

De kunst van communiceren

rekenkameronderzoek naar het communicatiebeleid

van de gemeente Lopik



Rekenkamer Lopik
juli 2026

Colofon:



GEMEENTE
LOPIK

REKENKAMER Lopik

© Rekenkamer Lopik, 2026

Dit onderzoek is uitgevoerd door de Rekenkamer Lopik:

Matthijs van den Berg (voorzitter en tegenlezer voor dit rapport)

Roxana Chandali

Tijmen Siermann

Margreet Windhorst (secretaris)

Inhoudsopgave

A. Bestuurlijke nota	6
A1. Kernboodschap	7
A2. Conclusies en aanbevelingen	7
A3. Bestuurlijke reactie	12
A4. Nawoord van de rekenkamer	20
B. Nota van bevindingen	21
B1. Inleiding	22
<i>B1.1 Aanleiding.....</i>	<i>22</i>
<i>B1.2 Onderzoeksdoel.....</i>	<i>22</i>
<i>B1.3 Onderzoeksvragen.....</i>	<i>22</i>
<i>B1.4 Afbakening.....</i>	<i>23</i>
<i>B1.5 Methode van onderzoek.....</i>	<i>23</i>
<i>B1.6 Leeswijzer</i>	<i>25</i>
B2. Het externe communicatiebeleid van de gemeente	26
<i>B2.1 Het communicatiebeleid.....</i>	<i>26</i>
<i>B2.2 Score op de normen.....</i>	<i>30</i>
B3. Organisatie van de communicatiefunctie	31
<i>B3.1 Positionering van de communicatiefunctie</i>	<i>31</i>
<i>B3.2 Middelen en mensen voor de communicatiefunctie</i>	<i>32</i>
<i>B3.3 Samenwerkingsstructuren en werkwijze.....</i>	<i>33</i>
<i>B3.4 Score op de normen.....</i>	<i>35</i>
B4. Uitvoering van communicatie en burgerperspectief	37
<i>B4.1 Communicatiemiddelen en -kanalen.....</i>	<i>37</i>
<i>B4.2 Burgerperspectief.....</i>	<i>42</i>
<i>B4.3 Communicatie in de onderzochte casuïstiek</i>	<i>46</i>
<i>B4.4 Score op de normen.....</i>	<i>50</i>
B5. Monitoring, evaluatie en de rol van de gemeenteraad	53
<i>B5.1 Monitoring en evaluatie</i>	<i>53</i>
<i>B5.2 Score op de normen.....</i>	<i>55</i>
Bijlage 1 Normenkader.....	56

Bijlage 2 Bronnenoverzicht	58
<i>Algemene documenten landelijk</i>	<i>58</i>
<i>Algemene documenten Lopik</i>	<i>58</i>
<i>Bronnen alle casussen.....</i>	<i>58</i>
<i>Bronnen Casus 1 Ondermijning</i>	<i>58</i>
<i>Bronnen Casus 2 Energiepark de Copen</i>	<i>58</i>
<i>Bronnen Casus 3 Woningbouwlocatie De Woningraat (Centrumplan)</i>	<i>59</i>
<i>Bronnen Casus 4 Omgevingsvisie (De Toekomst van Lopik)</i>	<i>59</i>
<i>Casus 5 Lopik Linkt (Sociale Kaart)</i>	<i>59</i>
Bijlage 3 Geïnterviewde functionarissen	60
<i>Algemeen</i>	<i>60</i>
<i>Casus 1 Ondermijning</i>	<i>60</i>
<i>Casus 2 Energiepark De Copen</i>	<i>60</i>
<i>Casus 3 Woningbouwlocatie De Woningraat (Centrumplan).....</i>	<i>60</i>
<i>Casus 4 Omgevingsvisie (De Toekomst van Lopik).....</i>	<i>60</i>
<i>Casus 5 Lopik Linkt (Sociale Kaart)</i>	<i>60</i>
Bijlage 4 Uitgebreide resultaten enquête	61
<i>Voorkeuren communicatiekanalen</i>	<i>61</i>
<i>Brieven</i>	<i>61</i>
<i>Het Kontakt/Zenderstreeknieuws</i>	<i>62</i>
<i>Website</i>	<i>63</i>
<i>Sociale Media.....</i>	<i>64</i>
<i>Algemeen oordeel.....</i>	<i>65</i>
<i>Casuïstiek</i>	<i>67</i>
<i>Toekomstige communicatie</i>	<i>69</i>
Bijlage 5 Beschrijving casuïstiek	70
<i>Casus 1 Ondermijning</i>	<i>70</i>
<i>Casus 2 Energiepark De Copen</i>	<i>72</i>
<i>Casus 3 Woningbouwlocatie De Woningraat (Centrumplan).....</i>	<i>77</i>
<i>Casus 4 Omgevingsvisie (De Toekomst van Lopik).....</i>	<i>79</i>
<i>Casus 5 Lopik Linkt (Sociale Kaart)</i>	<i>82</i>
Bijlage 6 Vragenlijst enquête onder inwoners	86
Bijlage 7 Vragenlijst enquête onder raadsleden	94

A. Bestuurlijke nota

A1. Kernboodschap

Effectieve communicatie vormt een essentiële pijler voor goed bestuur. Een doelgericht communicatiebeleid draagt bij aan transparantie, vertrouwen, burgerparticipatie en dienstverlening en is daarnaast van belang voor crisismanagement en het bestuurlijk imago.

De gemeente Lopik is een kleine gemeente zonder communicatiebeleid en met een klein communicatieteam. Dit maakt communiceren niet alleen een taak van het communicatieteam, maar van elke medewerker. Deze aanpak vereist dat een groot deel van de medewerkers communicatie als basisvaardigheid moet beheersen. Een grotendeels decentrale uitvoering van communicatiewerk is bovendien gebaat bij eenduidige richtlijnen, ondersteunende tools en – zeker bij gevoelige trajecten – duidelijke communicatieplannen en professionele advisering. Zo kunnen communicatierisico's worden geminimaliseerd en is kwaliteit geborgd. Op dit moment zijn rollen en verantwoordelijkheden niet altijd duidelijk en ontbreken de benodigde kaders.

Communicatie is een interactief proces. De rekenkamer heeft daarom niet alleen het formele beleid en de organisatorische implementatie beoordeeld, maar ook de feitelijke praktijk onderzocht. Daarin hebben we expliciet aandacht besteed aan het burgerperspectief.

De gemeentelijke communicatie wordt door inwoners met een krappe voldoende gewaardeerd, Onduidelijk taalgebruik, beperkte beschikbaarheid en onvoldoende terugkoppeling zijn terugkerende aandachtspunten.

Op basis van het onderzoek heeft de rekenkamer aanbevelingen geformuleerd om de communicatiefunctie effectiever in te richten en daarmee het vertrouwen van burgers te versterken.

A2. Conclusies en aanbevelingen

Conclusie 1. Inwoners zijn gematigd positief, maar ervaren structurele knelpunten

Inwoners waarderen de communicatie met een krappe voldoende (6,3). Zij ervaren terugkerende knelpunten, zoals onduidelijke en/of juridisch geformuleerde taal, beperkte beschikbaarheid van beleidsverantwoordelijken en onvoldoende terugkoppeling. Dit levert niet alleen problemen op bij de communicatie in de casussen die zijn onderzocht. Het raakt ook het vertrouwen in de gemeente en compliceert daarmee communicatie en participatie in de toekomst.

Aanbeveling 1, gericht aan het college:

GEBRUIK DIENSTVERLENINGSNORMEN MET HET OOG OP STRUCTURELE KNELPUNTEN

Door het opstellen en borgen van heldere procesnormen (reactietermijnen, wachttijden, terugkoppeling) kan een verandering in gang worden gezet om te komen tot communicatie die meer voldoet aan de wensen en verwachtingen van inwoners. Hierbij hoort ook meer aandacht voor de communicatie over beleidskeuzes ('het waarom'), uitleg over de planning, vertragingen en afhankelijkheden van externe partners. Communiceren is ook van belang als er geen nieuws is: procesupdates creëren vertrouwen.

Conclusie 2. Waardering voor kanalen loopt uiteen; niet alle doelgroepen worden goed bereikt

Twee communicatiemiddelen werken aantoonbaar goed. Het 'Bakkie in de Buurt' is een laagdrempelig, zichtbaar, effectief en goed gewaardeerd middel van communicatie en interactie. Een brief blijkt de meest duidelijke en gewaardeerde manier van communicatie, vooral bij boodschappen met hoge impact. Het huis-aan-huisblad is vooral voor ouderen onmisbaar. Bij sociale media missen inwoners inhoud. De website is goed bekend; inwoners vragen aandacht voor de matige vindbaarheid en actualiteit van de daar aangeboden informatie. De gemeente ziet dat de huidige kanaalstrategie minder geschikt is voor vooral jongeren en minder digivaardigen.

Aanbeveling 2, gericht aan het college:

INVESTEER IN EEN VERSTERKTE EN DIVERSE KANAALSTRATEGIE

Zet in op een gebalanceerde mix van communicatiekanalen die aansluiten op de uiteenlopende behoeften van inwoners. Besteed daarbij extra aandacht aan jongeren en minder digitaal vaardige inwoners, zodat communicatie inclusiever en effectiever wordt.

Hieronder vallen onder meer de volgende (sub)aanbevelingen:

a. Behoud en versterk persoonlijk contact via 'Bakkie in de Buurt'

Zet dit voort als laagdrempelige manier om inwoners te ontmoeten. Versterk met name de terugkoppeling en opvolging, zodat inwoners weten wat er met hun inbreng gebeurt.

b. Blijf brieven inzetten voor impactvolle communicatie

Schrijf brieven in geval van boodschappen met grote persoonlijke of maatschappelijke impact. Dit kanaal wordt als duidelijk, betrouwbaar en zorgvuldig ervaren en draagt bij aan begrip en acceptatie.

c. Zorg voor een goede gemeentepagina in en verspreiding van het huis-aan-huisblad

Maak heldere afspraken over bezorging en monitoring van Het Kontakt, omdat dat vooral voor ouderen een onmisbaar kanaal is.

d. Vergroot de inhoudelijke waarde en variatie op sociale media

Zorg voor een gebalanceerde mix van berichten met uitleg over beleid, projecten en besluiten; praktische en actuele informatie; en verhalende content van en over inwoners, initiatiefnemers en medewerkers. Maak vaste en herkenbare formats (zoals 'Project in beeld' of 'In 1 minuut uitgelegd') om herkenbaarheid, structuur en variatie te vergroten. Stuur vaker aan op interactie (vragen, polls) om betrokkenheid te verhogen.

e. Optimaliseer de website als centrale informatiebron

Verbeter de vindbaarheid en actualiteit door strakkere werkafspraken over contentbeheer, vaste inhoudelijk verantwoordelijken per thema en het uitvoeren van periodiek onderhoud, bijvoorbeeld via een halfjaarlijkse 'opschoonweek'.

f. Blijf inspelen op nieuwe kanalen en doelgroepen

Volg actief ontwikkelingen in communicatiekanalen en formats, en speel hier flexibel op in. Dit is met name van belang bij projecten waarin het bereiken van jongeren een expliciete doelstelling is. Kies per doelgroep bewust de kanalen en vormen die het beste aansluiten.

Conclusie 3. De gemeente is op het gebied van communicatie bewust beleidsarm, maar beheerst de risico's die daarmee gepaard gaan onvoldoende

Het bestuur kiest er bewust voor om de communicatie op een praktische, laagdrempelige en niet-geformaliseerde manier aan te pakken. Dat past bij de schaal en cultuur van de organisatie, maar brengt ook risico's met zich mee, zoals inconsistentie in toonzetting en boodschappen, afhankelijkheid van individuen, haperende continuïteit en beperkte kwaliteitsborging.

Conclusie 4. Communicatie is een gedeelde verantwoordelijkheid, maar de invulling hiervan is inconsistent

De gemeente Lopik ziet communicatie als een gedeelde verantwoordelijkheid van vakinhoudelijke medewerkers en het communicatieteam. De precieze verdeling van de verantwoordelijkheden is echter niet helder. Taken en verantwoordelijkheden zijn niet vastgelegd en verschillen per project. Deze onduidelijkheid lijkt nog groter te zijn als het gaat om communicatie in en over bredere participatietrajecten.

Aanbevelingen 3 tot en met 5 aan het college:

WERK MET EEN LICHT EN PRAKTISCH COMMUNICATIEKADER

Leg de rolverdeling tussen beleid en communicatie explicieter vast. Door de uitvoering zoveel mogelijk te standaardiseren door middel van sjablonen, werkafspraken en richtlijnen, zijn risico's beter beheersbaar. Maar bijvoorbeeld afspraken over wanneer het communicatieteam minimaal moet worden betrokken, over de basisnormen die altijd toegepast moeten worden (B1-taal, uniforme *tone of voice*, actuele en accurate informatie) en over de kanalen die de gemeente standaard inzet voor belangrijke informatie of specifieke doelgroepen. Maak deze richtlijnen bekend en vindbaar.

INVESTEER IN COMMUNICATIE ALS BASISVAARDIGHEID

Als communicatie een gedeelde verantwoordelijkheid is, moet het ook nadrukkelijker gelden als basisvaardigheid voor (nieuwe) medewerkers. Trainingen zouden een meer verplichtend karakter moeten krijgen. Ook kan toepassing van de richtlijnen zoals boven bedoeld beter worden geborgd via interne checks en coaching.

POSITIONEER HET COMMUNICATIETEAM STERKER EN STRATEGISCHER

Juist bij de decentrale werkwijze waar de gemeente Lopik bewust voor kiest, past een meer strategische en adviserende inzet van de communicatieprofessionals. Het communicatieteam heeft beperkte capaciteit en veel ad-hoc druk door een brede set van basisactiviteiten. Toch kan ook met de beperkte omvang meer toegevoegde waarde worden geleverd als de capaciteit voor strategisch advies wordt vergroot. Deze rol is immers moeilijker te organiseren bij de vakinhoud. Dit kan bijvoorbeeld door scholing, een verdere uitwerking van de seniorrol en/of gerichte inzet van externe expertise. Ook kan monitoring (zie aanbeveling 8) inzicht geven in succes- en faalfactoren waarmee communicatie in de toekomst kan worden verbeterd.

Conclusie 5. Verantwoordelijkheden zijn vaak onduidelijk

Communicatie-inzet is vaak (mede) afhankelijk van externe partijen. In dat soort situaties zijn rollen en verantwoordelijkheden nóg onduidelijker, en is de gemeente nóg kwetsbaarder voor verschillen in kwaliteit. Inwoners ervaren onduidelijkheid over welke rol de gemeente speelt in communicatie die zij ontvangen van partners van de gemeente, zoals andere overheden, verbonden partijen, aannemers of initiatiefnemers van ruimtelijke projecten.

Aanbeveling 6 aan het college:

BORG DE COMMUNICATIE MET EXTERNE PARTNERS VIA CONTRACTUELE AFSPRAKEN

Afhankelijk van de partner kan dat op verschillende manieren. In het geval van initiatiefnemers kan dit bijvoorbeeld in een participatieverordening via een verbijzondering van de eisen die de Omgevingswet stelt. Bij aannemers kan een standaard paragraaf over communicatie-eisen in contracten worden opgenomen, waarbij monitoring wenselijk is om vast te kunnen stellen of aannemers aan deze eisen voldoen. Bij verbonden partijen kan communicatie worden geborgd via dienstverleningsafspraken en kan de accounthouder monitoren of deze worden nageleefd.

Conclusie 6. Het ontbreken van projectcommunicatieplannen zorgt voor meer ad hoc communicatie, wat de effectiviteit van de inspanningen verkleint

De gemeente Lopik maakt momenteel geen uitgewerkte communicatieplannen. Afspraken over communicatie worden alleen vastgelegd via mailverkeer en opgeslagen in de mailbox van het communicatieteam. Dit hangt samen met de omvang en taakopvatting van dit team. Het is onhaalbaar en inefficiënt om voor elk project een communicatieplan op te stellen. Gevolg is dat de communicatie ad hoc op basis van een binnenkomende vraag wordt ingericht. Er wordt niet structureel gewerkt vanuit een centrale doelstelling, met doelgroepen en een kernboodschap. Ook middelen zijn niet altijd bekend. Dat gaat ten koste van de effectiviteit van de communicatie.

Aanbeveling 7 aan het college:

GEBRUIK BIJ COMPLEXE OF GEVOELIGE DOSSIERS EEN PROJECTCOMMUNICATIEPLAN

Voer een risicogerichte werkwijze in, waarbij per dossier een inschatting wordt gemaakt van het risiconiveau (laag, middel, hoog). Hanteer per niveau een passende communicatie-aanpak: geen apart plan bij laag risico, een beknopte aanpak bij middelhoog risico en een verplicht communicatieplan bij hoog risico. Borg dat het sjabloon voor dit plan in ieder geval de doelstelling, doelgroepen, kernboodschap, strategie, middelen, planning, rollen en risico's bevat. Deze werkwijze zorgt voor meer regie, consistentie en effectieve inzet van communicatiecapaciteit. Ook draagt het bij aan duidelijkheid over de rollen. Het opstellen van een projectcommunicatieplan kan een gedeelde verantwoordelijkheid zijn van het communicatieteam en de vakinhoudelijk projectleider. Zij bepalen ook samen de risico-inschatting, waarbij eventueel via teamleiders of bestuur kan worden geëscaleerd als er geen consensus is.

Conclusie 7. Monitoring ontbreekt, waardoor gerichte verbetering lastig is

Momenteel is er geen structurele manier om signalen van inwoners te verzamelen, structurele knelpunten te herkennen en effecten van communicatie-inspanningen te meten. De huidige

monitoring richt zich vooral op kanaalstatistieken (website, social media, Het Kontakt). Het beter analyseren van en handelen op deze gegevens zal de communicatie verbeteren. Het borgen van de bezorging van Het Kontakt is hiervan het meest sprekende voorbeeld, maar er kan ook veel geleerd worden van het bereik van verschillende typen (social) media berichten.

Aanbeveling 8 aan het college:

ZET IN OP (BEPERKTE) MONITORING EN TREK DAAR LERING UIT

Minimale monitoring is wenselijk om te voorkomen dat problemen pas zichtbaar worden als ze escaleren in de vorm van meldingen of klachten. Houd bijvoorbeeld bij complexere trajecten meer vinger aan de pols bij de doelgroep om te weten hoe communicatie landt en doorloop feedbackcycli na inloopavonden of cases. Het herkennen van patronen in communicatie is van belang voor het lerend vermogen van de gemeente. Inventariseer dus niet alleen, maar zorg ook dat deze informatie bewaard blijft en dat er lessen uit getrokken worden. Zo kan tijdig worden ingegrepen bij teruglopend bereik van kanalen en geleerd worden van knelpunten en successen in projecten.

Conclusie 8. De gemeenteraad ontvangt te weinig informatie om zijn rol te vervullen

De raad krijgt beperkte en onvoldoende concrete informatie over gemeentelijke communicatie. Communicatieparagrafen in raadsvoorstellen blijven vaak algemeen en bieden te weinig inzicht in doelgroepen, beoogde effecten, risico's, keuzes en resultaten. De raad ontvangt nauwelijks structurele en overstijgende informatie over de effectiviteit en het bereik van gemeentelijke communicatie. Mede door de summiere monitorinformatie blijft de informatievoorziening in de P&C-cyclus beperkt tot hoofdlijnen. Dat geeft de raad onvoldoende grip op een beleidsdomein dat direct van invloed is op de relatie tussen gemeente en inwoners.

Aanbeveling 9 aan het college:

ZORG VOOR EEN VASTE STRUCTUUR VOOR EN GOEDE INHOUDELIJKE AFWEGINGEN IN DE COMMUNICATIEPARAGRAFEN IN RAADSVOORSTELLEN EN P&C-DOCUMENTEN

Zorg dat de raad structureel wordt geïnformeerd over de belangrijkste communicatieaspecten van beleid en uitvoering. Besteed bijvoorbeeld standaard aandacht aan doelgroepen, kernboodschappen, risico's en gevoeligheden, inzet van communicatiemiddelen en -kanalen en monitoring van bereik en effectiviteit. Borg dat communicatieparagrafen geen invuloefening worden, maar altijd een inhoudelijke afweging bevatten die de raad helpt bij zijn kaderstellende en controlerende rol.

Aanbeveling aan de raad:

GEBRUIK DE COMMUNICATIEPARAGRAAF ACTIEVER ALS INSTRUMENT VOOR KADERSTELLING EN CONTROLE

Vraag het college consequent om concrete en toetsbare informatie over de aanpak, doelgroepen, risico's en effecten van communicatie bij voorstellen en beleidsuitvoering. Benut de communicatieparagraaf nadrukkelijker bij de beoordeling van voorstellen en bij de controle op de uitvoering daarvan. Maak daarnaast afspraken met het college over de minimale kwaliteit en inhoud van communicatieparagrafen en over periodieke terugkoppeling van resultaten en effecten van gemeentelijke communicatie.

A3. Bestuurlijke reactie

De Rekenkamer Lopik
Mail: secretaris_RK_Lopik@raamwerk.nu

Datum: 23 juni 2026
Zaak nr.: Z.046063/D.256202
Uw kenmerk:
Bijlagen:
Referentie: M.A.M. Hooijman
Doorkiesnr.: 0348-55 98 82

Onderwerp: Bestuurlijke reactie onderzoek
communicatiebeleid

Geachte Rekenkamer,

Op 13 mei jl. ontving de gemeentesecretaris de Nota van Bevindingen en de Bestuurlijke Nota van uw onderzoek naar ons communicatiebeleid. In het kader van bestuurlijke wederhoor stelt u ons in de gelegenheid een bestuurlijke reactie op de conclusies en aanbevelingen te geven. Wij maken van deze gelegenheid graag gebruik. Wel echter met de notie dat onze coalitieonderhandelingen in volle gang zijn en dit huidige college binnenkort een nieuwe samenstelling heeft, die wellicht gewijzigde bestuurlijke opvattingen kent.

Communiceren doen we allemaal. Het rapport laat duidelijk zien dat het een breed onderwerp is. Het gaat over schriftelijke communicatie, over aandacht geven aan onze inwoners (Bakkies) en ook participatie en dienstverlening komen vaak voorbij. Als kleine organisatie staan we dicht bij onze inwoners en willen we dat uiteraard zo goed mogelijk doen. Dit onderzoek helpt ons daarbij, maar laat ook direct zien waar onze onmogelijkheden zitten. Met een beperkte capaciteit, niet alleen in het team Communicatie, maar ook in de andere teams, is het niet mogelijk om alle aanbevelingen op te volgen. Hoe wenselijk ze soms ook zijn, onze gemeentelijke begroting biedt die ruimte niet. Dit komt terug bij meerdere aanbevelingen en wij constateren daarmee dat het rapport op vele punten aanvoelt als weinig aansluitend op Lopik. Dit wordt versterkt door de aanbiedingsbrief die is ondertekend door Matthijs van den Berg, voorzitter van de Rekenkamer IJsselstein.

We lezen verder dat 134 inwoners de vragenlijst hebben ingevuld. In het rapport ontbreken de demografische gegevens van deze deelnemers. Graag zien wij deze nog tegemoet.

Hieronder treft u per aanbeveling onze reactie.

Postbus 50
3410 CB LOPIK

Raadhuisplein 1
Tel : (0348) 55 99 55
Fax: (0348) 55 15 88
E-mailadres:
gemeente@lopik.nl

A2. Conclusies en aanbevelingen

Conclusie 1. Inwoners zijn gematigd positief, maar ervaren structurele knelpunten

Inwoners waarderen de communicatie met een krappe voldoende (6,3). Zij ervaren terugkerende knelpunten, zoals onduidelijke en/of juridisch geformuleerde taal, beperkte beschikbaarheid van beleidsverantwoordelijken en onvoldoende terugkoppeling. Dit levert niet alleen problemen op bij de communicatie in de casussen die zijn onderzocht. Het raakt ook het vertrouwen in de gemeente en compliceert daarmee communicatie en participatie in de toekomst.

Aanbeveling 1, gericht aan het college:

GEBRUIK DIENSTVERLENINGSNORMEN MET HET OOG OP STRUCTURELE KNELPUNTEN

Door het opstellen en borgen van heldere procesnormen (reactietermijnen, wachttijden, terugkoppeling) kan een verandering in gang worden gezet om te komen tot communicatie die meer voldoet aan de wensen en verwachtingen van inwoners. Hierbij hoort ook meer aandacht voor de communicatie over beleidskeuzes ('het waarom'), uitleg over de planning, vertragingen en afhankelijkheden van externe partners. Communiceren is ook van belang als er geen nieuws is: procesupdates creëren vertrouwen.

Reactie: Deze aanbeveling onderschrijven we. Zie onze reactie bij aanbeveling 8.

Conclusie 2. Waardering voor kanalen loopt uiteen; niet alle doelgroepen worden goed bereikt

Twee communicatiemiddelen werken aantoonbaar goed. Het 'Bakkie in de Buurt' is een laagdrempelig, zichtbaar, effectief en goed gewaardeerd middel van communicatie en interactie. Een brief blijkt de meest duidelijke en gewaardeerde manier van communicatie, vooral bij boodschappen met hoge impact. Het huis-aan-huisblad is vooral voor ouderen onmisbaar. Bij sociale media missen inwoners inhoud. De website is goed bekend; inwoners vragen aandacht voor de matige vindbaarheid en actualiteit van de daar aangeboden informatie. De gemeente ziet dat de huidige kanaalstrategie minder geschikt is voor vooral jongeren en minder digivaardigen.

Aanbeveling 2, gericht aan het college:

INVESTEER IN EEN VERSTERKTE EN DIVERSE KANAALSTRATEGIE

Zet in op een gebalanceerde mix van communicatiekanalen die aansluiten op de uiteenlopende behoeften van inwoners. Besteed daarbij extra aandacht aan jongeren en minder digitaal vaardige inwoners, zodat communicatie inclusiever en effectiever wordt. Hieronder vallen onder meer de volgende (sub)aanbevelingen:

a. Behoud en versterk persoonlijk contact via 'Bakkie in de Buurt'

Zet dit voort als laagdrempelige manier om inwoners te ontmoeten. Versterk met name de terugkoppeling en opvolging, zodat inwoners weten wat er met hun inbreng gebeurt.

b. Blijf brieven inzetten voor impactvolle communicatie

Schrijf brieven in geval van boodschappen met grote persoonlijke of maatschappelijke impact. Dit kanaal wordt als duidelijk, betrouwbaar en zorgvuldig ervaren en draagt bij aan begrip en acceptatie.

c. Zorg voor een goede gemeentepagina in en verspreiding van het huis-aan-huisblad

Maak heldere afspraken over bezorging en monitoring van Het Kontakt, omdat dat vooral voor ouderen een onmisbaar kanaal is.

d. Vergroot de inhoudelijke waarde en variatie op sociale media

Zorg voor een gebalanceerde mix van berichten met uitleg over beleid, projecten en besluiten; praktische en actuele informatie; en verhalende content van en over inwoners, initiatiefnemers en medewerkers. Maak vaste en herkenbare formats (zoals 'Project in beeld' of 'In 1 minuut uitgelegd') om herkenbaarheid, structuur en variatie te vergroten. Stuur vaker aan op interactie (vragen, polls) om betrokkenheid te verhogen.

e. Optimaliseer de website als centrale informatiebron

Verbeter de vindbaarheid en actualiteit door strakkere werkafspraken over contentbeheer, vaste inhoudelijk verantwoordelijken per thema en het uitvoeren van periodiek onderhoud, bijvoorbeeld via een halfjaarlijkse 'opschoonweek'.

f. Blijf inspelen op nieuwe kanalen en doelgroepen

Volg actief ontwikkelingen in communicatiekanalen en formats, en speel hier flexibel op in. Dit is met name van belang bij projecten waarin het bereiken van jongeren een expliciete doelstelling is. Kies per doelgroep bewust de kanalen en vormen die het beste aansluiten.

Reactie:

- a. Wij onderschrijven het succes en belang van het Bakkie in de buurt. Het is straks aan het nieuwe college om hier een vervolg aan te geven. Wij hebben er vertrouwen in dat dit gebeurt, gezien alle partijen het belang zien van een nabije gemeente.
- b. Wij onderschrijven deze aanbeveling.
- c. Wij onderschrijven deze aanbeveling. Het is bij ons bekend dat de bezorging van het Kontakt niet overal even betrouwbaar is. Signalen hierover geven we door aan Kontakt Media Partners.
- d. Wij onderschrijven deze aanbeveling, maar deze is niet uitvoerbaar binnen onze huidige capaciteit.
- e. Wij onderschrijven deze aanbevelingen en gaan deze voor de uitvoerbaarheid aan het MT voorleggen. De uitvoering hiervan ligt bij de inhoudelijke teams.
- f. Deze aanbeveling begrijpen we, maar gezien onze krappe formatie zullen wij niet snel bij nieuwe kanalen aansluiten. Op een moment dat er een nieuw kanaal zich aandient waar wij veel meerwaarde in zien, zullen wij dit nader overwegen.

Conclusie 3. De gemeente is op het gebied van communicatie bewust beleidsarm, maar beheerst de risico's die daarmee gepaard gaan onvoldoende

Het bestuur kiest er bewust voor om de communicatie op een praktische, laagdrempelige en niet geformaliseerde manier aan te pakken. Dat past bij de schaal en cultuur van de organisatie, maar brengt ook risico's met zich mee, zoals

inconsistentie in toonzetting en boodschappen, afhankelijkheid van individuen, haperende continuïteit en beperkte kwaliteitsborging.

Reactie: Ondanks dat het conclusies zijn van uw Rekenkamer en we enkel reactie geven op de aanbevelingen willen we op deze conclusie wel ingaan. We zetten ons, met de beperkte middelen, ongelofelijk in voor onze inwoners en ondernemers. Dat het beter kan onderschrijven we, maar de risico's die u benoemt hebben in onze ogen nog nooit geleid tot onacceptabele situaties.

Conclusie 4. Communicatie is een gedeelde verantwoordelijkheid, maar de invulling hiervan is inconsistent

De gemeente Lopik ziet communicatie als een gedeelde verantwoordelijkheid van vakinhoudelijke medewerkers en het communicatieteam. De precieze verdeling van de verantwoordelijkheden is echter niet helder. Taken en verantwoordelijkheden zijn niet vastgelegd en verschillen per project. Deze onduidelijkheid lijkt nog groter te zijn als het gaat om communicatie in en over bredere participatietrajecten.

Aanbevelingen 3 tot en met 5 aan het college:

WERK MET EEN LICHT EN PRAKTISCH COMMUNICATIEKADER

Leg de rolverdeling tussen beleid en communicatie explicieter vast. Door de uitvoering zoveel mogelijk te standaardiseren door middel van sjablonen, werkafspraken en richtlijnen, zijn risico's beter beheersbaar. Maar bijvoorbeeld afspraken over wanneer het communicatieteam minimaal moet worden betrokken, over de basisnormen die altijd toegepast moeten worden (B1-taal, uniforme tone of voice, actuele en accurate informatie) en over de kanalen die de gemeente standaard inzet voor belangrijke informatie of specifieke doelgroepen. Maak deze richtlijnen bekend en vindbaar.

Reactie: Wij onderschrijven deze aanbeveling voeren deze voor een groot deel ook al uit. Hulpmiddelen zoals de schrijfwijzer zijn al in gebruik en het communicatieteam is bezig met een plan waar de organisatie meer duidelijkheid krijgt over hun inzet. Niet genoemd, maar wel een ontwikkeling die zeer actueel is, is het AI-beleid. Deze is in de maak en kan bij de uitvoering zeer helpend zijn bij de opmaak en het vertalen naar B1 teksten.

INVESTEER IN COMMUNICATIE ALS BASISVAARDIGHEID

Als communicatie een gedeelde verantwoordelijkheid is, moet het ook nadrukkelijker gelden als basisvaardigheid voor (nieuwe) medewerkers. Trainingen zouden een meer verplichtend karakter moeten krijgen. Ook kan toepassing van de richtlijnen zoals boven bedoeld beter worden geborgd via interne checks en coaching.

Reactie: Wij onderschrijven deze aanbeveling. Afgelopen maanden is het inwerkprogramma voor nieuwe medewerkers aangepast en onder andere de schrijftraining heeft hier een plek in gekregen. Deze training is door alle medewerkers gevolgd en is ook verplicht voor alle nieuwkomers. Trainingen over (verbale) communicatie bij agressief gedrag worden gevolgd door meerdere teams die veel inwonerscontact hebben. En tijdens de jaarlijkse organisatie-ontwikkeldagen (Zo Werken Wij! Festival) worden er workshops aangeboden die verschillende facetten van communiceren belichten.

POSITIONEER HET COMMUNICATIETEAM STERKER EN STRATEGISCHER Juist bij de decentrale werkwijze waar de gemeente Lopik bewust voor kiest, past

een meer strategische en adviserende inzet van de communicatieprofessionals. Het communicatieteam heeft beperkte capaciteit en veel ad-hoc druk door een brede set van basisactiviteiten. Toch kan ook met de beperkte omvang meer toegevoegde waarde worden geleverd als de capaciteit voor strategisch advies wordt vergroot. Deze rol is immers moeilijker te organiseren bij de vakinhoud. Dit kan bijvoorbeeld door scholing, een verdere uitwerking van de seniorrol en/of gerichte inzet van externe expertise. Ook kan monitoring (zie aanbeveling 8) inzicht geven in succes- en faalfactoren waarmee communicatie in de toekomst kan worden verbeterd.

Reactie: We onderschrijven deze aanbeveling, maar hiervoor is uitbreiding van formatie nodig en de toevoeging van een nieuwe functie. De huidige formatie is niet ingericht op strategische advisering.

Conclusie 5. Verantwoordelijkheden zijn vaak onduidelijk

Communicatie-inzet is vaak (mede) afhankelijk van externe partijen. In dat soort situaties zijn rollen en verantwoordelijkheden nóg onduidelijker, en is de gemeente nóg kwetsbaarder voor verschillen in kwaliteit. Inwoners ervaren onduidelijkheid over welke rol de gemeente speelt in communicatie die zij ontvangen van partners van de gemeente, zoals andere overheden, verbonden partijen, aannemers of initiatiefnemers van ruimtelijke projecten.

Aanbeveling 6 aan het college:

BORG DE COMMUNICATIE MET EXTERNE PARTNERS VIA CONTRACTUELE AFSPRAKEN

Afhankelijk van de partner kan dat op verschillende manieren. In het geval van initiatiefnemers kan dit bijvoorbeeld in een participatieverordening via een verbijzondering van de eisen die de Omgevingswet stelt. Bij aannemers kan een standaard paragraaf over communicatie-eisen in contracten worden opgenomen, waarbij monitoring wenselijk is om vast te kunnen stellen of aannemers aan deze eisen voldoen. Bij verbonden partijen kan communicatie worden geborgd via dienstverleningsafspraken en kan de accounthouder monitoren of deze worden nageleefd.

Reactie: Wij onderschrijven deze aanbeveling voor een deel. Als uitwerking van de Omgevingswet ontwikkelen we een leidraad voor initiatiefnemers. Hierin geven wij hen handvatten voor het participatiedeel van hun vergunningsaanvraag.

Het is een onmogelijke en onwenselijke opgave om alle uitgaande communicatie van onze partners te controleren op helder taalgebruik en leesbaarheid. Wij zien dit niet als onze taak. Bij signalen dat er onduidelijke brieven worden verzonden door onze partners zullen onze accounthouders hierover het gesprek aangaan.

Conclusie 6. Het ontbreken van projectcommunicatieplannen zorgt voor meer ad hoc communicatie, wat de effectiviteit van de inspanningen verkleint

De gemeente Lopik maakt momenteel geen uitgewerkte communicatieplannen. Afspraken over communicatie worden alleen vastgelegd via mailverkeer en opgeslagen in de mailbox van het communicatieteam. Dit hangt samen met de omvang en taakopvatting van dit team. Het is onhaalbaar en inefficiënt om voor elk project een communicatieplan op te stellen. Gevolg is dat de communicatie ad hoc op basis van een binnenkomende vraag wordt ingericht. Er wordt niet structureel gewerkt vanuit een centrale doelstelling, met doelgroepen en een kernboodschap.

Ook middelen zijn niet altijd bekend. Dat gaat ten koste van de effectiviteit van de communicatie.

Aanbeveling 7 aan het college:

GEBRUIK BIJ COMPLEXE OF GEVOELIGE DOSSIERS EEN PROJECTCOMMUNICATIEPLAN

Voer een risicogerichte werkwijze in, waarbij per dossier een inschatting wordt gemaakt van het risiconiveau (laag, middel, hoog). Hanteer per niveau een passende communicatie-aanpak: geen apart plan bij laag risico, een beknopte aanpak bij middelhoog risico en een verplicht communicatieplan bij hoog risico. Borg dat het sjabloon voor dit plan in ieder geval de doelstelling, doelgroepen, kernboodschap, strategie, middelen, planning, rollen en risico's bevat. Deze werkwijze zorgt voor meer regie, consistentie en effectieve inzet van communicatiecapaciteit. Ook draagt het bij aan duidelijkheid over de rollen. Het opstellen van een projectcommunicatieplan kan een gedeelde verantwoordelijkheid zijn van het communicatieteam en de vakinhoudelijk projectleider. Zij bepalen ook samen de risico-inschatting, waarbij eventueel via teamleiders of bestuur kan worden geëscaleerd als er geen consensus is.

Reactie: Bij deze aanbeveling zien we duidelijke parallellen met het op te stellen participatiebeleid en de participatie- en inspraakverordening. De categorieën die hierboven genoemd staan (laag, middel, hoog) hanteren we ook in dit (nog vast te stellen) beleid en worden uitgewerkt. Dit geeft houvast in de aanpak van communicatie en het te doorlopen participatietraject. Wij zien een koppeling met aanbeveling 5, want zowel op communicatie als op participatie hebben we geen informatie beschikbaar voor strategische advisering.

Conclusie 7. Monitoring ontbreekt, waardoor gerichte verbetering lastig is

Momenteel is er geen structurele manier om signalen van inwoners te verzamelen, structurele knelpunten te herkennen en effecten van communicatie-inspanningen te meten. De huidige monitoring richt zich vooral op kanaalstatistieken (website, social media, Het Kontakt). Het beter analyseren van en handelen op deze gegevens zal de communicatie verbeteren. Het borgen van de bezorging van Het Kontakt is hiervan het meest sprekende voorbeeld, maar er kan ook veel geleerd worden van het bereik van verschillende typen (social) media berichten.

Aanbeveling 8 aan het college:

ZET IN OP (BEPERKTE) MONITORING EN TREK DAAR LERING UIT

Minimale monitoring is wenselijk om te voorkomen dat problemen pas zichtbaar worden als ze escaleren in de vorm van meldingen of klachten. Houd bijvoorbeeld bij complexere trajecten meer vinger aan de pols bij de doelgroep om te weten hoe communicatie landt en doorloop feedbackcycli na inloopavonden of cases. Het herkennen van patronen in communicatie is van belang voor het lerend vermogen van de gemeente. Inventariseer dus niet alleen, maar zorg ook dat deze informatie bewaard blijft en dat er lessen uit getrokken worden. Zo kan tijdig worden ingegrepen bij teruglopend bereik van kanalen en geleerd worden van knelpunten en successen in projecten.

Reactie: Deze aanbeveling onderschrijven we. In de begroting 2026 staat dit ook als doel beschreven:

Dienstverlening die beter aansluit bij de behoefte van onze inwoners en ondernemers

We krijgen verschillende reacties op onze dienstverlening – sommige inwoners zijn ontevreden anderen juist positief. Om beter te begrijpen hoe onze dienstverlening echt wordt ervaren en welke verwachtingen de samenleving heeft, gaan we dit concreet meten. Met deze resultaten kunnen we onze communicatie verbeteren, en de servicenormen aanpassen waar dat nodig is en kan. Hierin leggen we bijvoorbeeld vast binnen welke termijn we terugbellen of een brief of e-mail beantwoorden. Net zoals we heldere communicatie belangrijk vinden, helpen duidelijke afspraken om onze dienstverlening betrouwbaar en beter te maken.

Resultaat: Dienstverlening die aansluit bij de behoefte van onze inwoners en ondernemers en uitvoerbaar is voor onze organisatie. Inzicht in hoe onze inwoners de dienstverlening ervaren. Duidelijke afspraken over onze dienstverlening waardoor inwoners weten waar ze aan toe zijn.

De uitvoering hiervan staat gepland voor dit najaar. Dit is echter onder voorbehoud dat het nieuwe college van B&W deze voorgenomen maatregelen en activiteiten wenselijk en noodzakelijk vindt.

Conclusie 8. De gemeenteraad ontvangt te weinig informatie om zijn rol te vervullen

De raad krijgt beperkte en onvoldoende concrete informatie over gemeentelijke communicatie. Communicatieparagrafen in raadsvoorstellen blijven vaak algemeen en bieden te weinig inzicht in doelgroepen, beoogde effecten, risico's, keuzes en resultaten. De raad ontvangt nauwelijks structurele en overstijgende informatie over de effectiviteit en het bereik van gemeentelijke communicatie. Mede door de summiere monitorinformatie blijft de informatievoorziening in de P&C-cyclus beperkt tot hoofdlijnen. Dat geeft de raad onvoldoende grip op een beleidsdomein dat direct van invloed is op de relatie tussen gemeente en inwoners.

Aanbeveling 9 aan het college:

ZORG VOOR EEN VASTE STRUCTUUR VOOR EN GOEDE INHOUDELIJKE AFWEGINGEN IN DE COMMUNICATIEPARAGRAFEN IN RAADSVOORSTELLEN EN P&C-DOCUMENTEN

Zorg dat de raad structureel wordt geïnformeerd over de belangrijkste communicatieaspecten van beleid en uitvoering. Besteed bijvoorbeeld standaard aandacht aan doelgroepen, kernboodschappen, risico's en gevoeligheden, inzet van communicatiemiddelen en -kanalen en monitoring van bereik en effectiviteit. Borg dat communicatieparagrafen geen invuloefening worden, maar altijd een inhoudelijke afweging bevatten die de raad helpt bij zijn kaderstellende en controlerende rol.

Reactie: Deze aanbeveling onderschrijven we voor een deel bij stukken waar communicatie ook echt een belangrijk onderdeel is van het voorstel. Waar we grote moeite mee hebben is het woord *standaard* in deze aanbeveling. Dit is niet passend bij onze organisatieomvang en de capaciteit die we beschikbaar hebben.

Aanbeveling aan de raad:

GEBRUIK DE COMMUNICATIEPARAGRAAF ACTIEVER ALS INSTRUMENT VOOR KADERSTELLING EN CONTROLE

Vraag het college consequent om concrete en toetsbare informatie over de aanpak,

doelgroepen, risico's en effecten van communicatie bij voorstellen en beleidsuitvoering. Benut de communicatieparagraaf nadrukkelijker bij de beoordeling van voorstellen en bij de controle op de uitvoering daarvan. Maak daarnaast afspraken met het college over de minimale kwaliteit en inhoud van communicatieparagrafen en over periodieke terugkoppeling van resultaten en effecten van gemeentelijke communicatie

Reactie: Dit is een aanbeveling aan de raad, maar wij willen hen erop wijzen dat, net als bij de vorige aanbeveling, dit in onze ogen een aanbeveling is die niet aansluit op de capaciteit van onze organisatie. Uiteraard gaan wij graag het gesprek aan met de raad en griffier om te komen tot een door de raad gewenste verbetering van de kwaliteit van stukken die passend is bij onze organisatie.

Met vriendelijke groet,

Het college van burgemeester en wethouders van de gemeente Lopik;
de secretaris, de burgemeester,

 Valid Signed door Laura de Graaff
op 23-06-2026

L. de Graaff

 Valid Signed door R.G. Westerlaken-Loos
op 23-06-2026

R.G. Westerlaken-Loos

A4. Nawoord van de rekenkamer

De rekenkamer Lopik wil met haar onderzoeken op een constructieve manier bijdragen aan de doelmatigheid en doeltreffendheid van het gemeentelijk beleid. Wij danken het college voor de uitgebreide bestuurlijke reactie op ons onderzoek naar het communicatiebeleid en waarderen de openheid waarmee het college reflecteert op de bevindingen, conclusies en aanbevelingen. De rekenkamer constateert dat het college een groot deel van de aanbevelingen onderschrijft en het belang van verdere verbetering van de gemeentelijke communicatie erkent. Desondanks zijn er enkele reacties op de bestuurlijke nota waar de rekenkamer nog op wil reflecteren.

In de reactie stelt het college dat niet alle aanbevelingen binnen de huidige capaciteit uitvoerbaar zijn. Bij het opstellen van de conclusies en aanbevelingen heeft de rekenkamer nadrukkelijk rekening gehouden met de specifieke context van de gemeente Lopik. Daarbij is expliciet oog geweest voor de omvang van de organisatie, de beschikbare capaciteit en de bewust gekozen beleidsarme insteek. De rekenkamer heeft er alle waardering voor dat het college en de organisatie zich, ook met beperkte middelen, zichtbaar inzetten voor de inwoners en ondernemers van Lopik.

De rekenkamer wil echter benadrukken dat juist de beperkte middelen en capaciteit vragen om scherpe keuzes om optimaal effectief te kunnen zijn, bijvoorbeeld door bij de inzet van mensen en middelen te kijken waar de meeste impact te behalen is. De rekenkamer wil in dat verband nogmaals het belang benadrukken van meer samenhang en structuur in de communicatieaanpak. Een risicogerichte werkwijze, waarbij bij complexe of gevoelige dossiers wel bewust wordt nagedacht over doelgroepen, kernboodschap en aanpak, kan helpen om meer regie en consistentie te krijgen zonder de organisatie onnodig te belasten.

In dit onderzoek heeft de rekenkamer nadrukkelijk gekeken naar structurele kwetsbaarheden in de organisatie van communicatie, los van de vraag of deze zich al in concrete incidenten hebben vertaald. Dergelijke kwetsbaarheden kunnen langere tijd beperkt zichtbaar blijven, maar wel van invloed zijn op bijvoorbeeld consistentie, duidelijkheid en vertrouwen. Juist daarom acht de rekenkamer het van belang deze te benoemen. In dit licht waarderen we dat het college het voornemen heeft om servicenormen vast te stellen en ervaringen van inwoners structureler te meten. Deze monitoring draagt bij aan het lerend vermogen en zal het vertrouwen in de gemeente verder versterken.

De rekenkamer dankt het college en de ambtelijke organisatie voor de medewerking aan dit onderzoek en spreekt de hoop uit dat de uitkomsten van dit onderzoek de raad ondersteunen in hun controlerende taak en daarmee bijdragen aan verdere versterking van de communicatie met de inwoners van de gemeente Lopik.

B. Nota van bevindingen

B1. Inleiding

B1.1 Aanleiding

Een doeltreffend communicatiebeleid is cruciaal voor het creëren en behouden van draagvlak voor gemeentelijk beleid en is daarmee een relevant onderzoeksobject voor rekenkamers. Het communicatiebeleid van gemeenten heeft als doel om helder, effectief en transparant te communiceren met inwoners, bedrijven, organisaties en andere belanghebbenden. Een goed werkend communicatiebeleid draagt bij aan transparantie en vertrouwen, betrokkenheid en participatie van inwoners en een effectieve dienstverlening. Het is daarnaast belangrijk bij crisismanagement en voor het imago van een gemeente.

In de enquête en gesprekken over mogelijke onderzoeksonderwerpen voor de rekenkamer noemden raadsleden communicatiebeleid als belangrijk onderwerp. Dit bevestigde voor de rekenkamer Lopik dat een onderzoek naar het communicatiebeleid van de gemeente zinvol is.

B1.2 Onderzoeksdoel

Met dit onderzoek wil de rekenkamer inzicht verschaffen in de doeltreffendheid van het communicatiebeleid van de gemeente Lopik in de periode 2021-2025. Hiermee wil de rekenkamer bijdragen aan het verbeteren van zowel het communicatiebeleid zelf als, in het verlengde daarvan, aan het verbeteren van de kwaliteit van de overige beleidsprocessen van de gemeente, omdat communicatie aan veel processen een bijdrage levert. Op basis van de conclusies zal de rekenkamer raad en college in de nog op te stellen bestuurlijke nota aanbevelingen aanreiken om de doeltreffendheid van het communicatiebeleid in de toekomst te verbeteren.

B1.3 Onderzoeksvragen

De centrale onderzoeksvraag luidt:

In hoeverre is het externe communicatiebeleid van de gemeente Lopik doeltreffend?

Van de centrale onderzoeksvraag zijn deelvragen afgeleid die helpen om het onderzoek te structureren en de centrale vraag te beantwoorden:

1. *Hoe ziet het externe communicatiebeleid van de gemeente eruit en wat is hierover waarin vastgelegd? (Beleid)*
2. *Hoe is de communicatie georganiseerd binnen de gemeentelijke organisatie? Hoe wordt samengewerkt tussen afdelingen om consistente communicatie te waarborgen? (Organisatie)*
3. *Welke middelen en kanalen gebruikt de gemeente om inwoners te informeren, welke richtlijnen zijn er voor gebruik van deze kanalen en hoe effectief zijn deze middelen en kanalen? Hoe verloopt het proces van het creëren van een communicatie-uiting? (Uitvoering)*
4. *Hoe ervaren de inwoners van Lopik het communicatiebeleid van de gemeente, zijn er verschillen tussen de onderscheiden doelgroepen en welke verbeterpunten geven inwoners/doelgroepen aan? (Burgerperspectief)*

5. *Op welke wijze is het communicatiebeleid toegepast in de geselecteerde casussen, maakt het communicatiebeleid onderdeel uit van het beleidsproces, hoe tevreden zijn inwoners daarover en welke lessen voor de toekomst volgen uit de bestudeerde casussen? (Casuïstiek)*
6. *Wordt de communicatie en het communicatiebeleid gemonitord en geëvalueerd, wat zijn de uitkomsten, vindt op basis daarvan bijsturing plaats? (Monitoring en evaluatie)*
7. *Wordt de gemeenteraad in positie gebracht om in het kader van zijn kaderstellende en controlerende rol de communicatie van de gemeente met inwoners te optimaliseren, hoe vult de gemeenteraad deze rol in? (Verantwoording, Informatiepositie en rolopvattingen van de gemeenteraad)*

B1.4 Afbakening

Communicatiebeleid is een breed begrip. Voor een effectief onderzoek is daarom een nadere afbakening nodig. Wij richten het onderzoek op de externe communicatie. Met externe communicatie bedoelen we de communicatie van de gemeente naar en met inwoners. In het onderdeel van het onderzoek waarin we communicatie aan de hand van casuïstiek onderzoeken, concentreren we ons op communicatietrajecten die samenhangen met gemeentelijk beleid, en nemen we alle externe communicatie daarover mee. Interne communicatie – communicatie tussen de verschillende onderdelen van de gemeente – valt buiten dit onderzoek.

Er kan ook onderscheid worden gemaakt tussen actieve en reactieve communicatie. Bij actieve communicatie gaat het om communicatie naar en met inwoners waarbij de gemeente op eigen initiatief inwoners betreft bij beleids- of planontwikkeling of realisatie van maatschappelijke opgaven, programma's en projecten. Bij reactieve communicatie reageert de gemeente naar aanleiding van een vraag, aanvraag, klacht, bezwaar of melding van één of meer inwoners. We hanteren de actieve communicatie als startpunt voor het onderzoek en betrekken daarbij waar relevant ook de reactieve communicatie, voor zover deze niet individueel is.

De communicatie van de gemeenteraad met inwoners van Lopik valt buiten de reikwijdte van het onderzoek. Alleen als binnen de onderzochte casuïstiek communicatie van de raad of door individuele raadsleden een belangrijke rol speelt, nemen we dit mee.

Om de omvang van het onderzoek hanteerbaar te houden, richt dit onderzoek zich specifiek op de doeltreffendheid van het beleid: de vraag of de doelen worden bereikt.

Het onderzoek zoomt in op communicatieprocessen in de periode 2021-2025. Deze tijdsafbakening is mede ingegeven door de looptijd van de gekozen casuïstiek.

B1.5 Methode van onderzoek

Het onderzoek heeft verschillende fasen doorlopen waarin verschillende methoden zijn toegepast:

1. In de eerste fase vond deskresearch plaats. We verzamelden en analyseerden openbare documenten over beleid en werkwijze met betrekking tot het communicatiebeleid van de

gemeente Lopik en bestudeerden rekenkamerrapporten van andere gemeenten die onderzoek hebben gedaan naar dit onderwerp. Bijlage 2 bevat de lijst met bestudeerde documenten.

2. In de tweede fase organiseerden we een startbijeenkomst met de meest betrokken ambtenaren. Daar gaven we een toelichting op het onderzoek, maakten we afspraken over de contacten en de te interviewen personen en vroegen we om aanvullende informatie, waaronder interne beleids- en uitvoeringsinformatie etc. De aanvullende informatie uit deze fase is vervolgens geanalyseerd en verwerkt.
Ook is in deze fase een selectie gemaakt van vijf casussen waarin communicatie een belangrijke rol speelt. Startend vanuit een groslijst aan mogelijke casussen, is deze lijst teruggebracht naar een shortlist en vervolgens zijn vijf casussen geselecteerd aan de hand van de volgende criteria:
 - de casussen moeten recent zijn afgerond, nog deels lopend zijn of een terugkerend karakter hebben;
 - De casussen zijn verdeeld over verschillende beleidsterreinen;
 - de communicatie binnen deze projecten of onderwerpen is relatief intensief en
 - de casussen zijn bij voorkeur interessant voor een relatief grote groep inwoners.
3. In de derde fase zijn de casussen nader bestudeerd.¹ Per casus is analyse uitgevoerd op de bijbehorende projectplannen, communicatieplannen, nieuwsberichten, nieuwsbrieven en brieven aan inwoners zijn betrokken. Bijlage 5 bevat een beschrijving van de casussen.
4. In de vierde fase kwam het burgerperspectief aan de orde, zowel in relatie tot het externe communicatiebeleid in het algemeen als specifiek voor de geselecteerde casussen.
Aangezien communicatie een tweezijdig proces is, is het van belang om ook de kant van inwoners in beeld te brengen. We hebben hiervoor een enquête uitgezet en in focusgroepen en interviews gesproken met inwoners van Lopik.²
 - a) Enquête onder een representatieve groep inwoners. Er is gewerkt met een steekproef van 2.500 inwoners van 18 jaar en ouder. Zij kregen per brief een uitnodiging om de enquête online in te vullen. De verzending van deze enquête verliep via een gespecialiseerd onderzoeksbureau. De respons bleef achter bij de verwachting.³ De vragenlijst (zie bijlage 6) had als doel een breed beeld te krijgen van het bereik, de effectiviteit en de waardering van de communicatie in het algemeen en de onderzochte casuïstiek in het bijzonder. Ook wilden we via deze vragenlijst deelnemers werven voor de focusgroepen.
 - b) (Groeps)gesprekken met inwoners van Lopik. We organiseerden focusgroepen in dorpshuis de Schouw en het gemeentehuis, zowel op een avond (29 januari) als

¹ In enkele van de casussen liggen communicatie en participatie dichtbij elkaar. Dit onderzoek betreft nadrukkelijk *niet* de participatiekant, maar in sommige dossiers is het onderscheid zo diffuus dat het lastig is om verantwoordelijkheden, doelen en succes van communicatie afzonderlijk te beoordelen.

² In het rapport worden de belangrijkste resultaten gebruikt. Bijlage 4 bevat een uitgebreidere beschrijving van de uitkomsten van de enquête en (groeps)gesprekken.

³ Dit is mogelijk mede veroorzaakt doordat er in dezelfde periode ook een onderzoek onder inwoners liep naar de Omgevingsvisie, een van de casussen die in het kader van dit onderzoek onderzocht is. Ook problemen met de steekproeftrekking door de gemeente hebben mogelijk meegespeeld. Het was de bedoeling om maximaal één persoon per adres aan te schrijven, maar de aangeleverde steekproef was niet ontdubbeld. Ook zijn, anders dan bedoeld, institutionele huishoudens zoals verzorgingshuizen, niet buiten de steekproef gehouden. Daarnaast werden sommige vrouwelijke inwoners op hun meisjesnaam aangeschreven.

overdag (4 februari). Deelnemers aan de enquête konden zich hiervoor opgeven. Met inwoners die niet op deze data konden, is alsnog een kort telefonisch interview gehouden.

5. Op basis van de bevindingen uit de voorgaande fasen vonden in de vijfde fase interviews plaats met de communicatiemedewerkers. Daarnaast waren er verdiepende interviews met zes medewerkers die in de casussen een rol speelden, en nog zes andere relevante actoren binnen de casussen, zoals samenwerkingspartners. De interviews waren gericht op het aanvullen van ontbrekende gegevens, het zo nodig checken van informatie en het reflecteren op tussenresultaten. Ze zijn uitgevoerd in lijn met het onderzoeksprotocol van de Rekenkamer Lopik; dat betekent dat de gesprekken vertrouwelijk waren. In bijlage 3 staat een lijst met de functies van geïnterviewde personen. Tijdens deze fase is ook een korte vragenlijst (zie bijlage 7) uitgezet onder de raadsleden, met stellingen en ruimte voor toelichting. Acht raadsleden hebben deze vragenlijst ingevuld.
6. In de zesde fase vond een interview plaats met de portefeuillehouder voor het bestuurlijk perspectief en om de resultaten op hoofdlijnen te toetsen. Vanwege de recente burgemeesterswissel en de brede scope van het onderzoek, is in overleg met de organisatie gekozen voor een duo-interview met zowel burgemeester Westerlaken als wethouder Spelt.
7. In de zevende en laatste fase zijn de bevindingen vastgelegd in dit rapport. Hierbij is gebruik gemaakt van een normenkader – zie bijlage 1 – dat hielp om het rapport te structureren en een antwoord te geven op de deelvragen. De Nota van bevindingen is op feiten gecontroleerd in het ambtelijk wederhoor en daarna samen met de Bestuurlijke Nota voor bestuurlijk wederhoortraject voorgelegd.

B1.6 Leeswijzer

Hoofdstuk 2 gaat in op het externe communicatiebeleid van de gemeente en hoofdstuk 3 op de organisatie van de communicatiefunctie binnen de gemeente. Vervolgens komen in hoofdstuk 4 de uitvoering van het communicatiebeleid en het burgerperspectief aan de orde. Hoofdstuk 5 gaat over de monitoring en evaluatie van communicatie en de informatiepositie en rolopvatting van de raad ten aanzien van communicatie van de gemeenteraad.

B2. Het externe communicatiebeleid van de gemeente

In dit hoofdstuk staat het externe communicatiebeleid van de gemeente centraal en behandelen we deelvraag 1: hoe ziet het externe communicatiebeleid van de gemeente eruit en wat is hierover waarin vastgelegd?

B2.1 Het communicatiebeleid

Wettelijk kader

Er is geen wettelijk kader voor communicatiebeleid vanuit het Rijk. Gemeenten zijn vrij hoe ze dit inrichten, welke middelen ze gebruiken en welke boodschappen zij wel of niet verspreiden. Wel bestaan er wettelijke verplichtingen die van invloed zijn op en/of raakvlakken hebben met het communicatiebeleid van gemeenten, zoals:

- De Wet elektronische publicaties (Wep) verplicht gemeenten om een officieel elektronisch publicatieblad (officiëlebekendmakingen.nl) te gebruiken voor alle wettelijk voorgeschreven bekendmakingen, mededelingen en kennisgevingen van (voorgenomen) besluiten die niet tot één of meer belanghebbenden zijn gericht.
- De Bekendmakingswet (artikel 8) bevat het beginsel dat algemeen verbindende voorschriften bekend moeten zijn gemaakt voordat zij in werking kunnen treden. Het komt erop neer dat algemeen verbindende voorschriften moeten worden bekendgemaakt in het gemeenteblad. Het gemeenteblad moet elektronisch op een algemeen toegankelijke wijze worden uitgegeven én elektronisch op een algemeen toegankelijke wijze beschikbaar blijven (artikel 3, eerste lid, van de Bekendmakingswet).
- De Wet open overheid (Woo) regelt de openheid en toegankelijkheid van overheidsinformatie. De Woo pleit voor het publiceren van besluiten in begrijpelijke samenvattingen, en beschrijft een actieve informatieplicht op tal van (beleids)documenten, zodat deze niet (alleen) op aanvraag te verkrijgen zijn (artikel 3.1).
- De Algemene wet bestuursrecht (Awb) legt de verplichtingen vast tot zorgvuldigheid, transparantie en motivering van overheidsbesluiten. De onderbouwing van een keuze moet zorgvuldig én volledig gemotiveerd worden, bijvoorbeeld door het noemen van de voordelen én de nadelen van een plan (artikel 3:42).

Aandacht voor communicatie in P&C-stukken

In de programmabegroting staat bij het thema communicatie als doel benoemd: *“Met duidelijke, vindbare (website) en tijdige (proces)communicatie willen we in verbinding staan met onze inwoners en ondernemers.”* In de toelichting van de acties die hieronder horen staat een focus op begrijpelijkheid (B1-taalgebruik), met trainingen en tips voor medewerkers. Ook wil de gemeente de website actueel houden en deze met behulp van onder andere input van het KCC en SIMAnalytics zo inrichten dat de informatie goed vindbaar is voor inwoners en ondernemers. De beoogde resultaten daarvan zijn *“een actuele website met goed vindbare en duidelijke informatie”*, en *“gerichte communicatie over specifieke onderwerpen aan een specifieke doelgroep”*.

De programmabegroting van 2026 bevat passages over communicatie en dienstverlening waar wordt gerefereerd aan *“verhoogde druk”* met *“minder capaciteit, beperkte middelen en*

toenemende opgaven". Communicatie wordt opgevoerd als sleutel voor dienstverlening, bijvoorbeeld om het doel "dienstverlening die beter aansluit bij de behoeften van onze inwoners en ondernemers" te bereiken: "Om beter te begrijpen hoe onze dienstverlening echt wordt ervaren en welke verwachtingen de samenleving heeft, gaan we dit concreet meten. Met deze resultaten kunnen we onze communicatie verbeteren, en de servicenormen aanpassen waar dat nodig is en kan. Hierin leggen we bijvoorbeeld vast binnen welke termijn we terugbellen of een brief of e-mail beantwoorden. Net zoals we heldere communicatie belangrijk vinden, helpen duidelijke afspraken om onze dienstverlening betrouwbaar en beter te maken."

Bij het doel 'vaardig in dienstverlening' wordt nogmaals de link met communicatie gelegd: *"Wij willen dat inwoners, ondernemers en maatschappelijke organisaties zich serieus genomen en gehoord voelen. Of zij nu contact met ons opnemen of wij met hen. Daarom besteden we extra aandacht aan duidelijke communicatie, goed luisteren en niet te snel oordelen. Deze vaardigheden zijn belangrijk voor een open en respectvolle dienstverlening. We blijven ons richten op gespreksvaardigheden en het geven en ontvangen van feedback. Iedere medewerker moet helder en begrijpelijk met inwoners en ondernemers kunnen communiceren. Zowel in gesprekken als in brieven en e-mails. De training 'Duidelijk communiceren' is vast onderdeel van ons werk en wordt voor nieuwe collega's in 2026 ook weer georganiseerd. Daarbij kijken we ook hoe AI-tools kunnen helpen om de communicatie verder te verbeteren. Tijdens bijeenkomsten zoals de voorjaars- en najaarsevents, de zeepkistsessies en via onze interne nieuwsbrieven blijft er steeds aandacht voor."*

Gemeentelijk communicatiebeleid

Er is geen bestuurlijk vastgesteld communicatiebeleid. Uit het interview met het college blijkt dat dit samenhangt met een bewuste keuze voor een praktische en uitvoeringsgerichte benadering, mede ingegeven door de omvang en capaciteit van de organisatie. De gemeente zegt door de beperkte schaal te profiteren van korte lijnen en nabijheid, die bijdragen aan informele afstemming.

De rekenkamer heeft wel verschillende documenten ontvangen die door het communicatieteam zijn opgesteld:

- Communicatiestrategie Dienstverlening (werkdokument, wordt doorlopend geactualiseerd)
- Teamplan Communicatie 2023-2027: "Dit is onze bijdrage" (2023)
- Korte beschrijving van taken taakveld communicatie (2023)

Deze documenten bieden houvast in de dagelijkse praktijk en op teamdagen is er aandacht voor. Omdat ze niet bestuurlijk zijn vastgesteld en niet organisatiebreed zijn verankerd, vormen ze echter geen formeel en eenduidig kader voor communicatie naar en met inwoners. Omdat ze wel richting geven aan het werk van het communicatieteam staan we er toch kort bij stil.

Doelen

De Communicatiestrategie Dienstverlening heeft een aantal passages die als doelstellingen kunnen worden gezien:

- Vertrouwen van de inwoners versterken
- Hen zich 'gehoord' laten voelen

Dit wordt benadrukt met de passage: *“Communicatie is een belangrijk middel voor alle onderdelen van de dienstverlening. Uiteindelijk is communicatie de verbinding naar de inwoners.”*

Daarnaast wordt er gerefereerd aan impliciete doelen, die gekoppeld zijn aan de kernwaarden van de gemeente maar die niet vertaald zijn naar concrete, meetbare communicatiedoelen:

- Kernwaarde betrouwbaarheid: gericht, tijdig, transparant;
- Kernwaarde bekwaamheid: deskundig, begrijpelijk, effectief, oplossingsgericht;
- Kernwaarde betrokkenheid: gehoord voelen, actief luisteren, alertheid op signalen;
- Kernwaarde bevologenheid: trots, positiviteit, succes communiceren.

Doelgroepen

De communicatiestrategie richt zich expliciet op externe communicatie, dat wil zeggen de communicatie met personen, groepen en organisaties buiten de gemeentelijke organisatie. In de strategie is aandacht voor verschillende doelgroepen. Het creëren van een consistente *tone of voice* wordt van belang geacht voor effectieve communicatie.

Als doelgroepen gelden onder meer inwoners (inclusief inwoners van specifieke kernen), vrijwilligers, jongeren, cliënten van het Sociaal Team, ondernemers en gemeentelijke partners. Het beoogde communicatiedoel, de voorkeurskanalen en de *tone of voice* kunnen per doelgroep variëren. Een nadere prioritering en een uitgewerkte differentiatie in de aanpak per doelgroep ontbreekt.

Afbakening taken

Het Teamplan Communicatie biedt inzicht in de afbakening van taken en beschrijft daarnaast ook niet-specifieke communicatietaken. De vastgestelde taken zijn deels gekoppeld aan de ambities uit het College Uitvoeringsprogramma, waarvan veel een directe relatie hebben met communicatie-inzet. In de later opgestelde Communicatiestrategie Dienstverlening wordt een aantal van deze taken verder uitgewerkt, zoals dorpsgesprekken ('Bakkie in de buurt'), de inzet van een kinderburgemeester en het betrekken van jongeren via het Jongerenberaad.

Ook andere college-ambities, onder meer op het gebied van cyberveiligheid, openbare ruimte, flexwoningen, duurzaamheid en ondermijning, leiden tot een toename van de werkzaamheden voor het communicatieteam. Daarnaast geeft het team in de documenten aan ook extra tijd nodig te hebben voor professionalisering, bijvoorbeeld door deelname aan congressen.

De uitbreiding van het takenpakket maakt het noodzakelijk om keuzes te maken. In het teamplan wordt daarom voorgesteld om te stoppen met bepaalde activiteiten vanwege capaciteitsgebrek. De documenten maken duidelijk dat de medewerkers onvoldoende tijd hebben om aan te sluiten bij regionaal overleg, een communicatiestrategie te ontwikkelen en proactief te opereren. Dit belemmert het tijdig signaleren van ontwikkelingen en het vroegtijdig betrokken zijn bij projecten.

Richtlijnen en werkwijzen op papier

Richtlijnen voor de beoogde werkwijze zijn op onderdelen aanwezig, maar gefragmenteerd en niet organisatiebreed vastgesteld. Het gaat daarbij om deelprocessen, zoals de aanlevering van stukken voor de gemeentepagina of een schrijfwijzer die de lessen van de training 'Duidelijk schrijven voor de overheid' bundelt. Er staat ook een korte instructie op intranet, vooral over perscontacten.

Het gebruik van Artificial Intelligence (AI, kunstmatige intelligentie) is een relatief recente ontwikkeling. Er zijn regels gecommuniceerd over het gebruik van AI (zie kader), waarbij bijvoorbeeld expliciet aandacht is voor het vermijden van gebruik door AI gegenereerde afbeeldingen in externe communicatie.

Regels voor het gebruik van AI, Gemeente Lopik



Vuistregels voor het gebruik van AI

1. Houd privégegevens privé

Voer geen persoonsgegevens, gevoelige bedrijfsinformatie, of andere vertrouwelijke gegevens in, of het nu tekst, afbeeldingen of documenten betreft. AI-systemen zoals ChatGPT leren van gebruikersinput en kunnen ingevoerde data opslaan en gebruiken voor andere toepassingen.

2. Jij blijft verantwoordelijk

Als gebruiker blijf je altijd zelf verantwoordelijk voor de kwaliteit van je werk, ook als AI je helpt. Zorg ervoor dat je werk altijd klopt en voldoet aan de gestelde normen.

3. Controleer altijd zelf de resultaten

AI-toepassingen kunnen fouten maken. Controleer daarom altijd wat je gebruikt voordat je het toepast. Zie AI als een hulpmiddel – zoals een onervaren, maar enthousiaste stagiair.

4. Wees open over het gebruik van AI

Transparantie hoort bij ons werk als overheid. Wees open over het gebruik van AI in je processen en vermeld bijvoorbeeld AI-bronnen bij gegenereerde teksten of illustraties.

Wat mag niet?

- Deel geen identificeerbare gegevens over personen, zoals collega's, inwoners of jezelf.
- Deel geen interne gegevens over de organisatie, zoals de naam van je gemeente.
- Voer geen contactgegevens, telefoonnummers of e-mailadressen in AI-systemen in.
- Sla geen niet-openbare financiële gegevens op via AI.
- Deel geen nieuwe, nog niet gedeelde informatie.
- Vermijd het gebruik van door AI gegenereerde afbeeldingen in externe communicatie. Voor interne presentaties mag dit wel, mits vermeld wordt dat de afbeelding door AI is gegenereerd

Ook is er een werkdocument 'Taakbeschrijving', dat operationele richtlijnen biedt bij taken die de communicatiemedewerkers regelmatig uitvoeren, zoals de aanlevering voor de gemeentepagina, de contacten met de pers en de processen rond de besluitenlijst vanuit het college van B&W.

Er zijn ook aspecten en (deel)processen die niet zijn beschreven. Zo valt op dat nergens vastligt wanneer het team wel of niet betrokken kan of moet worden. Er zijn geen processen voor prioritering bij drukte en/of sjablonen voor communicatieplannen. Daarnaast zijn er nog deelprocessen die zich niet makkelijk in richtlijnen laten vangen, zoals proactief communiceren.

In het volgende hoofdstuk gaan we verder in op de organisatie van de communicatiefunctie.

B2.2 Score op de normen

Norm	Score
De gemeente heeft een communicatiebeleid met daarin ambities, doelen en regels vastgesteld voor communicatie naar en met inwoners.	De gemeente Lopik beschikt niet over een formeel vastgesteld communicatiebeleid. Daarmee ontbreekt een formeel beleidskader waarin ambities, doelen en uitgangspunten voor communicatie gemeentebreed zijn vastgelegd. In de beschikbare documenten zijn wel verschillende elementen van beleid aanwezig, zoals expliciete doelen en kernwaarden die richting geven aan communicatie. Deze bieden houvast voor het communicatieteam. Omdat deze documenten echter niet bestuurlijk zijn vastgesteld en de verankering in de organisatie beperkt is, vormen zij geen eenduidig en officieel kader voor communicatie naar en met inwoners. De gemeente voldoet niet aan de norm.
Er zijn normen, richtlijnen, regels, werkwijzen en/of handreikingen vastgesteld voor de kwaliteit van de actieve communicatie naar inwoners (bijvoorbeeld voor het taalniveau, toegankelijkheid, begrijpelijkheid, schrijfstijl etc.).	Binnen de gemeente zijn enkele richtlijnen en hulpmiddelen aanwezig die bijdragen aan de kwaliteit van communicatie naar inwoners. Deze zijn echter voornamelijk operationeel van aard en gericht op specifieke deelprocessen. Organisatiebrede kwaliteitsnormen voor communicatie zijn niet vastgelegd. Daarnaast ontbreken gestandaardiseerde werkprocessen en sturingsinstrumenten, zoals criteria voor de betrokkenheid van het communicatieteam, een afwegingskader voor prioritering bij capaciteitsdruk en sjablonen voor communicatieplannen. Hierdoor is de kwaliteit en consistentie van communicatie-uitingen vooral afhankelijk van inzet en betrokkenheid van medewerkers en is er een risico op verschillen in aanpak tussen teams en situaties. De gemeente voldoet deels aan de norm.

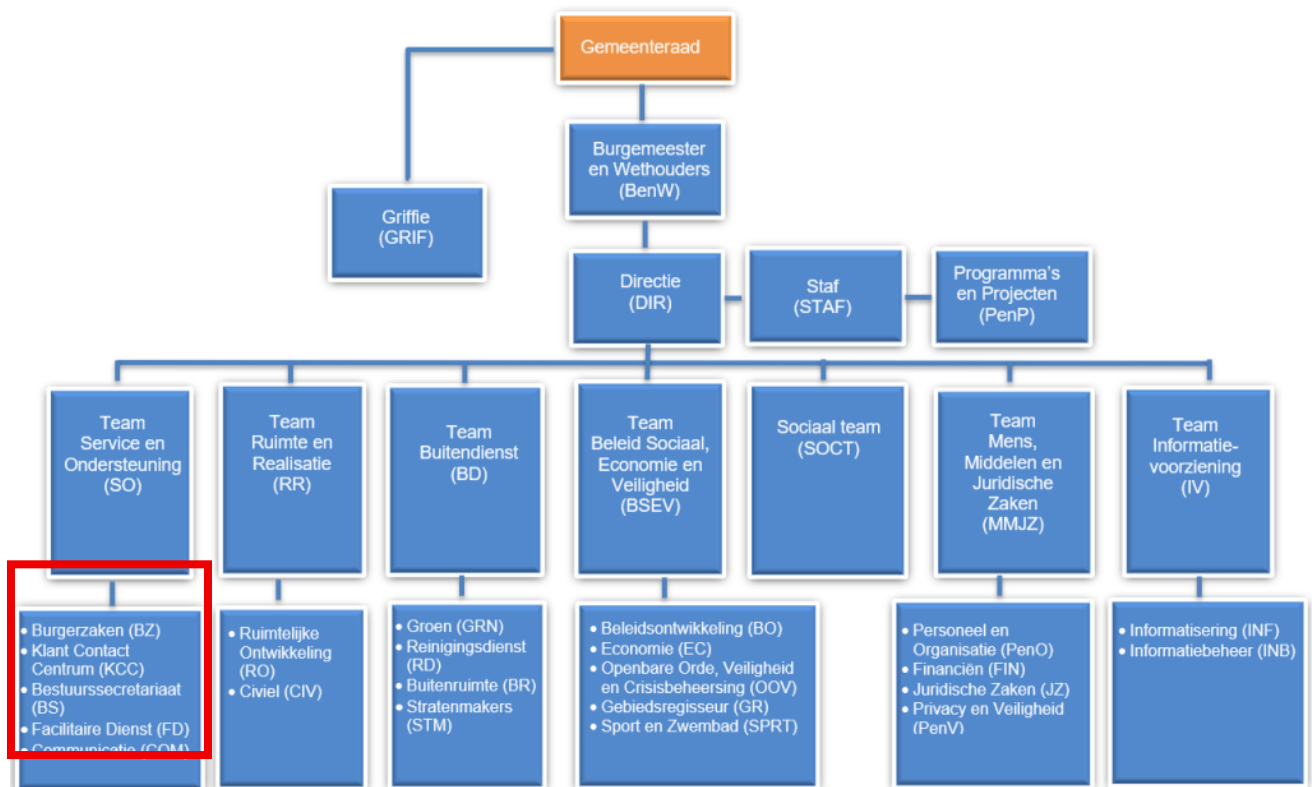
B3. Organisatie van de communicatiefunctie

Dit hoofdstuk gaat in op de organisatie van de communicatiefunctie binnen de gemeente en behandelt deelvraag 2: hoe is de communicatie georganiseerd en hoe wordt samengewerkt tussen afdelingen om consistente communicatie te waarborgen?

B3.1 Positionering van de communicatiefunctie

De gemeente Lopik heeft een platte organisatie met een Directieteam en daaronder zeven teams. Het communicatieteam (COM) valt sinds 1 september 2025 onder Team Service en Ondersteuning (SO), samen met onder meer burgerzaken, het klantcontactcentrum, het bestuurssecretariaat en de facilitaire dienst. Voor die tijd zat het communicatieteam bij team Mens, Middelen en Communicatie (nu: Team Mens, Middelen en Juridische zaken). Het effect van deze teamwijziging is beperkt, al wordt in de interviews als voordeel benoemd dat men in de huidige opstelling dichter bij het bestuur en het bestuurssecretariaat zit, wat afstemming vergemakkelijkt.

Organogram met in rood omcirkeld Team Service en Ondersteuning, waar communicatie onder valt



B3.2 Middelen en mensen voor de communicatiefunctie

Budget

Het budget voor communicatie (brieven, betaalde advertenties op de socials, organiseren van inloopavonden, etc.) komt vrijwel volledig uit de budgetten van vakinhoudelijke afdelingen. Er is geen zicht op de budgetten voor communicatie bij deze afdelingen, omdat deze doorgaans projectmatig worden vastgesteld en dan meestal ook niet als specifieke post in plannen landen. Het voor het team communicatie geoormerkte jaarbudget is ca € 37.000 voor de komende jaren. Dit gaat grotendeels op aan advertenties en publicaties in Het Kontakt/Zenderstreeknieuws, hoewel kosten daarvoor soms ook uit budgetten van de vakinhoudelijke afdelingen komen. In 2025 zijn de advertentiekosten in Het Kontakt/Zenderstreeknieuws alleen al op ruim € 50.000 uitgekomen.

Van het geoormerkte jaarbudget voor communicatie wordt eveneens een aantal abonnementen betaald voor diensten en software zoals Fellow (t.b.v. gelijktijdig plaatsen sociale media berichten), Canva (t.b.v. ontwerpen van drukwerk) en Narrowcasting (t.b.v. informatie delen op schermen op verschillende locaties). De kosten van de door het team gebruikte AI-tooling (ChatGPT en CoPilot) worden niet betaald uit het communicatiebudget.

Personele capaciteit

Sinds 2023 zijn er – na een gehonoreerd verzoek om uitbreiding dat mede was ingegeven door de ambities in het *College Uitvoeringsprogramma* – drie communicatiemedewerkers actief. Samen vormen zij Team Communicatie. Zoals beschreven in paragraaf 2.1 vroegen de ambities uit het *College Uitvoeringsprogramma* om meer medewerkers om de gemeentelijke taken te kunnen blijven uitvoeren. Dat zou ook leiden tot meer communicatie-uitingen, waardoor er meer communicatiemedewerkers nodig werden geacht. Team communicatie kreeg daarop een uitbreiding van een halve fte, tot het huidige totaal van 2,1 fte. De fte zijn niet volledig voor communicatie beschikbaar, maar gaan ook naar neventaken zoals de ondernemingsraad en kabinetszaken.

Gezien de beperkte omvang van het team moeten medewerkers elkaar kunnen vervangen. Het team blijft kwetsbaar voor langdurige uitval. Als zich uitval voordoet, zal men opnieuw prioriteren en taken afstoten, of externe inhuur vanuit een budget van een vakinhoudelijke afdeling organiseren. Het beeld bij het communicatieteam is dat de bezetting geen acuut probleem is. Er blijven geen kritische zaken liggen. Een ruimere bezetting kan wel helpen om meer proactief te communiceren en meer strategisch advieswerk rond de communicatiefunctie te doen.

Voor de ontwikkeling van kennis en vaardigheden van de communicatiemedewerkers wordt tijd en budget vrijgemaakt. Medewerkers krijgen en nemen de tijd om trainingen te volgen.

Omdat ook medewerkers van andere dan het communicatieteam communicatietaken uitvoeren, krijgen ook zij de kans om hun communicatiekennis en -vaardigheden aan te scherpen, bijvoorbeeld via de schrijfcursus van Bureau Loo van Eck ('Duidelijk schrijven voor de overheid').

B3.3 Samenwerkingsstructuren en werkwijze

Het Teamplan Communicatie 2023-2027: “Dit is onze bijdrage” beschrijft de interne samenwerkingsstructuren. Binnen het communicatieteam worden voor voorkomende werkzaamheden actiehouders aangewezen, die elkaar op de hoogte houden door elkaar in mailwisselingen mee te nemen. Of een binnenkomende vraag kan worden opgepakt, hangt af van de werkdruk en prioriteiten op dat moment. Het team verdeelt de werkzaamheden op basis van druktebeeld. Er is geen koppeling van medewerkers aan bepaalde beleidsonderwerpen.

De samenwerking met vakinhoudelijke ambtenaren werkt vraaggestuurd. Het communicatieteam levert dan operationele ondersteuning op de vraag die binnenkomt. Communicatie via persberichten, website of sociale media gaat altijd langs het communicatieteam, omdat dit team deze kanalen beheert. Het communicatieteam kan ook gevraagd worden om tegen te lezen bij uitgaande brieven of de passage over communicatie in de raadsvoorstellen, maar dat is niet verplicht en vindt ook niet altijd plaats. De gemeente hanteert een model van gedeelde verantwoordelijkheid, waarbij vakinhoudelijke medewerkers in belangrijke mate zelf verantwoordelijk zijn voor communicatie. Dit maakt het lastig om enige uniformiteit van communicatie te handhaven, omdat vakinhoudelijke collega's minder goed kunnen beoordelen of hun communicatie uit de toon valt. Als het communicatieteam de communicatie verzorgt, is de toonzetting gewaarborgd maar voor hen is het lastig om te beoordelen of de informatie die zij verstrekken volledig is. Om goed te communiceren hebben vakinhoud en communicatie elkaar nodig omdat ze beschikken over complementaire kennis en vaardigheden.

Deze manier van werken staat op gespannen voet met doelen uit de communicatiestrategie Dienstverlening en het teamplan. Het doel om een langetermijnvisie op communicatie te ontwikkelen om organisatiedoelen te behalen, blijkt niet reëel. Deels is dit al in het teamplan gesignaleerd: *‘Er is te weinig tijd (...) om een strategie op communicatie te maken en proactief te opereren, om zo beter te weten wat er speelt en zo eerder betrokken te kunnen zijn bij projecten.’* Het is niet alleen een kwestie van tijdgebrek; het team geeft ook aan niet geëquipeerd te zijn voor strategisch communicatieadvies. Uit het bestuurlijk interview blijkt dat de voornamelijk operationele rol van het communicatieteam niet alleen voortkomt uit capaciteitsbeperkingen, maar ook een bewuste keuze is. Strategische advisering wordt niet als taak van het communicatieteam gezien.

Ook het *‘actief luisteren (...) alert op binnenkomende signalen’* komt als doel niet goed uit de verf. De scheidslijn tussen communicatie en participatie is in de praktijk niet altijd duidelijk voor het team. Communicatie denkt soms mee met de opzet van de bewonersbijeenkomsten, maar alleen indien gevraagd door de inhoudelijke medewerkers.

Bij het afbakenen en prioriteren van de taken en binnenkomende vragen is het team grotendeels zelfsturend. Het maakt eigen afwegingen over de tijdsinvesteringen. Hoewel de ondersteuning vooral operationeel van aard is, is er wel sprake van advisering over het hoe en via welke kanalen. Mocht een inhoudelijke collega een vorm van communicatie willen die team communicatie niet verstandig vindt, dan zou communicatie dit aangeven aan de betreffende collega.

Dat het beleid niet officieel is vastgesteld, levert bij het maken van keuzes geen wezenlijke problemen op. Het past bij de gemeentelijke cultuur en bij het team, dat zichzelf als *‘low key’* typeert. Met de komst van nieuwe medewerkers bij de gemeente zijn er wel meer vragen

gekomen over wat team communicatie wel en niet doet, zodat de meerwaarde van het vastleggen van richtlijnen wel steeds meer gezien wordt. Dit wordt bevestigd in het bestuurlijk interview, waarin naar voren kwam dat verwachtingen over de rol van het communicatieteam niet altijd duidelijk zijn en dat verdere stroomlijning nodig is.

Vragen aan team communicatie komen binnen op het algemene e-mailadres van het team. Bij spoed wordt verzocht te bellen, en men kan ook langslopen met een vraag. Er wordt doorgaans gevraagd het verzoek ook op de mail te zetten. Hoewel het teamplan beoogt doelstellingen en afspraken in communicatieplannen SMART te maken, worden afspraken over communicatie met vakinhoudelijke collega's niet structureel vastgelegd. Daarom hecht men eraan om afspraken en verwachtingen te documenteren in de mail.

Alle leden van team communicatie kunnen in de gezamenlijke inbox. Deze dient daarmee ook als *de facto* archief voor lopende projecten. Buiten de mailbox is er een archief met onder meer informatie over de gemeentepagina, openbare weekagenda's, raadsbesluiten, adviesnota's, perscontacten en -gesprekken.

Interne overlegstructuren

Team Communicatie opereert vrijwel altijd in samenwerking met één of meerdere partijen binnen de gemeente, zoals de (vakinhoudelijke) collega's, teamleiders, collegeleden, bestuurssecretariaat, de gemeentesecretaris, de griffie en/of de bodes. Er zijn enkele vaste overlegstructuren met een rol voor het communicatieteam binnen de gemeente:

- Elke maandagochtend vindt de weekstart van team Service en Ondersteuning plaats. Er is hier altijd tenminste één afgevaardigde van het communicatieteam aanwezig. Daar wordt besproken wat er de komende week te gebeuren staat.
- Er is een maandelijks overleg tussen team communicatie en de teamleider Service en Ondersteuning. Mocht er sprake zijn van meerdere verzoeken, waarbij het team niet zelf een duidelijke prioritering kan aanbrengen, wordt dit zo nodig met de teamleider afgestemd. Bij spoed wacht men hiervoor niet tot dit maandelijks overleg. Met de teamleider kan eventueel ook worden afgestemd als een zwaarwegend advies van het communicatieteam niet wordt opgevolgd, maar in de praktijk komt dit nauwelijks voor.
- Er is een driewekelijks overleg van een half uur met de burgemeester in diens hoedanigheid van portefeuillehouder. Communicatie met de burgemeester (en overige leden van het college) kan onder meer van belang zijn als de kwaliteit van de communicatie onder druk komt te staan, bijvoorbeeld door beperkingen in het budget.

Externe partners

Ook buiten de gemeentelijke organisatie wordt met veel actoren samengewerkt. Structurele samenwerking is er bijvoorbeeld met Het Kontakt/Zenderstreeknieuws voor advertenties en plaatsingen op de gemeentepagina. Voorbeelden van projectmatige samenwerkingspartners komen naar voren in de onderzochte casuïstiek: provincie Utrecht, Stichting Inwonersvertegenwoordiging Energietransitie Lopik, Eneco (allen windpark de Copen), Dutchplanners (Omgevingsvisie), Elkander (Sociale Kaart) en De Woningraat (Centrumplan). Bij ruimtelijke en civiele projecten wordt communicatie in toenemende mate belegd bij externe

partijen zoals initiatiefnemers en aannemers. Dat stelt aanvullende eisen aan regie en afstemming vanuit de gemeente.

De vormen van samenwerking zijn in de praktijk zeer verschillend. Soms is er sprake van direct contact, maar meestal loopt het contact met externe partners primair via de vakinhoudelijke ambtenaar. In sommige gevallen is een externe partner volledig verantwoordelijk voor de communicatie. De casusbeschrijvingen (bijlage 5) bevatten hierover meer informatie.

Regionale afstemming

Op sommige thema's vindt regionale kennisuitwisseling plaats. De meest intensieve samenwerking is die op het gebied van crisiscommunicatie. De gemeenten Montfoort, IJsselstein en Lopik werken op dit gebied sinds 1 januari 2026 formeel samen. Om tot deze samenwerking te komen zijn in 2025 meerdere overleggen geweest tussen de communicatieadviseurs van de drie gemeenten. Daarnaast organiseert de Veiligheidsregio Utrecht (VRU) vier keer per jaar een Regionaal Overleg Crisiscommunicatie. Bij deze overleggen haakt steeds één van de drie hierboven genoemde gemeenten als vertegenwoordiger aan.

Een ander voorbeeld is het regionaal overleg sociaal domein, waarbij de gemeente Lopik structureel probeert aan te haken. Op beleidsniveau wordt in het sociaal domein met regiogemeenten samengewerkt, en het biedt kansen om efficiënter samen te werken en te leren van elkaar – ook op het gebied van communicatie.

B3.4 Score op de normen

Norm	Score
De communicatiefunctie binnen de gemeentelijke organisatie is duidelijk belegd en bekend binnen de organisatie.	De communicatiefunctie is formeel gepositioneerd. De werkwijze is grotendeels decentraal, vraaggestuurd en informeel. Sinds 1 september 2025 valt het communicatieteam onder Team Service en Ondersteuning. Het team beheert de centrale communicatiekanalen, zoals de website, sociale media en perscontacten. Rond deze kanalen is de rolopvatting en ondersteuning bij communicatievraagstukken helder. De rol en positie van het communicatieteam binnen de organisatie is echter niet in alle gevallen bekend, doordat verantwoordelijkheden van het communicatieteam niet organisatiebreed zijn vastgelegd en verspreid. Als er sprake is van samenwerking worden afspraken niet structureel vastgelegd. Het gebruik van de gezamenlijke mailbox als geheugensteun beperkt de structurele vastlegging, vindbaarheid en overdraagbaarheid van communicatieafspraken en -besluiten. Veel communicatie richting inwoners wordt door vakinhoudelijke medewerkers <i>zelf</i> uitgevoerd, zonder (structurele) betrokkenheid van het communicatieteam. Deze decentrale uitvoering van communicatie

	vergroot de uitvoeringskracht, maar gaat gepaard met beperkte sturing en brengt risico's met zich mee voor de consistentie en kwaliteit van communicatie. Dit risico wordt nog eens versterkt doordat communicatie bij ruimtelijke en civiele projecten in toenemende mate expliciet wordt belegd bij externe partijen. De gemeente voldoet deels aan de norm.
De relevante medewerkers zijn voldoende toegerust (kennis, vaardigheden, middelen) om effectief te communiceren met inwoners.	Het communicatieteam bestaat uit 2,1 fte. Een deel van de uren gaat op aan neventaken. De beschikbare capaciteit is beperkt en onvoldoende voor het ontwikkelen en inzetten van strategische communicatie-expertise. Het communicatieteam opereert dan ook voornamelijk operationeel. Dat laatste is niet alleen het gevolg van beperkte capaciteit, maar ook van bewuste keuzes in rolopvatting en organisatie. De gemeente hanteert een model van gedeelde verantwoordelijkheid, waarbij vakinhoudelijke medewerkers in belangrijke mate zelf verantwoordelijk zijn voor communicatie. Dit vraagt om duidelijke kaders en verwachtingen, die momenteel slechts beperkt zijn uitgewerkt. Er worden trainingen aangeboden om vakinhoudelijke medewerkers te ondersteunen bij het schrijven van begrijpelijke teksten. Het communicatieteam heeft tijd en gelegenheid voor kennisontwikkeling en trainingen en maakt daar gebruik van. Het team beschikt over verschillende hulpmiddelen, zoals ontwerp- en publicatietools en AI-toepassingen, binnen de daarvoor geldende regels. De gemeente voldoet grotendeels aan de norm.

B4. Uitvoering van communicatie en burgerperspectief

De uitvoering van het communicatiebeleid, de praktijk en het burgerperspectief staan centraal in dit hoofdstuk. De drie deelvragen die daarbij aan de orde komen, luiden als volgt:

- Welke middelen en kanalen gebruikt de gemeente om inwoners te informeren, welke richtlijnen zijn er voor gebruik van deze kanalen en hoe effectief zijn deze middelen en kanalen? Hoe verloopt het proces van het creëren van een communicatie-uiting?
- Hoe ervaren de inwoners van Lopik het communicatiebeleid van de gemeente, zijn er verschillen tussen de onderscheiden doelgroepen en welke verbeterpunten geven inwoners/doelgroepen aan?
- Op welke wijze is het communicatiebeleid toegepast in de geselecteerde casussen, hoe tevreden zijn inwoners, hoe effectief is de communicatie geweest en welke lessen voor de toekomst volgen uit de bestudeerde casussen?

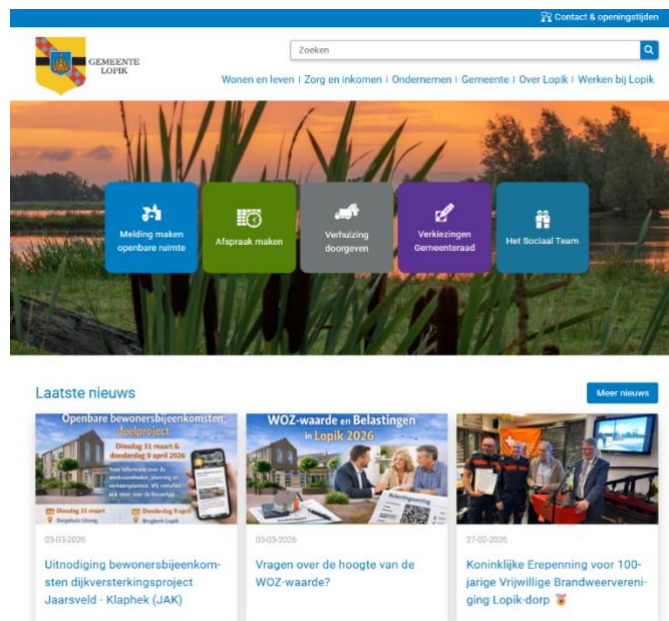
B4.1 Communicatiemiddelen en -kanalen

De meest gebruikte kanalen binnen de gemeentelijke communicatie-aanpak zijn de website, brieven, de gemeentepagina in Het Kontakt/Zenderstreeknieuws, de sociale media en de berichtgeving via de lokale en regionale pers. Ook de dorpsgesprekken, in 2025 omgevormd tot 'Bakkies in de Buurt', kunnen tot de primaire kanalen gerekend worden.

Website

Een website is essentieel voor de gemeentelijke communicatie. Het is vaak het eerste en soms enige contactpunt tussen inwoners en de gemeente. Een gemeentelijke website fungeert als digitaal loket waar inwoners 24 uur per dag informatie kunnen ophalen. De website heeft ook een groot (potentieel) bereik; niet iedereen leest immers huis-aan-huisbladen of volgt sociale media. Bij noodsituaties is de website ook een snel aanpasbare bron. Het communicatieteam treedt in Lopik op als beheerder van de gemeentelijke website. Het is aan vakinhoudelijk medewerkers om hun informatie hiervoor aan te leveren en up-to-date te houden of deze te verwijderen indien het niet meer relevant is. Dit vergroot de kans op verouderde informatie, omdat centrale regie ontbreekt.

Homepage gemeentelijke website Lopik



Waar het communicatieteam wel een meer tactisch-strategische rol speelt, is in de indeling van de website. Zo maakt men de inschatting waar de informatietegels geplaatst worden. De vakafdeling is verantwoordelijk voor de informatie die hier staat. De gemeentelijke website bevat

veel informatie. Het gevolg is dat er keuzes moeten worden gemaakt welke thema's zichtbaar zijn op de homepage. Men maakt gebruik van *Shift Analytics* om na te gaan op welke onderwerpen het meest wordt gezocht, zodat daarmee rekening kan worden gehouden en de indeling kan worden aangepast op de 'topthema's' waar het meest behoefte aan is.

In het kader van de onderzochte casuïstiek valt op dat de informatie over sommige onderzochte casussen onder een eigen kopje staat, direct onder een thema (Omgevingsvisie, Lopik Linkt). Voor andere casussen wordt enkel verwezen naar externe pagina's ('De Woningraat gaat nieuwe appartementen bouwen in Lopik-dorp' en 'volgende stap energiepark de Copen'). Om het thema Ondermijning te vinden moet de bezoeker diep de menustructuur ingaan: onder het menu 'wonen en leven' staat een kopje 'openbare orde en veiligheid' waar de tegel 'vermoeden van ondermijning' te vinden is, met uitleg over wat ondermijning is, en hoe je dit kan melden.

Brieven

Brieven zijn nog steeds zeer belangrijk in gemeentelijke communicatie. Een duidelijk voordeel is dat met een brief ook minder digitaal vaardige inwoners goed worden bereikt. Hoewel de kosten relatief hoog zijn (drukwerk, portokosten), kiest de gemeente Lopik daarom nog regelmatig voor brieven. Door inzet van vrijwilligers en drukwerk binnenshuis blijven de kosten beperkt. Brieven hebben een aantal voordelen: een hoog bereik (tenzij er leveringsproblemen zijn), datumvastlegging, bewijs van verzending en attentiewaarde. Brieven op het gemeentelijk briefpapier vallen op en worden sneller als urgent gezien, blijkt uit de enquête en focusgroepen (zie paragraaf 4.2).

Brieven kunnen zowel naar een brede groep inwoners uitgaan, als naar een individu. Een groep inwoners wordt bijvoorbeeld per brief benaderd als er werkzaamheden in de buurt plaatsvinden of voor een uitnodiging van een participatiebijeenkomst. Brieven naar een individu bevatten vaak formele inhoud; ze gaan bijvoorbeeld over beschikkingen, belastingen, boetes, bezwaarprocedures en officiële oproepen.

Omdat er veel brieven op individueel niveau uitgaan, gaan *niet* alle brieven langs het communicatieteam. Met Bureau Loo van Eck zijn vorig jaar ruim honderd brieven doorgenomen en is daar een verbetering op gedaan. Nieuwe medewerkers worden door team Staf voor schrijfttrainingen van dit bureau uitgenodigd. Medewerkers die deze schrijfttraining volgden, voelen mogelijk minder de noodzaak om communicatie te betrekken bij hun communicatie-uitingen. Sommige medewerkers weten ook niet dat de mogelijkheid er is om het communicatieteam om hulp te vragen.

De brieven die door externe partners worden verstuurd, zijn van wisselende kwaliteit. De partners laten grote verschillen in communicatieve vaardigheid zien. Soms gebruiken ze veel vaktaal, is hun informatievoorziening onvolledig en/of zijn ze onduidelijk over verantwoordelijkheden.

Gemeentepagina in Het Kontakt/Zenderstreeknieuws

De gemeentepagina is een belangrijk kanaal. Het is minder persoonlijk dan een brief en minder interactief en actueel dan een website, maar het huis-aan-huisblad bereikt een deel van de inwoners die niet actief online zoeken. De gemeentepagina zorgt zo voor aanvullend bereik en zichtbaarheid.

De gemeentepagina bevat de agenda van gemeenteraad en raadscommissie. Ook is er ruimte voor informatie over projecten en voor bekendmakingen van participatie-avonden. In de onderzochte casuïstiek wijst de gemeente op de pagina onder meer op het bestaan van de Sociale Kaart, de participatie-avonden rond de omgevingsvisie en de sessie rondom ondermijning. De pagina bevat ook een sectie met (een selectie/samenvatting van) de officiële bekendmakingen, zoals verordeningen, beleidsstukken, verkeersbesluiten, een nieuw bestemmingsplan en (omgevings)vergunningen. Deze worden in zijn totaliteit online gepubliceerd via officiële bekendmakingen.nl, zie paragraaf 2.1. Via de gemeentepagina worden ook mensen die minder digitaal vaardig zijn gewezen op besluiten die hen kunnen raken.

Uit de enquête blijkt dat een substantieel deel van de inwoners – met name ouderen - Het Kontakt/Zenderstreeknieuws als voorkeurskanaal beschouwt. Een deel van de respondenten geeft aan de krant niet (meer) te ontvangen. De gemeente vindt het belangrijk dat iedereen de krant ontvangt, maar het komt voor dat een bezorger in een bepaald gebied ontbreekt. Regelmatig ontvangt de gemeente van de distributeur van Het Kontakt/Zenderstreeknieuws een overzicht van de stand van zaken van de bezorging in de wijken. Voor inwoners van wijken waar niet wordt bezorgd, is de krant op een centraal punt af te halen.

Sociale Media

Sociale media zijn een ondersteunend kanaal voor de gemeentelijke communicatie. Ze vervangen de website of brief niet, maar versterken ze — vooral op het gebied van bereik, snelheid en interactie. De gemeente Lopik is actief op Facebook, Instagram, LinkedIn en YouTube. Alle accounts worden beheerd door het communicatieteam. Hoewel uit de enquête (zie ook paragraaf 4.2) duidelijk wordt dat het bereik niet hoog ligt, bereikt dit kanaal mogelijk doelgroepen die anders wellicht niet bereikt worden; bijvoorbeeld jongeren die wel Instagram gebruiken maar geen traditionelere kanalen. De gemeente heeft ook een account op X, het voormalige Twitter, maar sinds de overname door Elon Musk wordt hier geen gebruik meer van

Instagrampagina Gemeente Lopik



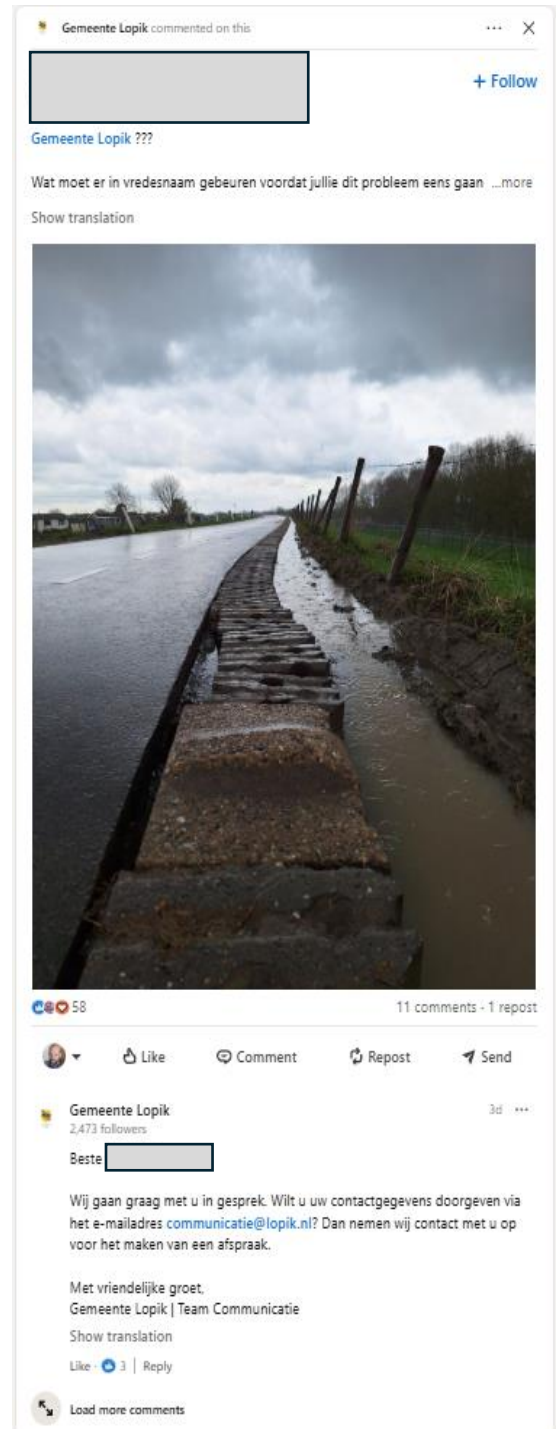
gemaakt.⁴ Dit heeft te maken met de kwetsbaarheden van sociale media. Het bereik is afhankelijk van algoritmes, informatie kan bewust of onbewust verkeerd worden geïnterpreteerd en discussies kunnen verharderen. Ten tijde van de focusgroepen die met inwoners werden gehouden was daar nog een argument bijgekomen: de afhankelijkheid van externe (Amerikaanse) partijen.

Sociale media hebben de potentie om meer de menselijke kant van de gemeente te laten zien, in de vorm van het bestuur op locatie, bij jubilea, gouden huwelijken, belangrijke gemeentelijke projecten en initiatieven uit de samenleving. Dit draagt bij aan de toegankelijkheid van de gemeente. Uit de enquête en groepsgesprekken komt een beeld naar voren dat deze 'luchtigere communicatie' overheersend is. In werkelijkheid gebruikt het communicatieteam de sociale media voor vrijwel alle oproepen en nieuwsberichten die ook op de website komen. Door de aard van deze sociale mediakanalen kan deze informatie snel weer naar de achtergrond verdwijnen als er veel nieuwe berichten worden geplaatst. Berichten van groter belang kunnen wel bovenaan de tijdlijn worden vastgezet ('pinnen'), en het communicatieteam kiest er soms ook voor berichten een aantal keer te herhalen om het bereik te vergroten. Ook is het mogelijk te adverteren op de sociale media om gericht specifieke doelgroepen te bereiken. Betaalde berichten krijgen prioriteit, waardoor die meer mensen bereiken.

Als er specifieke doelgroepen bereikt moeten worden adviseert team Communicatie aan de vakinhoudelijke ambtenaar welk medium en berichtsoort geschikt is.

Sociale media bieden ook een opening voor tweerichtingsverkeer in communicatie. Inwoners kunnen vragen stellen, reacties geven en/of signaleren wat er speelt in de wijk. De gemeente Lopik heeft er bij Instagram en Facebook bewust voor gekozen deze opties niet te benutten, omdat er geen menskracht beschikbaar is voor structurele moderatie en opvolging. Waar mogelijk wordt door Communicatie wel op gestelde vragen of opmerkingen gereageerd, zoals in het voorbeeld rechts. Inwoners worden echter naar andere voorkeurskanalen verwezen om hun vragen te stellen of reacties te geven.

Voorbeeld interactie communicatieteam via LinkedIn



⁴ Het account blijft actief voor noodcommunicatie.

Persberichten en persgesprekken

De gemeente Lopik maakt via persberichten en persgesprekken gebruik van het lokale en regionale medialandschap. De pers is een cruciale schakel tussen gemeente en samenleving. De pers kan het bereik niet alleen vergroten, maar ook bijdragen aan de legitimiteit van een boodschap bij inwoners die een afstand ervaren tot de (gemeentelijke) politiek.

Er zijn maandelijkse persgesprekken over de komende raads- en raadscommissievergaderingen en actuele zaken uit de portefeuilles van de collegeleden. Eén van de communicatiemedewerkers is voorzitter van het persgesprek. Hiervoor wordt een persbericht gemaakt; een officieel bericht van de gemeente aan de media. Communicatie over de uitkomsten van raadsvergaderingen vindt in deze berichten altijd neutraal plaats. Namen van politieke partijen worden niet genoemd. Ook na afloop van de raadsvergadering maakt team Communicatie een persbericht op basis van informatie van de griffie. Communicatie vanuit de raad zelf (via de griffie) is bewust beperkt. Het conceptpersbericht wordt vóór verzending aan de pers altijd ter instemming aan de burgemeester en de wethouders gestuurd. Een persbericht geeft de gemeente enige regie over de kernboodschap, alhoewel de media uiteindelijk bepalen of ze het plaatsen en hoe de boodschap wordt gebracht.

Bakkie in de Buurt

Op initiatief van het college van burgemeester en wethouders is invulling gegeven aan het Bakkie in de Buurt. Dit is een prominent communicatiemiddel geworden. In 2025 hebben er negen plaatsgevonden – één per kern. Team communicatie speelt hierbij een ondersteunende rol.

Op de website, sociale media en de gemeentepagina in Het Kontakt/Zenderstreeknieuws publiceert de gemeente voorafgaand een wervend bericht (zie kader). Daarnaast krijgen alle inwoners van de betreffende kern een ansichtkaart in de brievenbus met de uitnodiging. Ook worden alle actieve verenigingen in de betreffende kern via e-mail uitgenodigd voor het Bakkie. Ze kunnen op die avond ook hun vereniging pitchen. De bijeenkomsten bieden gelegenheid om te spreken over wat er speelt in de kernen. Er is zowel ruimte voor input vanuit de inwoners als voor het agenderen van thema's vanuit de gemeente.

Door het succes van het Bakkie in de Buurt zijn er ook *spin-offs* met een specifieke doelgroep: het Ondernemend Bakkie in de Buurt en een Jongerenbakkie ('Pizza & Politiek') voor inwoners tot 25 jaar.

Uitnodiging Bakkie in de Buurt

We zien uit naar een onderling gesprek

Een gesprek tussen buurtgenoten, verenigingen, ondernemers uit Polsbroek en de burgemeester en wethouders van de gemeente Lopik. We praten samen over wat er speelt in de kern en over de toekomst van de gemeente. In het licht van de financiële uitdagingen waar alle gemeenten van Nederland momenteel voor staan, vindt het college het belangrijk dit verhaal met u te delen.

Vraag met een presentatie aandacht voor uw club of activiteit

Net als vorige keer krijgen verenigingen, stichtingen en organisaties de kans om zichzelf in de spotlight te zetten met een korte presentatie van 1 minuut. Presentaties kunt u aanmelden via communicatie@lopik.nl

Aanmelden hoeft niet, wel als u wilt presenteren

U hoeft zich voor de avond niet aan te melden. Kom gewoon binnenwandelen.

Als u de uitdaging van het presenteren aangaat, dan horen we dat wel graag. Dan houden we er rekening mee en komt u in ieder geval aan de beurt! Geef dit via e-mail door aan communicatie@lopik.nl

Overige kanalen en aandachtspunten

Afhankelijk van doel en doelgroepen zijn er nog veel meer communicatiekanalen voorhanden. Informatieborden langs de weg communiceren over wegafsluitingen. De gemeente werkt ook regelmatig met posters, flyers en filmpjes en zet extra kanalen in als dat nodig of wenselijk blijkt. De nieuwjaarsbijeenkomst van 2025 bijvoorbeeld was matig bezocht. Hoewel alle klassieke kanalen waren ingezet, bleken veel inwoners toch niet op de hoogte. Daarom zijn in 2026 ook posters opgehangen in supermarkten, verenigingen en bij de huisarts.

In de documentatie van het communicatieteam is ook expliciet aandacht voor specifieke doelgroepen en voor de afstemming van kanalen en *tone of voice* daarop:

- er is veel aandacht voor de noodzaak om minder ambtelijk te schrijven. Hoewel de stukken ook refereren aan verschillen in toon naar verschillende doelgroepen, wordt een specifieke toonzetting eigenlijk alleen voor jongeren toegepast en niet voor andere doelgroepen.
- Afhankelijk van de casuïstiek kan er extra inzet worden gepleegd op een specifieke doelgroep. Hiervoor moet wel duidelijk zijn wat de doelen en beoogde doelgroepen zijn. Uit eerdere hoofdstukken bleek al dat de gemeente niet altijd met communicatieplannen werkt. Ook kan budget en (financiële) haalbaarheid een rol spelen, omdat doelgroepbenadering bijna altijd gepaard gaat met extra kosten. Per casus wordt afgewogen of, en zo ja welke extra inzet wordt gepleegd. Wanneer er sprake is van specifieke doelgroepbenadering zorgt dit soms ook voor innovatieve communicatiemiddelen. Een duidelijk voorbeeld van doelgroepbenadering is de casus Omgevingsvisie, waar via een enquête onder basisschoolleerlingen en het bouwen van een tijds capsule (meer informatie in paragraaf 4.3) betrokkenheid onder kinderen werd georganiseerd.

B4.2 Burgerperspectief

Om een beeld te krijgen van de manier waarop inwoners naar de gemeentelijke communicatie kijken, heeft de rekenkamer de gemeente gevraagd in november en december 2025 om een steekproef van 2.500 inwoners van 18 jaar en ouder te trekken uit de BRP zodat in opdracht van de rekenkamer vervolgens een enquête uitgezet kon worden onder deze onderzoekspopulatie. In totaal hebben 134 inwoners de vragenlijst volledig ingevuld. Dit aantal is lager dan gehoopt, maar de samenstelling van de respondentengroep was zodanig gevarieerd dat uitspraken over de opvattingen van de Lopikse bevolking en enkele subgroepen wel mogelijk zijn. We zagen op sommige punten verschillen tussen mannen en vrouwen, opleidingsniveaus en leeftijdsgroepen. In dit hoofdstuk worden alleen verschillen genoemd die statistisch significant zijn.

Na de enquête zijn er focusgroepen en individuele telefonische interviews gehouden met inwoners die zich hiervoor via de enquête hadden opgegeven.

Belangrijkste resultaten enquête

Samenvattend zijn inwoners gematigd positief over de communicatie van de gemeente. De basis is op orde, met relatief goede scores op het bereik en de begrijpelijkheid. Zoals uit onderstaande blijkt, staat de waardering onder druk door gebrekkige terugkoppeling, beperkte transparantie en

inconsistenties in de uitvoering. Voor een uitgebreide beschrijving van de resultaten van de inwonersenquête, zie bijlage 4.

- Respondenten geven de gemeente een 6,3 als rapportcijfer voor de communicatie. De doelgroep 65-plussers is kritischer (6,1) dan inwoners van 40 jaar en jonger (6,6).
- De vindbaarheid en duidelijkheid van informatie scoort relatief goed. Ongeveer de helft van de respondenten is hierover positief; ongeveer één op de tien is negatief. Minder tevreden is men over de betrouwbaarheid van informatie: ongeveer één op de drie is hierover positief en met name de leeftijdsgroep 40-65 jaar is kritisch.
- Iets meer dan een kwart is het eens met de stelling dat de gemeente open en transparant communiceert. Een iets kleinere groep is het hiermee oneens. De meeste respondenten staan hier neutraal in of geven aan dit niet te weten. Een vergelijkbaar beeld is zichtbaar als het gaat om de tijdigheid waarmee de gemeente haar inwoners informeert.
- Een brief van de gemeente is het meest gebruikte kanaal om informatie van de gemeente te ontvangen. Meer dan de helft geeft aan het afgelopen jaar een brief van de gemeente te hebben ontvangen. De brief wordt ook door de meeste mensen als voorkeurskanaal voor toekomstige communicatie benoemd. Het oordeel over de brieven is vrij positief. Ongeveer driekwart van de respondenten vond de ontvangen brief duidelijk en begrijpelijk. Dit geldt vooral voor de hoger opgeleiden. Ongeveer de helft was het er (helemaal) mee eens dat de brief nuttige informatie bevatte. Ontevredenheid over de brief werd meestal veroorzaakt door het vervolg. Als inwoners naar aanleiding van een brief contact zoeken met de gemeente, krijgt men niet de juiste persoon te pakken. Aandachtspunten zijn verder de verspreiding van brieven over de gemeente en de juistheid van de informatie.
- De gemeentepagina in Het Kontakt/Zenderstreeknieuws wordt vooral door oudere inwoners (65+) benut. Ongeveer een kwart van de respondenten ontvangt en/of leest Het Kontakt/ Zenderstreeknieuws niet.
- De e-mailattending van MijnOverheid wordt minder intensief en vooral door hoger opgeleiden gebruikt.
- Bijna twee op de drie respondenten, vooral de hoog opgeleiden, vinden dat de officiële bekendmakingen van de gemeente duidelijk en begrijpelijk zijn geschreven. Ongeveer één op de tien inwoners is het hiermee oneens. Het taalgebruik en een tekort aan informatie worden als knelpunten meegegeven. Er is ook begrip voor de juridische kaders waarbinnen de gemeente moet opereren bij deze bekendmakingen.
- De website is na de brieven en de gemeentepagina het meest gebruikte kanaal. Ongeveer 70% maakt hier gebruik van, al is dat in de meeste gevallen 'een enkele keer'. Belangrijkste aandachtspunt is de vindbaarheid van informatie. Iets minder dan de helft van de respondenten kan het gezochte makkelijk vinden. Er is onder meer kritiek op de zoekfunctie.
- Het gebruik van sociale mediakanalen voor gemeentelijk nieuws is bij de respondenten relatief beperkt. De Facebookpagina is van de door de gemeente gebruikte kanalen het bekendst en meest intensief gebruikt. Het YouTube kanaal wordt vrijwel niet bezocht. Inwoners die de gemeente op sociale media tegenkomen, stellen dat de daar verstrekte informatie niet altijd nuttig genoeg is. Ook is er een vrij grote groep inwoners die simpelweg niet via sociale media met de gemeente wil communiceren.

- Op de vraag of de respondenten op bepaalde onderwerpen liever actief door de gemeente worden geïnformeerd of hun informatie liever zelf opzoeken als zij het nodig hebben, bleek er een grote voorkeur voor actieve informatieverstrekking. Alleen bij informatie over cultuur- en sportevenementen geeft een duidelijke meerderheid aan dit zelf op te zoeken zonder daarbij een rol van de gemeente te verwachten.
- Gevraagd naar mogelijke verbeteringen in de communicatie komen thema's terug die eerder in de enquête ook waren aangestipt, zoals de bezorging van Het Kontakt/Zenderstreeknieuws en de zoekfunctie van de website. Verder wordt benadrukt dat de aanpak om via meerdere kanalen te communiceren behouden moet blijven, waarbij meerdere respondenten pleiten voor een persoonlijke aanpak. Ook valt de term eerlijkheid regelmatig; een probleem moet van twee kanten belicht worden; dat draagt bij aan de betrouwbaarheid van de gemeente. Daarvoor is ook nodig dat afspraken worden nagekomen. Met name in de terugkoppeling naar inwoners is dit een aandachtspunt. Enkele respondenten komen met concrete verbeter suggesties, zoals contentplanning en het gebruik van infographics.

Belangrijkste resultaten (groeps)interviews met inwoners

Uit de twee groepsgesprekken en de individuele gesprekken met elf inwoners die hun reactie op de enquête wilden toelichten, komt het volgende naar voren:

- Een veel benoemde tekortkoming van gemeentelijke communicatie is de juridische taal. Meerdere inwoners spreken een voorkeur uit voor informeler, persoonlijk taalgebruik. Toch is er begrip voor de noodzaak om besluiten juridisch waterdicht te communiceren, bijvoorbeeld in de officiële bekendmakingen. Met name bij brieven zit ruimte voor verbetering. Daarin zou een besluit in de juridische taal kunnen worden toegelicht in meer laagdrempelige bewoordingen die duidelijk maken wat dit besluit betekent voor de lezer.
- De meest terugkerende aandachtspunten gaan niet over de initiële algemene communicatie, maar over de daaropvolgende individuele communicatie. Strikt genomen valt dit buiten de scope van dit onderzoek, maar gezien de nadruk die dit kreeg in de gesprekken, gaan we hier kort op in. Het gaat om zaken die sterk samenhangen met dienstverlening en de bijbehorende normen: onduidelijkheden waar verantwoordelijkheden liggen (doorverwijzingen), beperkte bereikbaarheid van verantwoordelijke ambtenaren, een te lange reactietijd op terugbelberichten of mails en in enkele gevallen het niet nakomen van afspraken in eerdere communicatie. Dit wordt deels gezien als het gevolg van onderbezetting in een kleine organisatie, en/of van het vertrek van meer ervaren en gewortelde medewerkers. Dit heeft een wisselend effect op de betrokken inwoners, variërend van frustratie en confrontatie tot afstandelijk cynisme. In alle gevallen tast dit het vertrouwen in de overheid aan en vergroot het de kloof tussen inwoner en gemeente. De meeste betrokkenen benadrukken dat zij de overheid vertrouwen, maar dat er door (gebrek aan) communicatie soms twijfel ontstaat over de transparantie.
- Ook de regie op externe, uitvoerende partijen is een terugkerend thema. Informatie van aannemers wijkt met regelmaat af van gemeentelijke informatie. In de communicatie is het voor de inwoners vaak onduidelijk wie waarvoor verantwoordelijk is. In een enkel

geval kan dit ook bij interbestuurlijke communicatie voorkomen, als er onduidelijkheden zijn over verantwoordelijkheden van gemeente, provincie of waterschap. Opvallend is dat meer samenwerking met andere overheden (waaronder andere gemeenten) als kans en als risico wordt gezien. Het is een kans voor slagkracht en expertise, maar een risico voor de zichtbaarheid en verantwoordelijkheden van de gemeente Lopik: *“Prima als er sprake is van samenwerking, maar communicatie moet wel uit één punt komen: de gemeente.”*

- Het is inwoners vaak onduidelijk waarom keuzes worden gemaakt. Dit kan variëren van wegafsluitingen (i.v.m. werkzaamheden) tot het verwijderen van fietspaaltjes (i.v.m. strooiroutes). De beeldvorming is dat er vooral wordt medegedeeld, en dat uitleg summier is. Met name ‘negatief nieuws’ zou minder actief en onderbouwd worden gecommuniceerd.
- Enkele aanwezigen benadrukken dat er kansen gemist worden bij het binden van nieuwe bewoners. Zij ontvangen geen welkomstpakket met daarin praktische informatie over communicatiekanalen, zoals de sociale media van de gemeente of de Bakkies in de Buurt, en over thema’s als afval en voorzieningen. Inwoners die al langer in Lopik wonen denken dat proactief informeren meer verbondenheid en vertrouwen met de gemeente kan creëren én het bereik van communicatiekanalen kan vergroten.
- Er wordt verschillend gekeken naar de gemeentelijke website. Er staat onmiskenbaar veel informatie op, maar (mede) daardoor is het niet voor iedereen duidelijk waar je wat moet zoeken. De zoekfunctie werkt onvoldoende, de menu-indeling is niet intuïtief en er zijn twijfels of de prioritering van de homepage aansluit bij de informatiebehoefte van de inwoners. Verschillende inwoners noemen voorbeelden van sterk verouderde informatie op de website. De informatie die het meeste wordt gemist is de stand van zaken van projecten. Men ziet de website bij uitstek als de plek om hierover actuele informatie aan te bieden. De nu geboden procesinformatie is volgens de inwoners dermate algemeen dat het voor betrokkenen voelt alsof *‘er niets gebeurt’*.
- De weinige deelnemers aan de groepsgesprekken die de gemeente op sociale media volgen, vinden dat de berichten beperkte toegevoegde waarde hebben. Zij zien vooral jubilea, formele berichten en uitnodigingen voor participatie-avonden. Zij zouden liever meer inhoudelijke updates zien, waarbij – zoals hierboven ook is benoemd – negatieve boodschappen niet worden geschuwd. Er is begrip voor het uitzetten van de mogelijkheid om te reageren en/of te *taggen* (via taggen kan men de gemeente expliciet koppelen aan een bericht, foto, video of reactie).
- Inwoners waarderen Het Bakkie in de Buurt. Het is voldoende laagdrempelig, en de face-to-face-aanpak werkt: *‘De gemeente krijgt een gezicht.’* Sommigen benoemen ook specifiek de inzet van een neutrale gespreksleider bij lastige onderwerpen. Verbeterpunten zijn een meer zichtbare opvolging en een hogere frequentie. Ook inwoners die niet zelf ervaring hebben met het Bakkie in de Buurt zijn wel bekend met de sessies en staan achter het initiatief.
- Uit de enquête blijkt dat WhatsApp veruit het meest gebruikte sociale mediakanaal is. Deelnemers aan de focusgroepen zagen kansen voor het gebruik van WhatsApp door de gemeente om inwoners laagdrempelig te informeren (‘nieuwsalerts’). Het grootste voordeel is dat WhatsApp-berichten vrijwel altijd worden gelezen, veel vaker dan e-mails of berichten op andere sociale media. Het middel kan ook snel worden ingezet bij

calamiteiten. De uitdagingen en risico's zitten met name in het verzamelen en zorgvuldig beheren van telefoonnummers en de eerdergenoemde afhankelijkheid van externe (Amerikaanse) bedrijven. Verder zagen de gesprekspartners een risico in verwachtingsmanagement, omdat mensen WhatsApp kennen als een kanaal waar men ook kan reageren. Tot slot wordt meegegeven dat de meerwaarde van WhatsApp snel verdwijnt als er te veel berichten over worden verstuurd. Er moet een strakke richtlijn komen voor wat wel en niet geschikt is voor dit kanaal.

B4.3 Communicatie in de onderzochte casuïstiek

In deze paragraaf geven we een korte beschrijving van de casussen, met de belangrijkste lessen die deze opleveren ten aanzien van communicatie. Bijlage 5 bevat een uitgebreidere beschrijving. We onderzochten de volgende casussen:

- Ondermijning
- Energiepark de Copen
- Woningbouwlocatie De Woningraat (Centrumplan)
- Omgevingsvisie (De Toekomst van Lopik)
- Lopik Linkt (Sociale Kaart)

Casus 1 Ondermijning

Team openbare orde en veiligheid besteedt al langere tijd aandacht aan het thema ondermijning. In 2023 kreeg dit een duidelijke impuls. Hiervoor was geen directe lokale aanleiding, maar het thema speelde regionaal al langer. Er is zowel ingezet op een externe als een interne campagne, gericht op het herkennen van signalen en bewustwording.

Intern werd drie maanden lang elke donderdag een thema over ondermijning toegelicht op de zogenaamde (d)ondermijningsdag. Het primaire kanaal was intranet, waar men ook via posters in het gemeentehuis op



Zoeken

[Home](#) > [Ondermijning](#) > (D)Ondermijningsdag: Hennepkwekerijen en drugslabs. Help ze de buurt uit!

(D)Ondermijningsdag: Hennepkwekerijen en drugslabs. Help ze de buurt uit!

Heb jij deze nieuwskop voorbij zien komen?

Politie rolt drugsloods op in Lopik, waarde geschat op enkele tonnen

Politie Midden-Nederland liet vandaag weten dat ze dinsdag 18 oktober een drugsloods in Lopik hebben opgeroid. Dit deden ze naar aanleiding van een melding via 'Meld Misdaad Anoniem'. Eenmaal ter plaatse troffen ze grote hoeveelheden verdovende middelen aan, met een waarde van enkele tonnen.



Houd je ogen, oren en neus open!

De productie van drugs is schadelijk voor mens, dier en natuur. Voorbeelden van drugs zijn hennep, XTC en cocaïne: de productie hiervan gaat altijd gepaard met criminaliteit. Criminelen maak vaak gebruik van panden om hun goederen te produceren.

Aan de buitenkant kun je niet altijd zien wat er in een pand gebeurt. Toch zijn de signalen beter zichtbaar dan je in eerste instantie zult denken.

In de onderstaande flyer staan signalen hoe je een drugslab en een hennepkwekerij herkent. Wil je het hele nieuwsbericht lezen? Klik dan op de bovenstaande nieuwskop of [hier](#) voor het artikel.

Melden

Herken jij de signalen uit de flyer? Als je het vermoeden hebt dat bij jou in de buurt wellicht een drugslab gevestigd is: meld het! Door signalen te melden kunnen deze labs worden opgespoord en wordt criminaliteit tegengegaan. Dit verhoogt de veiligheid en leefbaarheid in jouw omgeving.

Iets niet plus?

Gaat er een belletje bij je rinkelen? Of heb je een onderbuikgevoel? Neem dan contact op met Yorben van Dortmont (yorben.van.dortmont@lopik.nl) of Paul Werensteijn (paul.werensteijn@lopik.nl). Wil je liever anoniem blijven? Dat kan! Meld het dan bij [Meld Misdaad Anoniem](#) of [0800-7000](tel:0800-7000).



Flyer Hennepkwekerijen en drugslabs help ze uw buurt uit
(PDF, 22,3 MB)

gewezen werd. De intranetberichten verwezen naar informatieve filmpjes op YouTube ('Waarom is de Nederlandse drugswereld zo lucratief?') en signaalherkenning ('Drugslab in jouw buurt?'). Ook werd consequent verwezen naar Meld Misdaad Anoniem en naar de vakinhoudelijke medewerkers als ingang voor mogelijke signalen. Sommige berichten werden ook voorzien van extra documenten die te downloaden waren, zoals flyers over hennepkwekerijen, arbeidsuitbuiting of zorgfraude. Tijdens de campagne werd gebruik gemaakt van concrete lokale voorbeelden om het onderwerp herkenbaar te maken (zie voorbeeld in het kader).

Extern lag de nadruk op de avond over ondermijning (19 juni 2023) in het dorps huis. Deze is aangekondigd op de gemeentelijke website, sociale media en de gemeentepagina in Het Kontakt/Zenderstreeknieuws.

Verder is er via sociale media regelmatig aandacht voor het thema, bijvoorbeeld als er gerelateerd nieuws is of tijdens de landelijk georganiseerde Week van de Veiligheid.

Binnen de gemeente ontstaat communicatie over veiligheidsthema's vooral vanuit de vakafdeling zelf, op basis van jaarplannen en regionale trends. Ook de burgemeester speelt hierbij een belangrijke rol. De burgemeester is te zien op een van de filmpjes die het belang van de (d)ondermijningsdagen benadrukken. Ook draagt het bestuur het belang van het thema uit bij de Bakkies in de Buurt, om de meldingsbereidheid te verhogen.

De samenwerking met het communicatieteam is niet structureel, maar gebeurt vooral op verzoek van de vakafdeling, en richt zich met name op taken rondom opmaak of het plaatsen van passages op intranet of de website. Team Communicatie speelt dus een ondersteunende rol. Er is een goede, informele samenwerking, maar structurele afstemming en strategisch advies ontbreken. Het bereik en effect van communicatie wordt niet gemonitord.

Casus 2 Energiepark De Copen

Energiepark De Copen is een samenwerkingsproject tussen gemeente Lopik, provincie Utrecht, Eneco, energiecoöperatie LIJS en inwonersvertegenwoordiging SIEL. Er is een intentieovereenkomst tussen de partners over de inhoud, en ongeveer elke 6 tot 8 weken vindt overleg plaats. Communicatie wordt onderling afgestemd. Besluiten worden gezamenlijk voorbereid, maar het formele besluit is aan de gemeenteraad.

Hoewel de belangen van partijen soms verschillen, wordt de samenwerking door alle partijen als open en transparant ervaren. Luisteren naar elkaar wordt gezien als een belangrijke succesfactor.

Communicatie vindt op verschillende manieren plaats, met als belangrijkste pijlers:

- Inloopavonden waar inwoners vragen kunnen stellen en in gesprek kunnen met de betrokken partijen;
- Een enquête onder alle inwoners van Lopik om zorgen, wensen en informatiebehoeften in kaart te brengen;
- Nieuwsbrieven en een door Eneco beheerde projectwebsite om inwoners te informeren over het proces;
- Gezamenlijke persberichten zodat er één consistent verhaal naar buiten gaat.

Binnen de gemeente Lopik ligt de regie op de communicatie vooral bij de vakinhoudelijke medewerkers. Het communicatieteam wordt incidenteel betrokken voor feedback, en helpt bij aspecten zoals huisstijl, formulering of publicatie op website en sociale media. Het team is niet structureel betrokken bij strategische communicatiekeuzes, mede doordat er al kennis op het vakgebied vanuit de provincie en Eneco in het projectteam beschikbaar is. De samenwerking is te typeren als een 'waakvlam': communicatie is op afroep in te schakelen wanneer nodig voor operationele ondersteuning, maar niet actief sturend in het proces.

De uitdagingen rond de communicatie in dit traject zaten met name in het spanningsveld tussen begrijpelijkheid en complexiteit: technische of beleidsmatige termen (bijv. planMER, RES-doelen, *steward-owned* model) moeten goed worden overgebracht in een context waarbij geluid en leefomgeving de belangrijkste zorgen van inwoners zijn. Ook speelt soms mee dat communicatie 'stilvalt' in fases met weinig nieuws. Er zijn periodes waarin weinig concrete besluiten worden genomen, bijvoorbeeld tijdens milieuonderzoeken. Toch willen inwoners regelmatig geïnformeerd blijven, wat betekent dat communicatie soms ook moet gaan over proces en voortgang in plaats van inhoudelijke resultaten.

Casus 3 Woningbouwlocatie De Woningraat (Centrumplan)

Het Centrumplan is primair een initiatief van woningcorporatie De Woningraat, die verantwoordelijk is voor de sloop van 48 verouderde woningen en de ontwikkeling en exploitatie van nieuwe sociale huurappartementen. De gemeente Lopik heeft hierbij vooral een kaderstellende en faciliterende rol. De gemeenteraad stelt de beleidskaders vast. De Woningraat werkt de plannen inhoudelijk uit. De ambtelijke organisatie van de gemeente is hierbij een belangrijke samenwerkingspartner, onder meer op allerlei aanpalende beleidsvelden zoals openbare ruimte, civiele techniek maar ook in het kader van de urgentieverklaringen die aan de huidige bewoners toegekend worden.

Binnen het project ligt het zwaartepunt van de communicatie bij De Woningraat. De corporatie verzorgt onder andere informatieavonden (vooral gericht op bewoners en omwonenden van het projectgebied), informeert via brieven bewoners en omwonenden en heeft een uitgebreide projectwebsite. De gemeente vervult vooral een volgende rol in de communicatie. Op de gemeentelijke website wordt nauwelijks inhoudelijke informatie gedeeld; bezoekers worden doorverwezen naar de website van De Woningraat. Omdat de doelgroep relatief klein en direct betrokken is, is er geen noodzaak gevoeld om communicatie breed via overige gemeentelijke kanalen (sociale media, gemeentepagina) te verspreiden. Het communicatieteam van de gemeente is daarom slechts beperkt betrokken bij het project, al speelt het wel een rol bij bijvoorbeeld het plaatsen van een nieuwsbericht op de website en het controleren van antwoorden bij persvragen.

Uit het onderzoek blijkt dat er geen duidelijke richtlijnen bestaan voor wanneer en hoe het gemeentelijk communicatieteam betrokken moet worden bij een communicatietraject dat grotendeels door een externe partner zoals De Woningraat wordt uitgevoerd. In de praktijk bepaalt de vakinhoud of communicatie wordt ingeschakeld en blijft de betrokkenheid van communicatie ad hoc, informeel en beperkt. Het is voor de betrokkenen lastig in te schatten of dit

ook kan leiden tot gemiste kansen voor consistentie of strategische communicatie. Er lijkt geen sprake van een acuut probleem. Er is veel vertrouwen in de communicatie vanuit De Woningraat, mede dankzij langlopende relaties en korte overleglijnen.

Casus 4 Omgevingsvisie (De Toekomst van Lopik)

Met de invoering van de Omgevingswet zijn gemeenten verplicht een Omgevingsvisie op te stellen vóór 1 januari 2027. Voor Lopik moet de visie richting geven aan de ontwikkeling van de fysieke leefomgeving en een brede scope hebben, met aandacht voor woningbouw, economie, voorzieningen, natuur, klimaat, veiligheid en gezondheid. De visie vormt daarmee een strategisch kader voor toekomstige plannen en regelgeving binnen de gemeente.

Bij het opstellen van de Omgevingsvisie is bewust ingezet op participatie van inwoners en ondernemers. De kern van het participatietraject bestond uit een enquête over waarden en kenmerken van Lopik en een tweetal bijeenkomsten met inwoners en ondernemers. Vanwege de beperkte ervaring en capaciteit binnen de gemeente is bureau Dutchplanners ingeschakeld om het participatietraject te begeleiden.

Hoewel in het interne projectplan vanuit de vakinhoud uren voor communicatie waren gereserveerd, bleek dit niet aan te sluiten bij de werkwijze van het communicatieteam. De betrokkenheid van het gemeentelijke communicatieteam bleef daardoor in de praktijk beperkt. Dit kwam deels doordat binnen de gemeente geen duidelijke werkwijze of communicatiebeleid bestaat voor dit type projecten. Dit leidde tot onduidelijkheid over de rol van het communicatieteam, en een reactieve werkwijze met beperkte strategische betrokkenheid. Deze rol bestond voornamelijk uit het redigeren van teksten, het plaatsen van berichten op website, sociale media en gemeentepagina en het maken van communicatiemiddelen zoals posters.

Strategische communicatievragen (bijvoorbeeld doelgroepen, kanalen en aanpak) werden niet met team communicatie besproken, maar tussen Dutchplanners en de vakinhoudelijke ambtenaren. Voor het project werden verschillende communicatiekanalen gebruikt, zoals de gemeentelijke website en vanuit Dutchplanners het participatieplatform Parolo, de gemeentepagina in de lokale krant, de socialemediakanalen van de gemeente en bijeenkomsten zoals Bakkies in de Buurt.

Het participatietraject richtte zich aanvankelijk op inwoners en ondernemers, maar op advies van Dutchplanners werd ook jeugd als specifieke doelgroep toegevoegd. De pogingen om jongeren te betrekken hadden echter beperkt effect. Achteraf bleek dat gerichtere inzet van sociale media mogelijk had geholpen, maar kennis hierover ontbrak bij de vakinhoudelijke medewerkers en werd niet vanuit communicatie of Dutchplanners ingebracht.

Casus 5 Lopik Linkt (Sociale Kaart)

De Sociale Kaart (Lopik Linkt) is in mei 2025 gestart als een digitaal platform dat inwoners en professionals inzicht geeft in organisaties, diensten en initiatieven in het sociaal domein. De kaart is bedoeld als een toegangspoort tot informele ondersteuning in de gemeente. De gemeente wil

hiermee zorgen dat inwoners sneller passende ondersteuning vinden en zoveel mogelijk zelfredzaam zijn, door hen gebruik te laten maken van algemeen beschikbare voorzieningen waar ze zonder indicatie terecht kunnen ('het voorliggend veld'). Op die manier kan de druk op formele zorg en het sociaal team verminderd worden.

Het beheer en de ontwikkeling van de Sociale Kaart gebeurt in samenwerking met verschillende partijen. Gemeente Lopik levert een projectleider en zet medewerkers in het sociaal domein in om de kaart actueel te houden. De deelnemende organisaties leveren zelf hun informatie aan. Elkander is de organisatie die het platform technisch en inhoudelijk beheert en teksten controleert. Het aantal aangesloten organisaties is sinds de start gestegen van 120 naar 180.

Het communicatieteam van de gemeente is betrokken, maar vooral reactief en uitvoerend. De rol van het team bestaat onder andere uit het plaatsen van berichten op de gemeentelijke website, ondersteuning bij de koppeling tussen de Sociale Kaart en de gemeentelijke website en communicatie via gemeentelijke kanalen zoals sociale media om de bekendheid te vergroten. De inhoudelijke regie en samenwerking met Elkander ligt vooral bij de vakinhoudelijke projectleider.

De webstatistieken laten zien dat veel inwoners het platform nog niet goed kennen of gebruiken. Daarom worden verschillende communicatiemiddelen ingezet, zoals sociale media en de gemeentepagina, flyers en posters (bijvoorbeeld via het sociaal team bij huisbezoeken), promotie bij lokale evenementen (zoals banners) en promotionele middelen zoals pennen en kerstornamenten. Er is gebruik gemaakt van de kennis en het enthousiasme van een re-integrerende medewerker voor deze vormen van creatieve communicatie om de bekendheid van het platform te vergroten. Het communicatieteam speelde hierbij een beperkte rol, maar bij de continue aandacht die nodig zal blijven verwacht men ook een meer structurele samenwerking. Deze moet ervoor zorgen dat inwoners bekend zijn met het platform, maar ook dat organisaties hun informatie blijven actualiseren en professionals de kaart actief gebruiken bij doorverwijzingen.

Een belangrijk aandachtspunt is de vraag *waar* de Sociale Kaart op de gemeentelijke website staat. De vakinhoudelijke medewerkers willen de kaart prominent en centraal zichtbaar maken om gebruik te stimuleren. Door technische beperkingen en terughoudendheid om de website-indeling aan te passen, staat de kaart nu echter minder prominent onder het menu 'Zorg en Inkomen' bij het Sociaal Team. Dit kan invloed hebben op de vindbaarheid van het platform.

B4.4 Score op de normen

Norm	Score
De communicatie sluit – indien relevant – aan op verschillende doelgroepen met voor hen passende communicatiekanalen, -middelen en -stijl.	De gemeente zet diverse kanalen in, zoals de website, brieven, de gemeentepagina in het huis-aan-huisblad, sociale media, perscontacten en fysieke bijeenkomsten zoals het Bakkie in de Buurt. De kanalen sluiten aan op verschillende doelgroepen: het huis-aan-huisblad op de ouderen, sociale media op de jongeren en specifieke initiatieven zoals het Jongerenbakkie op specifieke groepen. De doelgroepbenadering is echter niet systematisch; er worden niet

	structureel communicatieplannen opgesteld. De keuze voor kanalen en doelgroepen is vaak pragmatisch, afhankelijk van vakinhoudelijke voorkeuren, budgetten of expertise van externe partners. De differentiatie in communicatiestijl is beperkt; een specifieke <i>'tone of voice'</i> wordt eigenlijk alleen gebruikt voor jongeren. Hierdoor sluit de communicatie niet altijd optimaal aan op de doelgroepen. De gemeente voldoet deels aan de norm.
De gemeente communiceert conform de eigen vastgestelde ambities, doelen, regels en werkwijzen.	De gemeente is gericht op praktische uitvoering en korte lijnen. Er is geen formeel vastgesteld communicatiebeleid. Er zijn interne documenten zoals het teamplan en de communicatiestrategie, maar deze zijn niet bestuurlijk vastgesteld en vormen geen organisatiebreed kader. Hierdoor is het lastig vast te stellen of de communicatie consequent volgens eigen doelen en richtlijnen wordt uitgevoerd. Wel zijn in de praktijk elementen zichtbaar die aansluiten bij de ambities, zoals het gebruik van meerdere kanalen en initiatieven om inwoners te betrekken. Een oordeel op de norm is niet vast te stellen.
De inwoners (en verschillende doelgroepen) zijn tevreden over de communicatie van de gemeente.	Blijkens de enquête geven inwoners de communicatie een 6,3. Zij zijn niet ontevreden, maar zien wel duidelijke verbeterpunten. Positief vindt men dat informatie over het algemeen duidelijk en vindbaar is. Aspecten zoals transparantie, tijdigheid en terugkoppeling zijn verbeterpunten. Aandachtspunten zijn: juridisch taalgebruik en onduidelijkheid over verantwoordelijkheden van externe partijen. De gemeente voldoet deels aan de norm.
De informatie die door de gemeente wordt verstrekt wordt gezien als adequaat (tijdig, volledig en begrijpelijk).	Ongeveer 75% van de respondenten vindt gemeentelijke brieven duidelijk en begrijpelijk. Knelpunten zijn: informatie op de website is soms moeilijk te vinden, taalgebruik is soms te hoog gegrepen, uitleg bij besluiten is beperkt en terugkoppeling over projecten of besluiten vindt niet altijd plaats. Hierdoor wordt de informatie niet altijd als volledig of tijdig ervaren. De gemeente voldoet deels aan de norm.
De communicatiedoelen van de onderzochte casussen sluiten aan bij het geformuleerde communicatiebeleid.	In de onderzochte casussen zijn communicatiedoelen meestal niet expliciet gemaakt, maar wel bij de betrokkenen bekend. De doelen sluiten globaal aan bij ambities uit de interne communicatiestrategie, zoals het betrekken van inwoners en het versterken van vertrouwen. Omdat er geen formeel vastgesteld beleid is en communicatieplannen vaak ontbreken, blijft de koppeling tussen beleid en concrete communicatiedoelen impliciet. De gemeente voldoet deels aan de norm.

De ingezette communicatiestrategie en -middelen bij de onderzochte casussen sluiten aan bij de samenstelling van de doelgroepen.	In de casussen wordt een mix aan middelen ingezet, zoals inloopavonden, enquêtes, projectwebsites en brieven aan omwonenden. Een enkele keer wordt een atypische middel ingezet, zoals pennen bij Lopik Linkt of de 'tijdscapsule' bij de Omgevingsvisie. Voor duidelijk afgebakende doelgroepen wordt communicatie afgestemd, zoals bij het centrumplan of energiepark De Copen. Het ontbreken van communicatieplannen met een systematische doelgroepaanpak maakt dat strategische keuzes soms te laat of onvoldoende bewust worden gemaakt. De gemeente voldoet grotendeels aan de norm.
De geformuleerde communicatieaanpak is daadwerkelijk uitgevoerd.	Omdat communicatieaanpakken vaak niet formeel zijn vastgelegd, is niet altijd duidelijk wat oorspronkelijk bedoeld was. Afgaande op de betrokkenen blijkt dat de beoogde activiteiten vrijwel altijd worden uitgevoerd. Uitzonderingen zijn ingegeven door tijdsgebrek, financiële beperkingen of geringe aanmeldingen, zoals bij een bijeenkomst rond de Omgevingsvisie. Een oordeel op de norm is niet vast te stellen.
De communicatie-medewerkers worden adequaat (tijdig, passend) ingeschakeld bij de relevante beleidstrajecten.	Communicatiemedewerkers worden vaak pas laat of ad-hoc betrokken bij beleidstrajecten. Hun rol is vooral uitvoerend, zoals het redigeren van teksten of plaatsen van berichten. Strategische keuzes worden meestal door vakinhoudelijke ambtenaren of externe partijen gemaakt. Het ontbreken van duidelijke richtlijnen voor wanneer het communicatieteam moet worden ingeschakeld, zorgt ervoor dat communicatie niet structureel en tijdig wordt ingezet. De gemeente voldoet niet aan de norm.
De beoogde boodschap is overgekomen bij bewoners en deze boodschap was waar bewoners behoefte aan hadden.	Communicatie bereikt inwoners via meerdere kanalen, en initiatieven zoals het Bakkie in de Buurt worden positief beoordeeld. Deze bijeenkomsten bieden laagdrempelig contact met de gemeente. Toch blijkt uit enquêtes en interviews dat inwoners soms behoefte hebben aan meer uitleg bij besluiten, meer transparantie over keuzes en betere terugkoppeling over projecten. Informatie is niet altijd makkelijk vindbaar, waardoor de boodschap niet altijd volledig of op de gewenste manier overkomt. De gemeente voldoet deels aan de norm.

B5. Monitoring, evaluatie en de rol van de gemeenteraad

Dit hoofdstuk gaat in op monitoring en evaluatie van gemeentelijke communicatie, en op de informatiepositie en rol van de gemeenteraad. Daarbij worden de volgende deelvragen behandeld:

- Wordt de communicatie en het communicatiebeleid gemonitord en geëvalueerd wat zijn de uitkomsten en vindt op basis daarvan bijsturing plaats?
- Wordt de gemeenteraad in positie gebracht om in het kader van de kaderstellende en controlerende rol de communicatie van de gemeente met inwoners te optimaliseren en zo ja op welke wijze gebeurt dat?

B5.1 Monitoring en evaluatie

Monitoring van communicatie-uitingen vindt beperkt plaats. De omvang van het team en de ambtelijke organisatie zijn daarvoor belangrijke redenen. Door de vraaggestuurde, operationele ondersteuning en het ontbreken van een communicatiestrategie ligt de nadruk ook sterk op uitvoering en minder op analyse, reflectie en strategische sturing. Een andere reden is dat het vaststellen en SMART definiëren van doelstellingen nauwelijks plaatsvindt. Toch zijn bij betrokkenen hoofddoelen in projecten vaak duidelijk. Er wordt echter niet systematisch gemeten of communicatie bijdraagt aan betrokkenheid of begrip van inwoners. Er wordt gekoerst op signalen en reacties in de samenleving of juist op het ontbreken daarvan ('geen bericht, goed bericht'). Feedback via inwoners en signalen uit de organisatie kunnen voor een lerend effect zorgen.

Het laatste benchmark-onderzoek 'Waarstaatjegemeente', waarbij ook naar communicatie werd gekeken, is sterk verouderd.⁵ De monitoring die plaatsvindt, is vooral kanaalgericht. Het communicatieteam kijkt naar het bereik van sociale media en ziet daar een toename. Via *Shift Analytics* wordt ook gekeken waar inwoners op de website naar zoeken, zodat de website-indeling kan worden aangepast. Het team ontvangt daarnaast overzichten over de bezorging van Het Kontakt/Zenderstreeknieuws. Monitoring is niet gekoppeld aan beleids- of projectdoelen.

Niet alleen het effect of bereik wordt nauwelijks gevolgd; er vindt ook weinig monitoring plaats van het proces van communicatie. Afspraken met vakafdelingen worden niet structureel vastgelegd. Er bestaat geen overzicht van alle communicatie-uitingen (bijv. brieven van aannemers of partners). Dit maakt het lastig om communicatiekwaliteit te bewaken, uniformiteit te garanderen en structureel te leren van ervaringen.

Raadscommunicatie

De communicatie over raadsbesluiten gebeurt neutraal en feitelijk, met de nadruk op "de raad heeft besloten". Politieke partijen of individuele raadsleden worden hierbij niet genoemd. De primaire kanalen zijn de gemeentepagina's (met agenda's), persberichten na raadsvergaderingen

⁵ Welk jaar dat plaatsvond is niet bekend. Op de website van [waarstaatjegemeente](http://waarstaatjegemeente.nl) staan de data vanaf 2014. De meting van de gemeente Lopik is in ieder geval van voor 2014.

en eventuele persgesprekken. Uit een enquête onder raadsleden blijkt dat een deel van hen vindt dat er in dit kader 'erg voorzichtig en terughoudend' wordt gecommuniceerd.

Raadsleden vervullen daarnaast een informele rol in de gemeentelijke communicatie, omdat zij via hun eigen sociale media en directe contacten met inwoners signalen terugbrengen naar de organisatie. Er bestaan geen richtlijnen over communicatie door individuele raadsleden, waardoor soms verwarring kan ontstaan bij inwoners over de herkomst van informatie. Tegelijkertijd levert deze informele rol voordelen op, doordat signalen uit de samenleving sneller bij de ambtelijke organisatie terechtkomen.

Informatiepositie van de raad

De gemeenteraad wordt niet structureel geïnformeerd over het communicatiebeleid of de uitvoering daarvan, behalve de globale informatie over het taakveld in de P&C-cyclus (zie paragraaf 2.1). Er is geen communicatiestrategie vastgesteld en vindt ook geen actieve communicatie richting de raad plaats over het gemeentelijke communicatiebeleid of de communicatiestrategie. Communicatie wordt vooral als uitvoeringsonderwerp gezien, dat binnen de ambtelijke organisatie en het college wordt georganiseerd. In de sjablonen voor collegevoorstellen is een kopje communicatie opgenomen. Vanuit de raad wordt aangegeven dat deze communicatieparagraaf vaak weinig specifieke informatie geeft, zoals 'communicatie vindt plaats via de gebruikelijke kanalen/wijze', waardoor de raad zich geen goed beeld kan vormen over de communicatie.

Mede door de beperkte structuur rond monitoring en evaluatie (zie paragraaf 5.1) gaat er ook geen monitoringinformatie of evaluatieonderzoek op dit thema richting de raad. Het thema is ook geen vast onderdeel van de politieke controlecyclus. De raad krijgt vooral indirect informatie, via de algemene organisatiepresentaties en daarna bij incidenten, bijvoorbeeld via de portefeuillehouder of bij vragen uit de raad. Een voorbeeld hiervan zijn de zorgen en vragen rond de bezorging van het huis-aan-huisblad.

In de onderzochte casuïstiek zien we dat de raad in wisselende mate aangehaakt is. Zo werd de raad actief meegenomen door de projectleider en externe partij Dutch Planners in de casus Omgevingsvisie, om tot een gedeelde aanpak voor communicatie en participatie te komen. Bij andere dossiers, zoals de communicatie rond ondermijning en de Sociale Kaart, staat de raad meer op afstand.

Uit de enquête die de rekenkamer onder raadsleden uit heeft gezet, blijkt dat er bij verschillende raadsleden behoefte is aan meer grip op de uitvoering en afstemming van communicatie richting inwoners. Deze raadsleden hebben verbeteruggesties over de terugkoppelingen, tijdigheid van communicatie en de bezorgproblemen van Het Kontakt/Zenderstreeknieuws.

B5.2 Score op de normen

Norm	Score
De kwaliteit van de communicatie naar de inwoners wordt gemonitord en/of geëvalueerd.	Monitoring vindt beperkt plaats en richt zich vooral op bereik en gebruik van enkele kanalen zoals sociale media, website en huis-aan-huisblad. Er is geen systematisch zicht op de kwaliteit van communicatie, zoals begrijpelijkheid, effect op betrokkenheid of tevredenheid van inwoners. Het ontbreken van duidelijke doelstellingen op beleids- of projectniveau bemoeilijkt gestructureerde monitoring en evaluatie. Feedback uit de samenleving wordt wel op ad-hoc basis gebruikt, maar dit vormt geen systematische evaluatie. De gemeente voldoet niet aan de norm.
Op basis van monitoring of evaluaties stuurt de gemeente regelmatig de kwaliteit van communicatie waar nodig bij.	In enkele gevallen leidt signalering tot bijsturing, bijvoorbeeld het aanpassen van de website-indeling op basis van zoekgedrag, of extra communicatie naar aanleiding van de beperkte bekendheid van de nieuwjaarsbijeenkomst. Deze bijsturingen zijn echter incidenteel en vinden plaats op basis van ervaring of losse signalen, niet via systematische analyse van monitoring- of evaluatieresultaten. De gemeente voldoet niet aan de norm.
De raad ontvangt relevante informatie van het college over (de kwaliteit van) communicatie naar en met inwoners, waarmee de raad in staat is zijn kaderstellende en controlerende rol in te vullen.	De gemeenteraad ontvangt geen structurele informatie over het communicatiebeleid of over de kwaliteit van communicatie. Informatie wordt slechts sporadisch gedeeld, bijvoorbeeld naar aanleiding van vragen of incidenten, zoals klachten over de bezorging van Het Kontakt. Hierdoor heeft de raad geen structurele basis om zijn kaderstellende en controlerende rol effectief uit te voeren. De gemeente voldoet niet aan de norm.
De raad geeft richting aan het gewenste communicatiebeleid naar en met inwoners.	De raad vervult in de praktijk geen actieve kaderstellende rol op het gebied van communicatie. Het communicatiebeleid en de communicatiestrategie zijn niet formeel vastgesteld en er is geen structurele discussie over communicatiedoelen. De invulling van communicatie ligt voornamelijk bij het communicatieteam en het college. Informele communicatie door raadsleden naar inwoners is politiek van aard en vormt geen instrument voor kaderstelling van gemeentelijke communicatie. De gemeente voldoet niet aan de norm.

Bijlage 1 Normenkader

Bij de centrale onderzoeksvraag en bijbehorende deelvragen zijn normen geformuleerd. Daarbij is mede gebruik gemaakt van diverse rekenkamerrapporten over het onderwerp communicatie(beleid). De hoofdcategorieën sluiten aan bij de fasen van de beleidscyclus en de indeling van het rapport.

Beleid		
	Deelvraag	Normen
1	Hoe ziet het externe communicatiebeleid van de gemeente eruit en wat is hierover waarin vastgelegd?	- De gemeente heeft een communicatiebeleid met daarin ambities, doelen en regels vastgesteld voor communicatie naar en met inwoners. - Er zijn normen/richtlijnen/regels/werkwijzen/handreikingen vastgesteld voor de kwaliteit van de actieve communicatie naar inwoners (bijvoorbeeld voor het taalniveau, toegankelijkheid, begrijpelijkheid, schrijfstijl etc.).
Organisatie		
	Deelvraag	Normen
2	Hoe is de communicatie binnen de gemeentelijke organisatie georganiseerd en hoe wordt samengewerkt tussen afdelingen om consistente communicatie te waarborgen?	- De communicatiefunctie binnen de gemeentelijke organisatie is duidelijk belegd en bekend binnen de organisatie. - De relevante medewerkers zijn voldoende toegerust (kennis, vaardigheden, middelen) om effectief te communiceren met inwoners.
Uitvoering		
	Deelvraag	Norm
3	Welke middelen en kanalen gebruikt de gemeente om inwoners te informeren, welke richtlijnen zijn er voor gebruik van deze kanalen en hoe effectief zijn deze middelen en kanalen? Hoe verloopt het proces van het creëren van een communicatie-uiting?	- De communicatie sluit – indien relevant - aan op verschillende doelgroepen met voor hen passende communicatiekanalen, -middelen en -stijl. - De gemeente communiceert conform de eigen vastgestelde ambities, doelen, regels en werkwijzen.
4	Hoe ervaren de inwoners van Lopik het communicatiebeleid van de gemeente, zijn er verschillen tussen de onderscheidene doelgroepen en welke verbeterpunten geven inwoners/doelgroepen aan?	- De inwoners (en verschillende doelgroepen) zijn tevreden over de communicatie van de gemeente. - De informatie die door de gemeente wordt verstrekt wordt gezien als adequaat (tijdig, volledig en begrijpelijk).

Praktijk		
Deelvraag		Norm
5	Op welke wijze is het communicatiebeleid toegepast in de geselecteerde casussen, hoe tevreden zijn inwoners, hoe effectief is de communicatie geweest en welke lessen voor de toekomst volgen uit de bestudeerde cases?	• De communicatiedoelen van de onderzochte casussen sluiten aan bij het geformuleerde communicatiebeleid. • De ingezette communicatiestrategie en -middelen bij de onderzochte casussen sluiten aan bij de samenstelling van de doelgroepen. • De geformuleerde communicatieaanpak is daadwerkelijk uitgevoerd. • De communicatiemedewerkers worden adequaat (tijdig, passend) ingeschakeld bij de relevante beleidstrajecten. • De beoogde boodschap is overgekomen bij bewoners en deze boodschap was waar bewoners behoefte aan hadden.
Monitoring en evaluatie		
Deelvraag		Norm
6	Wordt de communicatie en het communicatiebeleid gemonitord en geëvalueerd wat zijn de uitkomsten en vindt op basis daarvan bijsturing plaats?	• De kwaliteit van de communicatie naar de inwoners wordt gemonitord en/of geëvalueerd. • Op basis van monitoring of evaluaties stuurt de gemeente regelmatig de kwaliteit van communicatie waar nodig bij.
Verantwoording, Informatiepositie en rolopvattingen van de gemeenteraad		
Deelvraag		Norm
7	Wordt de gemeenteraad in positie gebracht om in het kader van de kaderstellende en controlerende rol de communicatie van de gemeente met inwoners te optimaliseren en zo ja op welke wijze gebeurt dat?	• De raad ontvangt relevante informatie van het college over (de kwaliteit van) communicatie naar en met inwoners, waarmee de raad in staat is zijn kaderstellende en controlerende rol in te vullen. • De raad geeft richting aan het gewenste communicatiebeleid naar en met inwoners.

Bijlage 2 Bronnenoverzicht

Algemene documenten landelijk

VNG, *Handreiking. De essentiële rol van communicatieadviseurs bij de invoering van de Omgevingswet* (Den Haag 2019).

VNG, *Handreiking. Duidelijke Overheidscommunicatie voor gemeenten. Een gids voor gemeenten met tips voor alle fasen van het beleid voor duidelijke communicatie met inwoners en ondernemers* (Den Haag 2022).

<https://vng.nl/projecten/duidelijke-overheidscommunicatie>

<https://www.gebruikercentraal.nl/>

Algemene documenten Lopik

Communicatiestrategie versie 0.5

Concept teamplan Communicatie

Taakbeschrijving Communicatie 2023

Schrijfwijzer gemeente Lopik

Programmabegrotingen en jaarverslagen

Bronnen alle casussen

Gemeentepagina's

Intranetberichten

Social Mediaberichten

Persberichten en persgesprekken

Bronnen Casus 1 Ondermijning

Persberichten:

- Politie smst drugsgebruikers in Lopikerwaard
- Woning in Lopik zes maanden gesloten wegens drugshandel
- Recreatiewoning in Lopikerkapel zes maanden gesloten wegens vondst drugs

Posters (D)Ondermijningsdag

Flyer Hennepkwekerijen & Drugslabs Help ze uw buurt uit

Signaalkaart_Bedrijventerreinen

Infographic 'Stop criminelen in het buitengebied'

Agenda en verslag Bakkie in de Buurt en Ondernemend Bakkie

<https://www.lopik.nl/vermoeden-van-ondermijning->

[Veilig ondernemen | Gemeente Lopik](#)

Bronnen Casus 2 Energiepark de Copen

Intentieovereenkomst Energiepark De Copen

Participatie en Communicatieplan windpark Lopik

Besluitenlijsten BenW

Brief aan inwoners - Uitnodiging raadpleging november 2025

<https://energieparkdecopen.nl/>

[Volgende stap energiepark De Copen | Gemeente Lopik](#)

Bronnen Casus 3 Woningbouwlocatie De Woningraat (Centrumplan)

Memo college over Centrumplan Lopik

Nieuwsbrief De Woningraat

Brieven aan bewoners en omwonenden

Groot onderhoud - nieuwe stijl

[De Woningraat gaat nieuwe appartementen bouwen in Lopik-dorp](#)

<https://lopik.raadsinformatie.nl/vergadering/1152920>

Bronnen Casus 4 Omgevingsvisie (De Toekomst van Lopik)

Raadsvoorstel, amendementen, raadsbesluit en memo college over omgevingsvisie Lopik

Ambities en opgaven voor opgavennotitie omgevingsvisie Lopik

Koersdocument omgevingsvisie gemeente Lopik en collegebesluit daarover

Ambities en opgaven voor opgavennotitie

Participatieplan Omgevingsvisie en memo college daarover

Plan van aanpak omgevingsvisie

Brieven, waaronder:

- Huis-aan-huis brief Omgevingsvisie
- Brief Kinderenquete
- Brief leerkrachten

Borden en flyers inloopavonden

Flyers tijds capsule en vragenlijst (inwoners en ondernemers)

Bericht in Het Kontakt: 'Lopik werkt samen met inwoners aan toekomstvisie'

Posters bijeenkomsten omgevingsvisie

Uitnodiging en verslag Inloopavonden

Interne Nieuwsbrieven (intranet)

Bakke in de buurt, waaronder: <https://www.lopik.nl/benschop-maandag-22-september-2025>

Casus 5 Lopik Linkt (Sociale Kaart)

Flyers Lopikvoorelkaar

Gemeentemagazine

<https://www.lopik.nl/het-sociaal-team>

<https://www.lopik.nl/lopiklinkt-lopikvoorelkaar>

<https://www.lopik.nl/zorg-en-inkomen>

<https://www.lopik.nl/LopikLinkt>

Bijlage 3 Geïnterviewde functionarissen

Algemeen

- Twee leden van het communicatieteam
- Burgemeester
- Wethouder

Casus 1 Ondernijning

- Gemeentelijk projectleider

Casus 2 Energiepark De Copen

- Gemeentelijk projectleider
- Vertegenwoordiging Stichting Inwonersvertegenwoordiging Energietransitie Lopik
- Communicatiemedewerker provincie Utrecht
- Communicatiemedewerker Eneco

Casus 3 Woningbouwlocatie De Woningraat (Centrumplan)

- Gemeentelijk projectleider
- Communicatiemedewerker De Woningraat

Casus 4 Omgevingsvisie (De Toekomst van Lopik)

- Gemeentelijk projectleider
- Medewerker DutchPlanners (uitvoerder participatie Omgevingsvisie)

Casus 5 Lopik Linkt (Sociale Kaart)

- Gemeentelijk projectleider
- Medewerkers Elkander

Bijlage 4 Uitgebreide resultaten enquête

Voorkeuren communicatiekanalen

Eén van de thema's in de enquête betreft de communicatiekanalen. Op de vraag op welke manier het afgelopen jaar informatie van de gemeente is gezien of ontvangen, komt naar voren dat een brief van de gemeente het meest gebruikte kanaal is om informatie van de gemeente te ontvangen. Meer dan de helft geeft aan het afgelopen jaar een brief van de gemeente te hebben ontvangen.

Ook de gemeentepagina in het huis-aan-huisblad is een veelgebruikt kanaal om informatie te ontvangen, wat vooral door oudere inwoners (65+) nog wordt benut om zich te laten informeren. De website van de gemeente vervolledigt de top 3, waarbij het in dit geval uiteraard gaat om informatie die inwoners van Lopik *zelf* opzoeken. E-mail vanuit de gemeente wordt ook nog door bijna een kwart van de respondenten genoemd. Andere kanalen zowel digitaal als fysiek, zoals buurtberichten, sociale media, bellen, langsgaan bij de gemeente, informatiebijeenkomsten en de Bakkies in de Buurt bereiken met de huidige inzet minder inwoners.

Vervolgens is gevraagd of de respondenten op bepaalde onderwerpen liever door de gemeente actief worden geïnformeerd of dat de respondenten de informatie liever zelf opzoeken als zij het nodig hebben.

Bij thema's als afvalinzameling, veiligheid, woningbouwtrajecten en werkzaamheden in de openbare ruimte is er een ruime meerderheid die een rol voor de gemeente ziet om hen daarover actief te informeren.

Bij thema's als vergunningen die door anderen zijn aangevraagd, besluiten van het college van B&W en informatie over zorg- en welzijnsvoorzieningen is ongeveer de helft van mening dat de gemeente hierin het voortouw moet nemen, maar de andere helft geeft aan dat zij dit als inwoner zelf opzoeken. Informatie over cultuur- en sportevenementen is het enige voorgelegde voorbeeld waar een duidelijke meerderheid aangeeft dit zelf op te zoeken, en geen rol van de gemeente verwacht.

Het valt op dat vooral mannen vaker actief geïnformeerd willen worden, bij zowel woningbouwtrajecten, cultuur- en sportevenementen als informatie over veiligheid en preventie.

In de toelichtingen worden nuances meegegeven op de afweging waarover de gemeente actief dient te informeren:

Ligt een beetje aan de aard, maar zaken die direct betrekking hebben op de buurt waarin ik woon of waar financiële consequenties aan zitten zou ik graag direct over geïnformeerd worden, i.p.v. dit in de plaatselijke courant te moeten terugvinden.

Brieven

Een brief van de gemeente is duidelijk het meest genoemd als kanaal waarlangs de respondenten informatie van de gemeente hebben ontvangen. Het gaat om een zeer ruime meerderheid van de

respondenten die heeft aangegeven het afgelopen jaar één of meer brieven te hebben ontvangen van de gemeente. Ongeveer driekwart van hen vond de brief duidelijk en begrijpelijk. Dit geldt vooral voor de hoger opgeleiden. Ongeveer de helft van hen was het er (helemaal) mee eens dat de brief nuttig informatie bevatte. Een grote groep stond hier neutraal tegenover.

Uit de toelichtingen komen vooral opmerkingen naar voren van de relatief kleine groep inwoners die ontevreden is. Dat gaat onder meer over het vervolg op de brief, de verspreiding van brieven over de gemeente en het feit dat informatie in de brief niet kloppend blijkt. Er zijn meerdere reacties over de informatie over de wegwerkzaamheden in de gemeente:

- *De mededelingen in de brief zijn duidelijk, maar er is altijd een vervolg op nodig. Om dan contact te krijgen met de juiste personen is bijna nooit haalbaar.*
- *Er zijn andere brieven over ons dorp wel in andere dorpen verspreid en niet in onze.*
- *Ik krijg brieven met informatie die ik helemaal niet interessant vind*
- *Alle wegen zijn maanden afgesloten geweest krijg je een kaartje die je met een vergrootglas moet lezen, en de informatie klopte niet eens!*
- *Van de brieven over de werkzaamheden klopt helemaal niets wat er stond omtrent planning van de werkzaamheden. We kunnen al minimaal 12 weken niet richting IJsselstein onze woonplaats verlaten.*
- *De werkzaamheden duren veel langer dan gepland en gemeld in de brieven.*
- *Inhoud had betrekking op werkzaamheden provinciale weg. Informatie onduidelijk, niet compleet en deel van de werkzaamheden was reeds gestart.*

Het Kontakt/Zenderstreeknieuws

Ook de gemeentepagina in Het Kontakt/Zenderstreeknieuws is een communicatiekanaal dat door veel respondenten wordt gezien. Een kleine meerderheid leest het huis-aan-huisblad Het Kontakt/Zenderstreeknieuws altijd of vaak, waaronder met name veel 65-plussers. Ongeveer een kwart van de bevroegde inwoners ontvangt en/of leest Het Kontakt/Zenderstreeknieuws niet.

- *Het Kontakt/Zenderstreek krijgen we jammer genoeg niet meer.*
- *Het blad Kontakt vind ik super handig laagdrempelig en informatief.*

Let wel, het huis-aan-huisblad Het Kontakt/Zenderstreeknieuws lezen is niet hetzelfde als het lezen van de gemeentepagina in dit blad, waar de officiële bekendmakingen in staan. Ruim driekwart van de respondenten heeft (zeer) veel of een gemiddelde belangstelling voor de officiële bekendmakingen. Hierbij is Het Kontakt/Zenderstreeknieuws het voorkeurskanaal. Bijna de helft van de geïnteresseerden gebruikt dit kanaal om zich te informeren. Dit wordt gevolgd door de e-mailattendering van MijnOverheid, vooral gebruikt door hoger opgeleiden.

Bijna twee op de drie respondenten vindt dat de officiële bekendmakingen van de gemeente duidelijk en begrijpelijk zijn geschreven (vooral hoog opgeleiden). Ongeveer één op de tien inwoners is het hiermee oneens.

Uit de toelichtende antwoorden blijkt dat sommigen het onduidelijk vinden door het taalgebruik en anderen door een tekort aan informatie, maar dat er ook veel begrip is voor de kaders waarbinnen de gemeente moet opereren bij deze bekendmakingen:

- *Onlogisch voor de gemiddelde Nederlander.*
- *Sommige teksten zijn volledig onbegrijpelijk.*
- *Vaak erg formeel en juridisch geformuleerd.*
- *Welke vergunningen worden verstrekt (of wat dat verder inhoudt) wordt niet toegelicht. Een tekst zoals onderstaand, zegt een burger helemaal niks: “Besluit aangevraagde omgevingsvergunning oppervlaktewaterlichaam dempen Gedeputeerde Staten van Utrecht hebben besloten op basis van de Omgevingsverordening provincie Utrecht een aangevraagde omgevingsvergunning af te wijzen omdat de ter plaatse landschappelijke en cultuurhistorische waarden onaanvaardbaar worden geschaad.*
- *De informatie is te beknopt om een goed beeld te krijgen wat er precies bedoeld wordt.*
- *Meestal ontbreken details dus moet er verder gezocht worden naar plannen of aanvragen*
- *De essentie is duidelijk en er zijn nu eenmaal wettelijke kaders die de overheid heeft te volgen in de publicaties*

Website

Ongeveer zeven op de tien respondenten maakt gebruik van de gemeentelijke website, al is dat in de meeste gevallen ‘een enkele keer’. Deze groep is een aantal stellingen voorgelegd, waaruit blijkt dat ongeveer de helft van de bezoekers van de website de informatie duidelijk, nuttig en actueel vindt. Grootste aandachtspunt is de vindbaarheid van de informatie. Iets minder dan de helft van de websitebezoekers kan makkelijk vinden wat zij zoekt. De meeste toelichtingen gaan dan ook over de vindbaarheid van informatie, hoewel er ook respondenten ingaan op de actualiteit, duidelijkheid en volledigheid van de informatie:

- *Meeste dingen zijn moeilijk of niet te vinden.*
- *Sommige onderwerpen zijn op de website moeilijk terug te vinden. Een betere mogelijkheid om te zoeken op de website zou aan te bevelen zijn. Ook zijn bepaalde onderwerpen ondergebracht op een niet zo logische plek.*
- *Zoekfunctie geeft niet altijd het gewenste resultaat.*
- *Nieuws is lastig te vinden. Daarnaast is het onoverzichtelijk waar je iets kan vinden. Daarnaast zijn er geen digitale invulformulieren te vinden voor bijvoorbeeld vergunningen etc.*
- *Regelmatig probeer ik zelf de informatie te vinden op de website maar moet dan alsnog bellen naar de gemeente voor de juiste informatie.*
- *Het kan helpen op de website de datum van updates te geven. Dan kun je inschatten of de informatie actueel is.*
- *Te oppervlakkig qua inhoud.*
- *Over uitvoering van werkzaamheden bestaat veel onduidelijkheid en kan je op de website ook alleen maar summier info lezen.*

Sociale Media

Hoewel het gebruik van sociale mediakanalen voor gemeentelijk nieuws relatief beperkt is, is het gebruik ervan in het dagelijks leven van de respondenten vrij hoog. WhatsApp wordt door vijf op de zes respondenten gebruikt.

Andere kanalen volgen op een gepaste afstand, met YouTube, Facebook, Instagram en LinkedIn als andere kanalen in de top 5. De overige bevraagde sociale mediakanalen (Signal, Snapchat, Pinterest, X, TikTok en Telegram) worden door een relatief kleine groep respondenten gebruikt.

Het sociale mediagebruik laat grote verschillen zien tussen groepen. Niet alleen zijn er verschillen tussen leeftijdsgroepen, waar gebruik onder jongere leeftijdsgroepen vaak hoger ligt. Vrouwen zijn actiever op Facebook, Instagram, TikTok en Snapchat; mannen zitten vaker op X. Hoger opgeleiden maken meer gebruik van LinkedIn en YouTube.

YouTube, Facebook, Instagram en LinkedIn zijn de kanalen waar de gemeente Lopik op actief is. Van deze gemeentelijke sociale mediakanalen is het Facebookkanaal het bekendst en meest intensief gebruikt. Met name het YouTube kanaal wordt vrijwel niet bezocht.

De respondenten gebruiken de sociale media van de gemeente primair om op de hoogte te blijven van wat er speelt binnen de gemeente. Eén op de zes ziet het ook als middel om meldingen of klachten te kunnen doen, en een vergelijkbare groep ziet het als een plek om mooie foto's en achtergrondverhalen te vinden. Het vragen stellen, mening geven of met ander inwoners in gesprek gaan wordt maar door enkele respondenten genoemd als reden om sociale media te gebruiken.

Op de vraag of de teksten op sociale media van de gemeente duidelijk en begrijpelijk zijn, antwoordt een overgrote meerderheid bevestigend. Op de vraag of er voor hen nuttige informatie op de sociale media staat, is iets meer dan de helft het daarmee eens.

In de toelichtingen van de gebruikers van gemeentelijke sociale media wordt vooral gereageerd door de respondenten die de informatie niet altijd nuttig genoeg vinden:

- *Graag meer inhoudelijke onderwerpen.*
- *Voor mij niet interessant. Heel vaak foto's van een bruidspaar dat x jaar getrouwd is.*
- *Niet altijd nuttig. Daarnaast is reageren of in contact komen n.a.v. een bericht niet altijd goed mogelijk.*
- *Hierin denk ik dat er nog veel winst te behalen valt, door met een strategische aanpak te werken en consistent in de branding te zijn.*
- *Ik denk dat het belangrijk is om belangrijke dingen ook te delen via sociale media, maar niet alles is voor mij interessant.*

Diegenen die geen sociale media van de gemeente gebruiken, hebben hier in ruim de helft van de gevallen (nog) geen behoefte aan gehad. Het gaat relatief vaak om de leeftijdsgroep 18-39 jaar.

Voor ongeveer een derde van de respondenten is dit een meer fundamentele keuze: zij willen niet via sociale media met de gemeente communiceren. Ongeveer één op de vijf geeft als reden niet bekend te zijn met de sociale media van de gemeente. Slechts een enkeling geeft als reden dat de

inhoud niet aanspreekt. In de toelichtingen wordt duidelijk dat een deel van de respondenten niet snel geneigd zal zijn gebruik te maken van sociale media:

- *Ik gebruik zelf geen social media.*
- *Geen belangstelling voor veelal ongenueanceerde communicatie via sociale media. Ongenuanceerd slaat niet op gemeente, maar meer in het algemeen.*
- *Niets ten nadele van de gemeente maar ik gebruik bovenstaande media niet omdat ik ze niet betrouwbaar vind.*
- *Social media heeft voor mij geen enkele toevoegde waarde en is eerder storend dan helpend.*
- *Ik wil vanwege risico aantal sociale media niet gebruiken.*

Algemeen oordeel

De vindbaarheid en duidelijkheid van informatie scoren relatief goed, met ongeveer de helft van de respondenten die hierover positief zijn; ongeveer één op de tien is negatief. Opvallend is dat vrouwen kritischer zijn op de vindbaarheid, en dat inwoners onder 40 jaar en hoger opgeleiden de begrijpelijkheid van de informatie beter waarderen.

De betrouwbaarheid van informatie scoort iets minder goed; ongeveer één op de drie is positief. Hier valt op dat met name in de leeftijdsgroep 40-65 jaar er meer critici zijn.

De vraag of de gemeente open en transparant communiceert met haar inwoners levert een uiteenlopend beeld op. Iets meer dan een kwart is het eens met de stelling dat de gemeente open en transparant communiceert. Een iets kleinere groep is het oneens met deze stelling. De meeste respondenten staan hier neutraal in of geeft aan dit niet te weten. Een vergelijkbaar beeld is zichtbaar bij de tijdigheid waarmee de gemeente haar inwoners informeert.

Al met al geven de respondenten de gemeente een 6,3 als rapportcijfer voor de communicatie, waarbij 65-plussers kritischer zijn (6,1) dan inwoners van 40 jaar en jonger (6,6).

Verschillende respondenten laten positieve toelichtingen achter:

- *Ik heb goede ervaringen en vind dat de gemeente hun best doet om de bewoners mee te nemen in alle dingen die voor ons van belang zijn.*
- *Je kan makkelijk iets door geven en krijg gelijk antwoord, dat is heel fijn.*
- *Ik heb nog niet veel ervaring met de communicatie van de gemeente. Ik woon hier nu 3 1/2 jaar. De communicatie op het gemeentelijke kantoor vond ik prettig en vriendelijk.*

De meeste toelichtingen gaan echter over zaken die niet goed zijn gegaan. Een aantal inwoners refereert aan ervaringen dat na de initiële communicatie het lastig is om het juiste aanspreekpunt te vinden:

- *In de regel is de informatie de Gemeente verstrekt duidelijk. Wel blijft de communicatie soms haperen, omdat het lastig en onduidelijk is om de juiste en verantwoordelijke persoon te benaderen.*

- *In het verleden een bouwvergunning aangevraagd. Dan is het een oerwoud en niemand die verantwoording durft te nemen. Ik hoop dat dat nu wel beter geregeld is!*
- *Wat is nu de verantwoordelijkheid van de gemeente, provincie of het waterschap. Er wordt te veel naar elkaar gewezen. Mis gezamenlijke communicatie.*

Anderen vragen aandacht voor de tijdigheid van informatie en/of de doorlooptijden voordat men reageert:

- *Ik zou graag zien dat de gemeente eerder is met de info en niet 'op het laatste moment'.*
- *Ik vind de communicatie vanuit de gemeente na een vraag gesteld te hebben echt slecht ze krijgen maar liefs 10 weken de tijd en die nemen ze ook. Na het niet serieus genomen antwoord stopt de communicatie. Dan ben je dan al 20 weken onderweg en heeft het geen zin meer.*
- *Lopende zaken krijgen meestal geen reactie. Als er wel eens een antwoord komt duurt het 'eeuwen' voor verdere antwoorden of soms helemaal niet. Kort gezegd lopende zaken verdwijnen meestal in de bureaulade.*
- *Veel zaken duren lang en dat is naar mijn mening vaak te wijten aan onvoldoende kennis betreft vergunningen binnen ons eigen gemeentekantoor.*
- *Een recente voor mij zeer belangrijke vergunningverlening heeft me veel te laat bereikt.*
- *Gemeente reageert regelmatig niet op mails die ik stuur omtrent buitengebied.*

Sommige inwoners vinden dat afspraken niet goed worden nagekomen, dat informatie niet klopt of dat de gemeente hen niet betrokken heeft in de communicatie:

- *Op verschillende momenten in het afgelopen jaar was de communicatie volstrekt ontoereikend. Daarbij komt dat meldingen openbare ruimte traag worden teruggekoppeld, in strijd zijn met eerder met mij gemaakte afspraken.*
- *Bewoners worden voorgelogen. Beste voorbeeld zijn de werkzaamheden aan de provinciale weg. Slechts eenmaal afgesloten was beloofd; reeds meerdere afsluitingen geweest en er volgen er nog meer.*
- *Er zijn plannen vlakbij ons huis, geen informatie over ontvangen. Klein gedeelte van de wijk heeft een brief ontvangen terwijl het ons ook aangaat*

Gevraagd naar verbeteringen voor de communicatie komt een aantal thema's terug die eerder in de enquête ook al zijn aangestipt, zoals dat Het Kontakt niet overal (goed) bezorgd wordt en dat de zoekfunctie van de website verbeterd kan worden. Verder wordt onderstreept dat de aanpak om via

meerdere kanalen te communiceren behouden moet blijven. Eén respondent pleit voor (meer) contentplanning. Dit is een middel om informatiestromen consistent en strategischer te maken en helpt om in te spelen op belangrijke momenten en een overvloed aan informatie te voorkomen.

Een ander denkt dat infographics – het beeldend maken van de boodschap – een bijdrage kan leveren om de boodschap beter aan te laten komen.

Daarnaast zijn er meerdere respondenten die pleiten voor een persoonlijke aanpak. Dat kan zich uiten in communicatie op locatie als de gemeente aan zet is, maar ook in het openhouden van persoonlijke kanalen als individuele inwoners contact zoeken met de gemeente. Zo pleit een respondent: *“Laat burgers langs komen als daar behoefte voor is. Email vervangt geen gesprek!”*

Ook valt de term eerlijkheid regelmatig. In communicatie vanuit de gemeente betekent dit dat een probleem van twee kanten belicht moet worden. Die openheid draagt bij aan de betrouwbaarheid van de gemeente. Daarvoor is ook nodig dat afspraken worden nagekomen. Met name in de terugkoppeling naar inwoners is dit een aandachtspunt, blijkt uit de reacties.

Casuïstiek

In dit onderzoek is de rekenkamer dieper ingegaan op de communicatie in een aantal geselecteerde casussen, namelijk:

- Ondernijning, Meld Misdaad Anoniem
- Sociale Kaart (Lopik Linkt, Lopik Voor Elkaar)
- Centrumplan Lopik
- Omgevingsvisie (De Toekomst van Lopik)
- Energiepark De Copen

Bijna de helft van de respondenten gaf aan niet bekend te zijn met de communicatie in deze casussen. Energiepark De Copen is bij de meeste respondenten bekend (ruim een kwart). De andere casussen zijn minder bekend. De communicatie over de Sociale Kaart is het minst bekend; minder dan één op de tien respondenten is hiervan op de hoogte.

Over elk van deze casussen is een aantal stellingen voorgelegd, waarop door de respondenten die bekend zijn met deze onderwerpen is gereageerd. Hierin valt op dat tijdigheid van de informatie minder een rol speelt bij de Sociale Kaart en Ondernijning, dan bij ruimtelijke ontwikkelingen, zoals Centrumplan Lopik, Energiepark De Copen en de Omgevingsvisie. Hierbij is ongeveer een kwart van mening dat de informatie niet op tijd kwam. Eenzelfde beeld is zichtbaar bij de volledigheid van de informatie. In alle gevallen is een kleine groep van mening dat de informatie onvolledig was. De groep die wel te spreken is over de volledigheid is echter groter bij de casuïstiek over de Sociale Kaart en Ondernijning.

De duidelijkheid van de informatie is vooral een aandachtspunt bij Energiepark de Copen, waar opnieuw circa een kwart het oneens is met de stelling dat de informatie begrijpelijk en duidelijk was. Opvallend is dat er óók een grote groep – de helft – vond dat de informatie wel duidelijk was. Dat is een veel groter aandeel dan bij de Omgevingsvisie en Centrumplan Lopik. Hier hebben dus meer mensen geen uitgesproken mening. De informatie over Ondernijning wordt het meest als duidelijk ervaren.

Ook de vindbaarheid van informatie scoort het best in de casus Ondermijning, met Energiepark De Copen als duidelijke nummer 2. De vindbaarheid wordt bij de Sociale Kaart en de Omgevingsvisie als aandachtspunt gezien: de groep ontevreden respondenten is hier groter dan de groep tevreden respondenten.

Per casus ontstaat dit beeld:

- ‘Ondermijning, Meld Misdaad Anoniem’ scoort relatief goed op alle voorgelegde componenten: tijdigheid, vindbaarheid, duidelijkheid en volledigheid van de informatie.
- ‘Sociale Kaart (Lopik Linkt, Lopik Voor Elkaar)’ heeft de vindbaarheid van informatie als grootste aandachtspunt. In mindere mate is ook de duidelijkheid van informatie een verbeterpunt. Een toelichting hierop stelt simpelweg: *“Lopik linkt en Lopik voor elkaar is onduidelijk en verwarrend.”*
- ‘Centrumplan Lopik’ – waar veel van de respondenten die hiermee in aanraking zijn gekomen 65-plussers zijn – scoort redelijk goed op het tijdig informeren en de duidelijkheid van de informatie, maar op de vindbaarheid en volledigheid van informatie zijn ongeveer evenveel respondenten tevreden als ontevreden. In beide gevallen heeft een meerderheid geen uitgesproken mening.
- Uit de toelichtingen blijkt dat sommigen kritisch zijn op hun invloedssfeer; besluiten waren reeds genomen voordat communicatie op gang kwam. Ook vragen sommigen om meer duidelijkheid over de toekomst: *“Hoe zit het met de parkeergelegenheid? Hoeveel woningen worden het? Waar gaan de huidige bewoners naar toe? Krijgen ze een subsidie? Hoe krijgen ze een vervangende woning? Wat gebeurt er als er een woning leeg komt te staan bij 'mij' in de straat. Wordt deze gereserveerd voor de bewoners die hun huis uit moeten? Het zou fijn zijn als omliggende bewoners, ook uit zijstraten er meer bij betrokken worden.”*
- ‘Omgevingsvisie (De Toekomst van Lopik)’ heeft de vindbaarheid van informatie als belangrijkste aandachtspunt. Ook op de andere voorgelegde stellingen is vaak maar een minderheid tevreden, maar dat komt doordat er een grote groep geen uitgesproken mening heeft. Alleen op de tijdigheid van informatie is er ook een substantiële groep (een kwart) die deze niet goed waardeert.
- ‘Energiepark De Copen’ is de bekendste casus en bij de beantwoording valt op dat men ten opzichte van de andere casuïstiek – hierover vaker een uitgesproken mening heeft. Dat wordt het beste duidelijk bij het oordeel over de duidelijkheid van de informatie, waar de helft tevreden over is. Dit is relatief hoog, maar tegelijkertijd is de groep die ontevreden is over de duidelijkheid óók vrij groot (een kwart). De middencategorie is daarmee relatief klein. Ook op de andere voorgelegde stellingen zien we dat meer respondenten een positief óf negatief oordeel meegeven ten opzichte van de andere casuïstiek; steeds is een grotere groep tevreden dan ontevreden. Uit de toelichting blijkt onder meer waardering voor de brief met het foldermateriaal. Een andere respondent stelt: *“Beter laat dan nooit. Gemeente moet wel duidelijker uitleggen welke tegenstrijdige belangen er spelen tussen de verschillende stakeholders.”*

Toekomstige communicatie

Aan de respondenten is gevraagd hoe zij in de toekomst het liefst geïnformeerd willen worden. Daarbij is onderscheid gemaakt tussen verschillende soorten onderwerpen die in lijn liggen met de voorgelegde casuïstiek:

- Campagnes (bijv. over voorkomen hittestress)
- Informatie over voorzieningen op het gebied van zorg en welzijn
- Woningbouwtrajecten
- Meedenken over beleid op wonen, werken en natuur
- Windmolens of zonneparken

Respondenten konden meerdere antwoorden aankruisen. Wat opvalt is dat de voorkeur voor het kanaal maar heel beperkt afwijkt als wordt gekeken naar het type informatie.

Het Kontakt/ Zenderstreeknieuws is bij alle categorieën het meest genoemde kanaal. Ruim vier op de tien respondenten vinkten dit kanaal aan. Zoals eerder al bekend werd, gebruiken met name ouderen bij voorkeur Het Kontakt/Zenderstreeknieuws om zich te laten informeren. Een brief van de gemeente scoort vrijwel vergelijkbaar, maar wordt op alle thema's net een fractie minder genoemd. Wel wordt duidelijk dat dit het voorkeurskanaal is van een andere doelgroep (inwoners onder de 40 jaar en hoger opgeleiden).

Vervolgens zijn een nieuwsbrief van de gemeente of een e-mail het meest genoemd, door ongeveer één op de drie. De website van de gemeente vervolledigt de top 5, genoemd door ongeveer één op de vijf.

Kanalen als WhatsApp, Signal, Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube, X, overige regionale nieuwsbladen (bijvoorbeeld AD-Utrechts Nieuwsblad), Lokale en regionale televisie en radio, Buurtbericht en digitale infozuil worden beduidend minder vaak genoemd.

Bijlage 5 Beschrijving casuïstiek

Casus 1 Ondermijning

Vanuit team Openbare Orde en Veiligheid is al langere tijd aandacht voor het thema ondermijning. Vanaf 2023 kreeg dit thema een duidelijke impuls. Hiervoor was geen directe lokale aanleiding, maar het onderwerp stond al geruime tijd op de agenda door regionale ontwikkelingen en signalen van partners. Binnen deze context is ervoor gekozen om extra in te zetten op bewustwording, kennisvergroting en het stimuleren van meldingsbereidheid, met name in relatie tot drugscriminaliteit.

De aanpak kende een duidelijke fasering in een interne en externe campagne. De focus op de interne organisatie vond plaats van februari tot en met april. In deze periode werd elke donderdag een zogenoemde '(d)ondermijningsdag' georganiseerd. Via intranet werden medewerkers wekelijks geïnformeerd over verschillende aspecten van ondermijning. De inhoud van deze berichten was gevarieerd en bestond uit verwijzingen naar YouTube-video's (bijvoorbeeld over de aantrekkelijkheid van de Nederlandse drugswereld of het herkennen van een drugslab), maar ook uit andere middelen zoals flyers, infographics, een quiz, een podcast en een app die helpt bij het herkennen van signalen van ondermijning. Daarnaast werd aandacht besteed aan specifieke thema's zoals zorgfraude, mensenhandel, arbeidsuitbuiting en ondermijning in het buitengebied.

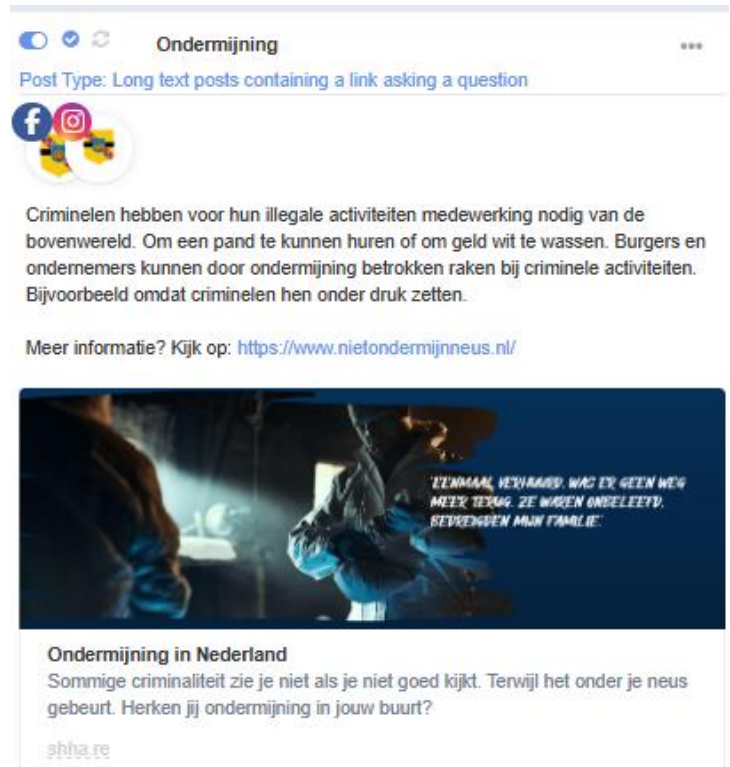
Interne berichtgeving op intranet (links) en via posters in het gemeentehuis (rechts)



Om de betrokkenheid te vergroten en de informatie toegankelijk te maken, werd gebruik gemaakt van concrete en lokale voorbeelden, zoals een drugsclub in de gemeente. Dit droeg bij aan de herkenbaarheid en het besef dat ondermijning ook lokaal speelt. De intranetberichten werden ondersteund door posters in het gemeentehuis, die medewerkers attenderden op de wekelijkse updates. In de communicatie werd consequent verwezen naar Meld Misdaad Anoniem en naar vakinhoudelijke medewerkers als aanspreekpunt voor signalen of vragen. Het interne traject was daarmee vooral gericht op het vergroten van kennis, het versterken van signaleringsvaardigheden en het stimuleren van een actieve houding onder medewerkers.

Naast deze interne aandacht was er ook aandacht voor inwoners en ondernemers, met specifieke aandacht voor ondernemers in het buitengebied. Het centrale moment in deze fase was de ondermijningsavond op 19 juni 2023 in het dorps huis. Deze bijeenkomst werd meerdere malen aangekondigd via verschillende kanalen, waaronder de gemeentelijke website, sociale media en de gemeentepagina in Het Kontakt/Zenderstreeknieuws. Tijdens deze avond stond het informeren van inwoners, het vergroten van bewustwording en het stimuleren van meldingsbereidheid centraal.

Aankondigingen (Externe) Ondermijningsavond via Sociale Media



Ook buiten deze specifieke campagneperiode bleef het thema ondermijning zichtbaar in de gemeentelijke communicatie. Zo werd er via sociale media regelmatig aandacht aan besteed, bijvoorbeeld bij relevante actualiteiten of tijdens landelijke campagnes zoals de Week van de Veiligheid. Daarnaast kwam het thema terug in fysieke contactmomenten met inwoners, zoals 'Bakkie in de Buurt' en het 'Ondernemend Bakkie'. Met name de burgemeester speelde hierin een actieve rol door het belang van het onderwerp onder de aandacht te brengen en inwoners te stimuleren om signalen te melden. Ook was de burgemeester zichtbaar in communicatiemiddelen, zoals video's die het belang van de (d)ondermijningsdagen onderstrepen.

Communicatie rond Week van de Veiligheid (Facebook)



De totstandkoming van de communicatie ligt binnen de gemeente grotendeels bij de vakafdeling zelf. Thema's worden bepaald op basis van jaarplannen en regionale trends, waarbij ook het bestuur, en in het bijzonder de burgemeester, een rol speelt in het agenderen en uitdragen van prioriteiten. De samenwerking met het communicatieteam is daarbij voornamelijk ad-hoc en vraaggestuurd. Communicatie wordt vooral betrokken bij concrete vragen, zoals ondersteuning bij opmaak, het redigeren van teksten of het plaatsen van berichten op intranet of de gemeentelijke website. Team Communicatie vervult daarmee vooral een ondersteunende rol.

Hoewel de samenwerking tussen vakafdeling en communicatie als prettig en laagdrempelig wordt ervaren, ontbreekt een structurele en strategische afstemming over communicatie. Er wordt vooraf beperkt nagedacht over communicatiedoelen, doelgroepen en de inzet van kanalen over een langere periode. De communicatie ontstaat daardoor vooral gaandeweg en is sterk gekoppeld aan concrete activiteiten en momenten. Daarnaast wordt het bereik en effect van de communicatie nauwelijks gemonitord, waardoor er weinig inzicht is in de effectiviteit van de ingezette middelen en kanalen.

Casus 2 Energiepark De Copen

De gemeente Lopik werkt samen met de provincie Utrecht, Eneco, energiecoöperatie Lek en IJssel Stroom (LIJS) en Stichting Inwonersvertegenwoordiging Energietransitie Lopik (SIEL) aan de ontwikkeling van Energiepark De Copen. Bij bedrijventerrein De Copen staan sinds 2007 drie windturbines die duurzame energie opwekken, maar deze worden mogelijk vervangen door moderne, efficiëntere turbines. Ook wordt onderzocht of er een zonnepark, energieopslag en een Energy Hub kunnen worden toegevoegd. Het doel is om voldoende lokale, duurzame energie op te wekken voor inwoners en bedrijven van Lopik en tegelijkertijd bij te dragen aan de energietransitie en oplossingen voor netcongestie. Het project maakt deel uit van de Regionale

Energiestrategie (RES) Utrecht, waarin in 2021 is afgesproken dat de provincie in 2030 2,4 TWh duurzame energie opwekt. Om deze doelstelling te halen is ook windenergie nodig.

Raadsbehandeling en intentieovereenkomst

Dit project is al in april 2024 tijdens een sterretjesavond – een informele avond met alleen de raad zonder pers of publiek – besproken. In december 2024 is een intentieovereenkomst ondertekend tussen de samenwerkende partijen. De gemeenteraad van Lopik heeft in 2025 uiteindelijk ingestemd met verder onderzoek naar maximaal drie windturbines van circa 180 meter hoog en een mogelijk zonneveld bij De Copen. De raad hechtte veel waarde aan wat de inwoners hierin willen en heeft aangegeven dat participatie een belangrijk onderdeel is en kan bijdragen aan andere besluitvorming.

Voordat een definitief besluit wordt genomen, worden uitgebreide onderzoeken uitgevoerd naar onder andere geluid, slagschaduw, natuur, veiligheid, landschap en energieopbrengst. Op basis van deze onderzoeken en de participatie wordt een voorkeursplan gemaakt. Daarna volgt een vergunningprocedure waarbij inwoners nog zienswijzen kunnen indienen. Een belangrijk uitgangspunt is dat minimaal 50% van het project in lokaal eigendom komt, zodat inwoners en lokale organisaties kunnen meeprofiteren.

Coöperatief participatieproces

Het plan om inwoners te betrekken is opgesteld door Eneco, maar alle vijf partijen werden continue betrokken. Er is regelmatig (1x per 6 à 8 weken) overleg tussen de samenwerkingspartners, ook met het oog op het afstemmen van communicatie. Daarnaast ook wel wat bilaterale overleggen, bijvoorbeeld in aanloop naar de informatieavonden van september 2025.

Er ligt een intentieovereenkomst, maar belangen kunnen hierin verschillen. Uit de gesprekken blijkt dat met name SIEL soms scherp is op communicatie-uitingen. Vanuit de interviews komt een voorbeeld voor de keuze voor het woord windturbines boven het woord windmolens. SIEL ervaarde windmolens niet als een goede afspiegeling ('sturend'), waardoor voor de term windturbines is gekozen, ondanks dat het voor sommigen wellicht overkomt als jargon. De verschillende partijen benoemen echter de open en transparante houding van de samenwerkingspartners als sleutel voor de succesvolle samenwerking: *"Dat betekent niet dat men het altijd overal over eens is, maar er wordt naar elkaar geluisterd."*

Een belangrijke afweging in dit communicatieproces was de afbakening van de groep 'omwonenden'. Normaal is de richtlijn 800 meter om het project, maar over windmolens heeft de Raad van State in een uitspraak bepaald dat het 10 keer de tiphoogte moet zijn (1.800 meter). In sommige gevallen – waaronder bij de enquête – is er zelfs gekozen voor het benaderen van alle inwoners in de gemeente.

Taakverdeling binnen de gemeente

Vanuit de gemeente is men vanuit de vakinhoud aangehaakt, maar sporadisch wordt ook het communicatieteam aangehaakt om feedback te geven. Dit gebeurt vooral op detailniveau, bijvoorbeeld bij uitgaande brieven; huisstijlgebruik en aanspreekvormen. Bij sommige kanalen is

afstemming met het communicatieteam noodzakelijk, vanwege hun beheer van de gemeentelijke sociale media en website.

Hoewel er geen duidelijke richtlijnen op papier staan welke rol het communicatieteam van Lopik precies heeft, is er organisch een samenwerking ontstaan. De vakinhoudelijke ambtenaar beslist in de praktijk wat er met communicatie gedeeld wordt, en typeert de samenwerking als licht – een soort ‘waakvlam’. Meer strategische afwegingen (de focus, de doelgroepen, de intensiteit), bespreekt men niet met communicatie maar binnen het vakinhoudelijke team en met de samenwerkingspartners. Dit heeft mogelijk ook te maken met de aanwezigheid van twee communicatiemedewerkers (van Eneco en de provincie) in de werkgroep.

Websites

Er is een gezamenlijke website van de betrokken partners (<https://energieparkdecopen.nl/>). Deze website wordt bijgehouden door Eneco, maar de communicatie op de website wordt met de samenwerkingspartners besproken.

Communicatie (FAQ) op de website van de samenwerkingspartners



1. Waarom een energiepark in Lopik?

Om de klimaatdoelen te halen is opwekken van duurzame energie nodig, ook lokaal. Energiepark De Copen levert straks groene stroom en draagt zo bij aan een toekomstbestendig Lopik. Ook liggen er kansen voor een energiehub waarmee congestieproblemen mogelijk verholpen kunnen worden en daarmee de toekomst van bedrijven op bedrijventerrein de Copen verstevigd kan worden.

2. Wie zijn de initiatiefnemers van dit plan?

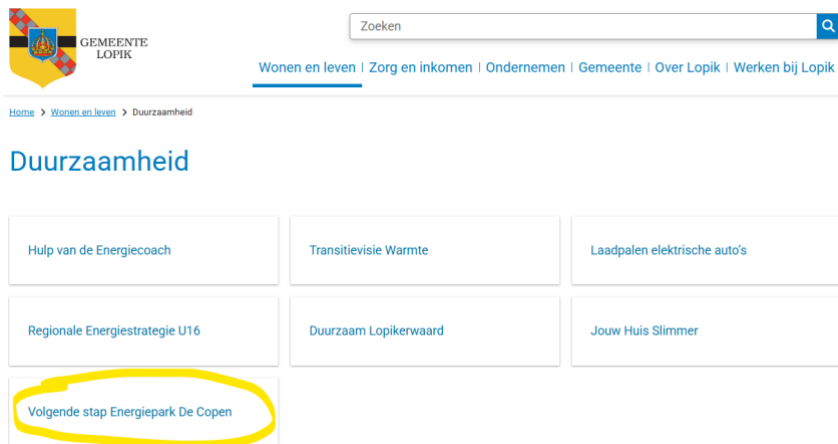
Energiepark De Copen is een gezamenlijk initiatief van Eneco en de Energie Coöperatie Lek en IJssel Stroom. Samen bundelen we ervaring, kennis én lokale betrokkenheid. We werken samen met de provincie Utrecht, gemeente Lopik en Stichting Inwonersvertegenwoordiging Energietransitie Lopik (SIEL).

3. Hoe wordt de omgeving betrokken?

Bewoners en andere partijen worden via informatiebijeenkomsten, gesprekken, (online) raadpleging en via deze website betrokken om te komen tot keuzes over ruimtelijke aspecten (zoals specifieke locatie van de windmolens in het gebied en maatregelen voor hinderbeperking), financiële aspecten (zoals lokaal eigendom, omgevingsfonds, financiële deelneming) en procesafspraken (zoals welke onderzoeken uitgevoerd gaan worden en hoe inwoners betrokken worden en keuzes gemaakt worden). Er wordt een digitale raadpleging gedaan over hoe de onderzoeken opgezet gaan worden. Als er aanvullende punten zijn die voor de omgeving van belang zijn kunnen deze worden toegevoegd aan de omgevingsovereenkomst. Deze samenwerkingsafspraken worden vastgelegd in een omgevingsovereenkomst tussen initiatiefnemers en omgeving.

De gemeentelijke website heeft ook een eigen tegel ('volgende stap Energiepark de Copen'), zie de afbeelding op de volgende pagina. De titel hiervan is een verwijzing naar het AD-bericht wat na de raadsbehandeling in de krant kwam. Aanleiding was het raadsbesluit waarin groen licht werd gegeven op het vervolg. De gemeentelijke website biedt zo een introductie van het project en verwijst verder naar de externe website.

Een eigen 'tegel' in het menu 'duurzaamheid' (links) en procesinformatie (rechts) op de gemeentelijke website



Persberichten

De persberichten die in het kader van dit traject zijn opgesteld zijn in de werkgroep afgestemd, zodat er één bericht naar buiten gaat. Hierin valt op dat de gebruikte terminologie complexer is dan in overige communicatie, met termen als 'Steward-owned model', planMER-onderzoek, RES 1.0 doelen'. Betrokkenen geven aan dat dit ook met als doel is het persbericht kort te houden.

Sociale Media

De berichten op sociale media waren gedurende dit traject identiek aan de berichten op de website. Het ging om de oproepen voor de inwonersavonden. In de praktijk stuurt men vanuit de vakinhoud een foto en een bericht, met het verzoek de verschillende kanalen in te zetten.

Inloopavonden

De inloopavonden voor inwoners en belanghebbenden vonden plaats op 24 en 26 september 2025. De gemeente was de mede-organisator. Bij de overleggen ter voorbereiding was het communicatieteam niet (structureel) vertegenwoordigd. De organisatie lag primair bij Eneco en de provincie. De vakinhoud vertegenwoordigde de gemeente Lopik met het oog op de lokale situatie en gevoeligheden. Zo adviseerden de gemeentebambtenaren bijvoorbeeld om twee inloopbijeenkomsten te houden niet alleen in Lopik maar ook in Benschop, waar de windmolens dichterbij zouden komen. Ook is er gesproken over het aanmeldingsproces. Er waren elders ervaringen dat soms heel veel mensen op zo'n avond af komen, en soms heel weinig. Het aantal aanmeldingen gaf een indicatie hoeveel mensen men kon verwachten. Zo werd er gekozen voor een variant met een oproep om zich aan te melden, maar je kon ook zonder aanmelding binnenkomen. Het communicatieteam is per e-mail aangehaakt gebleven op de inhoud van de informatieborden. Daar is geen commentaar of input op geleverd door het communicatieteam.

Impressie inloopavond op de website van Energiepark de Copen



Tijdens de bijeenkomsten konden inwoners in gesprek gaan met de betrokken partijen (gemeente, provincie, Eneco, LIJS en SIEL), vragen stellen over de plannen en zich laten informeren over het proces. Er waren ongeveer 80 bezoekers. Er werd onder andere gesproken over de locatie en mogelijke opstellingen van windturbines, geluid en slagschaduw, energieopbrengst en nieuwe turbinehoogtes, netcongestie en de mogelijke rol van een Energy Hub en mogelijkheden voor lokale deelname en investering.

Voorbeeld borden inloopavonden: Huidige situatie (links) en Infographic Slagschaduw Windmolens (rechts)



Geluid werd het meest genoemd als aandachtspunt. Sommige inwoners horen de huidige windturbines wel, anderen niet. Bezoekers gaven aan dat ze zo min mogelijk geluid willen en vroegen aandacht voor mogelijke bromtonen. Bezoekers benadrukten het belang van goede communicatie en blijvend overleg met inwoners. De organisatie gaf aan dat inwoners in het vervolgproces opnieuw kunnen meedenken en reageren.

Enquête

In november 2025 werd een enquête gehouden onder inwoners van de gemeente Lopik over de ontwikkeling van Energiepark De Copen. Deze werd uitgevoerd door onderzoeksbureau Enneüs in opdracht van de provincie Utrecht namens alle samenwerkingspartijen. De gemeente heeft via de vakinhoudelijke medewerkers meegekeken met de inhoud van de vragenlijst.

Inwoners ontvingen per brief een uitnodiging van de gemeente om een online vragenlijst in te vullen. Doel was om te inventariseren welke onderwerpen inwoners belangrijk vinden bij de onderzoeken naar het energiepark, welke zorgen of aandachtspunten er leven en hoe inwoners in het vervolg geïnformeerd en betrokken willen worden bij het project.

De antwoorden werden anoniem en vertrouwelijk verwerkt en gebruikt om te bepalen welke onderzoeken extra aandacht nodig hebben en hoe het participatieproces verder vormgegeven wordt. De respons was ca. 5%. Mogelijk is dit lage percentage beïnvloed door het uitnodigen van mensen die verder van de locatie afwonen. Het verschil in antwoorden tussen direct omwonenden en de rest van de inwoners bleek beperkt.

Nieuwsbrief

Uit de informatieavonden en de enquête bleek dat inwoners graag geïnformeerd blijven. De nieuwsbrief die door Eneco is geïnitieerd, is hiervoor een belangrijk kanaal. De nieuwsbrief gaat altijd rond in het team van samenwerkende partijen. De vakinhoud betreft hier het communicatieteam van de gemeente Lopik bij. Uit de interviews komt een beeld dat de grootste uitdaging is hoe je communiceert in perioden dat er relatief weinig te melden is, omdat sommige stappen (zoals milieuonderzoeken) veel tijd nodig hebben.

SIEL had al een eigen nieuwsbrief, en houdt deze in stand om de eigen achterban te kunnen blijven bedienen, enerzijds voor specifiekere informatie over de eigen activiteiten en anderzijds als straks belangen mogelijk verder uit elkaar staan.

Casus 3 Woningbouwlocatie De Woningraat (Centrumplan)

Centrumplan Lopik is een initiatief van woningcorporatie De Woningraat om in Lopik-dorp 48 verouderde woningen te slopen en te vervangen door nieuwe betaalbare huurappartementen. Dit is nodig omdat er in de gemeente een groot tekort is aan sociale huurappartementen, vooral voor jongeren en senioren. De eerste sloopwerkzaamheden worden naar verwachting rond 2028 gestart.

Samenwerking met De Woningraat

De gemeenteraad stelt de kaders vast, waarna De Woningraat deze verder uitwerkt. Zij bezit de woningen die gesloopt zullen worden en is verantwoordelijk voor de ontwikkeling en exploitatie van de nieuwe woningen. De gemeente Lopik treedt op als samenwerkingspartner. De samenwerking tussen gemeente en De Woningraat wordt als prettig ervaren. Er is sprake van vertrouwen en korte lijnen, mede doordat beide organisaties elkaar al langer kennen en regelmatig overleggen, zowel ambtelijk als bestuurlijk. Binnen de gemeente zijn onder meer beleidsmedewerkers op het gebied van wonen, stedenbouwkundigen, adviseurs over ruimtelijke ordening en civieltechnische medewerkers betrokken.

Communicatie

Bewoners en omwonenden zijn betrokken bij de plannen via inloopspreekuren, onderzoeken en een inloopavond, zodat zij kunnen meedenken over het ontwerp, groen, parkeren en voorzieningen. Binnen het project ligt het zwaartepunt van de communicatie duidelijk bij De Woningraat. De gemeente volgt hierin grotendeels. De Woningraat organiseert de informatieavonden, verzorgt brieven aan bewoners en beheert een uitgebreide projectpagina met informatie over het centrumplan.

De gemeentelijke website bevat geen informatie over dit traject. Onder de tegel 'Bouwen, verbouwen en huisvesting' staat wel een link naar een nieuwsartikel, maar dit verwijst naar deze site van De Woningraat.

De rol van het communicatieteam

Door de beperkte rol van de gemeente in de communicatie is het gemeentelijke communicatieteam slechts beperkt betrokken geweest. De samenwerking met de vakinhoud is beperkt tot de plaatsing van bovenstaand nieuwsartikel op de website en het checken van antwoorden als er vragen komen vanuit

Communicatie op de website van De Woningraat

The screenshot shows the website of De Woningraat. The header has a navigation bar with links: 'Ik zoek', 'Ik huur', 'Over ons', 'Projecten', 'Contact', and 'Nieuws'. Below the header, there is a breadcrumb trail: 'Home / De Woningraat gaat nieuwe appartementen bouwen in Lopik-dorp'. The main heading of the article is 'De Woningraat gaat nieuwe appartementen bouwen in Lopik-dorp' with a date of '11-12-2024'. The article text states: 'Woningcorporatie De Woningraat gaat in Lopik-dorp 48 woningen slopen en vervangen door nieuwe huurappartementen. Dit besluit samen met de gemeente Lopik genomen. Naar verwachting starten medio 2028 de eerste sloopwerkzaamheden.' It continues: 'Samen met de gemeente Lopik is de afgelopen maanden onderzocht waar in de gemeente geschikte locaties zijn voor de bouw van betaalbare huurappartementen. In Lopik is daar veel vraag naar, terwijl het aanbod beperkt is. De locatie in Lopik-dorp tussen de Merelstraat, de President Kennedylaan en ter hoogte van Reigerhof bleek het meest geschikt. Dat betekent dat de 48 woningen van De Woningraat daar gesloopt worden.' There are three sub-sections: 'Basisscholen blijven op huidige locatie' (Anvankelijk was er ook even sprake van dat de basisscholen De Regenboog en De Nieuwe Wiel zouden verhuizen naar het centrum, maar snel is besloten dat de scholen niet verhuizen. Er komt een nieuw gebouw op hun huidige locatie aan de Juliana van Stolberglaan.), 'Bewoners kunnen meedenken met de plannen' (In december organiseert De Woningraat twee inloopspreekuren, waar betrokken huurders terecht kunnen met vragen. Ook kunnen bewoners in het vervolgtraject volop meedenken over de plannen. Zo kunnen zij volgend jaar meedoen aan een onderzoek naar wensen voor de nieuwe woningen en de omgeving.), and a 'Volgende' button. At the bottom, there is a '< Vorige' button and an 'Overzicht' button.

de pers. Communicatie *kan* een rol spelen in het checken van uitgaande brieven. In april 2024 checkte team Communicatie brieven hierover reageerde het op het document 'Communicatiestrategie en participatieplan Centrumplan Lopik'. Vervolgens hebben de communicatiemedewerkers van De Woningraat de communicatie verder vormgegeven, waarbij de gemeente heeft vertrouwd op hun expertise. In sommige gevallen werd er een brief vanuit de gemeente verstuurd – bijvoorbeeld over de urgentieverklaringen. Dan speelt mee dat medewerkers zelf ook een training hebben gehad om B1 te schrijven. In theorie kan gebruik worden gemaakt van de sociale mediakanalen van de gemeente voor een vergroot bereik van de participatie. Doordat de doelgroep vrij specifiek was (bewoners en omwonenden) en onder deze doelgroep al sprake was van grote betrokkenheid, was er niet veel reden om deze extra stap te zetten. Hetzelfde gold voor een extra oproep op de gemeentepagina in Het Kontakt. De vakinhoud maakt wel gebruik van de gemeentepagina, maar dan gaat het doorgaans om de 'officiële bekendmakingen' (zie ook kader rechts), die via een ander proces met de externe partner Daadkracht worden gevuld. Het communicatieteam speelt hier geen rol in.

Communicatie op gemeentepagina

Raamvergunning in het kader van de Leegstandwet

Het college van burgemeester en wethouders van de gemeente Lopik heeft op 20 mei 2025 een raamvergunning toegekend aan De Woningraat ten behoeve van het tijdelijk verhuren van 48 woonruimten. De woningen op de onderstaande adressen zullen op termijn worden gesloopt om plaats te maken voor nieuwe appartementen.

- Merelstraat 1 t/m 23 te Lopik;
- President Kennedylaan 1 t/m 12 te Lopik;
- Reigerhof 1 t/m 24 te Lopik.

Ter inzage

Het besluit met bijbehorende stukken ligt ter inzage van 14 augustus tot en met 25 september 2025. Gedurende deze periode kunnen belanghebbenden het besluit inzien en desgewenst bezwaar indienen.

De stukken zijn digitaal te raadplegen via www.officielebekendmakingen.nl. Daarnaast kunt u de stukken inzien op het gemeentehuis van Lopik. U kunt hiervoor een afspraak maken met de behandelend ambtenaar

mevrouw D. Alblas via e-mail denise.alblas@lopi.nl.

Belanghebbenden kunnen binnen de ter inzage termijn bezwaar maken bij het college van burgemeester en wethouders van gemeente Lopik, Postbus 50, 3410 CB Lopik, onder vermelding van 'raamvergunning in het kader van de Leegstandwet'.

Vergunningen

Gemeenten in Nederland zijn vanaf 1 juli 2021 op grond van de Wet elektronische publicaties verplicht alle officiële gemeentelijke regelgeving en bekendmakingen/ kennisgevingen digitaal bekend te maken. De bekendmakingen/ kennisgevingen van de gemeente Lopik en informatie over eventuele mogelijkheden voor bezwaar/beroep vindt u op <https://zoek.officielebekendmakingen.nl>.

Wilt u op de hoogte blijven van wat er in uw omgeving speelt? Dat kan via de digitale service van de overheid genaamd 'Berichten over uw buurt'. Via de website www.overheid.nl kunt u zich abonneren op een e-mailservice en/of

Over de beperkte betrokkenheid van het communicatieteam wordt vanuit de vakinhoud nog aangegeven dat richtlijnen voor hoe, wanneer en waarbij Team Communicatie betrokken kan of moet worden ontbreken.

Casus 4 Omgevingsvisie (De Toekomst van Lopik)

Met de komst van de Omgevingswet in 2024 hebben alle gemeenten vanuit het Rijk de opdracht gekregen een omgevingsvisie op te stellen. Deze visie moet vóór 1 januari 2027 zijn opgesteld. De omgevingsvisie is een plan voor de toekomst van de hele gemeente. In dit plan staat wat belangrijk is voor de Lopikse omgeving. Het gaat bijvoorbeeld over huizen, bedrijven, winkels, natuur, plekken om te ontspannen, de bodem en het water, maar ook aanverwante onderwerpen zoals gezondheid, veiligheid en het klimaat. De omgevingsvisie helpt bij het maken van nieuwe plannen en regels. Ook zorgt de visie ervoor dat plannen en regels beter op elkaar aansluiten. Bestaande plannen worden meegenomen bij het maken van de visie.

Opstart participatietraject

In dit traject speelt participatie van inwoners en ondernemers een belangrijke rol. Omdat er weinig ervaring en capaciteit aanwezig was, is gezocht naar externe ondersteuning via het bureau Dutchplanners. Vanaf mei 2025 is er intern toegewerkt naar een participatietraject. Het

participatieplan is in juni 2025 besproken in de raad. In deze sessie werd onder meer geprobeerd om ambities en opgaven te prioriteren, zodat het participatietraject – waar beperkte middelen en tijd voor beschikbaar waren – hierop kon worden gericht. Dit bleek in de praktijk lastig: de raad was terughoudend met het maken van keuzes. Wat ook meespeelde is dat de raad nog geen eenduidig beeld had over participatie. Er was geen participatiebeleid en/of participatieverordening.

De participatie had als belangrijkste pijlers een enquête over de waarden en kenmerken van gemeente Lopik, gevolgd door een aantal bijeenkomsten. De opzet van de bijeenkomsten is besproken tijdens een raadsinformatiebijeenkomst in september. De bijeenkomsten hebben in oktober en november plaatsgevonden; in plaats van de beoogde drie bijeenkomsten zijn er uiteindelijk twee bijeenkomsten geweest, door een laag aantal aanmeldingen. In december is het participatieverslag opgeleverd bij een raadsbijeenkomst.

Communicatie als onderdeel van participatietraject

Communicatie maakte onderdeel uit van het participatietraject, maar de samenwerking met het communicatieteam verliep aanvankelijk moeizaam. Binnen de gemeente bestaat geen vast communicatiebeleid of standaard werkwijze voor dit type projecten, waardoor onduidelijk was welke ondersteuning verwacht kon worden. In het projectplan van de vakinhoudelijk medewerker waren uren voor communicatie vanuit de gemeente opgenomen, afgestemd met het managementteam en de teamleider. In de praktijk bleek echter dat het communicatieteam niet op basis van gereserveerde projecturen werkt, maar vooral reactief reageert op binnenkomende verzoeken. Wat meespeelde was dat het verzoek ook niet goed was doorgegeven aan team Communicatie, dat daardoor niet op de hoogte was van de relatief omvangrijke ondersteuningsvraag.

Door deze samenloop werd de vraag vanuit de vakinhoud slechts één van de vele verzoeken. Het verzoek vanuit de vakinhoud heeft uiteindelijk ook niet geleid tot een communicatieplan. Uiteindelijk is het grootste deel van de communicatie vanuit de vakinhoud gedaan, waarbij strategische keuzes (communicatiestrategie, doelgroepbenadering, kanaalkeuze) samen met Dutchplanners zijn gemaakt.

De rol van het communicatieteam bleef vooral operationeel en uitvoerend. Deze bestond vooral uit het redigeren en maken van teksten, het plaatsen van content op website, sociale media en gemeentepagina en het maken van communicatiemiddelen, zoals posters. Er was daarmee niet sprake van een strategische of adviserende rol. Pogingen om het communicatieteam intensiever bij het project te betrekken, bijvoorbeeld door hen in contact te brengen met Dutchplanners, leverden weinig resultaat op. Uiteindelijk liep de communicatie tussen Dutchplanners en het communicatieteam primair via de vakinhoud.

Website(s)

Binnen het project zijn verschillende kanalen gebruikt. De gemeentelijke website vormt hierbij een belangrijke basis. Bij het thema 'wonen en leven' heeft de omgevingsvisie een eigen tegel, die overigens ook te benaderen is via de tegel 'bouwen, verbouwen en huisvesting'. De bezoeker landt dan op een pagina met uitleg over het 'wat en waarom' van een omgevingsvisie, met updates over de stand van zaken en mogelijkheden om achterliggende documenten (participatieverslag, opgavennotitie) te downloaden. De teksten op de gemeentelijke website zijn grotendeels door de vakinhoudelijk medewerker geschreven en door communicatie geplaatst.

Daarnaast was er tot februari een website met het oog op het participatietraject van Dutchplanners (Parolo). Er zitten kleine nuanceverschillen tussen de beide websites, bijvoorbeeld in de omschrijving van de scope van de omgevingsvisie en de antwoorden op sommige 'veelgestelde vragen'. Dit is mogelijk ontstaan omdat Parolo zich doorontwikkelde toen er vragen binnenkwamen. De verbinding en synergie tussen beide websites is – mede door tijdsgebrek bij de vakinhoud en de operationele invulling van de beheertaak van de website bij het communicatieteam – nauwelijks ontwikkeld.

Communicatie op platform 'Parolo' (van Dutchplanners)



Procescommunicatie via overige kanalen

De andere kanalen werden meer gebruikt voor procescommunicatie. De gemeentepagina werd bijvoorbeeld vooral gebruikt voor procesupdates en oproepen tot deelname aan participatie. Ook sociale media werden op deze wijze ingezet. Daarnaast is het thema ook aan de orde gekomen in

Communicatie op gemeentelijke website



de 'Bakkies in de Buurt'. Dit is vooral op initiatief van de staf en het bestuur, die deze gespreksreeksen gebruiken om aandacht te vragen voor het onderwerp. De rol van de vakinhoud is hierin beperkt. Dat geldt ook voor de persgesprekken waar het thema op de agenda stond.

Doelgroepcommunicatie

Aanvankelijk richtte het participatietraject zich vooral op inwoners en ondernemers, maar op advies van Dutchplanners werd ook jeugd als doelgroep toegevoegd. Dat begon met het verspreiden van een aangepaste vorm van de enquêtes op basisscholen. Verdere pogingen om jongeren te betrekken, zoals met een tijdcapsule, hadden beperkt succes. Achteraf was het opportuun geweest om de sociale media-oproepen hiertoe gericht in te zetten op jongeren, maar deze kennis was op het moment zelf bij de vakinhoud niet beschikbaar en er is hierover ook niet geadviseerd door Dutchplanners of het communicatieteam.

Interne communicatie: nieuwsbrief

Interne communicatie heeft niet de focus van dit onderzoek, maar in het kader van de omgevingsvisie is er ook veel aandacht besteed aan het informeren van de gemeentelijke organisatie, om kennis over de Omgevingswet te vergroten. Dit ging via een nieuwsbrief die ongeveer een keer per twee maanden verscheen. De nieuwsbrief is een product vanuit de vakinhoud. De rol van communicatie was beperkt tot het plaatsen in een sjabloon en de plaatsing op intranet.

Casus 5 Lopik Linkt (Sociale Kaart)

De Sociale Kaart is een digitaal platform van de gemeente Lopik dat inwoners en professionals overzicht biedt van organisaties, diensten en vrijwilligersinitiatieven in het sociaal domein (bijv. buurthuizen, welzijnsorganisaties, vrijwilligersprojecten). Het doel is inwoners in hun eigen kracht te zetten, zodat ze eerst zelf of met hun omgeving oplossingen kunnen vinden voordat ze een formele indicatie aanvragen. Het initiatief stamt uit 2023, met een softlaunch in april 2024 en de officiële lancering een maand later in mei.

Website Lopik Linkt

Communicatie op sociale media over Lopiker Tijdcapsule

Bouw deze zomer mee aan de Lopiker-tijdcapsule!
Wat mogen we over 25 jaar niet vergeten? Laat jouw boodschap, brief of symbool achter voor de toekomst.

Inleveren kan tot en met 29 augustus bij de balie in het gemeentehuis.

Doe je mee? Samen bewaren we een stukje van nu voor later!





Samenwerking op het gebied van communicatie

De trekker van het project werkt actief samen met collega's in het sociaal domein en de sociale teams, om de kaart te vullen en actueel te houden. Daarnaast speelt Elkander een belangrijke rol. Dit is een bedrijf dat de Sociale Kaart technisch en inhoudelijk onderhoudt en teksten checkt; organisaties leveren namelijk zelf teksten aan; Elkander voert controles en updates uit.

Het communicatieteam is eveneens betrokken. De ondersteuning is reactief en operationeel van aard, met name gericht op het plaatsen van berichten met het oog op de bekendheid en het koppelen van de kaart aan de gemeentelijke website. De samenwerking met Elkander verloopt primair via de vakinhoud.

Koppeling sociale kaart aan gemeentelijke website

Het communicatieteam adviseert en ondersteunt met koppeling aan de gemeentelijke website. De Sociale Kaart moet goed verbonden zijn met de gemeentelijke website zodat bezoekers makkelijk kunnen navigeren. Er was hierbij vanuit de vakinhoud een voorkeur voor een centrale plek, direct zichtbaar voor de bezoeker. Dit sloot aan bij de beleidswens om het voorliggend veld te verstevigen: *“Men moet eigenlijk niet direct bij het sociaal team terecht komen en zoveel mogelijk via de sociale kaart afvangen, zodat er meer gestimuleerd wordt om eerst zelf naar oplossingen gaan kijken.”* Dit leidde tot andere communicatievoorkeuren. Als beheerder van de website speelde het communicatieteam een belangrijke rol om deze voorkeuren op de website tot uiting te laten komen. De wensen vanuit de vakinhoud vergden wat van de indeling van de site, bijvoorbeeld via een eigen tegel. Door een mix van technische restricties en terughoudendheid om de indeling aan te passen zit de kaart nu echter toch een paar lagen diep op de website, onder een tegel bij het menu onder 'Het Sociaal Team', bij het kopje 'Zorg en Inkomen', zie de afbeelding op de volgende pagina.

Locatie verwijzing naar Lopik Linkt op de gemeentelijke website



GEMEENTE
LOPIK



[Wonen en leven](#) | [Zorg en inkomen](#) | [Ondernemen](#) | [Gemeente](#) | [Over Lopik](#) | [Werken bij Lopik](#)

[Home](#) > [Zorg en inkomen](#) > Het Sociaal Team

Het Sociaal Team

LopikLinkt & Lopikvoorelkaar

Trainingen

Clïëntondersteuning

Crisis

Jeugd en gezin

Ondersteuning en begeleiding

Relatie- en scheidingsprekeuur

Schoolgaande kinderen

Vervoer en mobiliteit

Wonen en huishouden

Veelgestelde vragen Sociaal Team

Vergroten zichtbaarheid sociale kaart

Verder is er aandacht voor het vergroten van de zichtbaarheid bij inwoners en professionals via andere kanalen en middelen, zoals flyers en posters. De flyers liggen bij het sociaal team. Het idee is dat als zij op de eerste keer huisbezoek gaan een flyer meenemen.

In dit traject is ook een aantal atypische methoden ingezet, zoals pennen, houten kerstornamenten en banners van de Sociale Kaart. Deze komen uit de koker van een collega die tijdelijk meedraaide om werkervaring op te doen, met affiniteit voor communicatie. Er was hiervoor budget beschikbaar vanuit de SPUK-gelden.

Ook zijn er regelmatig berichten op sociale media en op de gemeentepagina om aan de bekendheid te werken (zie voorbeelden). Bewonersinitiatieven en evenementen (zoals Bakkies in de Buurt) zijn eveneens waardevolle momenten om bekendheid te vergroten.

‘Lopik Linkt’ in gemeentepagina bij lancering (links) en naar aanleiding van Lopik Doet en Ontmoet (rechtsboven) en communicatie op sociale media (rechtsonder)

LopikLinkt! en Lopik Voor Elkaar

8 mei lanceert de gemeente Lopik de digitale sociale kaart: LopikLinkt! en het vrijwilligersplatform Lopik Voor Elkaar!

hoe u antwoord kunt vinden op een hulpvraag. Op Lopik voor elkaar kunt u snel en overzichtelijk uw hulpaanbod plaatsen en hulpvragen aanbieden ■

Neem alvast een kijkje op LopikLinkt! en ervaar





wijst je de weg

- Heb je een vraag over de opvoeding van je kind?
- Is je vader aan het dementeren?
- Wil je meer bewegen of iets nieuws leren?
- Wil je weten waar je ondersteuning kunt krijgen als je gaat scheiden?
- Of wil je gewoon weten welke organisaties er allemaal zijn in jouw dorp?

Op LopikLinkt vind je hoe wonen, zorg, welzijn, werk en geldzaken in Lopik geregeld zijn en vind je de weg naar organisaties, activiteiten, hulp en initiatieven in jouw eigen buurt.

Lopik Doet en Ontmoet

Wat een dag!
De markt 'Lopik doet en ontmoet' ligt alweer een week achter ons, maar wat was het een succes!

Ruim 200 inwoners kwamen langs in de sporthal in Benschop om elkaar te ontmoeten, te ontdekken en te genieten.

Dank aan alle organisaties en vrijwilligers – jullie enthousiasme maakte het verschil. Speciale waardering voor Handje Helpen, Vrouwen van Nu Benschop en Buurtgezinnen voor jullie inzet.
In 2026 zijn we er weer! ■







Op donderdag 8 mei lanceert de gemeente Lopik de digitale sociale kaart: LopikLinkt! en het vrijwilligersplatform Lopik Voor Elkaar!

Twee nieuwe platformen die u de weg kunnen wijzen!



Lopikvoorelkaar is het platform voor iedereen die in Lopik iets voor een ander wil doen of zelf hulp nodig heeft. Iedereen kan meedoen! Maak een ander, de buurt, de wereld en vooral jezelf blij!



MELD JE AAN
Zoek je hulp of wil je iemand helpen in (omgeving) Lopik? Schrijf je vrijblijvend en gratis in.



VIND JE MATCH
Wissel berichten uit met iemand die jij zou willen helpen of met iemand die jou kan helpen.



SPREEK AF
Spreek veilig 'in het echt' af met je match en maak het verschil!
www.loplikvoorelkaar.nl

Doelbereik en noodzaak voor continue communicatie

De Sociale Kaart is dynamisch en vraagt continu aandacht en samenwerking. Bij de start waren 120 organisaties in het voorliggend veld aangehaakt, nu zijn dat er 180. Beeld is echter dat veel inwoners de Sociale Kaart nog niet goed weten te vinden of deze onvoldoende gebruiken. De communicatie is cruciaal voor het bekendmaken van het platform bij inwoners, zodat het effectief gebruikt wordt als hulpmiddel in het sociaal domein. Professionals in het voorliggend veld moeten ook weten van de kaart, zodat ze goed kunnen doorverwijzen.

Bijlage 6 Vragenlijst enquête onder inwoners

VOORKEUREN COMMUNICATIEKANALEN

1. Op welke manier heeft u het afgelopen jaar informatie van de gemeente gezien of ontvangen?

(Meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Door langs te gaan bij de gemeente
- ☐ Door te bellen met de gemeente
- ☐ E-mail van de gemeente
- ☐ Social media van de gemeente (Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube en X)
- ☐ Brief van de gemeente
- ☐ (Informatie)bijeenkomst van de gemeente
- ☐ Website van de gemeente (www.lopik.nl)
- ☐ Buurtbericht
- ☐ Gemeentepagina in Huis-aan-huisblad Het Kontakt/Zenderstreeknieuws
- ☐ Bakkie in de Buurt (bezoek burgemeester en wethouders)
- ☐ Anders, namelijk:
- ☐ Ik heb geen informatie gezien/ontvangen

2. Kunt u van de volgende onderwerpen aangeven of u liever hebt dat de gemeente u hierover actief informeert of dat u de informatie liever zelf opzoekt als u deze nodig heeft?

Toelichting:

- 1) De gemeente informeert: de gemeente informeert u, bijvoorbeeld via de krant, een bewonersbrief of op een bijeenkomst.
- 2) Ik zoek het zelf op: bijvoorbeeld op de gemeentelijke website, door te bellen of langs te gaan bij de gemeente.

Geef per onderwerp het antwoord dat u het meest van toepassing vindt.

Ik heb liever dat.....

	1. De gemeente mij informatie stuurt	2. Ik het zelf opzoek als ik het nodig heb
Werkzaamheden in de openbare ruimte (groen/bestrating)	☐	☐
Woningbouwtrajecten	☐	☐
Vergunningen die door anderen zijn aangevraagd	☐	☐
Besluiten van het college van burgemeester en wethouders en de gemeenteraad	☐	☐
Informatie over veiligheid en preventie	☐	☐
Informatie over cultuur- of sportevenementen	☐	☐
Informatie over voorzieningen, zorg en welzijn	☐	☐
Informatie over afvalinzameling	☐	☐

BRIEVEN

3. Heeft u in het afgelopen jaar een of meer brieven gekregen van de gemeente?

- ☐ Ja
- ☐ Nee → ga naar vraag 5

4. Kunt u over de laatste brief die u heeft ontvangen aangeven of u het met onderstaande stellingen eens of oneens bent?

	Helemaal mee eens	Mee eens	Neutraal	Mee oneens	Helemaal mee oneens	Weet ik Niet/ Geen mening
De tekst in de brief was duidelijk en begrijpelijk	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Er stond voor mij nuttige informatie in de brief	☐	☐	☐	☐	☐	☐

4b. Wilt u uw antwoord toelichten?

HET KONTAKT/ZENDERSTREEKNIEUWS en OFFICIELE BEKENDMAKINGEN: BERICHTEN OVER UW BUURT

5. Leest u het huis-aan-huisblad Het Kontakt/Zenderstreeknieuws?

- ☐ Altijd
- ☐ Vaak
- ☐ Soms
- ☐ Ik ontvang Het Kontakt/Zenderstreeknieuws wel, maar ik lees het niet of nauwelijks
- ☐ Ik ontvang Het Kontakt/Zenderstreeknieuws niet

De gemeente publiceert een deel van de officiële bekendmakingen in Het Kontakt/Zenderstreeknieuws. Daarbij gaat het om een (korte) weergave van de omgevingsvergunningen.

6. In hoeverre heeft u belangstelling voor de officiële bekendmakingen van aangevraagde en verleende vergunningen, wijzigingen in het bestemmingsplan en nieuwe regelgeving van de gemeente?

- ☐ Zeer veel belangstelling
- ☐ Veel belangstelling
- ☐ Gemiddelde belangstelling
- ☐ Enige belangstelling
- ☐ Geen belangstelling → naar volgend blok 'Website'

7. Hoe komt u de officiële bekendmakingen van de gemeente het liefst te weten?

Slechts 1 antwoord is mogelijk.

- ☐ Ik kijk zelf op mijnoverheid.nl
- ☐ Ik ben geabonneerd op een e-mailattendering van Mijn Overheid
- ☐ Via Het Kontakt/Zenderstreeknieuws
- ☐ Via de gemeentelijke website
- ☐ Anders, namelijk:

8. Kunt u aangeven of u het met onderstaande stellingen eens of oneens bent?

	Helemaal mee eens	Mee eens	Neutraal	Mee oneens	Helemaal mee oneens	Weet ik Niet/ Geen mening
De officiële bekendmakingen van de gemeente zijn duidelijk en begrijpelijk geschreven	☐	☐	☐	☐	☐	☐

8b. Wilt u uw antwoord toelichten?

WEBSITE

9. De website van de gemeente Lopik is www.lopik.nl. Bezoekt u deze website wel eens?

- ☐ Ja, dat doe ik regelmatig
- ☐ Ja, dat doe ik een enkele keer
- ☐ Nee, ik weet dat de website er is, maar heb hem nog niet bezocht → ga naar volgend blok
- ☐ Nee, ik wist niet dat deze website bestaat → ga naar volgend blok

10. Kunt u aangeven of u het met onderstaande stellingen eens of oneens bent?

	Helemaal mee eens	Mee eens	Neutraal	Mee oneens	Helemaal mee oneens	Weet ik Niet/ Geen mening
Ik kan op de website makkelijk vinden wat ik zoek	☐	☐	☐	☐	☐	☐
De informatie op de website is duidelijk en begrijpelijk	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Er staat voor mij nuttige informatie op de website	☐	☐	☐	☐	☐	☐
De informatie op de website is actueel	☐	☐	☐	☐	☐	☐

10b. Wilt u uw antwoord toelichten?

SOCIAL MEDIA

11. Welke social media gebruikt u momenteel zelf in uw dagelijks leven?

MEERDERE ANTWOORDEN MOGELIJK

- | | |
|--|------------------------------------|
| ☐ Facebook | ☐ Snapchat |
| ☐ X (voorheen Twitter) | ☐ Pinterest |
| ☐ LinkedIn | ☐ TikTok |
| ☐ Instagram | ☐ WhatsApp |
| ☐ YouTube | ☐ Telegram |
| ☐ Signal | |
| ☐ Ik gebruik geen van deze social media | → ga naar volgend blok |

12. De gemeente is actief met diverse social media. Welke social media van de gemeente kent en gebruikt u?

	Ken ik niet	Ken ik wel, maar gebruik ik niet	Gebruik ik soms of een enkele keer	Gebruikt ik regelmatig of vaak
Facebook gemeente Lopik	☐	☐	☐	☐
LinkedIn gemeente Lopik	☐	☐	☐	☐
Instagram @gemeentelopik	☐	☐	☐	☐
YouTubekanaal @gemeentelopik7814	☐	☐	☐	☐

13. Kunt u zeggen waarvoor u deze social media van de gemeente gebruikt?

MEERDERE ANTWOORDEN MOGELIJK

- ☐ Om op de hoogte te blijven van wat er speelt (nieuws van de gemeente)
- ☐ Om een vraag te stellen
- ☐ Om meldingen of klachten te kunnen doen
- ☐ Om mijn mening te geven
- ☐ Om met andere inwoners in gesprek te gaan
- ☐ Voor mooie foto's en achtergrondverhalen
- ☐ Anders namelijk:

→ ga naar vraag 15

14. U heeft aangegeven (nog) geen social media van de gemeente te gebruiken. Waarom (nog) niet?

MEERDERE ANTWOORDEN MOGELIJK

- ☐ Ik heb er nog geen behoefte aan gehad
- ☐ De huidige inhoud van de gemeentelijke social media spreekt me niet aan
- ☐ Ik wist niet dat de gemeente social media heeft
- ☐ Ik wil niet via social media met de gemeente communiceren
- ☐ Anders, namelijk:

→ ga naar vraag volgend blok

15. Kunt u aangeven of u het met onderstaande stellingen eens of oneens bent?

	Helemaal mee eens	Mee eens	Neutraal	Mee oneens	Helemaal mee oneens	Weet ik Niet/ Geen mening
De teksten op de social media van de gemeente zijn duidelijk en begrijpelijk	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Er staat voor mij nuttige informatie op de social media van de gemeente	☐	☐	☐	☐	☐	☐

15b. Wilt u uw antwoord toelichten?

ALGEMEEN OORDEEL

16. Hieronder ziet u een aantal uitspraken over de communicatie tussen de gemeente Lopik en haar inwoners. In hoeverre bent u het hiermee eens of oneens?

	Helemaal mee eens	Mee eens	Neutraal	Mee oneens	Helemaal mee oneens	Weet ik niet
De gemeente communiceert open en transparant met haar inwoners	☐	☐	☐	☐	☐	☐
De informatie die de gemeente geeft is duidelijk en begrijpelijk	☐	☐	☐	☐	☐	☐
De informatie die de gemeente geeft is betrouwbaar	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ik weet goed waar ik informatie van of over de gemeente kan vinden	☐	☐	☐	☐	☐	☐
De gemeente geeft op tijd informatie aan inwoners	☐	☐	☐	☐	☐	☐

17. Welk rapportcijfer geeft over het algemeen aan de communicatie en informatie vanuit de gemeente? (1=zeer slecht, 10=zeer goed)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Weet ik niet
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

17b. Wilt u uw antwoord toelichten?

18. Heeft u verder nog een suggestie waarmee de gemeente Lopik haar communicatie kan verbeteren?

☐ Nee

☐ Ja, namelijk:

SPECIFIEKE VOORBEELDEN VAN COMMUNICATIE

19. Dit onderzoek bekijkt ook, aan de hand van een aantal concrete voorbeelden, hoe de communicatie is ervaren. Kunt u aangeven voor welke thema's u al bekend bent met de communicatie? *MEERDERE ANTWOORDEN MOGELIJK*

- ☐ Ondermijning, Meld Misdaad Anoniem
- ☐ Sociale Kaart (Lopik Linkt, Lopik Voor Elkaar)
- ☐ Centrumplan Lopik (sloop en vervanging 48 woningen De Woningraat)
- ☐ Omgevingsvisie (De Toekomst van Lopik)
- ☐ Energiepark De Copen
- ☐ Geen van deze

<alleen als V19 = aangevinkt>

20 A t/m E . Hieronder ziet u een aantal uitspraken over de communicatie in het kader van X casusselevctie vraag 19

X. In hoeverre bent u het hiermee eens of oneens?

	Helemaal mee eens	Mee eens	Neutraal	Mee oneens	Helemaal mee oneens	Weet ik niet
De gemeente gaf op tijd informatie aan inwoners	☐	☐	☐	☐	☐	☐
De informatie die de gemeente gaf was duidelijk en begrijpelijk	☐	☐	☐	☐	☐	☐
De informatie die de gemeente gaf was volledig	☐	☐	☐	☐	☐	☐
De informatie was goed vindbaar	☐	☐	☐	☐	☐	☐

<alleen opties die bij V19 zijn aangevinkt>

21. Welk rapportcijfer geeft u over het algemeen aan de communicatie en informatie vanuit de gemeente? (1=zeer slecht, 10=zeer goed)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Weet ik niet
Ondermijning, Meld Misdaad Anoniem	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Sociale Kaart (Lopik Linkt, Lopik Voor Elkaar)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Centrumplan Lopik (sloop en vervanging 48 woningen De Woningraat)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Omgevingsvisie (De Toekomst van Lopik)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Energiepark De Copen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

21b. Wilt u uw antwoord toelichten?

22 . Via welke kanalen zou u in de toekomst het liefst geïnformeerd worden bij vergelijkbare trajecten?

	Campagnes (bijv. bekendheid Meld Misdaad Anoniem)	Informatie over voorzieningen op het gebied van zorg en welzijn	Woningbouw- trajecten	Meedenken over beleid op wonen, werken en natuur	Windmolens of zonneparken
E-mail	☐	☐	☐	☐	☐
WhatsApp/Signal	☐	☐	☐	☐	☐
Facebook	☐	☐	☐	☐	☐
Instagram	☐	☐	☐	☐	☐
LinkedIn	☐	☐	☐	☐	☐
YouTube	☐	☐	☐	☐	☐
X (voorheen Twitter)	☐	☐	☐	☐	☐
Website van de gemeente	☐	☐	☐	☐	☐
Nieuwsbrief van de gemeente	☐	☐	☐	☐	☐
Het Kontakt/Zenderstreeknieuws	☐	☐	☐	☐	☐
Overige regionale nieuwsbladen (bijv. AD-Utrechts Nieuwsblad)	☐	☐	☐	☐	☐
Lokale en regionale televisie en radio	☐	☐	☐	☐	☐
Buurtbericht	☐	☐	☐	☐	☐
Digitale infozuil	☐	☐	☐	☐	☐
Brief	☐	☐	☐	☐	☐

ACHTERGRONDVRAGEN

23. Wat is uw leeftijd?

Jaar

24. Ik ben...

- ☐ een man
- ☐ een vrouw
- ☐ overig
- ☐ wil ik liever niet zeggen

25. Wat is uw hoogst gevolgde opleiding?

Deze opleiding hoeft niet te zijn afgemaakt.

Ben je student? Vul dan de opleiding in die je momenteel volgt.

- ☐ Geen onderwijs / basisonderwijs / cursus inburgering / cursus Nederlandse taal
- ☐ LBO / VBO / VMBO (kader- of beroepsgerichte leerweg) / MBO 1 (assistentenopleiding)
- ☐ MAVO / HAVO of VWO (eerste drie jaar) / ULO / MULO / VMBO (theoretische of gemengde leerweg) / voortgezet speciaal onderwijs
- ☐ MBO 2, 3, 4 (basisberoeps-, vak-, middenkader- of specialistenopleiding) of MBO oude structuur (vóór 1998)
- ☐ HAVO of VWO (overgegaan naar de 4e klas) / HBS / MMS / HBO-propedeuse of WO-propedeuse
- ☐ HBO (behalve HBO-master) / WO-kandidaats- of WO-bachelor
- ☐ WO-doctoraal of WO-master of HBO-master / postdoctoraal onderwijs

26. Zou u bereid zijn om deel te nemen aan een gesprek over de communicatie van de gemeente? Zo ja, dan kunt u uw contactinformatie achterlaten. Die wordt alleen voor dit doeleinde gebruikt.

☐ Nee

☐ Ja

E-mailadres:
Telefoonnummer:

Bijlage 7 Vragenlijst enquête onder raadsleden

De Rekenkamer van Lopik onderzoekt in 2025 en 2026 het communicatiebeleid. Dit onderzoek bekijkt, aan de hand van een aantal concrete voorbeelden, hoe de communicatie is ervaren. Hiervoor wordt een enquête uitgezet onder inwoners, worden verdiepende focusgroepen gehouden en zijn er gesprekken met de intern betrokkenen bij de gemeente. Om ook het raadsperspectief aan bod te laten komen, willen we u middels deze enquête de kans geven uw eigen ervaringen als raadslid mee te geven. De enquête bestaat uit 10 vragen.

ALGEMEEN OORDEEL

1. Hieronder ziet u een aantal uitspraken over de informatie die de gemeente Lopik aan haar inwoners verstrekt. In hoeverre bent u het hiermee eens of oneens?

	Helemaal mee eens	Mee eens	Neutraal	Mee oneens	Helemaal mee oneens	Weet ik niet
De gemeente communiceert open en transparant met haar inwoners	☐	☐	☐	☐	☐	☐
De informatie die de gemeente geeft is duidelijk en begrijpelijk	☐	☐	☐	☐	☐	☐
De informatie die de gemeente geeft is betrouwbaar	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ik weet goed waar ik informatie van of over de gemeente kan vinden	☐	☐	☐	☐	☐	☐
De gemeente geeft op tijd informatie aan inwoners	☐	☐	☐	☐	☐	☐

2. Wilt u uw antwoord op de stellingen toelichten?

3. Hieronder ziet u een aantal uitspraken over de communicatiemethoden en -kanalen tussen de gemeente Lopik en haar inwoners. In hoeverre bent u het hiermee eens of oneens?

	Helemaal mee eens	Mee eens	Neutraal	Mee oneens	Helemaal mee oneens	Weet ik niet
De gemeente maakt voldoende gebruik van verschillende communicatiekanalen	☐	☐	☐	☐	☐	☐
De gemeente bereikt alle doelgroepen die zij zou moeten bereiken met haar communicatie	☐	☐	☐	☐	☐	☐
De kwaliteit van de gemeentelijke communicatie is de afgelopen jaren verbeterd	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ik heb vertrouwen dat de gemeente tijdens incidenten of crisissituaties effectief kan communiceren	☐	☐	☐	☐	☐	☐

4. Wilt u uw antwoord op de stellingen toelichten?

5. Hieronder ziet u een aantal uitspraken over de rol van de raad bij communicatie tussen de gemeente Lopik en haar inwoners. In hoeverre bent u het hiermee eens of oneens?

	Helemaal mee eens	Mee eens	Neutraal	Mee oneens	Helemaal mee oneens	Weet ik niet
Er liggen duidelijke afspraken over wanneer er vanuit de raad gecommuniceerd wordt	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Raadsleden beschikken over voldoende informatie om goed te communiceren richting inwoners	☐	☐	☐	☐	☐	☐
De communicatie van raadsleden en die van de gemeente zijn goed op elkaar afgestemd	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Verschillen in communicatie tussen raadsleden en de gemeente leiden soms tot onduidelijkheid bij inwoners	☐	☐	☐	☐	☐	☐
De communicatie van raadsleden versterkt de gemeentelijke communicatie richting inwoners	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Raadsleden dragen bij aan een eenduidige en heldere boodschap van de gemeente	☐	☐	☐	☐	☐	☐

6. Wilt u uw antwoord op de stellingen toelichten?

7. Welk rapportcijfer geeft u over het algemeen aan de communicatie en informatie vanuit de gemeente aan inwoners van de gemeente? (1=zeer slecht, 10=zeer goed)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Weet ik niet
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

8. Wilt u uw antwoord op het rapportcijfer toelichten?

9. Wilt u uw nog iets kwijt over specifieke communicatiekanalen, zoals de gemeentelijke social media, de gemeentepagina, de gemeentelijke website of Bakkie in de Buurt?