

De leden van de raad
Postbus 200
2920 AE KRIMPEN AAN DEN IJSSEL

Datum: 03-01-2012
Ons kenmerk: 2012000020
Afdeling: Bestuurs- en Managementondersteuning
Contactpersoon: L.H. Vermeulen
Uw brief van:
Onderwerp: Strategisch communicatiebeleid

Geachte leden van de raad

In de afgelopen maanden is gewerkt aan een nieuw strategisch communicatiebeleid voor het college van burgemeester en wethouders. Deze nota Strategische Beleidscommunicatie 2012-2014 is op 20 december 2011 vastgesteld door het college. In deze brief vindt u hierover meer informatie.

Collegeprogramma 2010-2014 als uitgangspunt

In het collegeprogramma 2010-2014 staan de doelen en acties voor de huidige collegeperiode. Dit collegeprogramma vormt het inhoudelijke uitgangspunt voor de nota Strategische Beleidsprogramma. Vanuit de inhoud worden per beleidsprioriteit kernboodschappen geformuleerd. Deze kernboodschappen bestaan uit een centrale stelling die wordt onderbouwd met bewijspunten. Deze bewijspunten geven antwoord op drie vragen: wat doen we, hoe doen we dat en waarom doen we dat?

De centrale kernboodschap van het college (zonder bewijspunten) luidt:

De gemeente zorgt samen met u voor een sterk Krimpen aan den IJssel door duidelijke keuzes te maken.

Communicatiedoelen

Met de strategische beleidscommunicatie wil het college de volgende primaire communicatiedoelen bereiken:

1. Vertrouwen in de gemeente op peil houden
2. Betere profilering van wethouders moet zorgen voor meer transparantie
3. Samenwerking als krachtige bestuursstijl van het college laten zien
4. Benadrukken van de eigen verantwoordelijkheid van inwoners en ondernemers.

Communicatiestijl

De manier waarop de gemeente wil communiceren sluit aan bij de kernwaarden van de organisatie: kwaliteit, klantgericht, flexibel, transparant en helder, servicegericht en betrouwbaar. Deze kernwaarden zijn vertaald in de volgende vuistregels voor de communicatie:

Actief openbaar

Actief openbaar betekent dat alle beschikbare informatie op internet te vinden is, behalve waar het gaat om 'beleidsintimiteiten', interne communicatie, bedrijfsvoeringsinformatie en kennismanagement.

Vraaggestuurd

De beschikbare informatie wordt vraaggestuurd aangeboden. Niet de aanbieder maar de vrager bepaalt wat een logische ordening van informatie is. De website is bijvoorbeeld op deze manier opgezet.

Actueel

De aangeboden informatie moet actueel zijn: 24 uur per dag en 7 dagen per week.

Communicatieve organisatie

Om de bovenstaande communicatiedoelen te bereiken wil het college samenwerken en in gesprek zijn met de samenleving. In de moderne samenleving, met zijn veelheid aan netwerken en kanalen, is het van belang om slim te luisteren, slim te zenden en slim in dialoog te gaan. Met slim wordt hier vooral bedoeld met gebruikmaking van nieuwe media. Dit betekent mensen opzoeken in de (online) omgeving waarin ze zich bevinden en daar het gesprek aangaan. Dit kan niet alleen door het college en het team communicatie gedaan worden. De hele organisatie speelt een rol en geeft zo gezamenlijk invulling aan de drieslag luisteren, zenden en dialoog.

Hoogachtend,

Burgemeester en wethouders van Krimpen aan den IJssel,

De secretaris,

De burgemeester,