



Door Karel van Koppen

Communicatie gemeente kán anders

Communicatie in Culemborg

Iedereen die in Culemborg woont of werkt, heeft tot 5 september ideeën kunnen insturen voor verbetering van de gemeentecommunicatie. Donderdag 28 september presenteren 9 geselecteerden hun idee. Eén van hen is Eugène van Haaren, tekstschrijver, trainer en schrijver van de boeken 'PR voor Dummies' en 'Zakelijk schrijven voor Dummies'.

CULEMBORG - De oproep voor ideeën kwam van de gemeente Culemborg zelf. Die beseft dat vanwege alle snelle veranderingen in de samenleving ook de communicatie anders moet. De gemeente wil voor haar nieuwe aanpak de 'schat aan kennis, ervaringen en goede ideeën' benutten die aanwezig is in de stad. Zo staat het, kort samengevat, onder 'Projecten' > #watzietjij? op de gemeentelijke website.

In zijn boek over zakelijk schrijven geeft Eugène voorbeelden van missers in gemeentecommunicatie, onder meer bij de gemeente Culemborg. Eén daarvan, informatie over strooiroutes, gebruikt hij ook in het filmpje waarmee hij zijn ideeën aan de gemeente voorlegt. Eugène: "Als ik wil weten of in mijn straat wordt geveegd, vind ik op de gemeente-site na lang zoeken een pagina vol moeilijke taal over 'strooiroutes'. Ik kan doorklik-

ken naar een gladheidsbestrijdings-plan. Dat blijkt een pagina's-dik ambtelijk document. Ik kan nog klikken op een stadsplattegrondje met een strooiplan. Een heel onduidelijk kaartje én, hoewel binnenkort wettelijk verplicht: niet geschikt voor blinden. Maar waarschijnlijk klikt niemand nog op dat kaartje. Want doorklikken is dé manier om mensen te laten af-

'OPROEP VOOR IDEEËN KOMT VAN DE GEMEENTE CULEMBORG ZELF'

haken." Het kán anders. Dat laat Eugène zien met een tekst van de denkbeeldige gemeente IJzelstein en met een praktijkvoorbeeld van de gemeente Purmerend. Beide in eenvoudige taal. "Eenvoudige taal is duidelijke taal. Dat is wat anders dan Jip-en-Janneke-taal. Eenvou-



Eugène van Haaren, tekstschrijver, trainer en schrijver van de boeken 'PR voor Dummies' en 'Zakelijk schrijven voor Dummies'.

dige taal verschaft de lezer de informatie die hij wil of moet weten. Dat dwingt je als schrijver tot duidelijkheid." Daarvoor moet je (leren) kijken met wat Eugène noemt: de 'van-buiten-naar-binnen-

bril.' "Dat kost tijd. Maar doe je het niet, dan vindt of snapt de lezer de gewenste informatie niet, haakt af en belt vervolgens als ontevreden burger, geïrriteerd de helpdesk." Zo'n telefoontje is een

alarmsignaal, vindt Eugène. "Maar fouten maken is niet erg. Wél: er niets mee doen." Bij trainingen zakelijk schrijven krijgt Eugène vaak tegenwerpingen. "De juridische afdeling wil het zo." of "Zo is

het mij geleerd." "De tijden zijn veranderd.", antwoordt hij dan. "Op twitter krijg je informatie in 140 tekens. Zelfs van presidenten." Hij en Culemborg weten: er moet iets aan communicatie veranderen.