

‘Zeg dat je het voor de burger doet’

Tijdens een onderzoek gaven de Lissenaren de gemeente een krappe voldoende voor dienstverlening. Dat cijfer moest omhoog, vond het College van B&W. Aanleiding om begin 2007 een nieuwe website te ontwikkelen. De deadline was krap, het werk omvangrijk. Oude content overzetten op de nieuwe site, aansluiten op de projecten Bekendmakingen en Samenwerkende Catalogi en intern draagvlak krijgen voor een goed redactiesysteem. Hoe je dat doet in korte tijd? ‘Niet alles tegelijk willen en benadrukken dat je collega’s met het project de dienstverlening kunnen verbeteren. Dat motiveert om er tijd en moeite in te steken’, zegt Milou Lendfers, beleidsmedewerker digitale dienstverlening.

Een jaar geleden publiceerde Lisse op de website een pdf van de bekendmaking zoals die in de lokale krant verschijnt. Weinig werk, maar ook weinig meerwaarde. Bezoekers van de website kunnen niet zoeken op bijvoorbeeld de postcode en kregen geen bekendmakingen te zien van andere overheden waarmee ze te maken hebben, zoals de provincie en het waterschap. Lendfers, verantwoordelijk voor de introductie van nieuwe digitale dienstverleningsconcepten: ‘Achter het gemeentehuis wordt de N 208 afgezet. Dat doet de provincie, maar veel burgers kijken op onze website als ze meer willen weten. Omdat we meedoen aan het project Bekendmakingen kunnen we onze bezoekers hierover direct informeren via onze site. Dat is een belangrijke meerwaarde. En natuurlijk de mogelijkheid dat burgers automatisch een mail kunnen ontvangen over bekendmakingen in de buurt via de attenderingsservice.’

Advies

Voor de nieuwe website kocht Lisse een CMS-systeem van een leverancier die in samenspraak met Overheid heeft *Antwoord*[©] software ontwikkelde voor het project Bekendmakingen. De module om bekendmakingen conform de landelijke eisen te publiceren was dus in het systeem geïntegreerd. Eén onhandigheid: de handleiding ontbrak. ‘Via de website van Overheid heeft *Antwoord*[©] heb ik het Internet Publicatie Model Bekendmakingen gedownload. Daarin staat duidelijk hoe het systeem is opgebouwd en wat we moesten doen. Ik heb nog even contact gehad met de servicedesk van Overheid heeft *Antwoord*[©] over de publicatiedatum. In de module kun je aangeven wanneer de bekendmaking op de website moet komen. We twijfelden welke datum we moesten invoeren. Die van de bekendmaking in de lokale krant of die van de inzagetermijn? Beide mogelijkheden bleken goed te zijn. We kregen het advies van Overheid heeft *Antwoord*[©] om de datum van de krant consequent te gebruiken, zodat beide media in lijn zijn met elkaar.’

Technisch was de invoering van bekendmakingen in het CMS-systeem een fluitje van een cent. Het werk zat hem in het invullen van informatie, zoals het soort bekendmaking, de omschrijving ervan en de postcode. Dat kostte meer tijd dan gedacht. Daarom maakte Lisse even pas op de plaats. Eerst de nieuwe site ontwikkelen, daarna de bekendmakingen invoeren en andere functionaliteit toevoegen, zoals de koppeling van de productencatalogus aan de samenwerkende catalogi van Overheid heeft *Antwoord*[©].

Decentrale redactie

Niet veel later begon Lisse met de invoering van de bekendmakingen omdat de deadline voor aanmelding bij Overheid.nl Monitor naderde. ‘Het College wilde ook een plaats in de top vijftig van best presterende e-gemeenten veroveren. Het project Bekendmakingen levert veel punten voor de Monitor op. Een uitzendkracht die al heel veel bulkwerk voor de website had gedaan, werd in eerste instantie ook ingezet om alle bekendmakingen in te voeren.’

Geen eenvoudig werk, omdat deze redacteur niet alle informatie kreeg van de vakafdelingen om de webpagina’s van kenmerken te voorzien die nodig zijn om ze vindbaar te maken. ‘Ze moest bijvoorbeeld uit de tekst van de bekendmaking opmaken of het om een aanvraag of een verleende vergunning ging en deze gegevens in het CMS-systeem invoeren. Inhoudelijke interpretatie is lastig als je niet in de materie bent ingevoerd. Ook postcodes moesten worden

opgezocht. De vakafdelingen waren gewend informatie aan te leveren voor de krant. Daarin worden alleen straat en huisnummer genoemd. De centrale redacteur moest dus vaak medewerkers achter de broek zitten. De afdelingen bleken weinig gevoel te hebben met de website.'

Bij de lancering van de nieuwe website heeft het management ook het contentbeheer opnieuw belegd. Het centrale beheer is nu decentraal geregeld; elke afdeling is nu verantwoordelijk voor de content van de website. Van de afdelingsredacteurs, in totaal vijftien, zijn er nu vier belast met het publiceren van de bekendmakingen. Die zijn wekelijks tot één uur bezig om bekendmakingen op de website te zetten. Dat gaat een stuk sneller dan de uitzendkracht, omdat de redacteurs vakmensen zijn en sneller inhoudelijke informatie aan de webpagina's kunnen toevoegen. Een eindredacteur van de afdeling Communicatie beoordeelt alle bekendmakingen voordat iedereen ze op de site kan zien. Zo wordt de volledigheid en kwaliteit van de teksten bewaakt. Lendfers is technische vraagbaak. Door de compacte projectorganisatie van zes personen zijn de communicatielijnen kort. Gaat iets niet goed, dan weet iedereen elkaar te vinden.

Zendingswerk

Ondanks het commitment van het management, moest Lendfers het nodige zendingswerk verrichten bij de vakafdelingen. 'De grootste uitdaging was dit project tussen de oren van medewerkers te krijgen. Niet de techniek. Het idee leefde dat we het alleen deden om een mooie notering op de Overheid.nl Monitor te krijgen. Een interne doelstelling. Ik en mijn collega's van Communicatie hebben daarom benadrukt dat dit project echt een bijdrage levert aan klantvriendelijkheid. Herkenbaarheid is een voordeel van dit project. Iedereen kan zich wel een situatie voorstellen waarbij het prettig zou zijn om goed geïnformeerd te worden over een activiteit in de buurt. Onlangs is mijn buurman begonnen met een verbouwing. Het is fijn als je dat vooraf weet. Dat, gecombineerd met het feit dat dit project de informatie aan de burger verbetert via goede zoekmogelijkheden, een attenderingservice en koppeling met bekendmakingen van andere overheden, maakte dit project goed te verkopen.'

Gevraagd naar tips voor collega's antwoordt Lendfers dat het belangrijk is Overheid.nl Monitor niet als doel in te zetten, maar als middel om de dienstverlening te verbeteren. 'Het is leuk om te zien hoe je gemeente het ten opzichte van vergelijkbare gemeenten doet. En het motiveert. Maar dat is soms niet genoeg om mensen te overtuigen. Vergeet dus niet te vertellen dat je het voor de burger doet.'

+++++

[Kader]

Gemeente: Lisse

Aantal inwoners: circa 22.000

Aantal medewerkers: 200

Contactpersoon: Milou Lendfers, beleidsmedewerker digitale dienstverlening

E-mail: mlendfers@lisse.nl (Milou Lendfers is vanaf begin december vijf maanden met verlof. Zij leest echter wel regelmatig haar e-mail en staat open voor vragen).

Totaal aantal bestede uren: circa 200

Kosten project (exclusief arbeidsuren) ongeveer 3.500 euro voor de modules voor Bekendmakingen en Samenwerkende Catalogi.

Andere e-programma's: project Samenwerkende Catalogi van Overheid heeft *Antwoord*®

Website: www.lisse.nl