder dan alleen de website. Met de andere Drechtsteden hebben we recent een online strategie opgesteld. Daarin hebben we met elkaar het ambitieniveau beschreven waar we als Drechtsteden-gemeenten naar streven. De online strategie is een kapstok voor alle online communicatie en dienstverlening met gezamenlijke uitgangspunten. We werken samen waar dat nodig en mogelijk is. Iedere gemeente kan van daaruit een uitvoeringsplan voor de online strategie opstellen. Enkele zaken waar we in Zwijndrecht vooral naar willen kijken, zijn bijvoorbeeld een logische indeling van onze website, de toegankelijkheid van de website, sturing op onze themawebsites en het taalgebruik op de website.

Planning

Online strategie meenemen in communicatievisie voor Zwijndrecht in 2019.

1.2 Klinkende taal

De Nederlandse taal is niet zo eenvoudig als wij denken. Schrijven en lezen is voor een grote groep best wel ingewikkeld. De gemeentelijke teksten moeten begrijpelijk zijn voor onze lezers. Als uitgangspunt gebruiken we daarom taalniveau B1. Dit niveau staat voor eenvoudig Nederlands. De overgrote meerderheid van de bevolking begrijpt teksten die op taalniveau B1 zijn geschreven. Ook mensen die geen (hoge) opleiding hebben gehad. Taalniveau B1 kenmerkt zich door het gebruik van veel voorkomende woorden en korte, eenvoudige en actieve zinnen.

De gemeente heeft het programma 'Klinkende taal' voor het schrijven van heldere teksten aangeschaft. Deze toepassing is beschikbaar in Word. Klinkende taal is in te zetten op het gewenste niveau.

Hoe werkt Klinkende taal?

Zijn zinnen te lang? Staan er moeilijke woorden in of lijdende vormen? Is er sprake van lange alinea's of taal- en stijlfouten? Klinkende Taal streept aan wat er beter kan. Het programma geeft alternatieven waarmee de tekst direct verbetert. Klinkende Taal zorgt dat teksten het juiste taalniveau hebben.

Planning

Klinkende taal is in 2018 ingevoerd.

Onze manier van communiceren blijven we goed volgen en optimaliseren. We nemen dit mee in het Plan van aanpak Laaggeletterdheid en de communicatievisie voor Zwijndrecht in 2019.

1.3 Laaggeletterdheid

Op 30 januari 2018 organiseerden wij een oriëntatieavond over laaggeletterdheid. Conform de planning komen we met een Plan van aanpak Laaggeletterdheid. Daarin nemen we begrijpelijk communiceren mee, zowel voor digitaal, schriftelijk als mondeling.

Vooruitlopend op dit plan noemen wij hier enkele punten in relatie tot de gemeentelijke organisatie.

We organiseren een training laaggeletterdheid voor hulpverleners zorg en welzijn. Zij leren daarmee laaggeletterdheid te herkennen en bespreekbaar te maken. Deze training staat ook open voor medewerkers van de Gemeentewinkel en sociaal raadslieden. Zij krijgen tips mee en leren bewust te worden dat ook autochtone mensen laaggeletterd kunnen zijn. Vaak zien we het niet aan deze mensen en hebben ze een leuke 'babbel'. Ze kunnen moeite hebben met het invullen van formulieren of begrijpen de procedure bij de balie niet (nummer halen bij apparaat en melden bij juiste balie).

We willen de Stichting ABC laten kijken naar onze brieven. ABC is een stichting van en voor laaggeletterden in heel Nederland. Een ex-laaggeletterde kijkt anders naar teksten dan via het programma Klinkende taal. En van belang is het om te kijken of we beter schrijven nu we 'Klinkende taal' hebben.

Bij mondelinge communicatie haken laaggeletterden af, wanneer er teveel informatie wordt gegeven. Een voorstel is om collega's die regelmatig klantcontact hebben, te trainen in begrijpelijk mondeling communiceren. Dit nemen we mee in het Plan van aanpak Laaggeletterdheid.

Planning

Training laaggeletterdheid voor hulpverleners zorg en welzijn in november 2018. Sociaal raadslieden sluiten hierbij aan. Training laaggeletterdheid voor medewerkers Gemeentewinkel wordt gepland in 1^e kwartaal 2019. Plan van aanpak Laaggeletterdheid: 4^e kwartaal 2018 besluitvorming. Start in 2019 met uitvoering, waaronder onze eigen communicatie onder handen nemen.

1.4 Zoektermen en zoekfunctie

De rekenkamercommissie beveelt aan om de website van de gemeente en de zoekfunctie te verbeteren.

Vrijwel iedereen begint een zoektocht op internet naar informatie, producten of diensten met een zoekmachine. Ook naar de informatie die op onze gemeentelijke website staat, wordt vaak op deze manier gezocht. Teksten moeten dus van de juiste zoektermen worden voorzien. Wij gaan de kennis van onze webredacteurs over zoektermen en de zoekfunctie verbeteren.



Planning

Trainingen zoektermen / zoekfunctie beleggen in 1^e kwartaal 2019.

2. Telefonisch kanaal biedt meer ondersteuning/helpen bij zoeken naar vindplek van informatie

2.1 Telefonische dienstverlening

Voor de telefonische dienstverlening is een aantal verbeteringen in gang gezet. Zoals bekend, werken we met een front- en backoffice. Het callcenter behandelt de eerstelijns vragen. Dit zijn vragen, waarop de antwoorden door de medewerker eenvoudig te raadplegen zijn. De afhandeling daarvan moet kort en bondig zijn, zodat het telefonische kanaal continu open staat voor nieuwe contacten. Wanneer een vraag meer inhoudelijk is, verbindt het callcenter door naar de vakspecialist op de betreffende afdeling. Deze werkwijze verlangt een goede afstemming ten aanzien van de informatievoorziening tussen het callcenter en de vakafdelingen.

Het callcenter gaat werken met een nieuw klantcontactstelsysteem, dat speciaal is ontworpen voor een balie- en callcenter. Dit systeem maakt het mogelijk alle telefonische vragen en verzoeken vast te leggen. Het callcenter heeft een inkijsmogelijkheid in alle zaken. Belt de inwoner over een zaak dan ziet het callcenter waar de zaak in behandeling is genomen. Inwoners kunnen via PIP (Persoonlijke Internet Pagina) zien wat de status is van hun zaak.



Het callcenter gaat daarnaast werken met een kennisbank dat is gekoppeld aan de gemeentelijke website. De productinformatie op de website moet daarbij actueel zijn. Daarvoor zijn de afdelingen verantwoordelijk. Naast productinformatie, kunnen ook nieuwsberichten helpen om het callcenter van antwoorden te voorzien. Daarom versturen we persberichten nu ook standaard naar het callcenter, zodat zij op de hoogte zijn van actuele onderwerpen waarover de gemeente communiceert.

Uiteraard is er aandacht nodig voor bekendheid met het werken met het klantcontactstelsysteem. Ook moeten medewerkers weten wat hierbij van hen wordt verlangd. Medewerkers in de organisatie horen zich ervan bewust te zijn dat het opnemen van de telefoon belangrijk is. Houding en gedrag is een aandachtspunt. Met zijn allen kunnen we de telefonische bereikbaarheid nog meer verbeteren.

Planning

Nieuw klantcontactstelsysteem is in werking bij callcenter in het 4^e kwartaal 2018. Verdere invoering in die organisatie in 2019.
Kennisbank, aanbesteding is in 2019.

2.2 Routekaart gemeentelijke media

De gemeente maakt gebruik van diverse media om de uiteenlopende doelgroepen te bereiken. Zoals eerder vermeld, maakt vrijwel iedereen gebruik van zoekfuncties. Toch kan het ook handig zijn om een overzicht te hebben van de gemeentelijke media die de gemeente inzet. We gaan daarom een routekaart gemeentelijke media maken met een overzicht van websites/app's die de gemeente inzet. Deze routekaart gaan we regelmatig en op diverse manieren onder de aandacht brengen.

Ten aanzien van het inzetten van gemeentelijke media zijn effectiviteit en efficiëntie aandachtspunten. In hoofdstuk 3.1 en hoofdstuk 5.1 vermelden wij hierover meer.

Planning

1^e kwartaal 2019 vervaardigen routekaart.

3. Relevante folders beschikbaar op locaties in de gemeente

3.1 Inzet schriftelijke middelen

Veel informatie is tegenwoordig digitaal te raadplegen. De rekenkamer wijst er terecht op dat sommige doelgroepen, naast persoonlijke voorlichting, behoefte hebben aan schriftelijk voorlichtingsmateriaal. De gemeente beoordeelt welke informatie voor welke doelgroep interessant is en welke communicatiekanalen daar het beste bij passen.

De rekenkamercommissie beveelt aan om folders beschikbaar te stellen, onder meer bij gezondheidscentra.

Over belangrijke onderwerpen maken we, samen met partners, folders. Enkele voorbeelden zijn Zwijndrechtvoorelkaar, het Vivera-wijkteam, de Vivera mantelzorgpas, CJG-diensten (Centrum voor Jeugd en Gezin) en activiteiten, Beleef Zwijndrecht, De Buurtaanpak activiteiten en onderwerpen, GoodtoKnow, Gezonde School en JOGG-onderwerpen (Jongeren Op Gezond Gewicht).

Deze folders verspreiden we in de wijken door middel van de folderrekken bij de wijkpunten, via gerichte activiteiten, partnerlocaties en via bewoners en vrijwilligers zelf. Ook partners zoals MEE, Aafje en Diverz maken gebruik van deze rekken om hun diensten en activiteiten kenbaar te maken.

Ook via het Stadsnieuws komt informatie bij de inwoners. De gemeente publiceert zeer regelmatig in het Stadsnieuws over Vivera, de inlooppunten, belangrijke telefoonnummers en activiteiten. Het Stadsnieuws is onderdeel van Weekblad De Brug, dat wekelijks huis-aan-huis wordt verspreid.



Stadsnieuws wordt ook ingezet om specifiek aandacht te geven aan een thema of bijzondere dag, denk aan Wereld Alzheimerdag, Vivera mantelzorg, Kletsboek festival en de Week van de Opvoeding. Bij elk Vivera-wijkpunt hebben we een stapeltje gemeentegidsen neergelegd. Informatie, zoals adresgegevens en telefoonnummers van de gemeente, instanties en verenigingen zijn daarin te raadplegen.

De rekenkamercommissie beveelt aan om schriftelijk voorlichtingsmateriaal bijvoorbeeld beschikbaar te hebben bij gezondheidscentra. Wij zien dat het Huisartsengenootschap (NHG) hierop een ander beleid voert. Het NHG stelt patiëntenfolders samen voor meer dan 12.000 leden. De vereniging zag dat huisartsen de folders steeds minder gebruiken en besloot er daarom mee te stoppen. Voortaan kunnen mensen Thuisarts.nl bezoeken voor meer informatie. Mensen die digitaal niet vaardig zijn, kunnen aan hun huisarts vragen om de informatie uit te printen.

Ook als gemeente moeten we scherp zijn bij het kiezen van de juiste communicatiemiddelen. De gemeente informeert inwoners online, via sociale media én zet dus schriftelijke middelen in. Zoals u heeft kunnen lezen, zetten we een breed scala aan communicatiemiddelen (waaronder schriftelijke) in. We kijken voortdurend wie onze doelgroepen zijn en hoe wij onze informatie het beste bij hen kunnen brengen. Het is goed om hierop scherp te blijven, versnippering te voorkomen én een kritische blik te werpen op het brede palet aan communicatiemiddelen. Zijn de communicatiemiddelen wenselijk, voegen ze iets toe, wat is de effectiviteit ervan en hoe efficiënt werken we ermee? Wij gaan daarom de inzet van onze communicatiemiddelen heroverwegen. We pakken dit op bij de communicatievisie die we voor Zwijndrecht gaan opstellen.

Planning

Heroverweging inzet communicatiemiddelen meenemen in communicatievisie voor Zwijndrecht in 2019.

4. Anticipeer op veel gestelde vragen/geef aandacht aan de meldingen

4.1 Seizoenscommunicatie

Wij vinden alertheid van medewerkers van belang om te kijken welke vragen te verwachten zijn. Diverse vragen komen regelmatig terug, omdat ze met een bepaald seizoen te maken hebben. We pakken dit al proactief op via seizoenscommunicatie over onderwerpen van de gemeentewerf. Voorbeelden zijn: zout strooien en bladafval. In de periode dat deze onderwerpen actueel zijn, publiceren we hierover.

Regionaal wordt een pilot voor seizoenscommunicatie voorbereid. Wij overwegen daaraan mee te doen. Binnen gemeenten spelen ieder seizoen typische aan deze tijd gebonden onderwerpen. Met een gezamenlijke campagne binnen de regio zorgen we voor een goede gestructureerde voorbereiding en kunnen we deze communicatie veel efficiënter en effectiever inzetten. We beginnen met het seizoen 'winter'. Onderwerpen hierbij zijn bijvoorbeeld; gladheid, eenzaamheid tijdens de koude wintermaanden en warme truiendag.

Planning

Besluit over meedoen pilot in 4^e kwartaal 2018.

4.2 Meldlijn

U heeft ook aandacht gevraagd voor de berichtgeving vanuit de meldlijn. Communiceer niet dat de melding is afgehandeld, terwijl de klacht voor de inwoner nog bestaat.

Jaarlijks ontvangen wij in Zwijndrecht 4.000 meldingen openbare ruimte, bijvoorbeeld over gras en scheve stoeptegels. Het meldingssysteem is hiermee het belangrijkste service-instrument dat wij voor de openbare ruimte hebben. Op basis van de binnengekomen meldingen hebben wij een beeld van wat er speelt in de samenleving.

Wij hebben geconstateerd dat er behoefte is aan een meer klantvriendelijk meldingssysteem. Het systeem moet bovendien voor onze medewerkers gebruiksvriendelijk en efficiënt zijn. Het huidige systeem voldoet niet meer hieraan.

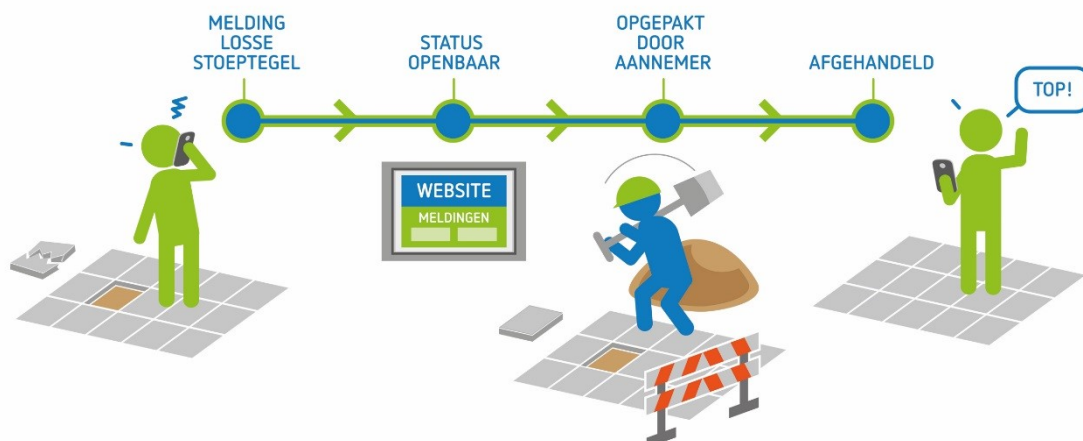
Gezamenlijk met vijf andere Drechtstedengemeenten gaan wij een nieuw meldingssysteem aanschaffen. Daarmee gaan wij belangrijke stappen maken in onze dienstverlening richting inwoners. Melden wordt makkelijk en gebruiksvriendelijk. De status van een melding is altijd inzichtelijk en, indien gewenst, openbaar. Daarnaast behoren de door onze inwoners bekritiseerde statusmeldingen tot het verleden en kunnen we makkelijker en vooral ook persoonlijker communiceren.

We kunnen aannemers toegang verlenen tot ons meldingssysteem, zodat zij zelf meldingen kunnen afhandelen. Zo hebben wij meer toezicht op de kwaliteit van afhandeling van melding door onze aannemers. Meldingen hoeven dus niet meer op afgehandeld gezet te worden zodra ze doorgestuurd worden naar de aannemer. De melding wordt pas op afgehandeld gezet, als de vraag behandeld en beantwoord is.

Met het nieuwe systeem kunnen we ook beter sturen op behandeltijd en hebben we een goed overzicht van welke meldingen veel voorkomen op bepaalde locaties. Op basis van deze gegevens kunnen wij ons beheer beter afstemmen op de behoefte van onze inwoners.

Planning

In het 4^e kwartaal 2018 verwachten wij het systeem voor Zwijndrecht in te kunnen voeren.



5. Actief reageren op en meedenken over ideeën en suggesties voor initiatieven van burgers

5.1 Interactie/participatie

De gemeente zet op meerdere manieren interactie en participatie in. Naast de traditionele manieren van telefonisch en persoonlijk contact zijn in 2017 en 2018 nieuwe mogelijkheden ingevoerd. Het callcenter gebruikt de chatfunctie via www.zwijndrecht.nl. Daarmee is directe interactie tussen de gemeente en de inwoner mogelijk. Ook is het mogelijk om een vraag te stellen via Whatsapp. We willen daarnaast een platform hebben voor verdiepende artikelen of discussie. De gemeentelijke website www.zwijndrecht.nl richt zich op de toptaken van de gemeente en biedt minder mogelijkheden tot interactie. Daarom is er een wijkenwebsite ontwikkeld: www.wijkenzwijndrecht.nl. Deze website geeft veel participatiemogelijkheden: interactie, enquête, smoelenboek, besloten groepen, documenten delen en communiceren op wijkniveau.

Participatie over inhoudelijke thema's is niet nieuw, maar ontwikkelen we continu binnen diverse gemeentelijke onderwerpen. Voor elke wijk in Zwijndrecht is er inmiddels een interactieve Facebookpagina. Andere participatietools die we inzetten, zijn: PAK AAN!, Speelruimte App, aan te schaffen nieuw meldingssysteem, Beleef Zwijndrecht, Vivera, CJG (Centrum voor Jeugd en Gezin), Good2Know (incl. chat en YouTube), Sparen door te besparen! (Armoede) app en De Buurtaanpak. Zo zijn er per onderwerp verschillende voorbeelden van interactieve inwonercampagnes waar gezamenlijk invulling gegeven wordt aan de gemeentelijke thema's.

De huidige mogelijkheden met online communicatie maken het mogelijk meer maatwerk te leveren. Dat is fijn, maar het gebruik van een breed scala aan online communicatiemiddelen kan er ook toe leiden dat de aandacht van de gebruiker versnipperd en dat het ons onevenredig veel tijd kost om de communicatie op deze manier te onderhouden. Zoals wij in hoofdstuk 3.1 aangeven, gaan wij de inzet van onze communicatiemiddelen heroverwegen. Naast de inzet van schriftelijke middelen geldt dat dus ook voor de middelen die wij online gebruiken.



Planning

Wijkenwebsite actief bekendmaken in het 4^e kwartaal 2018.

In 2019 ervaring opdoen met interactie en participatie via de wijkenwebsite.

Heroverweging inzet communicatiemiddelen meenemen in communicatievisie voor Zwijndrecht in 2019.

6. Wijze van communiceren

6.1 Verbinding met de samenleving

Als bestuurders willen we het vertrouwen hebben van onze inwoners en andere betrokkenen in de samenleving. Geloofwaardigheid en hoe we overkomen zijn zaken waarop we kunnen worden aangesproken. Tijdens de vorige college- en raadsperiode hebben we onderzoek laten doen naar het vertrouwen in de gemeente. Daaruit bleek dat responsiviteit en beeldvorming het meest van invloed zijn op vertrouwen. Responsiviteit houdt in: het in woord en daad luisteren naar de inwoners. Beeldvorming begint bij zichtbaarheid.

Iedereen heeft een eigen stijl van communiceren. Alle uitingen bij elkaar geven een beeld. Het beeld ontstaat door wat we zeggen, wanneer en hoe we het zeggen. De communicatiestijl van de gemeente moet passen bij waar we voor staan. Belangrijk daarbij is de manier waarop de buitenwereld tegen ons aankijkt. Past het beeld dat wij als gemeente van onszelf hebben bij de manier waarop de buitenwereld ons ziet? Hoe vinden we aansluiting bij elkaar?

Met communicatieadviseurs bespreekt het college van B&W de manier waarop we communiceren. We kijken wat onze communicatieve uitgangspunten zijn en hoe wij ons kunnen verbinden met de samenleving.

Planning

Communicatieve uitgangspunten benoemen in 4^e kwartaal 2018.

