

## **Evaluatie nota Communicatie**

### **Inleiding**

In het najaar van 2008 heeft de gemeenteraad de nieuwe nota Communicatie vastgesteld. In deze nota zijn de hoofdlijnen geschetst van het gemeentelijk communicatiebeleid voor de komende jaren. Welke richting kiest de gemeente in haar communicatie en wat ligt daaraan ten grondslag? Niet alle aanbevelingen die in de nota worden genoemd konden in 2008/2009 overgenomen en uitgevoerd. De gemaakte keuzes werden voor een groot deel bepaald door de actualiteit. In deze evaluatie – aangekondigd in de nota – wordt voor elk van de vijf onderdelen antwoord gegeven op de volgende vragen:

- Welke keuzes zijn gemaakt?
- Welke aanbevelingen zijn overgenomen en uitgevoerd?
- Waarom zijn andere aanbevelingen niet uitgevoerd?
- Wat is de planning voor het komende jaar?

De in de nota Communicatie genoemde aanbevelingen per onderdeel (raadscommunicatie, interne communicatie, externe communicatie en risico- en crisiscommunicatie) zijn in deze evaluatie integraal overgenomen en worden steeds gevolgd door de uitwerking ervan in 2008/2009.

### **Aanbevelingen raadscommunicatie**

- Koppel de diverse communicatiemomenten aan een activiteitenplan, zoals de bestuurlijke planning.
- Publiceer maandelijks een 'raadspagina' in Cuijks Weekblad waarin burgers worden geïnformeerd over actuele projecten, de rol van de raad, agenda's, schriftelijke artikel 38 vragen, besluitenlijsten, moties et cetera. Ook middelen voor burgers om invloed uit te oefenen via bijvoorbeeld burgerparticipatie, burgerinitiatief of inspreekrecht kunnen hierbij structureel onder de aandacht worden gebracht.
- Maak gebruik van thematische raadpagina's. Deze verschijnen minder frequent, maar geven informatie over standpunten en visies, en bieden de mogelijkheid om –voorafgaand aan een besluit– meningen te peilen en een 'podium' te creëren.
- Geef jaarlijks een raadskrant uit, met daarin eigen teksten van raadsleden, achtergronden et cetera.
- Maak meer gebruik van digitale media (maandelijkse digitale raadsbrief nieuwsbrief, eigen onderdeel website, *chatten* et cetera).
- Organiseer themabijeenkomsten, wijk- en werkbezoeken, hoorzittingen, maatschappelijke verkenningen et cetera, waardoor het directe contact met burgers wordt versterkt.

### **Uitwerking aanbevelingen**

De gemeenteraad heeft gevraagd om een nadere uitwerking van het onderdeel raadscommunicatie. In juli 2009 heeft daarvoor een principediscussie in de commissie Bestuur plaatsgevonden. Daarbij is gesproken over het ambitieniveau van de gemeenteraad met betrekking tot raadscommunicatie en daarvoor benodigde formatie. In principe is besloten over te gaan tot het regelmatig publiceren van een raadspagina. Verder is in 2009 het belangrijkste deel van de energie besteed aan communicatie rondom het referendum Homburgcampus en de besluitvorming rond het Regionaal Bedrijvenpark Laarakker. Voor het referendum is een publieksfolder ontwikkeld en is een communicatie- en voorlichtingstraject opgezet om de opkomst bij de deelname aan het referendum te verhogen (via onder andere advertenties, promotieframes, een via internet *live* uitgezonden debatavond en thematische raadspagina's in de gemeenterubriek het Cuijks Weekblad ontwikkeld en informatie op [www.cuijk.nl](http://www.cuijk.nl)). Voor de besluitvorming Regionaal Bedrijvenpark Laarakker RBL zijn onder andere diverse raads- en commissievergaderingen *live* uitgezonden via internet, is een hoorzitting op locatie (Haps) georganiseerd, en is meerdere keren overleg geweest tussen raadsleden en leden van de werkgroep RBL van de dorpsraad. Daarnaast zijn alle gemeenteraadsvergaderingen in de vorm van *streaming live* uitgezonden via [www.cuijk.nl](http://www.cuijk.nl). Alle opgeslagen beelden van deze raadsvergaderingen zijn voor iedereen via dezelfde website als visueel verslag integraal te bekijken.

Sinds de ingebruikname van de nieuwe website van de gemeente is de overstap gemaakt naar een raadsinformatiesysteem (RIS), een programma waarmee de raads- en commissiestukken beter worden ontsloten via de gemeentelijke website. In het verlengde daarvan zijn sinds kort in principe alle stukken en bijlagen voor commissie- en raadsvergaderingen digitaal beschikbaar voor het publiek. In 2010 verwachten we een technische koppeling te kunnen realiseren tussen het RIS en de camerabeelden die via [www.cuijk.nl](http://www.cuijk.nl) worden uitgezonden. Overigens bieden het RIS en de website verschillende mogelijkheden voor meer interactieve en digitale communicatie tussen raad en burgers. De praktische toepassingsmogelijkheden hiervan worden in 2010 verkend. De rol van de burger bij totstandkoming en uitwerking van gemeentelijke plannen (burgerparticipatie) krijgt in 2010 extra aandacht.

#### **Aanbevelingen 'missie en doelstellingen' (interne communicatie):**

- Stel een heldere organisatiemissie op.
- Zorg dat alle bestuurders en elke - nieuwe - medewerker, beschikken over de organisatiemissie en bevorder de inhoudelijke kennis erover.
- Organiseer interne bijeenkomsten over de missie, bijvoorbeeld aan het begin van een nieuwe bestuurlijke periode.
- Leg bij nieuwe beleidsplannen steeds een concrete link naar de missie en de doelstellingen.

#### **Uitwerking aanbevelingen**

De doorontwikkeling van de organisatie heeft in 2009 geleid tot een vernieuwde centrale missie en aangescherpte organisatiedoelstellingen. Aan de totstandkoming hiervan hebben alle medewerkers een bijdrage geleverd, waarmee het draagvlak voor de verbeteringen verder is versterkt. In meerdere ('Wij Cuijk!-)bijeenkomsten, workshops en sessies voor (en door) medewerkers, is inhoudelijk en interactief ingegaan op de missie en de doelstellingen. Op deze manier is per afdeling een concrete vertaling gemaakt van missie en doelstellingen naar de dagelijkse gemeentepraktijk.

De aanbeveling waarin wordt aangegeven dat vanuit elk beleidsplan een directe link moet worden gelegd naar missie en doelstellingen is in 2009 nog niet organisatiebreed doorgevoerd, maar krijgt in 2010 extra aandacht.

#### **Aanbevelingen 'belang communicatie' (interne communicatie):**

- Organiseer een interne training of workshop, waarin het belang van communicatie onder de aandacht en tussen de oren van de (beleids-)medewerkers wordt gebracht.
- Ontwikkel voor elk groot project een eigen communicatieplan, waarbij uitgangspunt is dat burgers en andere betrokkenen zoveel mogelijk kunnen meedenken.
- Geef alle grotere projecten ook intern voldoende aandacht. Uitgangspunt moet zijn: eerst intern dan extern. Presenteer de plannen aan alle medewerkers. Dit bevordert de integrale werkwijze en het draagvlak. Vooral onze beleidsmedewerkers hebben hierin een belangrijke rol.
- Laat alle raads- en commissiestukken vooraf lezen door een beleidsmedewerker Communicatie en maak hiervan een vast onderdeel in het proces.
- Voeg een heldere communicatieparagraaf toe aan elk raads-, commissie- en collegestuk.

#### **Uitwerking aanbevelingen**

De aanbevelingen die bij alle medewerkers moeten leiden tot meer aandacht voor het aspect 'communicatie en participatie in een vroegtijdig stadium' zijn in 2009 met voorrang opgepakt. In verschillende interne sessies is het belang hiervan bij alle afdelingen aangegeven. Vooral de rol van beleidsmedewerkers is hierbij van belang, omdat zij veelal verantwoordelijk zijn voor het opstellen van een B&W-advies en dus de daaraan gekoppelde communicatieparagraaf. Het succesvolle project Gast van de Raad ('een kijkje in de politieke keuken van Cuijk') is in 2009 ook voor medewerkers opgestart. Deelname aan het traject draagt bij aan het verhogen van de politieke en bestuurlijke sensibiliteit bij medewerkers, waarbij ook het aspect burgerparticipatie wordt meegenomen. Dit traject wordt in 2010 voortgezet. Informatie over plannen en projecten is ook via het nieuwe intranet beschikbaar voor alle medewerkers. Via dit intranet worden zij blijvend gestimuleerd alle beschikbare en relevante informatie met elkaar te delen. Op deze manier ontstaat een breder beeld van alles waarmee we als gemeente bezig zijn.

De communicatieparagrafen van elk B&W-advies worden door het team Communicatie vóór behandeling in B&W inhoudelijk gescreend. De leesbaarheid van de stukken wordt hierbij zoveel mogelijk meegenomen, maar blijft in eerste instantie een verantwoordelijkheid voor de schrijver van

het voorstel en het afdelingshoofd. Het door medewerkers van het team Communicatie op leesbaarheid laten toetsen van *alle* B&W-, commissie- en raadsstukken blijkt in de praktijk niet haalbaar.

Een belangrijke ontwikkeling die 2010 door zal zetten is die van de zogenaamde Web 2.0-toepassingen. Via dit soort toepassingen is interactie via internet mogelijk. Tussen gemeente en inwoners, maar ook tussen inwoners onderling. Dit kan een belangrijk instrument worden om communicatie en meningsvorming te faciliteren.

#### **Aanbevelingen 'verankering interne communicatie' (interne communicatie):**

- Maak de afdelingshoofden verantwoordelijk voor de organisatie van de interne communicatie binnen hun afdeling.
- Kies voor een sterke mix van interne communicatiemiddelen en geef ook deze middelen een vaste plaats. Intranet is een goed middel, maar een regelmatig op een vast tijdstip verschijnende digitale nieuwsbrief van de directie of een sterk personeelsblad vult dit prima aan. De kracht van een combinatie tussen bestuurlijke en beleidsinformatie en *human interest*-verhalen heeft zich op andere plaatsen al ruimschoots bewezen.
- Laat de informatiebehoefte van de medewerkers het uitgangspunt zijn. Geef hen de mogelijkheid snel en efficiënt over een onderwerp informatie in te winnen.
- Stroomlijn de interne informatievoorziening en -uitwisseling over gemeentelijke besluiten en plannen. Maak met name alle medewerkers gelijktijdig en toegankelijk deelgenoot van alles wat de organisatie doet door de interne communicatie centraal en gelijkluidend te maken.

#### **Uitwerking aanbevelingen**

Ook deze aanbevelingen zijn sterk gekoppeld aan de doorontwikkeling van de gemeentelijke organisatie. De verslagen van het managementteam en de ondernemingsraad worden via het intranet op een toegankelijker manier ontsloten voor medewerkers en ook structureel teruggekoppeld in de verschillende afdelingen door middel van wekelijkse *briefings* aan alle medewerkers. Daarmee is ook de rol van de afdelingshoofden versterkt als het gaat om de interne communicatie.

In 2009 zijn een nieuw personeelsblad (dat zeer positief is ontvangen) en zoals aangegeven een nieuw intranet gelanceerd. Op dit intranet is niet alleen expliciet ruimte gemaakt om (grotere) projecten intern te presenteren, maar ook *human interest* onderwerpen van elke afdeling krijgen hier een plek. Bij de invulling van de diverse intranetonderdelen (zoals de collega-wijzer, werkinstructies, integraal werken of nieuws vanuit de gemeente) is een duidelijke rol weggelegd voor de medewerkers van de afdelingen zelf.

Medewerkers hebben via het nieuwe intranet de mogelijkheid gekregen om sneller en efficiënter aan informatie over de organisatie te komen. Door intern duidelijk aan te geven welke collega lid is van de intranetredactieraad, weten medewerkers bij wie zij moeten zijn om zelf informatie op het intranet te publiceren. Nadruk blijft hierbij liggen op transparantie, openheid en gelijktijdigheid. In 2010 is een verhoging van de interactiviteit van het intranet gepland, zodat meningen en kennis ook echt *gedeeld* kunnen worden (web 2.0), eventueel in de vorm van een digitale nieuwsbrief.

#### **Aanbevelingen 'identiteit organisatie' (interne communicatie):**

- Voer de gemeentelijke huisstijl consequent en rigoureuus door. Dus niet alleen in drukwerk, maar ook in schrijfstijl, omgangsvormen et cetera.
- Informeer alle medewerkers via intranet actief over de gemeente Cuijk in de media.
- Geef de gemeentesecretaris/algemeen directeur een duidelijke rol als ambtelijk eindverantwoordelijke voor interne communicatie.
- Start met een intern magazine en interne bijeenkomsten om de identiteit te versterken.

#### **Uitwerking aanbevelingen**

De aangekondigde 'Schrijfwijzer Duidelijk Cuijk' (met tips en adviezen voor het opstellen van heldere en duidelijke brieven, e-mails en andere berichten) wordt begin 2010 geïntroduceerd. Nagenoeg alle medewerkers hebben in 2008 en 2009 deelgenomen aan de training 'Transparant en helder schrijven'. In 2010 zullen deze trainingen ook aan nieuwe medewerkers worden gegeven, naast eventueel een opriscursus voor medewerkers die deze training al hebben gevolgd.

Visueel is de gemeentelijke huisstijl in 2009 verder doorontwikkeld en consequent gehanteerd in de verschillende uitingen. Bijzondere aandacht is daarbij uitgegaan naar de gemeentelijke buitendienst. De opgewaardeerde bedrijfskledinglijn en de nieuwe wagenparkbelettering dragen bij aan de veranderde en verder verbeterde stijl van werken die voor dit onderdeel van de gemeentelijke

organisatie ontwikkeld. De nieuwe 'ambassadeursrol' van de buitendienstmedewerkers is hierbij van essentieel belang. Burgers hebben bij de buitendienst vaste aanspreekpunten en worden mede-eigenaar van hun wijk.

Als het gaat om de organisatiecultuur binnen het gemeentehuis is er in het kader van de doorontwikkeling ook aandacht geweest voor de omgangsvormen (bijvoorbeeld het geven van *feedback*).

Via intranet worden medewerkers dagelijks geïnformeerd over 'Cuijk in de media' (digitale knipsels van dag- en weekbladen). Medewerkers kunnen zich ook aanmelden voor een dagelijkse digitale nieuwsbrief met de laatste berichten uit de pers.

Mede door de organisatieverandering is de gemeentesecretaris in 2009 steeds meer organisatiebreed eindverantwoordelijk geworden voor de interne communicatie. Het nieuwe personeelsblad en de regelmatig georganiseerde Wij Cuijk!- bijeenkomsten zijn middelen die de versterkte aandacht voor interne communicatie bevestigen.

### **Aanbevelingen 'interactie' (externe communicatie):**

- Zorg voor inspanning bij bestuur en management als het gaat om de bereidheid participatie structureel als communicatiemiddel in te zetten. Organiseer bijvoorbeeld een informatieve bijeenkomst over de mogelijkheden en successen van burgerparticipatie. Leidraad hierbij is de gemeentelijke *Nota Interactieve Beleidsvorming*.
- De ambtelijke organisatie moet het interactieve proces aankunnen. Houd hiermee rekening in de jaarplannen.
- Vermijd een kennisachterstand tussen bestuurders en medewerkers van de gemeente en inwoners of andere belanghebbenden. Geef iedereen vooraf een informatiepakket en achteraf een verslag met dezelfde informatie.
- Communiceer actief over de formele mogelijkheden voor inspraak tijdens procedures, maar bijvoorbeeld ook commissie- en raadsvergaderingen, de Inspraakverordening en het Burgerinitiatief.
- Neem al in de opzet voor een collegevoorstel een participatieadvies mee onder de communicatieparagraaf, op basis waarvan de gemeenteraad een besluit kan nemen.
- Zorg ervoor dat de gemeenteraad - aan de hand van de besluitenlijst van het college – een eigen communicatietraject met speerpunten opstelt.

### **Uitwerking aanbevelingen**

Hoewel er in 2009 geen informatieve bijeenkomst over de mogelijkheden en successen van burgerparticipatie is georganiseerd, heeft het onderwerp meer dan voorheen de aandacht. Het referendum over de Homburgcampus of de inloopavonden voor de Cuijkse Cantheelen en het Bestemmingsplan Buitengebied zijn hiervan een goed voorbeeld. Voor een aantal onderwerpen (bijvoorbeeld vitalisering Padbroek of parkeren voor omwonenden parkeergarage Maasburg of de revitalisering van De Valuwe of het gemeentelijk verkeerscirculatieplan) is in het voortraject bijeenkomsten georganiseerd waar de ideeën van de gemeente in een vroeg stadium zijn gepresenteerd. Dit om duidelijk te krijgen hoe de direct betrokkenen en andere belanghebbenden over de plannen denken en om de uitgangspunten vooraf te kunnen bepalen. Deze aanpak wordt in 2010 verder uitgewerkt.

Op de gemeentelijke website en in de gemeenterubriek in het Cuijks Weekblad wordt wekelijks aandacht besteed aan de diverse mogelijkheden van inspraak bij plannen en aan bijeenkomsten waarbij belangstellenden hun mening kunnen geven. In principe is dit overigens bij nagenoeg elke bijeenkomst mogelijk. Onder andere om draagvlak te creëren en om burgers optimaal te informeren zullen (grotere) projecten in 2010 via de gemeentelijke website nog prominenter worden gepresenteerd.

### **Aanbevelingen 'doelgroepgericht' (externe communicatie):**

- Gebruik de gemeenterubriek in het Cuijks Weekblad vooral voor korte berichten over gemeentelijke activiteiten. Geef daarbij aan waar lezers meer informatie kunnen halen indien gewenst en hoe en in hoeverre ze kunnen participeren.
- Geef de gemeentelijke website een steeds prominentere rol in communicatie en dienstverlening. Communiceer dit ook intern, zodat de hele organisatie meer binding krijgt met het medium.
- Verbeter de schrijfstijl van gemeentelijke correspondentie. Werken met sjablonen voor standaardbrieven is een eerste aanzet. Laat daarnaast het cluster Communicatie een lijst met 'tips voor het schrijven van leesbare brieven' opstellen en verspreiden onder de medewerkers.

### **Uitwerking aanbevelingen**

De gemeenterubriek in het Cuijks Weekblad blijft een belangrijk communicatiemiddel en wordt (naast bijvoorbeeld de website) steeds meer ingezet. De rubriek wordt goed gelezen en er wordt ook steeds vaker verwezen naar de gemeentelijke website voor aanvullende informatie. Burgers hebben de mogelijkheid om in de publiekshal van het gemeentehuis (leeskamer) de website te bekijken en betreffende documenten uit te printen. De gemeentelijke website is in 2009 verder verbeterd, mede op basis van *feedback* van gebruikers en van leden van het gemeentelijk klantenpanel. Actieve inzet van de redactieraad bij de ontwikkeling van de nieuwe website heeft geleid tot meer binding van alle medewerkers. In 2009 is begonnen met het op leesbaarheid screenen van standaardbrieven. Dit wordt in 2010 verder opgepakt. In de schrijfwijzer 'Duidelijk Cuijk' die begin 2010 verschijnt, staan concrete tips voor het schrijven van brieven en andere stukken.

### **Aanbevelingen 'proactief mediabeleid' (externe communicatie):**

- Verstuur regelmatig persberichten naar de diverse media.
- Laat alle perscontacten verlopen via het cluster Communicatie. Voor het antwoord op vragen neemt de communicatiemedewerker zo nodig contact op met de betreffende collega of bestuurder (bij politieke aangelegenheden).
- Organiseer regelmatig persconferenties bij nieuwswaardige ontwikkelingen of bij grote projecten. Het nieuwsfeit moet wel voldoende groot zijn om het organiseren van een persconferentie te rechtvaardigen. Geef bij gelegenheid ook raadsleden een rol bij persconferenties. Hiermee wordt de rol van de gemeenteraad in de besluitvorming extra benadrukt.
- Bespreek vooraf en evalueer met de bestuurders elk mediaoptreden. Het optreden van openbaar bestuurders in de media is immers van grote invloed op de beeldvorming.
- Organiseer eventueel mediatrainingen.

### **Uitwerking aanbevelingen**

Het aantal persberichten, persgesprekken (waaronder het vaste maandelijkse persgesprek door het college) en persconferenties is in 2009 verder toegenomen. Ook op deze manier worden burgers geïnformeerd over het gemeentelijke beleid in de volle breedte en gewezen op de mogelijkheden om te participeren bij de totstandkoming ervan. De relaties met vertegenwoordigers van pers en andere media is uitstekend. Om uniformiteit en eenduidigheid te kunnen garanderen verlopen alle contacten met pers en andere media consequent via het team Communicatie.

Het toebedelen van een rol van raadsleden bij persconferenties is in 2009 nog niet goed uit de verf gekomen. Dit blijft in 2010 een aandachtspunt.

Optredens in de media van bestuurders worden vooraf en achteraf besproken. Een interview bijvoorbeeld kan een enorme impact hebben op de beeldvorming rond een bepaald project. In 2010 worden nieuwe mediatrainingen georganiseerd voor leden van het college.

### **Aanbevelingen 'promotie' (externe communicatie):**

- Versterk het platform voor promotie van de gemeente Cuijk. De interne projectgroep Promotie dient hierbij als vertrekpunt. Ook andere externe partijen zoals de Industriële Kring, de Ondernemersvereniging en de Regio VVV hebben belang bij een goede marketing van Cuijk. Betrek deze partijen actief bij de promotieplannen.

### **Uitwerking aanbevelingen**

Ook in het verleden hebben we op allerlei manieren veel aandacht besteed aan de promotie van de gemeente Cuijk als bijvoorbeeld woon-, werk- en recreatiegemeente. In 2009 zijn de voorbereidingen begonnen voor de campagne Stads promotie, die in 2010 wordt uitgerold. Bij het voortraject van deze campagne zijn ook externen betrokken geweest (vanuit onder andere de sectoren toerisme, wonen, ondernemen, zorg en cultuur). Om Cuijk als woongemeente te promoten is de Open Dag Wonen in Cuijk 2009 ondersteund met een tv-commercial op de landelijke zender RTL. Verder heeft de gemeente Cuijk bijvoorbeeld op regionaal niveau (Platform Noordelijke Maasvallei) deelgenomen aan de druk bezochte bedrijvenbeurs in het Duitse Weeze en is het regionaal magazine *Prat op!* uitgebracht. Doelstelling van deze en andere promotionele acties is de gemeente te positioneren als een overheidsorganisatie die proactief meedenkt met burgers, bedrijven en instellingen. Tenslotte is in samenwerking met een aantal projectontwikkelaars voor de Heeswijkse Kampen de gebiedspromotiecampagne Waterrijk Wonen opgestart, waarmee de woningverkoop wordt gestimuleerd en Cuijk als prima woongemeente wordt gepresenteerd.

### **Aanbevelingen 'rol medewerkers' (risico- en crisiscommunicatie):**

- Geef medewerkers inzicht in het totale proces dat zich tijdens een calamiteit afspeelt. Dit verduidelijkt de rol van het 'eigen' proces als deel van het geheel.
- Stel een 'Checklist crisiscommunicatie' op en verspreid deze intern. Onderdelen van deze checklist kunnen bijvoorbeeld zijn:
  - Breng een natuurlijke samenwerking met andere instanties tot stand;
  - zorg voor een hoge mate van geloofwaardigheid;
  - houd oefeningen in de vorm van rollenspelen.

### **Uitwerkingen aanbevelingen**

Regelmatig oefenen blijft belangrijk voor medewerkers die een rol hebben in de risico- en crisisbeheersing. Het organiseren van deze oefeningen is een taak van de gemeentelijke ambtenaar van Openbare orde en veiligheid. Aan een regionale checklist crisiscommunicatie wordt op dit moment gewerkt. De draaiboeken Rampenbestrijding van alle processen zijn voor de medewerkers beschikbaar gesteld via intranet.

### **Aanbevelingen 'informereren maatschappelijke omgeving' (risico- en crisiscommunicatie):**

- Maak vooraf een duidelijke keuze in het detailniveau van de informatie die naar met name de burgers gaat. Burgers die goed op de hoogte (kunnen) zijn van eventuele risico's voelen zich veiliger en weten beter hoe ze moeten reageren als er iets gebeurt.
- Breng regelmatig en structureel de zelfredzaamheid van burgers onder de aandacht. Wat wordt van burgers zelf verwacht bij een eventuele calamiteit? Wat te doen als de sirene gaat? Waar kan informatie worden gevonden?

### **Uitwerking aanbevelingen**

Door pers en andere media regelmatig te informeren over bijvoorbeeld rampenoefeningen die worden gehouden, geeft de gemeente het signaal af voorbereid te zijn op haar rol als rampenbestrijdingsorganisatie. In 2009 lag de aandacht bij risicocommunicatie vooral op de zelfredzaamheid van burgers. Ter ondersteuning van deze landelijke campagne (Denk vooruit!) is een regionale Veiligheidswijzer huis-aan-huis verspreid. Verder kwam er onder andere op het internet een risicokaart beschikbaar, waar burgers direct kunnen zien welke potentiële risico's zich in hun directe omgeving bevinden en nam de gemeente succesvol een leidende rol in de organisatie van de grootschalige vaccinatiecampaagne tegen de Mexicaanse griep. Ten slotte worden er onder de titel 'Veilig Cuijk' in het Cuijks Weekblad regelmatig artikelen gepubliceerd die de zelfredzaamheid onder burgers bevorderen.

### **Conclusie**

Veel van de in de nota Communicatie genoemde aanbevelingen is in de afgelopen periode opgepakt en doorgevoerd. De belangrijkste resultaten van deze inspanning kunnen als volgt worden samengevat:

#### *Raadscommunicatie*

- De informatieve campagne voorafgaand aan het referendum over de Homburgcampus heeft duidelijk effect gehad op de opkomst.

#### *Interne communicatie*

- De genoemde uitwerking van diverse aanbevelingen heeft in de organisatie een verhoogd draagvlak voor de verbeteringen in het kader van de doorontwikkeling van de organisatie gezorgd. Ook de betrokkenheid van medewerkers bij het verbetertraject is duidelijk groter geworden.
- De digitale link tussen de diverse beleidsplannen en de geformuleerde missie en doelstellingen zal in 2010 worden gerealiseerd, evenals het 'cultuur platform' (een digitaal platform waarop medewerkers actief informatie over de organisatiecultuur kunnen uitwisselen).
- De communicatieparagraaf in B&W-adviezen is structureel ingevuld en vooraf gescreend met en door het team Communicatie.
- Het (nieuwe) intranet wordt door nagenoeg alle medewerkers structureel geraadpleegd. Naast bijvoorbeeld de wekelijkse *briefings* per afdeling draagt dit bij aan een gelijktijdige en juiste informatievoorziening naar medewerkers.
- De leesbaarheid van (standaard)brieven is sterk verbeterd. In 2010 wordt dit verder opgepakt.

#### *Externe communicatie*

- Op het gebied van burgerparticipatie loopt een groot aantal projecten goed, al blijft verdere verbetering van belang. Het gemeentelijk Klantenpanel heeft deze stijgende lijn bevestigd.

Vooraf de aanbevelingen uit het onderdeel interne communicatie hebben op de doorontwikkeling van de gemeentelijke organisatie nadrukkelijk en positief invloed gehad. In 2010 zullen de aanbevelingen uit het onderdeel externe communicatie –met name de aspecten stadspromotie en burgerparticipatie– met voorrang verder worden doorgevoerd.

Cuijk, december 2009