

UITWERKINGSPLAN COMM

actiepunt

COMMUNICATIEINHOUD

1.	Kwaliteit bewonersbrieven
2.	Communicatie door contractpartners
3.	Herziening inzet campagnes bij gedragsverandering

COMMUNICATIEKANALEN

4.	Beschikbaarstellen gemeentelijke informatie en communicatieuitingen
----	---

5.	Doorontwikkelen persoonlijke notificatieservices
6.	Onderzoek naar chatservices
7.	Online presence uitwerken met de gemeentelijke toptakenwebsite als centraal digitaal kanaal
8.	Digitale Verleidingscampagne
9.	Ontwikkelen vangnet niet-digivaardige Haarlemmers
10.	Ontwikkelen ondersteuningsaanbod digitaal contact met de gemeente
COMMUNICATIE en DIALOOG	
11.	Initiatieven en participatie van burgers faciliteren

12.	Ontwikkelen samenwerkingstools met burgers en externe partijen
-----	--

COMMUNICATIEONDERZOEK

korte toelichting

Uit het Communicatieonderzoek komt veel kritiek op brieven van de gemeente aan individuele burgers. Kritiek gaat doorgaans over inhoud (te ambtelijk taalgebruik, te moeilijk leesbaar), de opbouw (te veel tekst, boodschap staat niet vooraan) als de wijze van verzenden. Omdat het hier meestal om persoonlijke brieven gaat, is de beoordeling zwaarwegend.

Voor Haarlemmers is communicatie over projecten in hun directe leefomgeving van zeer groot belang. Een groot deel van deze communicatie wordt door contractpartners verzorgd. Komend jaar wordt fors ingezet op verbetering van de communicatie en de werkprocessen tussen gemeente en contractpartners van civiele projecten en DDO-partners.

Campagnes worden door de gemeente vaak ingezet om een gedragsverandering bij burgers te bewerkstelligen. Traditionele campagneplannen slaan echter steeds minder aan omdat ze niet direct aansluiten op de behoeften van de doelgroep, maar uitgaan van de eigen waarheid. De burger beoordeelt ze dan ook als moraliserend en belerend, terwijl men ze juist faciliterend wil zien. Gedragsverandering vraagt om een DOE-factor en om acties vanuit de gemeente.

Haarlemmers gebruiken een grote verscheidenheid aan voorkeursmedia om gemeentelijk nieuws te raadplegen of te ontvangen. Om efficiencyredenen is het niet wenselijk om allerlei eigen nieuwskanalen in stand te houden. We richten ons daarom op de productie van een breed aanbod aan communicatie-inhoud, die op een gemakkelijke manier beschikbaar wordt gesteld aan elk (online en offline) extern medium en voor gemeentelijke toepassingen voor burgers, zoals bijvoorbeeld gepersonaliseerde alerts. Deze 'contentcontainer' vervangt de gemeentelijke Stadskrant.

Haarlemmers willen in toenemende mate meer persoonlijke informatie via zelf te bepalen voorkeurskanalen en zelf in te stellen filters ontvangen. E-mailalerts of apps (als 023 Omgevingsalert) scoren daarbij hoog, maar ook de Berichtenbox van Mijn Overheid zou hierin een rol kunnen (gaan) spelen en uiteindelijk het preferente kanaal gaan worden (afhankelijk van landelijke ontwikkelingen). Waar gebruik kan worden gemaakt van open data gebeurt dit standaard.

Onderzoek naar mogelijkheden van nieuwe technologie en interactieve toepassingen (zoals Whatsapp en Snappchat) voor verbetering van de communicatie en betrekken van nieuwe doelgroepen

De gemeente is op verschillende manieren actief op internet: via een groot aantal eigen websites en social media, platforms en diverse interactieve toepassingen en apps (al dan niet in samenwerking met partners ontwikkeld). Voor de Haarlemmer is dat vaak verwarrend (zowel op het gebied van communicatie als van dienstverlening) voor de organisatie niet efficiënt.

Uit het Communicatieonderzoek blijkt dat Haarlemmers een aantal digitale services niet kennen, en dat wel hadden gewild als ze van het bestaan hadden geweten.

Haarlemmers willen hun informatie steeds meer digitaal en op maat ontvangen. Toch blijven er groepen burgers die niet-digitaal vaardig zijn, ook al hebben ze toegang tot internet en ook de technische voorzieningen daarvoor.

Haarlemmers geven in het Communicatieonderzoek aan, dat ze meer willen weten over de digitale en interactieve voorzieningen die de gemeente ontwikkelt. Denk aan: digitaal zaken doen met de gemeente, open data gebruik en digitale participatie.

Haarlemmers geven aan mee te willen praten over beleidsonderwerpen, mits dat gebeurt op een makkelijke manier en op een moment dat er nog keuzes kunnen worden gemaakt. Er is vooral behoefte om dat op een digitale manier te kunnen doen. Het inspraakplatform Parkeren in Haarlem (najaar 2015) werd goed gewaardeerd en gebruikt, en dient als voorbeeld voor dit platform. Daarnaast vragen Haarlemmers om een digitale plek, waarop zij hun maatschappelijke initiatieven kenbaar kunnen maken en stadgenoten aan hun initiatief kunnen verbinden.

Haarlemmers adviseren de gemeente om ook samen te werken met tijdelijke en informele burgerverbanden op specifieke thema's, en niet altijd met de formele netwerken. Ondersteuning dmv samenwerkingsplatforms is daarbij gewenst.

* status: 0

1

2

RESULTAAT	status*
VERBETERING BEWONERS-/CLIENTBRIEVEN door project 'Sterke tekst' en oplevering handleiding voor goede brieven	1
COMMUNICATIE OVER PROJECTEN IN DE DIRECTE LEEFOMGEVING VERLOOPT EFFICIENT EN ACTUEEL door duidelijkheid over communicatieverantwoordelijkheden gemeente-partners en heldere participatie en inspraakprocessen.	1
EFFECTIEVERE GEMEENTELIJKE CAMPAGNES op basis van nieuwe richtlijn succesvolle gedragsveranderingscampagnes, waarin het faciliteren van burgers uitgangspunt is en meten van effect van de campagne standaard onderdeel is.	0
ONZE INFORMATIE IS MULTICHANNEL BESCHIKBAAR door de uitrol van een gebruiksvriendelijke voorziening ('contentcontainer') waarin alle gemeentelijke communicatie-inhoud beschikbaar is voor multichannel gebruik voor (interne en externe) gebruikers en media.	1

DE HAARLEMMER KRIJGT INFORMATIE OP MAAT door een ruim aanbod persoonlijke notificatieservices op basis van hun behoefte (bij voorkeur gekoppeld aan open data/geo-ontsluiting van zaken en projecten).	1
MOGELIJKE INZET VAN CHATSERVICES op basis van advies over mogelijkheden en gebruik	1
EFFICIENTE INZET VAN DIGITALE GEMEENTELIJKE KANALEN door transparant beleid online presence (waarin opgenomen richtlijnen voor gemeentelijke websites en service-apps) en een overzichtelijk aanbod van 'eigen' internetuitingen	1
DIGITALE DIENSTEN EN PRODUCTEN ZIJN BEKEND bij tenminste 75% van het Haarlemse publiek	0
VANGNET VOOR NIET-DIGIVAARDIGE HAARLEMMERS door aanbod Assisted Digital (praktische begeleiding aan de computer, bijvoorbeeld in de Publiekshal)	0
FACILITEREN VAN HAARLEMMERS IN DIGITAAL CONTACT MET DE GEMEENTE door cursus 'Uw gemeente en internet'	0
DIGITAAL FACILITEREN VAN PARTICIPATIE DOOR DE STAD door het gefaseerd opleveren van een interactief platform met diverse verbindings- en participatiemodules (zoals poll, forum, stemfaciliteiten), breed inzetbaar voor thema's waarover de gemeente in gesprek wil gaan met de stad en waarop de Haarlemmer zich kan uitspreken	1

SAMENWERKING TUSSEN GEMEENTE EN BURGERNETWERKEN VERBETEREN door verdere uitrol van extranetomgeving	1
---	---

nog niet gestart

gestart

afgerond

streefdatum
december 2016
december 2016
december 2016
december 2017

Start zomer 2016, daarna permanent ontwikkeling
juli 2016
juli 2016
zomer 2017
2017
na oplevering participatieplatform (najaar 2016)
zomer 2016

begin 2017