

Aan
de gemeenteraad

Datum 14 april 2020
Zaaknummer InProces BBV: 2020-0047433
Betreft Plan van aanpak communicatie naar aanleiding van
rekenkameronderzoek

Vergadering van
Portefeuillehouder: Piet Sleeking
Begrotingsprogramma Samenwerkend en Verbindend Dordrecht
Pijler Bestuur en Middelen
Kernteam/Opgave: Versterking Bestuur & Organisatie - Strategie & Control
Auteur: Marius Bakx
E-mail: mca.bakx@dordrecht.nl
Verantwoordelijke:
Openbaar: Ja

Raadsinformatiebrief

Wat is de aanleiding om deze informatie kenbaar te maken?

Op 10 december 2019 is in de commissie bestuur en middelen het communicatiebeleid besproken aan de hand van het rekenkamercommissie-rapport 'Zijn wij in verbinding?'.

De centrale vraag in dit rapport was: In hoeverre is het communicatiebeleid van de gemeente Dordrecht effectief en maakt het deel uit van het beleidsproces? De raad heeft besloten de conclusies te onderschrijven en de aanbevelingen over te nemen. De vraag aan de commissie was welke knelpunten er worden gesignaleerd ten aanzien van de communicatie en of het communicatiebeleid van de gemeente bijsturing behoeft. Afsproken is dat op basis van de signalen van de raad over communicatie, maar ook de in de commissie gedeelde signalen over participatie en dienstverlening, er een plan van aanpak opgesteld wordt over de implementatie van de aanbevelingen.

Communicatie is een breed begrip. Praat er met een groep mensen over en ze hebben allemaal een eigen beeld bij wat communicatie inhoudt. Voor dit plan van aanpak gaan we uit van de volgende voor een gemeente relevante vormen van communicatie:

- Uit het oogpunt van dienstverlening (antwoord geven op vragen die gesteld worden; via telefoon, live chat, WhatsApp, contactformulier website, brief, social media zoals twitter en Facebook).
- Uit het oogpunt van informatievoorziening over en het actief betrekken van doelgroepen - bewoners, ondernemers, samenwerkingspartners, besluitvormingsgremia - bij de ontwikkeling van beleid, projecten en werkzaamheden. Op basis van een communicatieplan gericht op relevante doelgroepen met concrete doelstellingen).

Wat is de te delen informatie?

De rekenkamercommissie komt tot zes hoofdconclusies en koppelt daar aanbevelingen aan. In dit plan van aanpak geven we per (samengevatte) aanbeveling en signaal van raadsleden weer hoe we er mee aan de slag gaan.

1. Evalueer waarom communicatie in sommige gevallen heel goed aanslaat en in andere gevallen minder.

Wij streven ernaar dat de evaluatie een vast onderdeel is van het communicatieplan. We zullen aan de hand van concrete projecten evalueren welke communicatieaanpak, inclusief communicatiemiddelen, in welke beleidsvelden of projecten het meest effectief blijkt. Omdat de inzet van communicatie context-gebonden is, bepalen onze communicatieadviseurs per situatie welke strategie en middelen zij inzetten. Zij maken daarbij gebruik van de input uit de dagelijkse monitoring van social media en nieuws, maar ook van de reflectie op ervaringen opgedaan bij andere beleidsvelden en projecten. Deze reflectie vormt structureel onderdeel van het tweewekelijks overleg van Communicatie.

2. De rekenkamercommissie beveelt aan om te leren van 'best communicatie cases' en de geleerde lessen over te brengen op beleidsvelden waar communicatie nog niet 'in het hart van beleid' opgenomen is om daarmee de effectiviteit van het beleid te vergroten.

Dit voorjaar starten we met het verzamelen van 'best communicatie cases'. Deze cases worden benut om geleerde lessen structureel toe te passen in beleidsvelden. We hanteren een driedelige aanpak om het systematisch leren binnen de gemeente krachtig vorm te kunnen geven:

Stap 1: we gaan zogenaamde 'reflectiesessies' organiseren. In zo'n sessie evalueren we (de communicatie) bij recente projecten. We denken hierbij aan projecten als de Wantijbrug, hoog water in relatie tot bijeenkomsten Opgave Blauwgroen, de communicatie over de Spuiboulevard. Stap 2: uit de reflectiesessies destilleren en formuleren wij geleerde lessen. Stap 3: op basis van deze 'best cases' delen we de lessen en passen we deze toe bij nieuwe ontwikkelingen en projecten. Om 'best cases' te delen maken wij gebruik van een mix aan middelen: organisatiebrede bijeenkomsten zoals Wij Maken Dordt Nieuwsgierig, reguliere overleggen van directie, clustermanagers en opgavemanagers maar ook SID, Dordt Kort en de muurkrant.

3. Breng de diverse doelgroepen in kaart en probeer binnen die doelgroepen te onderscheiden in types (mentality milieus).

De afdeling communicatie heeft in 2019 de zogenaamde BSR-leefstijlen methode van SAMR aangeschaft. BSR is een variant op de 'mentality milieus' en een voorbeeld van doelgroepcommunicatie. De BSR-leefstijlen worden bijv. toegepast in recente wijk- of buurgerichte communicatie rond zwerfafval.

4. De rekenkamercommissie doet de aanbeveling aan de Raad het college te vragen in te zetten op een aantal (SMART geformuleerde meetbare) communicatiedoelen, de effecten van communicatie te meten en beter te evalueren.

Communicatiedoelstellingen kunnen verschillen per ontwikkeling en project. Dit vraagt in het algemeen om maatwerk. In communicatieplannen staan doelen die zijn geformuleerd op basis van de situatie, doelgroep en impact. Met het Onderzoekcentrum Drechtsteden (OCD) ontwikkelen we een nieuwe communicatiemonitor. Een monitor die ons helpt om communicatie beter te evalueren.

Dienstverlening Drechtsteden werkt met dienstverleningsdoelstellingen; deze SMART-klantwaardingsdoelstellingen worden continu gemeten. Verbetering kunnen direct doorgevoerd worden: Telefoon wordt opgenomen binnen 25 seconden, WhatsApp berichten worden beantwoord binnen 1 uur, Facebook en twitterberichten wordt opgepakt binnen 2 uur, etc. Er zijn diverse rapportages ontwikkeld die deze doelstellingen monitoren. Ook klanttevredenheidscijfer wordt maandelijks gemeten.

5. Maak de communicatiebudgetten inclusief de daar aan gekoppelde doelen meer inzichtelijk voor de raad.

Deze aanbeveling nemen we, zoals eerder aangegeven, niet over.

6. Gezien het belang en de maatschappelijke impact van gemeentelijke communicatie zou dit [communicatie] een jaarlijks terugkerend thema moeten zijn tussen de gemeenteraad en het college van B&W. We bevelen daarom aan om het strategisch communicatiebeleid jaarlijks te evalueren en bij te stellen indien nodig.

Zoals al in de bestuurlijke reactie aangegeven vinden wij een jaarlijkse papieren beleidsevaluatie niet het juiste middel om stil te staan bij de maatschappelijke impact van communicatie. Het heeft daarom (nog steeds) onze voorkeur om in een gezamenlijke reflectie via een gesprek te reflecteren op de strategische communicatie-inspanningen.

Signalen van raadsleden:

1. In hoeverre is een eigen Facebook-account, naast de al bestaande gemeente Dordrecht Facebook-account, voor de raad mogelijk en wenselijk?

Onderzoek binnen meerdere 100.000+ steden heeft geleid tot de conclusie dat de helft van de steden een eigen Facebook-account heeft voor de raad, de andere helft sluit aan bij het account van het college, van de stad. Voor beide opties zijn voor- en nadelen te benoemen. De keuze is aan u.

2. Kom tot SMART-communicatiedoelen.

We gaan aan de slag met het ontwikkelen van SMART-communicatiedoelen. Deze doelstellingen gaan niet in op (on)tevredenheid over werkzaamheden of beleid maar puur op de inzet van communicatie(middelen). We hanteren drie lijnen. Drie lijnen die onze communicatiewerkzaamheden structureren, namelijk 1. Dienstverlening, 2. Bereikbaarheid en 3. Beleidsontwikkeling. Voor iedere lijn formuleren we bij een voorbeeldproject een SMART-communicatiedoel:

1. Dienstverlening: Klanttevredenheid m.b.t. dienstverlening (per communicatiekanaal); voor alle kanalen streven wij naar een rapportcijfer 8. Voor First Time Fixed streven we naar 80% beantwoord in de 1^{ste} lijn. Voor bereikbaarheid Telefonie streven we naar het Service Level 80% van de gesprekken binnen 25 seconden opnemen.

2. Bereikbaarheid: Binnen Bereikbaarheid onderscheiden we twee categorieën: met externe partners of alleen interne samenwerking.

Met partners: in de complexiteit van samenwerking met Rijkswaterstaat, de Drechtstedengemeentes en aannemers formuleren wij SMART-doelstellingen voor werkzaamheden aan de N3; deze starten naar alle waarschijnlijkheid in de loop van de zomer.

Interne samenwerking: wij formuleren SMART-doelstellingen voor de communicatie rondom de bereikbaarheid van de stad tijdens de jaarlijkse kermis.

3. Beleidsontwikkeling: Binnen Beleidsontwikkeling onderscheiden wij de integrale aanpak van de communicatie rondom het coalitieakkoord, Wij Maken Dordt én de beleidsontwikkeling op specifieke onderwerpen, zwerfafval bijvoorbeeld. Voor Wij Maken Dordt is de volgende doelstelling geformuleerd: aan het einde van den huidige coalitieperiode weet de helft van de Dordtenaren op basis van persoonlijke, digitale en traditionele communicatieuitingen dat de stad gaat groeien, waar de kansen maar ook de pijnpunten liggen. Wijkmanager, senior-beleidsadviseur Afval en de betrokken communicatieadviseur stellen op basis van een Strategisch Communicatieframe SMART-doelstellingen op.

Hoe bereik je de juiste doelgroep bij communicatie rondom grote werkzaamheden? Communicatie ontwikkelt momenteel samen met Opgave Bereikbaarheid en Cluster Wijken een format dat ingezet wordt bij werkzaamheden in de stad. Doelgroepgerichte Communicatie is in dit format afhankelijk van de impact van werkzaamheden op de stad en op de relevante doelgroepen. Dit format wordt ingebed in de bereikbaarheidsaanpak en de organisatie van Dordrecht Onderweg.

Hoe verder na deze raadsinformatiebrief?

De verordening op de rekenkamercommissie schrijft voor dat het college jaarlijks, bij de jaarstukken, aan de raad rapporteert over de stand van zaken van de uitvoering van de raadsbesluiten die genomen zijn naar aanleiding van rekenkamercommissierapporten. Dit betekent dat wij bij het jaarverslag 2020 rapporteren op welke wijze, tot nu toe, uitvoering is gegeven aan dit plan van aanpak naar aanleiding.

Welke kosten zijn verbonden aan het proces?

Vanuit reguliere middelen

Wat zijn de belangrijkste gerelateerde besluiten?

[2483611 - Rekenkamercommissie: Rapport Zijn Wij In Verbinding](#)

