

Communicatienota 2006-2010
Gemeente Oostflakkee

Inhoudsopgave

Inleiding	3
Leeswijzer	3
Hoofdstuk 1 Oostflakkee in beweging	4
Politieke veranderingen	4
Landelijke ontwikkelingen	4
Staat van de gemeente	4
Imago	4
Hoofdstuk 2 Actoren en hun verschillende rollen	5
Communicatie vanuit verschillende rollen	5
Doelgroepen van de gemeentelijke communicatie	6
Hoofdstuk 3 Moderne overheid	7
Burgerparticipatie	7
Interactieve beleidsvorming	7
Elektronische overheid	8
Verbetering dienstverlening	8
Wet Openbaarheid van Bestuur	9
Veiligheidsregio Rotterdam-Rijnmond	9
Hoofdstuk 4 In- en externe communicatie	10
Interne communicatie	10
Externe communicatie	10
Hoofdstuk 5 Communicatiemiddelen	11
Interne communicatiemiddelen	11
Externe communicatiemiddelen	12
Hoofdstuk 6 Actiepunten	14
Interne communicatie	14
Interne communicatiemiddelen	14
Externe communicatie	15
Externe communicatiemiddelen	15
Onderzoek	16
Media	15

Inleiding

Gemeente Oostflakkee heeft een behoorlijke ontwikkeling doorgemaakt op het gebied van communicatie. In de communicatienota van 2000 lag de nadruk vooral op de interne bewustwording van communicatie en het informeren van de inwoners over het beleid van de gemeente. Hierbij was de gemeente de zender en waren de inwoners de ontvanger.

Inmiddels is de interne organisatie behoorlijk op de hoogte waar communicatie voor staat en wat de mogelijkheden van communicatie zijn. Daarnaast is informeren van burgers niet meer voldoende. De burger wil meer. Waar voorheen nog het informeren van de burger, de voorlichting, een cruciale rol innam, ligt nu de nadruk op interactie tussen burger en bestuur.

De communicatienota is bedoeld als onderliggend beleidsstuk waarop de gehele communicatie wordt afgestemd. In deze nota valt niet te lezen wat welke persoon behoort te doen op communicatiegebied. Ook gaat het niet in op de verschillende onderdelen van de gemeente. In deze nota wordt uitgegaan van één gemeente, bestaande uit gemeenteraad, college, MT, afdelingshoofden en medewerkers. Welke communicatiedoelstellingen per onderdeel gelden, zal worden uitgewerkt in verschillende communicatieplannen, ook wel werkplannen genoemd, die vanuit deze nota worden opgesteld.

De communicatienota is tot stand gekomen door middel van bestudering van de communicatienota 2000 van gemeente Oostflakkee, bestudering van communicatienota's van andere gemeenten, gesprekken met college, MT en collega's, input vanuit de gemeenteraad, bestudering van vakliteratuur en de uitkomsten van het klanttevredenheidsonderzoek 'De Staat van de Gemeente'.

Leeswijzer

Wat valt er wel te lezen in deze communicatienota? In hoofdstuk 1 wordt een beeld geschetst van de ontwikkelingen die de gemeente Oostflakkee momenteel ondergaat en de invloed die deze ontwikkelingen hebben op het te voeren communicatiebeleid. Hoofdstuk 2 gaat in op de verschillende rollen die de gemeente vervult, de soorten burgers waarmee zij te maken krijgt en de verschillende in- en externe doelgroepen. In hoofdstuk 3 wordt de moderne overheid behandeld. In dit hoofdstuk wordt stilgestaan bij wat een moderne overheid is en wat daarmee samenhangt. Hoofdstuk 4 behandelt de interne communicatie en alles wat daarbij komt kijken. In hoofdstuk 5 worden de huidige communicatiemiddelen besproken. Daarbij wordt aangegeven waar voor de gemeente Oostflakkee eventuele kansen liggen en welke verbeteringen nog kunnen worden doorgevoerd. Hoofdstuk 6 vermeldt per onderwerp de actiepunten voor de periode 2006-2010.

Hoofdstuk 1 Oostflakkee in beweging

Oostflakkee is momenteel volop in beweging. Op verschillende vlakken zijn we aan het groeien en ontwikkelen. In dit hoofdstuk staat beschreven welke factoren van invloed zijn op het communicatiebeleid en welke communicatieve vraagstukken een rol gaan spelen in de komende periode.

Politieke veranderingen

In 2006 is een nieuwe gemeenteraad gekozen. Deze gemeenteraad heeft te kennen gegeven de afstand tussen burger en bestuur te willen verkleinen. Als aandachtspunten zijn hierbij opgemerkt dat zowel de gemeenteraad als het college van burgemeester en wethouders vaker en bewuster de dialoog moeten opzoeken en dat zij inwoners sneller en effectiever moeten informeren over zaken die hen aangaan. Ieder doet dit vanuit zijn eigen verantwoordelijkheid. Deze aandachtspunten zijn verder in deze nota uitgewerkt.

Landelijke ontwikkelingen

Het programma Andere Overheid is één van de landelijke ontwikkelingen waaraan wij ons dienen aan te passen. Het programma werkt aan een krachtige overheid, die de samenleving centraal stelt én slagvaardig is. Het programma omvat verbeteracties en initiatieven rond de thema's betere dienstverlening, minder bureaucratie en slagvaardige organisatie. Om als gemeente te voldoen aan dit programma is een andere werkwijze noodzakelijk. Verder verandert de rol van de lagere overheid. Taken die voorheen door de landelijke overheid of externe partijen werden uitgevoerd, worden ondergebracht bij de gemeenten. Hierdoor ontstaat een intensiever contact met de burger, waardoor openheid en vertrouwen belangrijke kernwoorden vormen.

Staat van de gemeente

In het voorjaar van 2006 is een klanttevredenheidsonderzoek 'De Staat van de Gemeente' uitgevoerd onder de inwoners van de gemeente Oostflakkee. Uit het onderzoek kwam een aantal aandachtspunten naar voren, dat onder meer als uitgangspunt dient bij de nieuwe communicatienota. Zo hebben inwoners het gevoel niet voldoende invloed te hebben op het te vormen beleid. Daarnaast geven ze aan meer contact te willen met het gemeentebestuur. De uitkomsten van dit onderzoek spelen een belangrijke rol in de komende periode. Communicatie kan de ondersteuning bieden die nodig is om de ontevredenheid in de komende jaren te verminderen of zelfs geheel weg te nemen.

Imago

Hoewel een imago niet direct te maken heeft met de beweging van de gemeente, heeft het beeld dat de burger van de gemeente heeft zeker invloed op het te voeren communicatiebeleid. Momenteel heeft de gemeente Oostflakkee, evenals andere gemeenten in Nederland, een negatief getint imago. Negatieve berichten bereiken de pers, positieve berichten worden negatief omgebogen door probleemzaken uit het verleden en een sceptisch gevoel ten opzichte van de gemeente is overheersend. Als gemeente moeten wij het vertrouwen van de burger zien terug te winnen. Door openheid in de communicatie, het meer betrekken van de burger en het kwetsbaar opstellen op momenten dat dit mogelijk is, kan het negatieve imago stapsgewijs worden omgebogen van neutraal naar positief.

Hoofdstuk 2 Actoren en hun verschillende rollen

Het is goed om ons te realiseren dat dé gemeente of dé burger niet bestaat. Zowel gemeente als burger vervullen verschillende rollen in de maatschappij. De gemeente als democratisch bestuur, als ontwikkelaar, als beheerder, als handhaver en als dienstverlener. De burger als kiezer, als coproductent, als participant, als onderdaan en als klant. Die verschillende rollen vragen om verschillende manieren van handelen en communiceren.

Rol overheid	Rol burger
Democratisch bestuur: <ul style="list-style-type: none">• weegt belangen af• bepaalt politieke standpunten• neemt beslissingen	Kiezer: <ul style="list-style-type: none">• kiest volksvertegenwoordiging
Ontwikkelaar: <ul style="list-style-type: none">• ontwikkelt beleid	Coproductent: <ul style="list-style-type: none">• denkt mee over planvorming
Beheerder: <ul style="list-style-type: none">• beheert de openbare ruimte	Participant: <ul style="list-style-type: none">• werkt samen bij uitvoering van beheertaken
Handhaver: <ul style="list-style-type: none">• houdt toezicht op naleving van de wet- en regelgeving	Onderdaan: <ul style="list-style-type: none">• houdt zich aan beleid dat in opdracht van of in samenwerking met hem is opgesteld.
Dienstverlener: <ul style="list-style-type: none">• geeft producten af• verleent diensten	Klant: <ul style="list-style-type: none">• neemt producten af (vergunningen, paspoorten, rijbewijzen)

Figuur 1: Verschillende rollen van de overheid en de burger in de samenleving.

Communicatie vanuit verschillende rollen

Elke rol die de overheid vervult, vraagt een andere manier van communiceren.

Rol overheid als democratisch bestuur

De communicatie bij deze rol is onder te verdelen in politieke communicatie en overheidscommunicatie. Bij politieke communicatie is de communicatie gericht op standpunten en meningen van de gemeenteraad en hun optreden als volksvertegenwoordiger. Bij overheidscommunicatie is de communicatie gericht op beleid en daden van de bestuurders.

Rol overheid als ontwikkelaar

De communicatie bij de rol als ontwikkelaar is gericht op ondersteuning bij interactieve beleidsvorming, samenwerking, draagvlakverbreding, kwaliteit en gedeelde verantwoordelijkheid.

Rol overheid als beheerder

Bij de rol van de overheid als beheerder is de communicatie gericht op de samenwerking en uitvoering.

Rol overheid als handhaver

De communicatie bij de rol als handhaver is gericht op acceptatie en naleving van de wet- en regelgeving.

Rol overheid als dienstverlener

De communicatie bij deze rol is gericht op de afzet van het product. Kernwoorden zijn begrijpelijk, toegankelijk, instruerend en overtuigend.

Doelgroepen van de gemeentelijke communicatie

De gemeentelijke communicatie kent verschillende doelgroepen. Deze zijn onder te verdelen in interne en externe doelgroepen.

Intern

- de gemeenteraad (beslissers)
- college van burgemeester en wethouders (bestuurders)
- medewerkers (adviseurs en uitvoerders)

Extern

- alle inwoners van de gemeente Oostflakkee
- intermediairen, zoals media
- instellingen, organisaties, bedrijven in Oostflakkee

Hoewel de gemeenteraad een losstaand onderdeel is van het gemeente met haar eigen specifieke taken, is de gemeenteraad wel opgenomen als interne doelgroep. Zij maken deel uit van de organisatie en worden eerder dan de externe doelgroepen voorzien van informatie.

Hoofdstuk 3 Moderne overheid

Een moderne overheid is een overheid die de kloof tussen burger en bestuur verkleint. Door middel van een open instelling, minder regelgeving en een veranderende rolverdeling tussen burger en bestuur, kan dit worden gerealiseerd. Het vergroten van de effectiviteit, de slagkracht en het 'luisterend' vermogen staan daarbij centraal.

Bij een moderne overheid vormen verschillende thema's een leidraad door de communicatie.

Burgerparticipatie

Burgerparticipatie op lokaal niveau is alles wat burgers doen als zij deelnemen aan activiteiten die de gemeente regisseert. Initiatieven op het terrein van burgerparticipatie moeten elkaar snel opvolgen en herkenbaar zijn als acties waarmee het gemeentebestuur inwoners uitnodigt hun aandeel te nemen in de lokale democratie. Om de verhoudingen echt te vernieuwen moeten we uit andere vaatjes gaan tappen en gebruik maken van vernieuwende methoden en technieken voor contact en uitwisseling. In het burgerjaarverslag geeft de burgemeester aan wat er gelukt is en wat niet, hoe dat komt en wat er verbeterd kan worden.

In Oostflakkee hebben we nog niet veel ervaring opgedaan met een werkwijze waarin we stelselmatig en doelbewust aansturen op de participatie van burgers. Op dit terrein is dus een flinke slag te slaan. De kunst bij het vormgeven van burgerparticipatie is het maken van de omslag van denken naar doen. Het betrekken van inwoners bij het te vormen beleid is een taak van de taakgebieden. De beleidsmedewerker communicatie ondersteunt en faciliteert hierin.

Interactieve beleidsvorming

Interactieve beleidsvorming ligt in het verlengde van burgerparticipatie. Bij interactieve beleidsvorming zoekt de gemeente samen met belanghebbenden, binnen vooraf vastgestelde kaders (tijd, geld, politieke ruimte) naar het gewenste beleid. Bij de besluitvorming komt dan duidelijk naar voren wat er is gebeurd met de inbreng van alle deelnemende partijen.

Interactieve beleidsvorming is anders dan inspraak. Inspraak is een door het bestuur georganiseerde gelegenheid voor burgers om in een vergevorderd stadium van beleidsontwikkeling hun mening te geven. Interactieve beleidsvorming gaat verder. Het vindt eerder en vaker plaats en door de regelmatige inbreng van burgers, ontstaat een gemeenschappelijke visie gedurende het proces.

Bij interactieve beleidsvorming gaat het over meepraten, meedenken, mee-uitvoeren en soms meebeslissen. De kennis die wij zo verzamelen, moeten wij gebruiken en waar mogelijk hergebruiken. Dat is waar het bij interactieve beleidsvorming om gaat: ruimte geven aan leerprocessen, hoor en wederhoor toepassen, besluitvorming verbreden, beleidsprocessen volgen en evalueren en openstaan voor kritiek en vreemde invalshoeken.

Interactieve beleidsvorming is ook een tijdrovend en arbeidsintensief proces en kan leiden tot conflictsituaties en irrationele besluiten. Van alle deelnemers vraagt het aanzienlijke inspanningen en toewijding en het is niet geheel zonder risico's.

Voor interactieve beleidsvorming gelden verschillende voorwaarden. Dit zijn:

- een duidelijk beeld hebben van datgene wat we willen bereiken met interactieve beleidsvorming;
- duidelijkheid scheppen over de vooraf vastgestelde kaders tijd, geld en politieke ruimte;
- duidelijkheid scheppen over de fase van het beleidsproces;
- ruimte creëren voor ieders inbreng en respect hebben voor elkaars positie en deskundigheid;
- alle belanghebbenden moeten gelijkwaardig kunnen deelnemen aan het debat;
- de deelnemers moeten met elkaar het beleidsnetwerk rondom het onderwerp weerspiegelen;
- aandacht hebben voor terugkoppeling naar de deelnemers.

Interactieve beleidsvorming doen we om meerdere redenen. Meestal gelden deze niet altijd allemaal tegelijk. Als we voor de start van een proces aangeven welke doelen ermee gediend zijn, kunnen we misverstanden voorkomen. Hoofddoelen van interactieve beleidsvorming kunnen zijn:

- besluiten zijn gebaseerd op meer kennis;
- er is een verbreding van besluitvorming naar onderwerpen en naar actoren;
- het proces zelf zorgt voor legitimatie en draagvlak;
- de afstand tussen overheid en burger wordt kleiner;
- betrokkenheid en inbreng van burgers voorkomt implementatieproblemen en vertraging later.

Elektronische overheid

Een elektronische overheid is een overheid die ICT inzet in haar beleids- en bedrijfsvoering, dienstverlening en besluitvorming. De hogere overheid heeft besloten dat in januari 2007 65% van de dienstverlening digitaal moet kunnen verlopen.

Belangrijk bij de digitale overheid is dat er een breed draagvlak is binnen de organisatie voor onze website en intranet. Als medewerkers zich betrokken en medeverantwoordelijk voelen bij deze media, gaat de kwaliteit van de informatie die zij ervoor moeten leveren omhoog.

Momenteel hebben wij een geheel vernieuwde website. Een moderne en frisse uitstraling geven uiting van de vernieuwde manier van communiceren van de gemeente Oostflakkee. Naast de uitstraling biedt de website uitbreidingsmogelijkheden om de digitale dienstverlening te verbeteren. Zo zullen in 2007 digitale formulieren in combinatie met de internetkassa de burger de mogelijkheid bieden om vanuit huis op eenvoudige wijze producten van de gemeente op te vragen en te betalen. Dit alles zonder tussenkomst van een gemeenteambtenaar. Daarnaast biedt de website mogelijkheden om de interactie met de burger te vergroten.

Verbetering dienstverlening

De gehele dienstverlening dient de komende jaren te worden verbeterd. Hierbij wordt niet alleen de dienstverlening aan de balie bedoeld, maar dienstverlening in de brede zin van het woord. Dienstverlening naar de burger is ook het verzorgen van een goed leefklimaat in de gemeente. Hiervoor is het noodzakelijk dat bekend is wat er bij de burgers leeft. Het verbeteren van de dienstverlening kan zowel extern als intern gericht zijn. Wij hebben ervoor gekozen om in het project 'Betere dienstverlening' beiden op te pakken.

Wet Openbaarheid van Bestuur

Sinds de invoering van de Wet Openbaarheid van Bestuur moet de overheid op een andere manier met haar informatie omgaan. Zo dient zij rekening te houden met het feit dat het merendeel van de informatie toegankelijk is voor mensen die belanghebbend zijn en gebruik maken van hun recht door zich te beroepen op deze Wet. Ook wij moeten ons hier meer bewust van worden. Door proactief te handelen en stukken vooraf digitaal beschikbaar te maken, besparen wij ons achteraf het werk.

Veiligheidsregio Rotterdam-Rijnmond

Sinds de gemeente Oostflakkee deel uitmaakt van de veiligheidsregio Rotterdam-Rijnmond is er op het gebied van crisiscommunicatie veel veranderd. Zo zal de komende jaren de samenwerking tussen de verschillende gemeenten binnen de veiligheidsregio verder worden bevorderd en dient binnen de eigen gemeente meer aandacht besteed te worden aan de crisiscommunicatie. Daarnaast is er de verplichting om de rampenbestrijding regionaal op elkaar af te stemmen. Ook het deelplan Voorlichten en informeren valt onder deze regionale afstemming.

Hoofdstuk 4 In- en externe communicatie

Interne communicatie

Interne communicatie is het middel waarmee wij elkaar informeren, instrueren en motiveren voor het realiseren van onze doelen. De strategie, structuur en cultuur van de organisatie beïnvloeden en bepalen het interne communicatiegedrag.

In principe heeft iedereen toegang tot alle informatie, daarom zal er geen onderscheid worden aangebracht in interne doelgroepen. Ons intranet, het personeelsblad en de verschillende overlegvormen zijn het kloppend hart van de interne communicatie.

In de praktijk gaat er over het algemeen minder aandacht naar de interne communicatie, in vergelijking met de externe communicatie. Toch is interne communicatie even zo belangrijk als de externe communicatie. Misschien zelfs wel belangrijker. Interne betrokkenheid van medewerkers levert een bijdrage aan de uitstraling en presentatie van de organisatie in de dagelijkse contacten van medewerkers met de buitenwereld.

Externe communicatie

De afgelopen jaren is de relatie tussen de gemeente en haar inwoners, instellingen en bedrijven onder druk komen te staan, onder meer door de bezuinigingen en de veranderende rol van de (lokale) overheid, maar ook door ingewikkelde projecten en lopende rechtzaken.

In deze communicatienota wordt de noodzaak beschreven om de komende jaren te investeren in het verbeteren van die relatie en de communicatie.

Uit het klanttevredenheidsonderzoek en de gemeentelijke praktijk blijkt dat inwoners van Oostflakkee behoefte hebben aan een betere terugkoppeling van informatie over gemeentelijk beleid en wat er met hun inbreng is gedaan, meer inzicht in waar de gemeente mee bezig is, helder taalgebruik in brieven en gemeentelijke stukken, een persoonlijker benadering (eventueel digitaal), duidelijkere berichtgeving via de media en aantrekkelijkere communicatiemiddelen.

Doordat blijkt dat er onduidelijkheid bestaat over het beleid van de gemeente en men vaak niet begrijpt waarom bepaalde beslissingen zijn genomen, is het van belang om duidelijkheid te scheppen over de plichten die de gemeente heeft bij het opstellen, uitvoeren en handhaven van beleid.

Hoofdstuk 5 Communicatiemiddelen

Voor de interne en externe communicatie gebruiken wij verschillende communicatiemiddelen. Ieder middel heeft zijn eigen doel en kan op verschillende momenten worden ingezet.

Interne communicatiemiddelen

Intranet

Intranet is het nieuwste interne communicatiemiddel dat wij hebben. Het staat nog in de kinderschoen en moet nog verder worden ontwikkeld en ingevuld. De bedoeling is dat intranet het mailverkeer naar iedereen drastisch verminderd, door vragen, nieuwsberichten, plannen en richtlijnen op intranet te plaatsen. Daarnaast kan het intranet een hulpmiddel zijn bij onze dagelijkse werkzaamheden.

Burokraat

De Burokraat is ons personeelsblad. Het blad is vooral bedoeld ter ontspanning en is weinig tot niet werkgerelateerd. Deze insteek is een bewuste keuze geweest en zal in de toekomst worden voortgezet. Het personeelsblad is een goed gelezen communicatiemiddel, zowel door de eigen medewerkers als door de achterban thuis.

Nieuwsbrief FZ

De Nieuwsbrief FZ wordt ongeveer vier keer per jaar uitgebracht. Hierin staan de laatste ontwikkelingen binnen de organisatie op ICT-gebied. Momenteel wordt deze nieuwsbrief nog als afzonderlijk communicatiemiddel verspreid, maar wellicht dat dit in de toekomst een plek krijgt op het Intranet.

Overleg

Een van de meest voorkomende communicatiemiddelen in onze organisatie is het overleg. Ieder taakgebied heeft ermee te maken en heeft hiervoor zijn eigen invulling. Overleg kan zijn in groepsverband of in een gesprek tussen twee personen. In ieder overleg staat centraal dat er iets besproken dient te worden. Het overleg is de meest persoonlijke communicatie, die wij intern hebben. Vaak is het ook een effectief middel. Belangrijk is echter dat wij in de gaten blijven houden dat het overleg niet plaatsvindt om het overleggen, maar omdat wij er iets mee willen bereiken.

College- en raadsvoorstellen

Als wij informatie aan het college of raad zenden, wordt dit vergezeld door een college- of een raadsvoorstel. Het college- en raadsvoorstel zijn belangrijke interne communicatiemiddelen, aangezien een ieder die dit invult hierin alle overwegingen weergeeft die in het voortraject hebben plaatsgevonden. Op die manier worden het college en de raad in een relatief korte tijd geïnformeerd over de bewandelde stappen in het gehele traject. Ook voor de indiener van het voorstel is het een handig middel, omdat dit de indiener verplicht na te denken over de genomen stappen en dit in een helder verhaal op papier te zetten. Daarnaast worden deze voorstellen vaak voorzien van een advies.

Memo

Een memo is een minder vaak gebruikt intern communicatiemiddel. Als het gebruikt wordt, is het vooral bedoeld als toelichting op de toegezonden informatie. Er wordt ook vaak uitgeweken naar het versturen van een e-mail om deze informatie door te geven.

E-mail

De laatste jaren is het e-mailverkeer flink toegenomen. Wat voorheen nog bestond uit af en toe een mailbericht, is inmiddels ontwikkeld tot een dagelijkse bezigheid. Belangrijk is echter dat wij ervoor waken dat onze werkzaamheden niet worden geleid door de ontvangen mailberichten. Hoewel het een eenvoudig en snel middel is om in te zetten, kan het ook een storingsfactor zijn tijdens andere werkzaamheden.

Externe communicatiemiddelen

Media

Een belangrijk middel om de burger te bereiken zijn de media. De media bepalen grotendeels het imago van de gemeente. Hierbij is een onderscheid te maken tussen de lokale, regionale en landelijke media. Wij kunnen een actieve rol vervullen bij het attenderen van de media op onderwerpen die spelen binnen de gemeente door hen vroegtijdig te voorzien van volledige informatie. Daarbij is het van belang dat een goede relatie wordt opgebouwd met de verschillende journalisten, zodat ook hier een vertrouwensband ontstaat.

Naast de lokale, regionale en landelijke media, kennen wij in onze gemeente ook 'kritische' websites. Hoewel deze websites formeel gezien niet gerekend mogen worden tot de schrijvende pers, zijn het zeker geen websites die we over het hoofd mogen zien. Door medewerking te verlenen en ook hen vroegtijdig te informeren, versterkt de relatie tussen de oprichters van de websites en de gemeente. Daarnaast draagt het verstrekken van dezelfde informatie naar alle media bij aan het eenduidige beeld dat wij naar buiten willen brengen.

Website

Een steeds belangrijker middel om externe doelgroepen te bereiken is het digitale middel; de website. Op het gebied van de website liggen voor ons nog heel wat kansen. Zo kunnen we de website gebruiken om stukken ter inzage daadwerkelijk digitaal ter inzage te leggen, kunnen bestemmingsplannen digitaal op te vragen zijn en kunnen vergunningen en uittreksels digitaal worden aangevraagd en betaald.

Maar niet alleen het voorzien van meer informatie is een kans voor ons. Ook het actief betrekken van burgers bij opinievorming of beleidsvorming biedt ons vele mogelijkheden. Zo heeft onze vernieuwde website de mogelijkheid om door middel van een poll de mening van de burger te peilen. Een middel voor het college om vooraf plannen en ideeën te toetsen bij de burger. Daarnaast beschikken wij over een digitaal forum, waarop de onderbouwing van een mening naar voren kan komen. De gemeenteraad zou goed gebruik kunnen maken van dit middel. Door het volgen van de discussie en eventueel het deelnemen hieraan, kan de raad een goed beeld krijgen van wat de inwoner van Oostflakkee wil.

Burgerjaarverslag

Het burgerjaarverslag is zowel een intern als extern communicatiemiddel. Enerzijds is het bedoeld als verantwoording van de burgermeester aan de gemeenteraad. Anderzijds is het ter verantwoording aan de burgers. Door het burgerjaarverslag in te zetten als een volwaardig communicatiemiddel, kan hier een behoorlijk kans voor ons liggen. In de tijd van openheid en betrokkenheid, is het burgerjaarverslag het middel bij uitstek om hier gehoor aan te geven. Door aan te geven welke vooraf gestelde doelen zijn bereikt en uit te leggen waarom andere doelen niet zijn bereikt, verantwoorden wij ons naar zowel burger als gemeenteraad. Niet alleen geven wij aan wat wij het afgelopen jaar gedaan hebben, maar tevens geven wij aan wat wij het komende jaar willen verbeteren.

Om het burgerjaarverslag bij meerdere burgers te krijgen en daarmee ook te zorgen dat het meer gelezen wordt, is het verstandig het burgerjaarverslag op te nemen in de gemeentegids. Deze gids wordt huis aan huis verspreid.

Gemeentegids

De gemeentegids is één van de communicatiemiddelen, die veel informatie bevat over onze gemeente en huis aan huis wordt verspreid. Aangezien dit middel een groot bereik heeft, moeten wij meer gebruik maken van de mogelijkheden van het middel. In 2007 gaat een andere aanbieder onze gemeentegids uitbrengen. Met dit nieuwe contract hebben wij de mogelijkheid om gratis meer informatie over onze gemeente op te nemen in deze vernieuwde gids. Naast het opnemen van het burgerjaarverslag, kunnen onderwerpen als jeugd- en jongerenbeleid, ouderenbeleid, milieu en zorg een prominente rol innemen.

Mailings

Regelmatig versturen wij mailings naar onze inwoners. Door tijdgebrek wordt er vaak voor gekozen om de mailing in een briefvorm te gieten. Afhankelijk van het onderwerp, kan dit ook. Soms echter moeten wij ons ervan bewust zijn dat een andere vorm wellicht een ander doel bereikt. Door afwisseling in de vorm, worden mensen in het algemeen vaker en beter bereikt. Ook dient er rekening gehouden te worden dat mailings vaak tussen de reclamefolders terecht komt en daarmee bij het oud papier verdwijnt.

Brochures/folders

Momenteel hebben wij verschillende brochures en folders afkomstig van verschillende taakgebieden. Deze brochures worden uitgebracht om extra informatie te geven over specifieke onderwerpen. De huidige brochures en folders worden veelal gemaakt door de taakgebieden zelf. Hoewel geprobeerd wordt de huisstijl zoveel mogelijk toe te passen, heeft toch iedere brochure en folder een andere uitstraling. Verder professionaliseren van de brochures en folders en het doorvoeren van de huisstijl behoort dan ook tot de aandachtspunten in de externe communicatie.

Publicaties

Iedere week plaatsen wij publicaties in de lokale kranten Ons Eiland en Eilanden Nieuws. Momenteel zijn deze publicaties voornamelijk bedoeld om de verplichte publicaties weer te geven. Ook kan het gebruikt worden om een melding te doen voor een inwonersavond, de sluiting van het gemeentehuis of een oproep om in gesprek te gaan met het college.

Advertenties

Een advertentie is een traditioneel middel om de burger te bereiken. Vaak wordt dit middel ingezet bij eilandelijke samenwerkingsverbanden of bij werving van nieuw personeel. Het plaatsen van een advertentie in de krant is een relatief duur middel. Wel is het een effectief middel en blijkt uit reacties van inwoners dat het vaak wordt gelezen.

E-mail

Ook extern wordt het e-mailverkeer steeds belangrijker. Steeds vaker komen mailberichten van buiten onze organisatie in en steeds vaker gebruiken wij zelf het middel om snel een antwoord terug te sturen. Ook hier moeten wij ervoor waken dat het niet onze dagelijkse werkzaamheden bepaalt. Daarnaast moeten wij ons ervan bewust zijn en blijven dat het versturen van een e-mail hetzelfde is als het versturen van een brief. Het is een gemeentelijk communicatiemiddel en het dient dan ook dezelfde vorm aan te houden.

Digitale nieuwsbrief

Via de website kunnen mensen zich abonneren op onze digitale nieuwsbrief. De abonnees worden door middel van een overzicht van het laatste nieuws geïnformeerd over de laatste ontwikkelingen van onze gemeente. Ook kunnen de abonnees aangeven of ze naast de digitale nieuwsbrief een overzicht van de wekelijkse publicatie en een lijst van de evenementen willen ontvangen. Aangezien het aantal aanmeldingen toeneemt, ligt ook hier nog een kans voor ons om dit middel verder te ontwikkelen en wellicht vaker in te zetten voor specifieke projecten.

Hoofdstuk 6 Actiepunten

In dit hoofdstuk staat een aantal actiepunten per onderwerp aangegeven, waar wij als gemeente de komende vier jaar aan moeten gaan werken. Ongetwijfeld zal er een overlap zijn met de ideeën, die voortkomen uit de denktanks dienstverlening. Het kan dus zijn dat deze actiepunten nog worden aangepast, dan wel uitgebreid.

Interne communicatie

1. Doelstellingen formuleren per taakgebied:
Per taakgebied worden doelstellingen geformuleerd, die aangeven wat het taakgebied voor een bepaalde periode wil bereiken. Hierdoor is iedereen in de organisatie op de hoogte is van elkaars werkzaamheden.
2. Actiepunten formuleren uit doelstellingen:
Per jaar wordt een aantal actiepunten gehaald uit de doelstellingen, die het taakgebied in het komende jaar wil realiseren. Deze actiepunten komen in het burgerjaarverslag aan bod. Door aan te geven welke actiepunten behaald zijn, kunnen wij verantwoording afleggen aan de inwoners. Daarnaast maakt het intern inzichtelijk welke afdeling met welke actiepunten bezig is, zodat werkzaamheden beter op elkaar afgestemd kunnen worden.

Interne communicatiemiddelen

3. Intranet uitbouwen tot volwaardig communicatiemiddel
Verder uitbreiden van de informatie op intranet. Zorgen dat intranet via de startpagina open, zodat iedereen bij het opstarten van de computer eerst intranet krijgt te zien.
4. Opnemen communicatieparagraaf bij collegevoorstellen:
Ieder taakgebied dient in zijn collegevoorstel een communicatieparagraaf op te nemen. Ten eerste zorgt dat ervoor dat beleidsambtenaren vooraf nadenken over wat gedaan kan worden op het gebied van communicatie. Ten tweede zorgt een communicatieparagraaf ervoor dat inzichtelijk wordt voor BBCO/Communicatie welke werkzaamheden de komende periode een rol gaan spelen. De inhoud van deze communicatieparagraaf dient samen met de beleidsmedewerker communicatie opgesteld te worden.
5. Opstellen en invoeren huisstijlhandboek:
Door het opstellen van een huisstijlhandboek en deze intern ook in te voeren, voorkomen we dat verschillend naar buiten wordt getreden. Daarbij moet worden uitgewerkt hoe wij dit gaan handhaven.
6. Uitwerken communicatieplannen:
Vanuit de communicatienota zullen per onderwerp verschillende communicatieplannen worden opgesteld. Deze plannen, ook wel werkplannen genoemd, beschrijven wat wij met dat onderwerp willen bereiken en hoe wij dat met communicatie voor elkaar willen krijgen. Deze plannen bestaan over het algemeen uit hapklare brokken, die het werkproces vergemakkelijken.

Externe communicatie

7. Bevorderen helder taalgebruik:
Taalgebruik in externe communicatiemiddelen (zoals brieven) moet minder ambtelijk worden. Ook moeten wij ons bij het opstellen van beleidsstukken bewust zijn dat in het kader van de Wet Openbaarheid van Bestuur zo goed als alles openbaar is en dus helder en makkelijk leesbaar moet zijn. Door middel van een cursus alle medewerkers hiervoor opleiden.
8. Stimuleren interactie bestuur en burger:
De eerste stap die gezet moet worden is de bewustwording van het belang van de interactie. Zodra iedereen binnen de organisatie inziet dat het opzoeken van de interactie kansen biedt voor de toekomst, kan gekeken worden naar de manieren om dit aan te pakken. Momenteel bevinden wij ons in deze bewustwordingsfase.
9. Stimuleren samenwerking buurgemeenten:
Op het gebied van de externe communicatie kunnen we de samenwerking met de buurgemeenten vaker opzoeken. Aangezien veel onderwerpen landelijk of eilandelijk uitgevoerd dienen te worden, zorgt dit uiteindelijk voor tijdsbesparing.

Externe communicatiemiddelen

10. Externe communicatiemiddelen aanpassen aan huisstijl:
Alle externe communicatiemiddelen aanpassen aan de huisstijl. Op deze manier is in één oogopslag duidelijk dat het middel een gemeentelijk product is.
11. Communicatiemiddelen professionaliseren:
Momenteel worden veel brochures en mailings zelf gemaakt, uitgeprint en ingebonden. In de komende vier jaar gaan wij kijken hoe deze middelen, binnen het daarvoor beschikbare budget, geprofessionaliseerd kunnen worden.
12. Uitbreiden mogelijkheden website:
De website biedt ons vele mogelijkheden om het contact tussen burger en gemeente te verbeteren. Hierbij kan gedacht worden aan het verbeteren van de dienstverlening door invoering van DigiD en de internetkassa, het bevorderen van de interactie met inwoners door het actief gebruiken van het online forum en het verder uitbreiden van de beschikbare informatie.

Media

13. Bevorderen pro-actief mediabeleid:
Vaker en actiever betrekken van de media, door middel van persgesprekken en persberichten. Hiermee tevens het relatiebeheer bevorderen.
14. Versturen collegeflitsen:
Na iedere collegevergadering kan een korte collegeflits gemaakt worden, waarin de belangrijkste onderwerpen en collegebesluiten in verhaalvorm vermeld worden. Deze collegeflits kan vervolgens naar de media gestuurd worden voor eventuele publicatie in de kranten.
15. Positieve ontwikkelingen vaker melden:
De komende periode moeten we ons bewuster worden van positieve ontwikkelingen in de gemeente. Leuke en prettige dingen, dingen die goed zijn gegaan, gaan we vaker melden. Daarnaast kunnen ook activiteiten worden opgepakt die publiciteit trekken. Denk hierbij aan bijvoorbeeld een gezamenlijke vuurwerk-opruimdag op 1

januari van het nieuwe jaar of het maken van een wijkwandeling van burgemeester of wethouder samen met burgers en media.

Onderzoek

16. Bestuurskrachtmeting:
Door een extern bureau de bestuurskracht van onze organisatie laten meten. Hierdoor wordt inzichtelijk waar wij als gemeente staan en hoe wij dit eventueel in de toekomst kunnen versterken. Wellicht dat hieruit weer nieuwe actiepunten naar voren komen.
17. Klanttevredenheidsonderzoek 'De Staat van de Gemeente':
Het klanttevredenheidsonderzoek 'De Staat van de gemeente' laten we iedere twee jaar uitvoeren. In twee jaar tijd is het mogelijk om ingezette verbeteringen zichtbaar te maken. Het onderzoek vormt de basis voor de verbetering van de dienstverlening.
18. Burgerpanel:
Door het instellen van een burgerpanel, bestaande uit inwoners, raadsleden en ondernemers, kunnen wij communicatiemiddelen toetsen, evalueren en daar waar nodig aanpassen. In eerste instantie kan een burgerpanel gebruikt worden voor de verbetering van de digitale dienstverlening.
19. Medewerkerstevredenheidsonderzoek:
In de komende vier jaar laten wij elke twee jaar een medewerkerstevredenheidsonderzoek uitvoeren. Communicatie zal hierin een cruciale rol spelen.
20. Verbetering interactieve beleidsvorming:
Door afstudeerstagiaire communicatie onderzoek laten doen naar interactieve beleidsvorming binnen onze gemeente en hoe dit verbeterd kan worden. Tevens de reeds gehouden participatieavonden evalueren.