



Gemeente
Zoeterwoude

3 februari 2015



Gemeente Zoeterwoude

*Communicatiebeleidsplan
2015-2019*

Gemeente Zoeterwoude

Communicatiebeleidsplan 2015-2019

Datum 3 februari 2015

Uitgave Gemeente Zoeterwoude

Projectleiding Lisette Roosing

Inhoudsopgave

Hoofdstuk 1: Inleiding	5
Hoofdstuk 2: Basis voor nieuw beleid	6
2.1 Ontwikkelingen vakgebied communicatie.....	6
2.2 Ontwikkelingen in Zoeterwoude	6
2.3 Toenemend aantal wettelijke verplichtingen	7
2.4 Toekomstvisie Zoeterwoude.....	7
2.5 Coalitieakkoord 2014-2018.....	7
Hoofdstuk 3: Communicatiespeerpunten.....	8
3.1 Dichtbij de inwoner staan	8
3.1.1 <i>Hoe willen we dit bereiken?</i>	8
3.1.2 <i>Acties</i>	9
3.2 Verantwoordelijkheid nemen	10
3.2.1 <i>Hoe willen we dit bereiken?</i>	10
3.2.2 <i>Acties</i>	11
3.3 Verbinden	11
3.3.1 <i>Hoe willen we dit bereiken?</i>	11
3.3.2 <i>Acties</i>	13
Hoofdstuk 4: Wat moet er gebeuren?	14
4.1 Uitvoeren acties speerpunten.....	14
4.2 Lopende communicatie en projectcommunicatie	14
4.3 Communicatiemix	14
4.3.1 <i>Persoonlijk contact</i>	14
4.3.2 <i>Digitaal</i>	15
4.3.3 <i>Print</i>	15
Hoofdstuk 5: Rolverdeling	16
5.1 Gemeenteraad.....	16
5.2 College van B en W	16
5.3 Directie en management team	16
5.4 Ambtelijke organisatie.....	16
5.5 Klantcontactcentrum	16
5.6 Servicepunt71 en overige samenwerking in de regio.....	17
5.7 Team communicatie	17
Hoofdstuk 6: Financiën en personele inzet.....	18
Bijlage 1: Tien spelregels voor behoorlijke burgerparticipatie	19
Bijlage 2: Planning en uitvoering	21

Hoofdstuk 1

Inleiding

Voor u ligt het communicatiebeleidsplan 2015-2019. Dit plan is bedoeld om richting te geven aan de communicatie van de gemeente Zoeterwoude voor de komende vier jaar.

Waarom dit communicatiebeleidsplan? Een communicatieplan helpt om de visie voor de komende jaren helder te krijgen en om prioriteiten te stellen. Daarnaast biedt het handvatten voor de concrete aanpak en planning van communicatieactiviteiten. De bestaande nota communicatie (2000) is niet actueel meer. Er is veel veranderd sinds de vorige nota communicatie. Wat zijn de belangrijkste ontwikkelingen in het communicatievak? Welke ontwikkelingen zijn er in de gemeente Zoeterwoude? Wat is de toekomstvisie op lange termijn van gemeente Zoeterwoude? En wat is de visie van het nieuwe college voor de komende 4 jaar? De antwoorden op deze vragen vormen de input voor dit communicatiebeleidsplan. Geen dichtgetimmerd plan met een overzicht van alle in te zetten communicatiemiddelen, maar drie speerpunten met bijbehorende doelen en suggesties voor concrete acties om die doelen te bereiken. Een flexibel plan waar we de komende 4 jaar mee vooruit kunnen en waarmee we goed kunnen blijven kijken en luisteren naar en vervolgens inspelen op de omgeving. De speerpunten in dit plan sluiten aan bij de kernpunten van de toekomstvisie en het coalitieakkoord. Op die manier kan de communicatie bijdragen aan het bereiken van de doelen in het coalitieakkoord en aan het uitdragen van de gewenste identiteit volgens de Toekomstvisie van gemeente Zoeterwoude.

Hoofdstuk 2

Basis voor nieuw beleid

De ontwikkelingen in de communicatie, de ontwikkelingen in Zoeterwoude, wettelijke verplichtingen, de Toekomstvisie van Zoeterwoude en de inhoud van het coalitieakkoord vormen de input voor het nieuwe communicatiebeleid.

2.1 Ontwikkelingen vakgebied communicatie

Het communicatievak staat voor grote veranderingen. Betteke van Ruler (2012) noemt drie belangrijke trends in de communicatie:

- van offline naar online (digitalisering)
- de vertrouwenskwestie ¹
- de communicatieve organisatie

Organisaties kunnen zich niet meer veroorloven te denken dat zij de initiator van berichtgeving zijn. De organisatie is slechts een onderdeel van een netwerk en niet het middelpunt. Inwoners en andere belanghebbenden praten zelf en willen graag worden gehoord. Bijvoorbeeld via social media. Als het meezit richten ze zich op de organisatie zelf, als het tegenzit op de hele buitenwereld. Bovendien is niet altijd meer duidelijk wie de belanghebbende is. Organisaties moeten meer gaan luisteren, en daarmee aansluiten op wat in de publieke arena wordt gezegd, bijvoorbeeld op Facebook, Twitter of blogs.

Het vertrouwen van klanten en burgers in organisaties en overheid is landelijk gezien afgenomen. Met 'mooie praatjes' neemt men geen genoegen meer. Dit vraagt om een andere communicatiestijl. Een stijl die verbindend, uitnodigend en empatisch is en die het vertrouwen kan vergroten. Met meer aandacht voor interactie en participatie met inwoners en organisaties.

'Deze tijd verlangt communicatieve organisaties*. Organisaties die voortdurend werken aan hun legitimatie, die stelselmatig bouwen aan de verbinding met de omgeving en die 24/7 verbonden zijn met wat er leeft in de onderstroom,' aldus Betteke van Ruler (2012). Communicatie wordt hiermee de verantwoordelijkheid van de hele organisatie. Iedereen communiceert, van medewerker tot afdelingshoofd of bestuurder. Het team communicatie adviseert, ondersteunt en faciliteert medewerkers hierbij.

2.2 Ontwikkelingen in Zoeterwoude

Uit de resultaten van het onderzoek 'Waar staat je gemeente' blijkt dat het vertrouwen van Zoeterwoudse burgers in het college van B&W wel een stijgende lijn laat zien. Toch bieden de cijfers (een 6,1 in 2007, een 6,7 in 2010 en een 7,1 in 2014) ruimte voor verbetering. Ook de waardering van Zoeterwoudenaren over de informatievoorziening vanuit de gemeente en de invloed op beleid van de burger in 2010 is toegenomen ten opzichte van 2007. Toch krijgen college en medewerkers geluiden dat inwoners niet altijd op de hoogte zijn van wat er speelt in hun gemeente. Ook blijkt dat bij bijeenkomsten en informatieavonden niet altijd duidelijk is wat

↑

¹ Onder organisaties verstaat Betteke van Ruler zowel organisaties in het bedrijfsleven als overheidsorganisaties (en dus gemeenten)

de participatiemogelijkheden zijn. Wordt er alleen geïnformeerd of is er ook gelegenheid om ideeën in te brengen?

2.3 Toenemend aantal wettelijke verplichtingen

Het aantal wettelijke verplichtingen vanuit de landelijke overheid voor digitale communicatie en informatie-uitwisseling neemt snel toe. Zo moeten gemeenten voldoen aan steeds strengere veiligheidseisen en webrichtlijnen met betrekking tot de website. Ook moeten steeds meer publicaties en diensten digitaal worden aangeboden. Bij informatie-uitwisseling binnen en tussen overheden moet de gemeente voldoen aan landelijke informatiestandaarden.

2.4 Toekomstvisie Zoeterwoude

In de Toekomstvisie Zoeterwoude (2009) staat het volgende over de identiteit van de gemeente Zoeterwoude en de visie op de toekomst: “de essentie van Zoeterwoude 2025: sociaal, weids, groen en ondernemend.” Vooral de uitwerking van ‘sociaal’ is van belang voor dit communicatiebeleidsplan: “Zoeterwoude kiest ervoor een gemeente te zijn die dicht bij haar inwoners en bedrijven staat, waarbij ze kwaliteit en dienstverlening levert. De menselijke maat doet er nog steeds toe in Zoeterwoude. Dit is de verdienste van de vele inwoners die oog hebben voor elkaar. Het grote aantal vrijwilligers is hier een uitingsvorm van. De gemeente stelt alles in het werk de gemeenschap optimaal te ondersteunen. Dit doet de gemeente door:

- Een adequaat voorzieningenniveau in stand te houden
- Actief in te spelen op signalen en verzoeken vanuit verenigingen en maatschappelijke organisaties.

Daarbij is uitgangspunt dat inwoners en organisaties zelf verantwoordelijk zijn voor wat er gebeurt in Zoeterwoude en de gemeente dicht bij de bevolking en bedrijven staat.”

2.5 Coalitieakkoord 2014-2018

In april 2014 trad het nieuwe college aan in Zoeterwoude. De titel van het coalitieakkoord 2014-2018 luidt: ‘Dichtbij en verantwoordelijk.’

Het college wil burgers, bedrijven en instellingen centraal stellen, niet het gemeentehuis. En het vertrouwen dat ze van de kiezers krijgt waarmaken door voortdurend contact te onderhouden met burgers, bedrijven en instellingen. Dat geldt bijvoorbeeld voor het informeren over genomen besluiten, maar ook het in een vroegtijdig stadium met betrokkenen in gesprek gaan, uitnodigen en faciliteren om gezamenlijk initiatieven op te pakken en te ontwikkelen.

Eén van de vier kernpunten van het coalitieakkoord is ‘verbindend besturen in samenspraak met burgers en bedrijven’.

In het coalitieakkoord wordt specifiek over communicatie het volgende genoemd:

- De interactie en communicatie met burgers en bedrijven krijgen nieuwe impulsen;
- Burgers worden vroegtijdig betrokken bij veranderingen in de directe woonomgeving;
- Over het verloop en de uitkomst van besluitvorming en werkzaamheden wordt actief geïnformeerd;
- Het college gaat regelmatig ‘de straat op’ voor direct contact met de burger;
- Social media en interactieve media worden ingeschakeld;
- Binnenkort wordt een communicatieplan aan de raad gepresenteerd.

Hoofdstuk 3

Communicatiespeerpunten

De ontwikkelingen in de communicatie, de ontwikkelingen in Zoeterwoude, wettelijke verplichtingen, de Toekomstvisie van Zoeterwoude en de inhoud van het coalitieakkoord vorm en de input voor de volgende communicatiespeerpunten voor de periode 2015-2019:

- dichtbij de inwoner staan
- verantwoordelijkheid nemen
- verbinden

Deze speerpunten sluiten aan bij de kernpunten van de toekomstvisie en het coalitieakkoord. Op die manier kan de communicatie bijdragen aan het bereiken van de doelen in het coalitieakkoord en aan het uitdragen van de gewenste identiteit volgens de Toekomstvisie van gemeente Zoeterwoude.

Per speerpunt wordt hieronder aangegeven wat het doel is en hoe we dit willen bereiken. Ook wordt een aantal concrete acties beschreven. De genoemde acties zijn mogelijke acties en niet bedoeld als 'dichtgetimmerd plan'. Het is belangrijk om flexibel te blijven en mee te kunnen met actuele ontwikkelingen in de omgeving. Als bijvoorbeeld blijkt dat inwoners behoefte hebben aan andere communicatieacties of communicatiekanalen, dan kunnen de acties aangepast worden. Op die manier blijft dit communicatiebeleidsplan houdbaar tot 2019 en kunnen we ons concentreren op de lange termijn.

3.1 Dichtbij de inwoner staan

Gemeente Zoeterwoude wil dichtbij haar inwoners en bedrijven staan en voor iedereen toegankelijk zijn. De drempel om contact met de gemeente op te nemen moet laag zijn.

3.1.1 Hoe willen we dit bereiken?

- Keuze in communicatiekanalen:

Om voor alle inwoners en bedrijven goed toegankelijk te zijn is het belangrijk dat zij zelf kunnen kiezen via welk kanaal ze met de gemeente communiceren. Via de digitale weg of via de 'traditionele' kanalen. De verwachting is dat het gebruik van digitale kanalen zoals websites en social media snel zal toenemen. Gemeente Zoeterwoude zal het gebruik van digitale kanalen uitbreiden en sturen op meer digitale aanvragen van producten en diensten. De traditionele kanalen blijven echter wel beschikbaar, zodat de dienstverlening van de gemeente ook toegankelijk is voor inwoners met weinig computerervaring of inwoners die niet goed kunnen lezen en schrijven. Het is mogelijk dat een deel van de inwoners de voorkeur geeft aan een traditioneel communicatiekanaal, zoals een telefonisch of persoonlijk gesprek in plaats van het sturen van een e-mail.

- Begrijpelijk en transparant communiceren:

Informatie en brieven van overheden zijn vaak onnodig moeilijk geschreven. Het is belangrijk dat iedere medewerker zich bij het schrijven van brieven en stukken ervan bewust is dat de informatie voor alle inwoners begrijpelijk moet zijn.

Uit de cijfers van het onderzoek 'Waar staat je gemeente' blijkt dat de waardering van inwoners over de duidelijkheid van de informatie vanuit de gemeente en het vertrouwen in het college van B&W in 2014 is toegenomen ten opzichte van de cijfers in 2007 en in 2010. Om de communicatie en het vertrouwen verder te verbeteren, moeten transparantie en open en eerlijk communiceren voorop staan.

- Tweerichtingcommunicatie:

Dichtbij de burger staan en toegankelijk zijn, betekent ook dat de gemeente niet alleen moet informeren, maar juist ook goed moet luisteren naar geluiden uit de omgeving en terug moet koppelen naar inwoners. Er moet steeds sprake zijn van tweerichtingcommunicatie en interactie.

- Menselijke maat:

Mensen geven vaak de voorkeur aan een persoonlijke benadering. Ze willen graag alleen voor hen relevante en op hen afgestemde informatie krijgen. Door informatie zoveel mogelijk op maat aan te bieden, is het mogelijk inwoners gericht te informeren en te betrekken. Hierdoor vergroot de effectiviteit van de communicatie. Tijdens een persoonlijk gesprek kan informatie goed afgestemd worden. Maar ook digitale media bieden veel kansen voor het gericht aanbieden van informatie. Bijvoorbeeld de mogelijkheid tot abonneren op een digitale nieuwsbrief over een specifiek project. Of de mogelijkheid om automatisch een melding via e-mail te ontvangen als in de directe woonomgeving een vergunning is aangevraagd of verleend (op basis van postcodegebied).

Bij de dienstverlening is de burger of ondernemer uitgangspunt. Bestuurders, raadsleden en medewerkers moeten toegankelijk en benaderbaar zijn. Of dit nu in persoon, via een brief, via de e-mail, via social media of telefonisch is.

- Herkenbaar communiceren:

De gemeente wil herkenbaar communiceren door steeds op eenzelfde manier, met één gezicht naar buiten te treden. Niet alleen wat betreft inhoud, maar ook in uitstraling en vormgeving.

3.1.2 Acties

- De communicatie via Facebook en Twitter uitbreiden en tweerichtingcommunicatie en interactie via deze media aanmoedigen. Via andere media zoals de website en lokale kranten bekendheid geven aan de mogelijkheid om via social media met de gemeente te communiceren. Richtlijn voor gebruik van social media opstellen en bij groei van het gebruik van social media om met de gemeente te communiceren een deel van de communicatie via social media overdragen aan het klantcontactcentrum. Op dit moment kiest gemeente Zoeterwoude voor de social media platformen Facebook en Twitter. Mogelijk worden in de toekomst andere social media belangrijker in Nederland (zo was Hyves voorheen een populair platform in Nederland en nu niet meer). In dat geval wordt overgestapt op andere social media kanalen.
- Het college van burgemeester en wethouders gaat 'de straat op' voor direct contact met inwoners.
- Bloggen door college over vragen die spelen en lezer mogelijkheid geven te reageren.
- Onderzoeken mogelijkheid plaatsen digitaal informatiepaneel bij ingang gemeente.

- Medewerkers stimuleren om bijvoorbeeld de workshop 'lezersgericht formuleren' via Academie71 te volgen. A4 maken met 10 belangrijke tips voor begrijpelijk schrijven.
- Meer digitale informatie op maat aanbieden (bijvoorbeeld een digitale nieuwsbrief van een bepaald bouwproject) en bekendheid geven aan bestaande mogelijkheden om digitale informatie op maat te ontvangen.
- Meer producten en diensten digitaal aanbieden via de website, inrichting digitaal loket verbeteren en aan laten sluiten bij toptaken, en digitaal aanvragen van producten en diensten stimuleren door duidelijke 'digitaal aanvragen button'.
- Opstellen visie op dienstverlening (voor alle dienstverleningskanalen) in samenwerking met KCC en afdelingen, opstellen plan van aanpak website voor komende 4 jaar
- Huisstijl onderhouden door de reeds bestaande sjablonen voor rapporten en presentaties te implementeren en sjablonen te maken voor ondertekening e-mail.

3.2 Verantwoordelijkheid nemen

De titel van het coalitieakkoord is 'Dichtbij en Verantwoordelijk'. Goede communicatie draagt bij aan het uitdragen van verantwoordelijkheid door de gemeente. Dit doen we door actief en consequent te communiceren over besluiten, uitvoering en processen en door voortdurend contact onderhouden met inwoners, bedrijven en instellingen. Maar de gemeente is niet alleen verantwoordelijk. Burgers zijn ook verantwoordelijk voor zichzelf en hun omgeving en de gemeente helpt waar nodig. Samen zijn gemeente en burgers verantwoordelijk voor de kwaliteit van de leefomgeving. De gemeente bevordert en ondersteunt waar mogelijk initiatieven van burgers om de leefomgeving in een wijk, buurt of straat te verbeteren.

3.2.1 Hoe willen we dit bereiken?

- Actief en structureel communiceren:

Communicatie maakt standaard deel uit van de activiteiten van de gemeente Zoeterwoude. Bij ieder nieuw beleid, project of collegevoorstel moeten medewerkers zich afvragen wat er verandert voor inwoners, of de verandering ingrijpend is en op welke manier hierover het beste gecommuniceerd kan worden. Bij langer lopende projecten en processen is het belangrijk om inwoners structureel te informeren over de voortgang en de afronding. Niet alleen op momenten dat er nieuws te melden is, maar ook als er niets gebeurd is of als er vertraging is opgelopen.

- Continu monitoren:

Verantwoordelijkheid betekent ook dat een project, beleid of communicatiemiddel niet alleen achteraf wordt geëvalueerd, maar dat de voortgang continu wordt gemonitord. Zo kan indien nodig worden bijgestuurd afhankelijk van de situatie.

Monitoren kan naast het intern bespreken van de voortgang bijvoorbeeld door continu contact te houden met direct betrokkenen of door berichten over de gemeente Zoeterwoude op social media te monitoren. Ook wordt gedacht aan het gebruik van digitale enquêtes via de website, het inzetten van een digitaal burgerpanel of een bedrijvenpanel. Voor de langere termijn leveren ook de resultaten van het vierjaarlijkse 'Waar staat je gemeente' onderzoek bruikbare informatie (onderdelen informatievoorziening, klantgerichtheid, vertrouwen burgers in bestuur gemeente en invloed burgers op beleid).

- De gemeente als partner in de netwerksamenleving:

De gemeente Zoeterwoude wil beter aansluiten bij maatschappelijke initiatieven en de dynamiek van de netwerksamenleving. In de samenleving bloeien allerlei initiatieven en netwerken op waar de gemeentelijke organisatie mee kan samenwerken. Welke initiatieven en netwerken komen in de gemeenschap tot bloei? En op welke manier kan de gemeentelijke organisatie daarmee samenwerken?

Gemeenten werken samen met inwoners, bedrijven en maatschappelijke instellingen. Het uitgangspunt is dat iedereen zoveel mogelijk kan meedoen in de samenleving: jong, oud, gezond of met beperking. Daarbij staan de eigen kracht van burgers, de eigen verantwoordelijkheid van burgers en hun sociale netwerk voorop. Ambtenaren moeten de ruimte krijgen om burgers te faciliteren. Vanuit een sleutelpositie gaan zij het gesprek aan met de burgers en doen wat nodig is op basis van een gedeelde verantwoordelijkheid (VNG, 2014). Er is hier dus geen sprake van burgerparticipatie, maar van gemeenteparticipatie. Het is belangrijk dat de gemeente verschillende maatschappelijke initiatieven leert herkennen om ze vervolgens ruimte te geven voor ontwikkeling en verbreding. Dat betekent dat de gemeente niet te snel in moet grijpen, en hoogstens faciliteiten beschikbaar stelt als dat nodig is. Die faciliteiten hoeven niet altijd materieel (geld, menskracht) of formeel (regels, richtlijnen) te zijn. Het kan ook gaan om immateriële en informele faciliteiten: inspireren, verbindingen mogelijk maken, relaties leggen, stakeholders betrekken, de aandacht vestigen op initiatieven, initiatieven symbolisch ondersteunen, communiceren over dat wat burgers en experts doen.

3.2.2 Acties

- Waarborgen dat communicatie standaard deel uit blijft maken van beleid en projecten. Opstellen van een standaard stappenplan en bijbehorende checklists voor projectcommunicatie, zodat het communicatieproces bij elk project hetzelfde is (waarbij de doelen en middelen uiteraard wel verschillen).
- Per afdeling/project een persoon aanwijzen die maandelijks controleert of de communicatie over de voortgang van betreffende projecten op de website van gemeente Zoeterwoude nog actueel is.
- Naast traditionele kanalen via nieuwe media communiceren over beleid, projecten en uitvoering en inwoners stimuleren om te reageren. Social media monitoring opzetten.
- Inzetten digitale enquêtes via website of instellen digitaal burgerpanel of bedrijvenpanel
- Communiceren over en aandacht vestigen op goede voorbeelden van maatschappelijke initiatieven via pers, website en social media.
- Projectleiders, projectmedewerkers en beleidsmedewerkers wijzen op de mogelijkheid om via Academie71 de training 'Overheidsparticipatie als werkwijze: wat is het en hoe doe je het?' te volgen.

3.3 Verbinden

Eén van de vier kernpunten van het coalitieakkoord is 'verbindend besturen in samenspraak met burgers en bedrijven'. De gemeente wil de interactie met burgers en bedrijven nieuwe impulsen geven en burgers vroegtijdig betrekken bij veranderingen in hun directe woonomgeving.

3.3.1 Hoe willen we dit bereiken?

In de participatiewijzer van de Nationale Ombudsman wordt burgerparticipatie als volgt omschreven: "Burgerparticipatie omvat alle methoden om burgers bij gemeentelijk beleid te

betrekken. Het gaat daarbij zowel om de inbreng van burgers op het moment dat er nog beleidsruimte is als om de wettelijke inspraakprocedure.”

- Vormen van burgerparticipatie:

Er zijn meerdere vormen van burgerparticipatie, variërend van het verstrekken van informatie aan burgers, het raadplegen van burgers, het vragen van advies aan burgers, burgers die samen met de gemeente beslissen tot - de meest vergaande vorm – burgers die zelf beslissen. Deze vijf vormen van burgerparticipatie maken deel uit van de zogenaamde participatieladder (informerende, raadplegen, adviseren, coproduceren en (mee)beslissen). Iedere hogere trede op de ladder betekent een hogere mate van interactie en meer invloed voor de burger.

- Participatie in Zoeterwoude tot nu toe:

Gemeente Zoeterwoude maakt regelmatig gebruik van burgerparticipatie bij de totstandkoming van beleid. Bijvoorbeeld bij de Toekomstvisie Zoeterwoude 2025, bij het vormgeven van de bezuinigingen, met de WMO-Seniorenadviesraad of bij het plaatsen van een nieuw speeltuintje in overleg met omwonende kinderen. Tot nu toe is participatie echter vaak op een ad hoc wijze toegepast. Bovendien is meestal nog sprake van de participatievormen informeren en raadplegen (de eerste twee treden van de participatieladder).

- Inwoners vaker, eerder en op nieuwe manieren betrekken:

Gemeente Zoeterwoude wil inwoners vaker en vroegtijdiger betrekken bij plannen. Op die manier kan de gemeente de kennis en expertise in de samenleving optimaal benutten en bovendien meer draagvlak creëren voor beleid. Naast participatie via bijeenkomsten gaat gemeente Zoeterwoude nieuwe media inzetten bij burgerparticipatie. Zo wordt een grotere doelgroep bereikt en kan de keuze van de communicatiemiddelen en de vorm van participatie beter worden afgestemd op de specifieke situatie en doelgroep.

- Behoorlijke en zorgvuldige participatie:

Welke vorm van participatie ook wordt gekozen, het is altijd belangrijk om te zorgen voor behoorlijke en zorgvuldige participatie. De keuze voor de vorm van participatie moet verklaarbaar zijn en de spelregels moeten voor alle betrokkenen duidelijk zijn. De Nationale Ombudsman heeft tien spelregels opgesteld voor behoorlijke burgerparticipatie (zie bijlage 1). Deze spelregels dienen voor gemeente Zoeterwoude als richtlijn om burgerparticipatie de komende jaren verder vorm te geven.

- Nieuwe impuls met beperkte middelen:

Idealiter zouden burgers altijd op het hoogste niveau van burgerparticipatie moeten kunnen meedoen. Dit is in de praktijk echter vaak niet mogelijk. De gemeente Zoeterwoude moet rekening houden met een beperkte ambtelijke capaciteit en beperkte financiële middelen per project. Daarnaast is burgerparticipatie ook niet voor alle onderwerpen geschikt. Wel kunnen we de interactie met burgers een nieuwe impuls geven door burgers waar mogelijk vaker, vroegtijdiger en via andere middelen zoals nieuwe media te laten participeren bij de planvorming.

3.3.2 Acties

De genoemde acties zijn mogelijke acties om de interactie met en de participatie van inwoners te verbeteren. Wij zullen inwoners zelf ook vragen of en op welke manier zij betrokken willen worden en acties hierop afstemmen.

- Bespreken hoe we burgers vaker en vroegtijdiger kunnen betrekken bij het maken van beleid en plannen. Bij elk nieuw project een afgewogen keuze maken voor een van de vijf participatievormen en voor de in te zetten middelen.
- Opzetten nieuwe middelen voor digitale burgerparticipatie (zoals bijvoorbeeld een online platform voor burgerparticipatie). Deze nieuwe middelen worden eerst voor één geschikt project ingezet en geëvalueerd. Bij goede resultaten kunnen de nieuwe middelen voor meer projecten ingezet worden.
- Bij elke mogelijkheid tot participatie via alle communicatiekanalen goed hierover informeren. Ook via social media.
- Bij elk participatietraject vooraf duidelijk maken wat de mogelijkheden en spelregels zijn. Worden inwoners alleen geïnformeerd of kunnen ze ook meepraten of meebeslissen?
- Gedurende een project inwoners regelmatig informeren over wat er gebeurt met hun inbreng. Ook bij uitstel of wijziging van plannen van de gemeente.

Hoofdstuk 4

Wat moet er gebeuren?

Dit communicatieplan is bedoeld om richting te geven aan de communicatie van de gemeente Zoeterwoude voor de komende vier jaar. Vanuit de drie speerpunten 'dichtbij de burger', 'verantwoordelijkheid nemen' en 'verbinden' wegen we steeds af wanneer en op welke manier we communiceren. De speerpunten worden herkenbaar in de keuze voor communicatiemiddelen en in de uitvoering van communicatie.

4.1 Uitvoeren acties speerpunten

Per speerpunt is een doel genoemd en beschreven hoe dit doel bereikt kan worden. Het team communicatie voert samen met de overige afdelingen en het college concrete acties uit om de gestelde doelen te bereiken. In bijlage 2 is een globale planning opgenomen. Een meer gedetailleerde planning wordt gemaakt na behandeling van dit plan in de gemeenteraad. Indien mogelijk worden de acties met de hoogste prioriteit versneld uitgevoerd met behulp van externe ondersteuning. Zo kan de interactie en communicatie met burgers en bedrijven echt een 'impuls' krijgen, zoals in het coalitieakkoord wordt genoemd. Financiering van deze externe ondersteuning kan plaatsvinden vanuit de reserve bedrijfsvoering.

De in dit communicatieplan genoemde acties zijn niet bedoeld als 'dichtgetimmerd plan'. Het is belangrijk om flexibel te blijven en mee te kunnen met actuele ontwikkelingen in de omgeving. Op die manier blijft dit communicatieplan langer houdbaar en kunnen we ons concentreren op de lange termijn.

4.2 Lopende communicatie en projectcommunicatie

Bij elk project en bij de doorlopende communicatie wordt gekeken welke communicatiemiddelen het beste ingezet kunnen worden. De specifieke situatie en doelgroep en de drie speerpunten vormen hierbij het uitgangspunt.

De gemeente Zoeterwoude maakt gebruik van veel verschillende communicatiemiddelen, waaruit voor elke project steeds de beste communicatiemix wordt gekozen.

4.3 Communicatiemix

De bestaande communicatiemiddelen moeten doorlopend onderhouden worden (bijvoorbeeld de gemeentelijke website en het digitaal loket). Ook worden naar aanleiding van nieuwe ontwikkelingen in de communicatie en in Zoeterwoude regelmatig nieuwe middelen toegevoegd (bijvoorbeeld de Facebook pagina van de gemeente Zoeterwoude die in december 2013 van start ging en de raadsinformatie app voor tablets). Hieronder volgt een overzicht van communicatiemiddelen die de gemeente Zoeterwoude inzet.

4.3.1 Persoonlijk contact

- informatie- en inloopavonden
- persoonlijk gesprek
- spreekuur B&W
- collegebezoeken

- college de straat op

4.3.2 *Digitaal*

- website www.zoeterwoude.nl (inclusief digitaal loket en elektronische bekendmakingen)
- sociale media (Facebook, Twitter, LinkedIn)
- digitale columns en blogs collegeleden
- persberichten
- digitale nieuwsbrieven
- digitale gemeentegids
- jaarverslag 'Terugblik op <het voorgaande jaar>'
- online enquêtes
- app raadsinformatie
- mogelijkheid abonneren op informatie op maat via e-mail (abonnement op informatie over bekendmakingen binnen postcodegebied bestaat al, specifieke digitale nieuwsbrieven via de website moeten nog ontwikkeld worden)
- online platform voor burgerparticipatie (moet nog ontwikkeld worden)
- digitaal informatiepaneel (moet nog over besloten en ontwikkeld worden)
- digitaal burgerpanel (moet nog over besloten en ontwikkeld worden)

4.3.3 *Print*

- Gemeenteberichten in Leids Nieuwsblad (een groot deel van de gemeentelijke publicaties in de gemeenterubriek wordt volledig digitaal gepubliceerd volgens de Wet elektronische bekendmaking. In de gemeenterubriek is slechts een verwijzing aanwezig.)
- Gemeentegids
- Folders en nieuwsbrieven
- Begrotingskrant
- Bewonersbrieven
- Spandoeken
- Verkiezingsborden

Hoofdstuk 5

Rolverdeling

5.1 Gemeenteraad

De gemeenteraad geeft in hoofdlijnen opdracht aan het college van B en W en stelt het beleid vast. Daarnaast controleert de raad de uitvoering van dat beleid door het college van B en W. De raad heeft de taak om (wanneer nodig) communicatie met inwoners en ondernemers op de agenda te zetten, te vragen om nieuw beleid, mee te denken en de uitvoering van het communicatiebeleid te controleren. Daarnaast is de gemeenteraad verantwoordelijk voor haar eigen communicatie. De raad wordt hierbij ondersteund door de griffie.

5.2 College van B en W

Het college van B en W geeft opdracht aan de ambtelijke organisatie en stelt prioriteiten. Het college is medeverantwoordelijk voor het uitdragen van het belang van communicatie en heeft een voorbeeldfunctie. Burgemeester en wethouders zetten communicatie op de agenda en zorgen ervoor dat communicatie en participatie een vaste plaats hebben binnen het beleid in hun portefeuilles. De portefeuillehouder communicatie heeft een extra signalerende rol en zorgt ook voor passende beleidskaders. Het college van B en W heeft ook een uitvoerende rol. Bijvoorbeeld deelname aan politieke discussies en voorlichting over politiek gevoelige onderwerpen.

5.3 Directie en Management Team

De directie en het MT van gemeente Zoeterwoude zorgen ervoor dat communicatie en participatie integraal onderdeel uitmaken van de beleidsontwikkeling. Zij zorgen dat er aandacht is voor communicatie en dat er budgettaire en personele ruimte is voor het maken van communicatieplannen en – middelen. Ook zijn ze opdrachtgever voor interne communicatieontwikkelingen, zoals bijvoorbeeld communicatietrainingen en intern communicatiebeleid.

5.4 Ambtelijke organisatie

De verantwoordelijkheid voor goede en tijdige communicatie ligt niet alleen bij team communicatie. Alle medewerkers zijn zelf verantwoordelijk voor de inzet van communicatie binnen zijn/haar werkzaamheden. Team communicatie signaleert, adviseert en ondersteunt hierbij. Bij maatschappelijk gevoelige projecten of bij projecten waarbij meerdere organisaties betrokken zijn, wordt soms gekozen voor centrale communicatie via team communicatie. De milieutaken van de gemeente Zoeterwoude worden uitgevoerd door Omgevingsdienst West Holland (ODWH). Communicatie over deze taken vindt plaats in overleg met ODWH.

5.5 Klantcontactcentrum

Op dit moment is het contact met klanten nog verdeeld in drie loketten: loket burgerzaken, loket Zorg, Werk en Inkomen en het omgevingsloket. Met de komst van het Klantcontactcentrum in 2015 gaat dit veranderen. Inwoners en ondernemers kunnen dan met al hun vragen terecht bij

1 loket: het klantcontactcentrum. Per mail, social media, telefoon of aan de balie in het gemeentehuis. Het klantcontactcentrum krijgt dus een belangrijke taak bij communicatie met en naar inwoners en ondernemers. Bij de inrichting van het klantcontactcentrum zal op dit vlak nauw overleg zijn met team communicatie.

5.6 Servicepunt71 en overige samenwerking in de regio

Servicepunt71 organiseert trainingen voor medewerkers van de vier gemeenten die deelnemen aan het Servicepunt. Op het gebied van communicatie zijn dit bijvoorbeeld de trainingen 'schrijven voor het web' en 'projectcommunicatie'.

De afdelingen Communicatie van de gemeenten Leiden, Leiderdorp, Oegstgeest en Zoeterwoude zijn niet 'overgegaan' naar de uitvoeringsorganisatie Servicepunt71. Wel werken de afdelingen communicatie van de vier gemeenten regelmatig samen. Bijvoorbeeld bij de organisatie van crisis- en risicocommunicatie en bij communicatie over regionale projecten. Daarnaast organiseren de afdelingen communicatie een aantal keer per jaar een kennissessie voor alle medewerkers van de communicatieafdelingen.

5.7 Team communicatie

Het team communicatie is op hoofdlijnen verantwoordelijk voor een aantal vaste activiteiten:

Strategie en advies

- Adviseren college van B en W, afdelingen en gemeenteraad
- Strategisch communicatiebeleid
- Ontwikkeling communicatiestrategieën en communicatiemiddelen
- Huisstijl
- Crisiscommunicatie

Actieve voorlichting

- Informatievoorziening over diensten en beleid
- Interne communicatie

Omgevingsanalyse

- Monitoren social media, volgen van en adviseren over discussies op internet

Ondersteuning en uitvoering

- Checklists, handleidingen en richtlijnen
- Eindredactie

Hoofdstuk 6

Financiën en personele inzet

Het team communicatie heeft een jaarlijks eigen budget van € 36.800 voor het ontwikkelen en onderhouden van algemene communicatiemiddelen. Een deel van dit budget is bestemd voor de advertentiekosten van de wekelijkse gemeenteberichten. De financiering van het onderhoud en de doorontwikkeling van de gemeentelijke website en het digitaal loket vindt plaats vanuit de kostenplaats 'automatisering'. De kosten van communicatiemiddelen voor specifieke projecten worden betaald uit het projectbudget.

Het team communicatie heeft een formatie van in totaal 1,3 fte, verdeeld over de volgende functies: Afdelingshoofd Samenleving (0,1 fte), Communicatieadviseur (0,8 fte) en Communicatiemedewerker (0,4 fte).

Bijlage 1

Tien spelregels voor behoorlijke burgerparticipatie

(Bron: Nationale Ombudsman)

Wat is behoorlijke participatie?

In een behoorlijk participatieproces zijn de volgende drie belangrijke elementen te onderscheiden:

Het is van belang dat bij de voorbereiding goed wordt nagedacht over de vorm van participatie die wordt gekozen: maak heldere keuzen vooraf.

De gemeente moet ook echt geïnteresseerd zijn in en waarde hechten aan de bijdrage van de burger: zorg voor een constructieve houding.

Een goede informatievoorziening tijdens het hele participatieproces is cruciaal voor het welslagen ervan: zorg voor actieve en adequate informatieverstrekking.

Heldere keuzen vooraf

1. De gemeente motiveert of en zo ja hoe ze burgers betreft bij beleids- en besluitvorming. Criteria daarbij zijn: heeft het invloed op de leefomgeving en is er ruimte voor participatie. Deze motivering maakt de gemeente desgevraagd kenbaar.
2. De gemeente maakt participatie een vast onderdeel van het politieke en bestuurlijke besluitvormingstraject.
3. De gemeente gaat zeer terughoudend om met de mogelijkheid participatie te beperken vanwege het algemeen belang. Kiest de gemeente er toch voor burgerparticipatie te beperken dan moet ze deze keuze motiveren.
4. De gemeente bepaalt (aan de hand van de participatieladder), voordat het participatietraject van start gaat, welke rol de burger krijgt:
 - a. meebeslissen;
 - b. coproduceren;
 - c. adviseren;
 - d. raadplegen;
 - e. informeren.
5. De gemeente zorgt voor een zorgvuldig vormgegeven participatieproces. Dit betekent dat de gemeente expliciet maakt:
 - a. welk onderwerp ter discussie staat;
 - b. wie ze bij de beleids-/besluitvorming betreft, dus wie de belanghebbenden zijn;
 - c. op welke wijze ze het participatieproces inricht, zo mogelijk in overleg met de belanghebbenden;
 - d. op welke wijze ze de burger het best kan bereiken, bijvoorbeeld per brief, via de media of huisbezoek. Voor welke wijze ze kiest is mede afhankelijk van de rol die de burger heeft gekregen in het participatieproces.

Constructieve houding

6. De gemeente is oprecht geïnteresseerd in hetgeen burgers naar voren brengen en laat dat merken in woord en daad. Van burgers mag een constructieve bijdrage worden verwacht.
7. De gemeente weegt de inbreng van burgers mee in de uiteindelijke beslissing en maakt dat zichtbaar.
8. De gemeente levert extra inspanning om álle belanghebbenden actief te betrekken, dus ook degenen die zich niet meteen in eerste instantie zelf aanmelden.

Informatieverstrekking

9. De gemeente informeert de burger tijdig en volledig over het onderwerp van participatie, hun rol en de manier waarop het participatieproces vorm krijgt.
De gemeente informeert burgers gedurende het participatietraject regelmatig over wat er gebeurt met hun inbreng. De inbreng van burgers wordt schriftelijk vastgelegd. De gemeente informeert burgers ook over lang stilliggen, uitstel of wijziging van voornemens of plannen van de gemeente. De gemeente motiveert haar besluit waarbij ze aandacht besteedt aan de door burgers naar voren gebrachte (tegen) argumenten.

Bijlage 2

Planning en uitvoering

Actie	Wanneer?
De communicatie via Facebook en Twitter uitbreiden	2014 (3 ^e en 4 ^e kwartaal)
College gaat de straat op	vanaf 2014
Onderzoeken mogelijkheid digitale informatiepanelen	2015
Acties begrijpelijk schrijven bevorderen	2016
Mogelijkheden meer digitale informatie op maat onderzoeken en uitvoeren	2015 (1 ^e en 2 ^e kwartaal)
Huisstijl verder implementeren	2016
Overleg afdelingen hoe nieuwe impuls geven aan burgerparticipatie	2015 (1 ^e kwartaal)
Uitwerken nieuwe impuls burgerparticipatie met o.a. pilot digitale burgerparticipatie via nieuwe media, online participatieplatform of digitaal burgerpanel	2015 (2 ^e kwartaal)
Evaluatie pilot burgerparticipatie en doorontwikkeling	2016
Zorgen dat communicatie standaard deel uit blijft maken van projecten, processen en opstellen van een standaard stappenplan en bijbehorende checklists voor projectcommunicatie	2015 (1 ^e en 2 ^e kwartaal)
Waarborgen dat (project)communicatie website steeds actueel blijft	2015 (1 ^e en 2 ^e kwartaal)
Sociale media monitoring opzetten	2016
Acties afhankelijk van laatste ontwikkelingen	2017 en 2018
Opstellen nieuw communicatiebeleidsplan	2018 (2 ^e en 3 ^e kwartaal)

