

Communicatie in gemeente Haarlemmerliede en Spaarnwoude



Oktober 2013

Inleiding

com·mu·ni·ca·tie (v; meervoud: *communicaties*)

1 contact, gemeenschap; verbinding, verkeer

De bovenstaande omschrijving uit Van Dale toont het al aan: communicatie is een containerbegrip. Dat maakt het soms lastig om uit te leggen waar de afdeling communicatie zich concreet mee bezighoudt. Het is niet in één woord samen te vatten. Alles is immers communicatie.

Dit communicatiebeleid is opgesteld om aan te geven hoe communicatie bij onze gemeente wordt ingezet, op welke manier communicatietaken afgebakend worden en op welke manier communicatiebudgetten worden verdeeld.

Een gemeente communiceert namelijk over het gemeentelijke beleid, enerzijds via wettelijke publicaties anderzijds door in gesprek te treden met burgers (participatie). Vanaf 2008 beschikt de gemeente over een aparte communicatiefunctie: medewerker communicatie en welzijn (0,5 fte voor communicatiewerkzaamheden).

Maatschappelijke trends zoals individualisering, afnemend publiek vertrouwen, digitalisering en netwerksamenleving vragen om een professionalisering van de huidige communicatiefunctie. Een communicatiebeleid vormt de basis van een goede invulling van de communicatiefunctie in de gemeente.

Deel I van dit beleid geeft de visie op de communicatie in onze gemeente weer, deel II betreft een operationeel deel van het beleid: de uitvoering.

Voor de leesbaarheid wordt in dit beleid gesproken over de afdeling communicatie.

DEEL I: VISIE OP DE COMMUNICATIE

Huidige communicatiefunctie in onze gemeente

De afdeling communicatie wordt bij gemeente Haarlemmerliede en Spaarnwoude vooral als uitvoerend instrument ingezet, zoals het ontwikkelen van communicatiemiddelen en het organiseren (of ondersteunen) van activiteiten. Er is weinig aandacht voor (omgevings) onderzoek en voor het opstellen van communicatiestrategieën. Dit houdt verband met de personeelscapaciteit. Daarnaast heeft communicatie geen vaste plek bij de totstandkoming van beleidsnotities of collegebesluiten.

Uitgangspunten communicatie gemeente

Het gemeentebestuur heeft goede communicatie en het op tijd en volledig informeren van de burger, medewerkers en raad hoog in het vaandel staan. Essentieel daarbij is de kwaliteit van de voorlichtingsactiviteiten. Het houdt in dat er voortdurende aandacht is voor duidelijkheid en begrijpelijk taalgebruik in, zowel mondeling als schriftelijk.

Stand van zaken na vijf jaar

Geconcludeerd kan worden dat de wettelijke communicatietaken goed verlopen en ingebed zijn in de organisatie. Vooral op uitvoerend niveau vindt communicatie plaats, zoals ook benoemd in de uitgangspunten van het gemeentebestuur. Echter, de maatschappelijke ontwikkelingen hebben invloed op de huidige communicatiefunctie bij de gemeente. Met een communicatiebeleid kan tegemoet gekomen worden aan die ontwikkelingen.

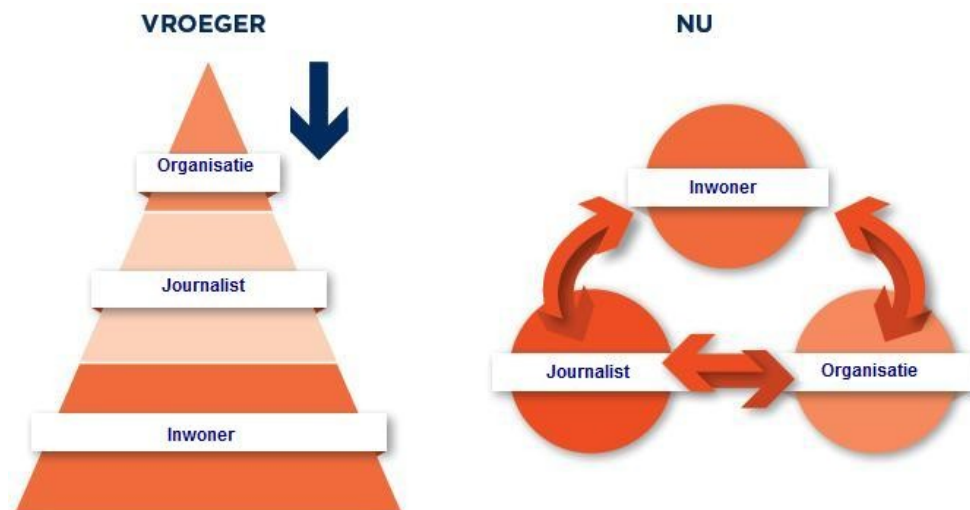
Ontwikkelingen op communicatiegebied

Communicatie die zich richt op het zenden van boodschappen, bedoeld om kennis houding en gedrag te veranderen, voldoet niet langer. Grenzen tussen in- en externe communicatie vervagen door de digitaliseringontwikkeling. Informatie wordt gemaakt, gedeeld en doorgegeven door iedereen binnen en buiten de organisatie. De gemeente moet veel meer luisteren en aansluiten op wat in sociale netwerken, op blogs, etc. wordt gezegd. Monitoren, interpreteren en inspelen op de omgeving is veel belangrijker geworden.

Van offline naar online

Iedereen communiceert en steeds vaker gebeurt dat online. Social media brengt de buitenwereld direct binnen. De rol van opinieleiders moet daarbij niet onderschat worden. Internet is namelijk een 24-uurs medium met een groot bereik. Dat betekent dat de rol van de gemeente anders is geworden. In plaats van zenden en regisseren, is het de uitdaging om te converseren en in contact te staan met de omgeving.

Daarnaast is ook de rol van de klassieke media, zoals kranten, veranderd met de komst van social media (zie schema). Voorheen was er vooral sprake van eenrichtingsverkeer. Nu speelt de inwoner zelf een belangrijke rol in het medialandschap omdat hij eenvoudiger in staat is om zijn mening te delen (via blogs, tweets, etc.). Naast de lokale kranten bestaan er lokale communities waar (groepen) inwoners zich bevinden om meningen en nieuws over de gemeente te delen. Een voorbeeld is de Facebookpagina 'station Halfweg-Zwanenburg'.



Schematisch: de veranderende rol van de media en de organisatie.

Legitimatie

Een andere ontwikkeling op het gebied van communicatie is dat het nu meer gaat om 'welk gevoel heeft men bij de gemeente'. Het is een kanteling van reputatie naar legitimatie (bestaansrecht van de gemeente). Om het gevoel bij de gemeente positief te beïnvloeden is de rol van communicatie gericht op verbindingen maken door open en transparant te zijn, maar vooral ook door bereid te zijn tot veranderen. Uitleggen wordt steeds belangrijker, maar wel op een persoonlijke manier.

De communicatieve organisatie

Iedereen communiceert. Medewerkers en bestuur zijn op elk moment van de dag het visitekaartje van de organisatie. Daarmee wordt communicatie de verantwoordelijkheid van alle medewerkers en is het noodzakelijk de organisatie hierop te attenderen en communicatief te maken. De inhoud van de boodschap en de manier waarop de boodschap aansluit bij wat leeft is nu belangrijker dan de vorm (brief of tweet).

Netwerksamenleving

In deze maatschappij staan dialoog en debat centraal. Het wordt voor de gemeente steeds belangrijker om intern én extern aan te sluiten bij bestaande netwerken. Door een gesprekspartner te worden, is het mogelijk om gezamenlijk resultaat te behalen en een sterke positie in te nemen.

Doorontwikkeling afdeling communicatie

Het inspelen op de maatschappelijke trends en ontwikkelingen in het communicatievak vraagt van de hele organisatie om een andere manier van werken. De afdeling communicatie faciliteert hierin zowel het bestuur als de vakafdelingen.

Buiten naar binnen

De gemeente moet in plaats van het zenden van boodschappen meer inspelen op het luisteren naar haar omgeving. Door de signalen uit de omgeving de organisatie binnen te brengen, krijgt communicatie de functie van verbindingen leggen. Waar nodig dient de organisatie bij te sturen om legitimiteit te behalen. Ofwel, anticiperen op ontwikkelingen in onze samenleving. Het doel hiervan is om inzicht te krijgen in de wensen en behoeften van onze inwoners. Deze signalen kunnen gebruikt worden bij het ontwikkelen en beargumenteren van gemeentelijk beleid.

Social media

Om goed in te kunnen spelen op de ontwikkelingen in onze samenleving, is het noodzakelijk om continu met de omgeving in contact te staan. Social media is hier een bruikbaar communicatiemiddel voor. De afdeling communicatie loopt nu achter op de ontwikkeling van communicatiemiddelen op het gebied van social media. De ambitie is dan ook om naar een meer moderne communicatiefunctie te gaan, wel passend bij onze gemeente.

Omgevingsanalyses

Een omgevingsanalyse vormt de basis van de communicatieadviezen. Een dergelijke analyse is gebaseerd op social media, online- en gedrukte media, politiek bestuurlijke context, welzijnsorganisaties, verenigingen etc. De afdeling communicatie maakt dergelijke analyses in samenwerking met de vakafdelingen.

Communicatieve organisatie

Om mee te kunnen bewegen met de maatschappelijke ontwikkelingen dient de gemeentelijke organisatie flexibel te zijn en snel en adequaat te kunnen reageren. Dit vraagt om een sociale organisatie met communicatieve medewerkers. Een communicatieve organisatie betekent dat de afdeling communicatie niet de regie voert over de communicatie vanuit de organisatie, maar dat anderen in de organisatie geholpen worden om namens de organisatie te communiceren, zoals bereid te zijn om verbinding te maken met de omgeving. Het heeft ook invloed op het gedrag en de cultuur van de gemeente. De organisatiecultuur is niet zomaar te veranderen. Het bestuur en management kunnen wel een positieve invloed uitoefenen op de gewenste cultuur door onder andere voorbeeldgedrag te belonen en successen te communiceren. Een ontwikkeling die verbonden is met de inzet van afdeling P&O.

Adviesrol

Intern zal de afdeling communicatie meer gebruikt moeten worden als adviesfunctie in plaats van uitvoerende functie. Dit kan bereikt worden door eerder (vanaf de beginfase) betrokken te worden bij belangrijke ontwikkelingen of bij beleidsplannen waar inwoners en/of andere belanghebbenden bij betrokken zijn. Dit, om samen met de vakinhoudelijk ambtenaar de communicatiestrategie en aanpak voor burgerparticipatie te bepalen.

Prioriteren

In alle vormen van communicatie wordt prioriteit gegeven aan bestuurspeerpunten, organisatievraagstukken en maatschappelijke issues, die vragen om actie of reactie van de gemeente.

Binnen de kaders

De kerntaken van de communicatiefunctie bij onze gemeente worden hieronder benoemd. Daarbij wordt aangegeven welke ondersteuning communicatie kan bieden en welke verantwoording de vakafdeling zelf draagt. Dit om te voorkomen dat 'alles communicatie is'. Communicatie is een breed begrip: van een informatiepaneel op het station tot een briefje naar de bewoners.

Er wordt onderscheid gemaakt tussen verschillende disciplines. Tabel 1 geeft de specifieke taken gekoppeld aan deze disciplines weer.

Corporate communicatie

Onder deze discipline wordt de communicatieve organisatie verstaan die met één gezicht naar buiten communiceert, afgestemd met de afdeling communicatie (zoals huisstijl, middelen). Doel hiervan is om bij te dragen aan het gewenste imago van de gemeente. Ook portefeuillehouders, die vaak namens de gemeente communiceren, dienen nauw contact met de vakambtenaren en afdeling communicatie te houden om ervoor te zorgen dat informatie en het standpunt van de gemeente eenduidig wordt gecommuniceerd.

Bestuurscommunicatie

Bestuurscommunicatie richt zich onder andere op het ondersteunen van bestuurders door middel van communicatie, zoals input uit de samenleving vertalen naar de organisatie, faciliteren van dialoog met de samenleving, promoten van activiteiten en het motiveren van beleid.

Beleidscommunicatie

De gemeente informeert de samenleving over reguliere werkzaamheden, zoals onderhoud aan wegen en afvalinzameling. Waar mogelijk wordt de samenleving betrokken bij de voorbereiding en evaluatie van beleid (participatie). De afdeling communicatie biedt hierin een ondersteunende en adviserende rol.

Projectcommunicatie

De afdeling communicatie biedt ondersteuning en geeft advies bij gemeentelijke projecten. Projectcommunicatie bevordert de acceptatie van de projectnoodzaak, de projectaanpak en het eindresultaat. Goede communicatie kan een slecht project niet redden. Slechte communicatie kan een goed project wel ernstig schaden. Het is van belang om communicatie bij de start van een project te betrekken om de communicatie te structureren.

Interne Communicatie

Interne communicatie (IC) is er voor het informeren, betrekken, enthousiasmeren, aansturen en binden van medewerkers, maar ook voor het communicatiever maken van de organisatie. Interne communicatie is verbonden met andere disciplines, zoals P&O en ICT. De afdeling communicatie draagt bij aan het ontsluiten en delen van kennis en informatie in de organisatie.

Communicatiediscipline	Specifieke taken
Corporate communicatie	<ul style="list-style-type: none"> – Persbeleid (media watching, actief informeren van pers waar mogelijk, onderhouden perscontacten) – Bewaken, evalueren en bijsturen van de samenhang in communicatie (via communicatiemiddelen) – Bewaken van de huisstijl – Crisiscommunicatie
Bestuurscommunicatie	<ul style="list-style-type: none"> – Communicatieadvies aan bestuurders op beleidsthema's – Betrekken van bestuur bij profilering van beleid (organiseren van interviews, versturen van persberichten, inzet social media) – Media-advies, woordvoering en persvoorlichting – Ondersteunen bij bewonersavonden – Ondersteunen van griffie en college bij (raads)communicatie.
Beleidscommunicatie	<ul style="list-style-type: none"> – In overleg met vakafdeling mate van interactieve beleidsvorming (burgerparticipatie) bepalen – Verzorgen van voorlichting (afval, verkeer, onderhoud) – Verzorgen van de wettelijk verplichte bekendmakingen (Gemeentebblad) – Onderhouden en doorontwikkelen van de gemeentelijke website – Ontwikkeling en productie van communicatiemiddelen (Gemeentebblad, bewonersbrieven, uitnodigingen, etc.)
Projectcommunicatie	<ul style="list-style-type: none"> – Opstellen van communicatieplan – Adviseren van projectleiders en bestuurlijk opdrachtgevers – Onderhouden van contacten met stakeholders (ook organiseren van bijeenkomsten) – Coördineren van omgevingsanalyse
Interne Communicatie	<ul style="list-style-type: none"> – Ondersteunen van directie en management in de communicatie via de lijn (personeelsbijeenkomsten en maandelijkse HenS) – Ondersteunen van medewerkers bij ic- taken (presentaties etc.) – Initiëren en stimuleren van informele communicatie (borrels, sociale media) – Informatiepakket nieuwe medewerkers beschikbaar stellen (i.o.m. Personeelszaken)

Tabel 1

Communicatiemiddelen

Er is een aantal middelen dat onze gemeente gebruikt voor de uitvoering van de bovengenoemde taken.

Externe middelen

Belangrijke communicatiemiddelen t.b.v. de gemeentelijke voorlichting zijn de website, de gemeentegids, de afvalkalender, bewonersbrieven en het Digitale Gemeenteblad.

Er is behoefte aan meer interactieve mogelijkheden en meer informatie over (ruimtelijke) projecten. Steeds meer informatie zal digitaal worden aangeboden. Bij gevoelige projecten of onderwerpen verdient persoonlijke interactie met de betrokkenen de voorkeur, mogelijk in de vorm van gesprekken, werkgroepen en bijeenkomsten.

Social media

De activiteiten die inwoners en ambtenaren online uitvoeren nemen sterk toe en dat vraagt een andere manier van werken van de gemeentelijke organisatie. Voor de gemeentelijke voorlichting worden steeds meer digitale middelen ingezet. Persberichten en gemeentelijke bekendmakingen dienen niet alleen meer via email en de website aangeboden te worden maar ook via social media. Daarnaast vergroot het gebruik van nieuwe (social) media de mogelijkheden om invloed uit te oefenen op beleid, wordt de bereikbaarheid van stakeholders vergroot en draagt het bij aan een grotere transparantie van de gemeentelijke organisatie.

Inzet van social media leidt tot een extra belasting van het personeel. Vaak wordt dit belegd bij afdeling communicatie, echter vragen zijn vaak vakinhoudelijk en kunnen niet afgedaan worden door communicatie. De afhandeling van vragen moet goed worden georganiseerd. Dit houdt verband met het communicatiever maken van de organisatie.

Mediabeleid

De media leveren een grote bijdrage aan de beeldvorming over de prestaties van de gemeente. Berichtgeving in de media moet dan ook actief worden gevolgd. Daarnaast is het van belang om de media goed te bedienen in het verstrekken van informatie.

Huisstijl

Een consequente doorvoering van de huisstijl zorgt voor herkenning bij inwoners, relaties en medewerkers. Een huisstijlhandboek (logo, lettertype, uitwerkingen) ontbreekt bij de gemeente. In samenwerking met de afdeling facilitaire zullen daarom richtlijnen opgesteld moeten worden en toegankelijk worden gemaakt.

Interne communicatiemiddelen

De basis voor een goede IC- structuur is de lijncommunicatie. Deze moet erin voorzien dat informatie van het bestuur, directie en management bij de medewerkers terecht komt en dat de bottom-up communicatie goed geregeld is. In deze organisatie heeft persoonlijk contact de voorkeur boven parallelle middelen. Parallelle communicatiemiddelen zijn wel nodig om de organisatie gelijktijdig te informeren over interne zaken en om communicatieboodschappen die mondeling zijn overgebracht te bevestigen. Het maandelijkse personeelsblad HenS is het belangrijkste interne communicatiemiddel.

Daarnaast organiseert de feestcommissie een aantal plenaire (borrel)bijeenkomsten. Ook wordt bij gelegenheden een personeelsbijeenkomst georganiseerd. Mogelijkheden om via social media (Yammer en Google Docs) intern samen te werken worden niet gebruikt.

Randvoorwaarden

In verband met de omvang van de ambtelijke organisatie is het niet haalbaar om alle genoemde ambities te realiseren. Daarin dient een keuze te worden gemaakt.

Formatie

De huidige formatie voor communicatie is 0,5 fte. Voor het realiseren van alle ambities zou de volgende personeelsinzet wenselijk zijn:

Functie	Aantal	Communicatie-expertises
(Strategisch) communicatieadviseur	0,5	<ul style="list-style-type: none"> – Crisiscommunicatie – Omgevingsanalyse – Interne communicatie – Woordvoering – Eindredactie gemeenteblad – Opstellen van communicatieplannen – Adviseren van college en organisatie op het gebied van communicatie (participatie) – Bijdrage leveren aan het communicatiever maken van de organisatie
Communicatiemedewerker	0,5	<ul style="list-style-type: none"> – Redactiewerk gemeenteblad (foto en tekstverwerking) – Onderhouden social media – Communicatie-uitvoering (persberichten, organisatie bijeenkomsten, etc.) – Produceren van communicatiemiddelen (uitnodigingen, bewonersbrieven, etc.)
Webredactie	0,2	<ul style="list-style-type: none"> – Online redactie website (onderhoud en actualisering website) – Doorontwikkeling website (digitale dienstverlening optimaliseren) – Social media op site beschikbaar stellen en onderhouden. – Website bij crisiscommunicatie
Totaal	1,2	

Tabel 2

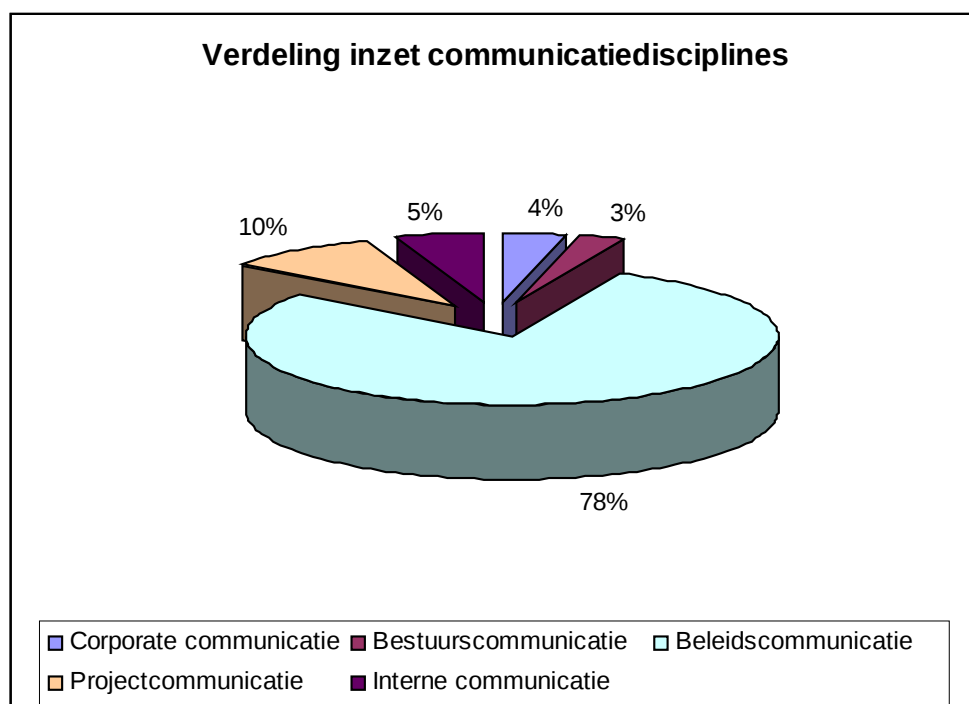
Begroting

Communicatie is hoofdzakelijk een ondersteunende functie in de organisatie, zoals personeelsondersteuning bij bewonersbijeenkomsten, adviseren van vakafdelingen en bestuurders, opstellen van bewonersbrieven/uitnodigingen, etc. Als er besloten wordt om gebruik te maken van social media, dan is daar meer personeelsinzet voor nodig (onderhouden van social media, reageren, monitoren, etc.).

Voor het jaar 2013 is een bedrag van € 33.500 begroot voor de uitvoering van communicatieactiviteiten (exclusief personeelskosten). In verband met het faillissement van De Kleine Media B.V. verschijnt de papieren gemeentekrant niet meer in onze gemeente en is besloten om de krant digitaal uit te geven. Ook de gemeentelijke bekendmakingen worden digitaal gepubliceerd. Het uitgeven van een digitale krant levert een aanzienlijke besparing op. Echter, redactie- en opmaakwerkzaamheden van het Digitale Gemeenteblad zijn intern belegd en hebben geleid tot meer werkzaamheden voor de afdeling communicatie. De bovengenoemde kostenbesparing wordt gebruikt om de extra werkzaamheden van de afdeling communicatie op te vangen en om de communicatiefunctie door te ontwikkelen. Daarvoor wordt een aantal welzijnstaken van de huidige functie 'medewerker communicatie en welzijn' overgedragen naar de functie 'medewerker welzijn' (leidt ook tot uitbreiding van uren 'medewerker welzijn').

De meeste inzet richt zich nu op beleidscommunicatie. Onder deze discipline vallen onder andere het ontwikkelen van communicatiemiddelen (gemeenteblad) en het onderhoud van de website. De kosten voor interne communicatie zijn beperkt omdat er zoveel mogelijk gebruik wordt gemaakt van persoonlijke en digitale communicatie.

Bij een begroting van geplande (ruimtelijke) projecten, dient ook rekening gehouden te worden met communicatiekosten. Dergelijke kosten, zoals locatiehuur en catering tijdens bewonersbijeenkomsten, vallen niet onder het communicatiebudget maar onder het budget van de betreffende afdeling.



Cijfers op jaarbasis

Omschrijving taak	2013	2014
<i>Beleidscommunicatie</i> Digitaal gemeentebblad (publicaties, advertenties en voorlichting)	30.000	10.000 (i.v.m. vervallen papieren gemeentekrant)
<i>Beleidscommunicatie</i> Abonnement Typ3gem (vereniging die zich bezighoudt met doorontwikkeling van gemeentelijke website i.v.m. digitale dienstverlening).	500	750 (i.v.m. doorontwikkeling websites)
<i>Beleidscommunicatie</i> Onderhoud apparatuur (vooral website: zoekmachine, beheer en ontwikkeling e- formulieren, etc.)	2.000	2.000
<i>Beleidscommunicatie en projectcommunicatie</i> Representatie (o.a. kosten t.b.v. gemeentelijke bijeenkomsten zoals veteranendag)	1.000	1.000
Totaal	33.500	13.750

Tabel 3

DEEL II: UITVOERING

De beschreven visie op de communicatie in onze gemeente vraagt om een ontwikkelingsproces dat van invloed is op de gehele organisatie. In dit operationele deel wordt ingegaan op de manier hoe te komen tot deze verandering.

Naar een communicatieve organisatie

De ontwikkelingen in de samenleving vragen om een gemeente die open staat voor dialoog en transparantie. Een communicatieve organisatie vormt daar de basis voor. De stappen die genomen moeten worden om daartoe te komen, worden hieronder benoemd.

1. Nut en noodzaak van communicatie

Op dit moment wordt de afdeling communicatie vooral ingezet bij uitvoerende werkzaamheden. Het beleidsvormingsproces is dan vaak al in gang gezet. De meerwaarde van communicatie tijdens de start van een beleidsvormingsproces is nu nog onvoldoende bekend in de organisatie. Om het huidige interne beeld van de communicatiefunctie bij de gemeente te bepalen, is een (kleinschalig) intern onderzoek wenselijk. Het doel hiervan is om inzicht te krijgen in hoe de collega's de huidige communicatiefunctie zien. Voorbeeld: wordt communicatie alleen gezien om persberichten te versturen en teksten op de website te plaatsen, dan dient er verduidelijking te komen hoe communicatie ook op strategisch niveau kan ondersteunen. Daarnaast wordt inzichtelijk gemaakt welke taken de vakambtenaren onder de eigen verantwoording vinden vallen en welke taken onder de afdeling communicatie.

2. Stel communicatierichtlijnen op

Om te komen tot een communicatieve organisatie die bijdraagt aan de legitimiteit van de gemeente, is het van belang om als organisatie eenduidig te communiceren. Richtlijnen voor de communicatie bieden hiervoor een hulpmiddel. In deze richtlijnen komt aan de orde hoe medewerkers en bestuurders namens de gemeente dienen te communiceren. Hierbij worden ook afspraken vastgelegd over woordvoering en de rolverdeling daarvan. Kortom: wanneer wordt er door wie over welk onderwerp gesproken.

De richtlijnen zijn geen verplichting, maar een hulpmiddel om de gewenste uitstraling van de gemeente te realiseren. Denk aan een factsheet / poster waarop staat wat de gemeente graag wil uitstralen: persoonlijkheid en professionaliteit, deskundig optreden, welwillend zijn, vriendelijk en uitnodigend, snel en adequaat handelen, aandacht voor verzorgende presentatie. Deze begrippen hebben het meeste effect als de medewerkers van de gemeente dit zelf ook aandragen. Het is daarom goed om een aantal begrippen te verspreiden en de medewerkers te vragen waar zij zich het meest verbonden mee voelen. Dan zijn het geen loze kreten maar gedragen kernwaarden van de gemeente.

3. Stel huisstijlboek samen

Een huisstijlhandboek ontbreekt op dit moment en is nodig om, net als de communicatierichtlijnen, op een eenduidige manier te communiceren. De huisstijl is bij de medewerkers van de gemeente bekend. Gelet op de toekomstige ontwikkelingen en de werkdruk van afdeling communicatie, heeft het opstellen van een huisstijlhandboek geen hoge prioriteit.

4. Adviesrol communicatie benutten

De communicatiefunctie is op dit moment vooral een uitvoerend instrument. Communicatie zal nadrukkelijker de positie in moeten nemen als adviseur om bestuurders en vakambtenaren te ondersteunen in communicatie m.b.t. beleidsontwikkelingen (zoals omgevingsanalyses opstellen). De eerste actie hierin is om de afdeling communicatie een vaste plek in de beleidsontwikkeling te geven. Dat begint bij het collegevoorstel. Met een kopje 'Communicatie' zal de opsteller bij ieder collegevoorstel zich af moeten vragen of communicatie een rol speelt in de uitvoering van het voorstel en op welke termijn die rol vervuld dient te worden. Het is de verantwoordelijkheid van de vakambtenaar om bij communicatieve acties contact op te nemen met communicatie voor ondersteuning.

5. Taakverdeling¹

Met het ontbreken van een communicatiebeleid is er sprake geweest van onduidelijkheid in de werkzaamheden en taken van communicatie, het gaat hier om de zogenaamde 'grijze gebieden'. Oftewel, wat doet communicatie en wat doet de afdeling zelf? De afdeling communicatie is niet verantwoordelijk voor alle communicatie van de gemeente en mede gelet op de werkdruk moet de afdeling dat ook niet willen. Zo heeft communicatie nu alleen in de begroting een plek onder de afdeling Bob. Ook afdeling Ruimte moet regelmatig communiceren, o.a. bij participatie- en inspraakbijeenkomsten. Daarom is het wenselijk om ook hier een begrotingspost op laten nemen voor communicatietaken. Daarnaast is de afdeling zelf verantwoordelijk voor de communicatie over ruimtelijke plannen of beleid.

6. Bepaal een startmoment om social media in te zetten.

De inzet van social media in de gemeente is wenselijk. Het is efficiënt, klantvriendelijk en het biedt een kanaal om inwoners te bereiken en met hen in gesprek te komen. Voorkomen moet worden dat social media alleen een taak van afdeling communicatie gaat worden. Daarom is van belang om een strategie op te stellen om de medewerkers te begeleiden en bekend te maken met het gebruik van social media. In elk geval dienen de medewerkers op de hoogte te zijn van de mogelijkheden en van de vragen die gesteld kunnen worden via Twitter of andere social media-middelen.

7. Doorontwikkeling website

E-dienstverlening, E-loket, totale digitale overheid in 2015, het zijn ontwikkelingen die nu gaande zijn. Iedere gemeente moet hierop voorbereid zijn. Het houdt ook in dat de website van de gemeente digitaal op goed niveau is. Op dit moment voldoet de website aan de meest gestelde richtlijnen. Echter, onze website is beperkt en eenvoudig. Er is meer mogelijk, zoals een interactieve pagina, weblogs, filmpjes, etc. Het ontbreekt aan personeelscapaciteit, kennis en financiële middelen om de website hierop door te ontwikkelen. In samenwerking met gemeente Bloemendaal zou hier een slag gemaakt kunnen worden.

¹ De taakverdeling is inzichtelijk gemaakt in bijlage 1.

8. *Regelmatig onderzoek/bevragen inwoners*

Via digitale middelen is het eenvoudiger geworden om inwoners regelmatig te bevrage naar de communicatie van de gemeente, onder andere waar het beter kan, welke wensen er zijn en hoe de gemeente hieraan tegemoet kan komen. Bevragen is mogelijk op een laagdrempelige manier door een oproep te doen in het Gemeentebld, via de website of toekomstig via Twitter.

Planning

Een aantal bovengenoemde stappen kan gelijktijdig worden gezet en hebben prioriteit. Andere stappen hebben minder prioriteit. In de onderstaande planning wordt hier invulling aangegeven.

Maand	Stap
Oktober	Vaststellen communicatievisie door college. Ter kennisgeving naar Commissie RVB.
Oktober	Diverse accounts t.b.v. social media aanmaken (Twitter, Facebook, etc.) en strategie voor intern gebruik social media opstellen.
Oktober / November	Uitvoeren strategie: medewerkers bekend maken en begeleiden in gebruik social media.
November	Intern onderzoek houden over huidige communicatiefunctie. Onderzoek ook gebruiken om vragen naar kernwaarden t.b.v. communicatierichtlijnen.
November	Communicatie plek geven in collegevoorstellen.
December / Januari	Opstellen communicatierichtlijnen, vormgegeven in factsheet.
Januari / Februari	Doorontwikkelen website.

BIJLAGE 1: TAAKVERDELING COMMUNICATIE

Communicatie	Vakafdeling
Verzorgen communicatiemiddelen: Gemeentebblad, persberichten, website-teksten, uitnodigingen.	Verzorgen vakinhoudelijke correspondentie: informatiebrief bewoners m.b.t. werkzaamheden/afsluitingen, etc.
Inspraakbijeenkomsten: Communicatie biedt ondersteuning bij presentatiemateriaal, tekst in gemeentebblad, persbericht.	Verzorgen van inhoudelijke taken inspraakbijeenkomsten: programma, sprekers, ambtelijke ondersteuning, verslaglegging, uitnodigingen, locatie.
Informatie/bewonersavonden: Communicatie adviseert over wijze van participeren, inhoud uitnodigingstekst, persbericht, Gemeentebblad, website.	De vakafdeling initieert en coördineert de avond: programma, catering, ambtelijke ondersteuning, locatie, uitnodigingen versturen, etc.
Projectcommunicatie: In het projectplan wordt een verplichte communicatieparagraaf opgenomen, waarin kenbaar wordt gemaakt of en welke inzet van het communicatie gewenst is.	Projectcommunicatie: projectleider van project verzorgt coördinatie, afstemming en is eindverantwoordelijk voor het project.
Diverse bijeenkomsten (ondernemersdag, symposia, Dag van de Mantelzorg, etc.): Communicatie biedt ondersteuning bij presentatiemateriaal, tekst in gemeentebblad, persbericht, inhoud uitnodigingen.	De vakafdeling initieert en coördineert de bijeenkomst: programma, catering, ambtelijke ondersteuning, locatie, uitnodigingen versturen, etc.
Presentaties/powerpoint: Communicatie ondersteunt door in overleg met vakambtenaar een aansprekende presentatie te maken.	Presentaties/powerpoint: De vakambtenaar levert teksten en beeldmateriaal aan.