



Rijksoverheid

VoRa-jaarprogramma 2017

Prioriteiten 2017

Inhoud

Investeer in vakmanschap!

Ambitie 1: de participerende Rijksoverheid	3
Ambitie 2: een duidelijk kabinet	3
Ambitie 3: een behulpzame overheid	3
Ondersteunende ambitie: de communicatieve organisatie	4

Zeven prioriteiten in 2017

1. Advisering nieuw kabinet	4
2. Netwerkcommunicatie	4
3. Onbehagen / moeilijk bereikbare groepen	5
4. Advies transparantie	5
5. Toepassen gedragskennis	5
6. Online: rijksbreed beleid en intensivering inzet	6
7. Informatie op maat	7

Investeer in vakmanschap!

De afgelopen jaren heeft de Voorlichtingsraad (VoRa) flink ingezet op de gemeenschappelijke infrastructuur. Denk aan 1loket, 1website, Platform Rijksoverheid Online, 1Rijkshuisstijl, gezamenlijke media-inkoop en centrale campagnebegeleiding. Forse stappen waarmee de Rijksoverheid inhoud én uitstraling heeft gekregen. Een stevig gemeenschappelijk fundament waarop verder gebouwd kan worden.

In ieder stadium van beleidsvorming wordt een beroep gedaan op de communicatiediscipline. Bij de start: beleidsontwikkeling (1), bij besluitvorming (2) en tot slot bij de uitvoering en handhaving van beleid (3). Maatschappelijke veranderingen vragen in iedere fase om nieuwe antwoorden, om vakmanschap.

Drie meerjarige ambities geven per fase richting aan de inspanningen van de VoRa:

- 1) De participerende Rijksoverheid; bij beleidsontwikkeling
 - 2) Een duidelijk kabinet; bij besluitvorming
 - 3) De behulpzame overheid; in de uitvoeringsfase
- Ondersteunend aan deze ambities kennen we een vierde ambitie:
- 4) De communicatieve organisatie



Ambitie 1: de participerende Rijksoverheid

In een participatiesamenleving komen oplossingen voor maatschappelijke problemen in allerhande samenwerkingsverbanden tot stand. De overheid moet de beweging maken van een partij die van oudsher boven de partijen staat naar een partij die ook tussen partijen staat. Beleid maken steunt daardoor steeds meer op het vermogen om te communiceren in netwerken. Communicatie wordt in dit stadium vooral ingezet om mensen te bereiken in hun rol als participant en dus mede-eigenaar van het vraagstuk. Denk aan het in kaart brengen van de omgeving (stakeholderanalyses, onderzoek) en het organiseren van de dialoog. Doel is om zicht te krijgen op onze omgeving en het faciliteren van het gesprek. Wie zijn de relevante spelers? Welke waarden, emoties en opvattingen spelen er?

Meer dan ooit wordt bij beleidsontwikkeling een beroep gedaan op communicatieprofessionals. En uitzonderingen daargelaten lukt het ons vooralsnog onvoldoende om aan dat beroep gehoor te geven. Directies Communicatie zijn vaak nog onvoldoende toegerust op deze 'nieuwe' vorm van beleidsontwikkeling.

Daarom is de VoRa in 2016 *De Expeditie* gestart. Voorlopers binnen het Rijk zijn bij elkaar gebracht om kennis te delen, benodigde (gedrags)expertise en instrumenten in kaart te brengen en vast te stellen welke kaders nodig zijn of welke bestaande kaders in de weg zitten. In 2017 wordt dit programma gecontinueerd waarbij het accent verschuift van verkenning naar besluitvorming en realisatie.



Ambitie 2: een duidelijk kabinet

Na de fase van beleidsontwikkeling volgt besluitvorming. Communicatief gezien is dit de wereld van Kamerdebatten, persberichten en twitterende bewindspersonen. Een wereld waarin de mediologica steeds sterkere vormen aanneemt. Zo neemt de snelheid van het nieuws nog steeds toe. Bovendien is met social media iedereen een beetje journalist waardoor nieuws alomtegenwoordig is.

Mensen hebben daardoor de beschikking over meer informatie dan ooit tevoren. Maar deze ontwikkeling kent ook een keerzijde. Mensen geraken steeds meer geïsoleerd in de eigen mediabubbel. Met bronnen die vooral de eigen ideeën ondersteunen of nog erger, bronnen die nepnieuws verspreiden. De toegenomen snelheid van nieuws zet journalistieke principes als hoor en wederhoor en verificatie van bronnen onder druk. Dit vraagt om een alerte overheid. Vandaag de dag ben je eenvoudigweg te laat als je pas uren later reageert op feitelijke onjuistheden. De mediologica heeft dan allang haar werk gedaan. Maar alertheid betekent niet dat we volledig mee moeten in de ratrace met een versmalling van het debat als gevolg. De versmalling waarin alles wordt teruggebracht tot eendimensionale keuzes. Tot ja of nee. Tot zwart of wit.

Een kabinet met een open houding naar de samenleving legt verantwoording af over haar besluiten en is daarop aanspreekbaar. Van de overheid mag worden verwacht dat haar informatie volledig en juist is. Soms betekent dat: iets meer de tijd nemen om een en ander goed uit te zoeken. Maar het betekent vooral dat we mensen tijdens de rit mee moeten nemen in de dilemma's die aan een uiteindelijke keuze vooraf gaan. Mensen 'reisbereid' maken. Rekening houdend met logos (hoofd), pathos (hart) én ethos (buik). Om zo mensen in hun rol als nieuwsconsument zo goed mogelijk te bedienen. Advisering van het nieuwe kabinet is één van de prioriteiten van de VoRa in 2017.



Ambitie 3: een behulpzame overheid

Beleid treedt in werking en moet uitgevoerd en bewaakt (handhaving) worden. Pas in dit stadium zal beleid veel mensen rechtstreeks raken. De primaire functie van communicatie in deze fase is zorgen dat mensen hun rechten en plichten kennen. Communicatie richt zich hier op mensen in hun rol als 'klant' en 'staatsburger'. Klant als het gaat om diensten die de overheid verstrekt (vergunningen, toeslagen, etc.). En staatsburger als het gaat om de regels (wetten) en plichten (belasting betalen) waar iedere Nederlander zich aan heeft te houden.

Anno 2017 leven we in een informatiemaatschappij die zijn gelijke in de geschiedenis niet kent. Mensen krijgen een enorme en almaar groeiende hoeveelheid informatie over zich uitgestort. De overvloed aan overheidsinformatie en het gebrek aan samenhang daarin – als gevolg van een in stukjes geknipte overheid – zorgen ervoor dat veel mensen door de bomen het bos niet meer zien.

De informatiesamenleving vraagt niet zozeer om méér informatie, als wel om toegespitste informatie. Informatie moet meer op maat. Dit kunnen we alleen waarmaken als we ons organogram als vertrekpunt loslaten en de ontvanger daadwerkelijk centraal stellen. Het interesseert mensen niet hoe de overheid is georganiseerd. Als klant is hij of zij eenvoudigweg op zoek naar informatie of een specifieke dienst van de overheid. En zoals iedere klant wil hij/zij zo goed mogelijk geholpen worden. In 2017 continueert de VoRa het programma *Informatie op maat*. Voor dit onderwerp is eind 2015 een tweejarig programma opgesteld. 2017 is het tweede jaar, en daarmee verschuift het accent steeds meer van verkenning naar besluitvorming en realisatie.



Ondersteunende ambitie: de communicatieve organisatie

De communicatieve organisatie is ondersteunend aan alle inhoudelijke ambities en dus aan alle beleidsfasen. Hoe borgen we de kwaliteit,

flexibiliteit, effectiviteit en ontwikkeling van de communicatie-professionals bij de Rijksoverheid? Hoe organiseren we de communicatie zo dat zij is toegerust op de eisen van deze tijd.

In 2017 werkt het programmateam Professionalisering onder meer verder aan de competentieprofielen. De Academie voor Overheidscommunicatie vervult hierbij een stimulerende rol. De VoRa neemt komend jaar een besluit over de structurele inbedding van de interne communicatiepool. Verder wordt in 2017 een visie op mobiliteit geformuleerd. Ook worden de VoRa-café's gecontinueerd.

Zeven prioriteiten in 2017

De geschetste opgaven zijn fors. De communicatiediscipline kan en wil dit niet in isolatie oppakken. De VoRa zoekt daarom actief samenwerking met andere disciplines: beleid (via het SGO), maar ook IT (via de Digicommissaris) en andere partijen zoals de medeoverheden en de uitvoeringsorganisaties. Bijvoorbeeld door in 2017 een VoRa-plus te organiseren met daarin communicatie-vertegenwoordigers van alle bestuurslagen.

Naast de ambities per beleidsfase signaleert de VoRa een aantal aandachtgebieden voor het hele beleidstraject. Zo is in ieder stadium sprake van (dezelfde?) moeilijk bereikbare groepen. Verder wordt een medium als online in ieder stadium ingezet.

2017 is een verkiezingsjaar. De komst van een nieuw kabinet vraagt gegarandeerd om een deel van de capaciteit, maar wanneer en hoeveel laat zich moeilijk voorspellen. Ook zal de start van het nieuwe kabinet nadrukkelijk een moment zijn om het jaarprogramma en de toegekende inzet van mensen en middelen te herijken. Met dit in het achterhoofd komt de VoRa tot zeven prioritaire projecten voor 2017:



1. Advisering nieuw kabinet

De advisering van de VoRa bij de totstandkoming en de presentatie van een nieuw kabinet is vanzelfsprekend voor een groot deel afhankelijk van de formatie (Regerakkoord). Een aantal thema's lijkt hoe dan ook relevant. Denk aan de tweedeling en het groeiende gevoel van onbehagen in de samenleving. Maar denk ook aan onderwerpen als communiceren in dilemma's en transparantie en betrouwbaarheid.

1. Financiering & organisatie

- ✓ Budget: 100K
- ✓ Eigenaar: Stephan Schrover en Paul van Nunen
- ✓ Ondersteuning: Sierk Nawijn (CAR)

Wat gaan we doen:

- *Communicatieaanpak in de MR*. Een advies van de VoRa over kabinetsbrede communicatie. Zo spoedig mogelijk na de beëdiging vergelijkbaar met de adviesnotitie uit 2012. [realisatie]
- *Accountteams per kabinetsthema*. Bestaande uit beleid en communicatie naar voorbeeld van de stuurgroep Samenhang. Om zo de samenwerking tussen beleid en communicatie op prioritaire thema's structureel te versterken. Startklaar bij aantreden nieuw kabinet. Het is de overweging waard aan deze accountteams een gedragsdeskundige toe te voegen. [realisatie]



2. Netwerkcommunicatie

Voortzetting van het programma *De Expeditie* waarbij het accent verschuift van verkenning naar besluitvorming en realisatie. Hoe brengen we onze omgeving in kaart en hoe organiseren we de dialoog? Wat moet de communicatiediscipline minimaal in huis hebben om aan deze groeiende vraag te voldoen? Wat moet decentraal en wat kunnen we gemeenschappelijk oppakken?

2. Financiering & organisatie

- ✓ Budget: 0,-
- ✓ Eigenaar: Michael van Wissen van Veen
- ✓ Ondersteuning: Guido Rijnja (CAR) en Paulijn de Bruijne (Academie)

Wat gaan we doen:

- *Leidraad dialoog*. Vergelijkbaar met factor C werkt de CRC in opdracht van de VoRa aan een *roadmap* voor het communiceren in netwerken tijdens het hele beleidstraject. [realisatie]
- *Betere benutting COB*. Bijvoorbeeld door deze actiever te delen en te bespreken met beleid. Centraal door jaarlijkse presentatie SCP en decentraal door directies Communicatie. [realisatie]



3. Onbehagen / moeilijk bereikbare groepen

Er lijkt sprake van een groeiend gevoel van onbehagen onder grote groepen mensen.

Deze (zelfde?) groepen zijn bovendien niet of nauwelijks te bereiken. Ze lijken zich te onttrekken aan de gebaande paden van informatievoorziening (nieuwskanalen én overheidskanalen).

3. Financiering & organisatie

- ✓ Budget: 50K
- ✓ Eigenaar: Hans van den Broek en Simone Boitelle
- ✓ Ondersteuning: René Sertons (CAR)

Wat gaan we doen:

- *Groepen in kaart*. Een analyse in de eerste helft van 2017. Om wie gaat het precies? En hoe zijn deze groepen wel te bereiken (taal, inhoud, podia, persoonlijke contact, etc.)? [verkenning]
- *Experimenteren*. In de tweede helft van 2017 worden opgedane inzichten stapsgewijs toegepast. Bijvoorbeeld bij de communicatie over Prinsjesdag. [realisatie]
- *Rijksoverheid.nl Leichte sprache*. DPC verkent de mogelijkheid van een Rijksoverheid.nl in eenvoudig taalgebruik. Naar Duits voorbeeld. Betrekken bij het programma Informatie op maat, bijvoorbeeld bij de verkenning naar een Burgerplein. [Prestatieplan DPC]



4. Advies transparantie

Op verzoek van het SGO brengt de VoRa advies uit over de bijdrage vanuit de communicatiediscipline aan een transparante overheid. Het advies sluit aan op de gedachtevorming binnen het SGO over

enkele thema's. Zoals de behoefte aan 'beleidsintimiteit', de rol van (top)ambtenaren en ambtelijke experts bij briefings aan parlement & media. Actieve openbaarheid vraagt een extra inspanning. Als er al sprake kan zijn van een hoger vertrouwen in de – a priori omstreden – overheid, dan draagt transparant doen vooral bij aan een betere beoordeling van de bejegening door de overheid (proces).

De communicatiediscipline kan en wil actief bijdragen, vanuit het besef dat vaak sprake is van 'uitgestelde transparantie' (via o.m. Wob-verzoeken). De VoRa brengt daarom begin 2017 advies uit aan het SGO.

4. Financiering & organisatie

- ✓ Budget: 0,-
- ✓ Eigenaar: Simone Boitelle en Ivo Hommes
- ✓ Ondersteuning: Guido Rijnja (CAR)

Wat gaan we doen:

Met het oog op de Rijksdienst:

- *Intrekking Oekaze-Kok*. Vertrouw op ambtelijke professionaliteit, grenzen te bewaken. [besluitvorming]
- *Training voor actieve inzet ambtenaren bij briefings*. Voor briefings in het parlement en aan de media. [realisatie]
- *Bewustwordingsprogramma transparantie*. Introductieprogramma's voor Rijksorganisaties. Opdracht aan rijksacademies voor simulaties voor alle leidinggevenden, leiderschapsprogramma's ABD. DC's faciliteren programma's vaardigheden voor present(at)ie op social media, in kranten en op radio/tv en publieke optredens. [verkenning]
- *In dialoog met de Rijksoverheid*. We dragen bij aan de organisatie van een jaarlijkse Open Dag en geven van lessen en voorlichting (NB. reeds opgepakt met Project Ambtelijk Vakmanschap BZK). [realisatie]

Met het oog op het kabinet:

- *Actieve openbaarmaking kabinetsbesluiten*. Agenda's per departement (bewindslieden) alsook agenda van de MR en onderraden. [verkenning]
- *In gesprek met de samenleving*. Actief aanbod van werkbezoeken door bewindslieden, meer insteken op dialoog en inzicht in afwegingen en werkwijze. I.p.v. louter journalisten breder publiek uitnodigen. [realisatie]
- *Publiekssamenvatting kabinetsbesluiten*. Bij besluiten worden publiekssamenvattingen gemaakt. [realisatie]



5. Toepassen gedragskennis

Om volwaardig partner te kunnen zijn bij de totstandbrenging, uitleg en uitvoering van effectief beleid, moeten directies Communicatie zich gedragskennis eigen maken.

5. Financiering & organisatie

- ✓ Budget: 50K
- ✓ Eigenaar: Ivar Nijhuis
- ✓ Ondersteuning: Angélique van Drunen (CAR)

Wat gaan we doen:

- *Gedragspecialisten*. Moet gedrag – net als onderzoek destijds n.a.v. het traject *Ideale Directie Communicatie* – worden toegevoegd als onmisbare discipline binnen directies Communicatie? Volstaat het om huidige medewerkers op te leiden of is gerichte werving van gedrag-specialisten noodzakelijk? In 2017 buigt de VoRa zich over deze vraag. [besluitvorming]
- *BIT NL of Gedraglab of iets anders?* In het VK en in de VS bestaan speciale gedragsteams (Behavioural Insights Team, BIT). Zouden zulke teams ook van meerwaarde kunnen zijn in Nederland? Of zijn er alternatieven denkbaar die op aanvraag kunnen worden ingezet? Denk aan een gemeenschappelijk 'Gedraglab' bestaande uit een vast netwerk van gedragsexperts

uit de communicatiediscipline die op aanvraag kunnen worden ingezet voor concrete beleidsvragen (met vast format: aanpak, tools als CASI, speciale ruimte, korte sessies, etc.). Ook andere invullingen zijn denkbaar. In 2017 verkent de VoRa welke invulling de meeste meerwaarde biedt en het meest kansrijk is. Een pilot met het Gedraglab behoort tot de mogelijkheden. Zo wordt werkende weg ervaring opgedaan met de inzet van gedrags-teams. De verkenning zal rekening houden met het gegeven dat gedragskennis een diffuus begrip is waar meerdere disciplines mee bezig zijn. De verkenning zal het interdepartementale netwerk BIN NL betrekken, in een nader te bepalen vorm. Eind 2017 mondt de verkenning uit in een advies. [verkenning]

- **Kennis delen:** De Academie zal met vernieuwde inzet casuïstiek verzamelen en delen: onder andere door een overzicht van praktijkverhalen op te stellen dat kan groeien en rijksbreed toegankelijk is (via ComRijk, BIN NL, maar ook andere kanalen zijn denkbaar), de literatuurlijst op CommunicatieRijk bij te werken, het leernetwerk bij elkaar te roepen. De berg naar Mozes: het cluster Campagnemanagement van DPC gaat bij directies langs om cases te delen en opnieuw bestaande instrumenten (CASI) en publicaties (Gedragswijzer) onder de aandacht brengen. Ook komt er een masterclass voor VoRa over gedragskennis (met Reint Jan Renes als potentiële master). [realisatie]
- **Inbedden in competentieprofielen.** De Academie verkent of het nodig is om gedragskennis expliciet in te bedden in de competenties van communicatie-professionals. [verkenning]
- **Opleiden.** De VoRa neemt een besluit over hoe gedragskennis in te bedden in bestaande opleidingen en trainingen van de Academie. Nu zit het bijvoorbeeld niet in de leergang strategisch adviseren. Ook kan gedacht worden aan BOT- sessies voor woordvoerders en persvoorlichters die aansluiten bij hun behoeften en werkelijkheid. Ook neemt de Academie het huidige opleidingsaanbod op het gebied van gedragskennis onder de loep: volstaat de PBQL-training? Moet er standaard een communicatieonderdeel komen in het groeiend aantal trainingen dat beleid aanbiedt? Ook neemt de VoRa een besluit over verplichte bijscholing van medewerkers op dit terrein. [besluitvorming]



6. Online: rijksbreed beleid en intensivering inzet

Online bevat voor de Rijksoverheid nog veel onbenut potentieel. Natuurlijk maken we er al jaren gebruik van maar het lijkt er op dat we de experimenteerfase maar moeilijk kunnen overstijgen. Online – in het bijzonder social media – moet een volwaardig onderdeel van onze gereedschapskist worden. Hoe halen we er meer uit? En hoe zorgen we er tegelijkertijd voor dat het totaal aan kanalen een logisch geheel vormt voor de ontvanger?

6. Financiering & organisatie

- ✓ Budget: 70K
- ✓ VoRa-eigenaar: Remco Dolstra en Joyce Veekman
- ✓ Projecteigenaar: Sietske Duller
- ✓ Ondersteuning: Wouter van Eendenburg (CAR)

Wat gaan we doen:

De VoRa buigt zich over gemeenschappelijk beleid:

- **Samenhangend beleid online communicatie Rijksoverheid.** Online wordt in ieder stadium van het beleidsproces ingezet en kent daardoor vele toepassingsmogelijkheden. De ene keer is het een loket om klanten te helpen en de andere keer is het een kanaal om mensen in hun rol als participant of nieuwsconsument te informeren. Per toepassing kunnen de spelregels variëren. Wat doen we centraal, wat decentraal? Hoe borgen we een eenduidige uitstraling? In 2017 wordt een inventarisatie gemaakt van de belangrijkste middelen en kanalen die de Rijksoverheid inzet en de wijze waarop de inzet georganiseerd is. Hiervoor wordt een rondje langs alle relevante gremia gemaakt (OGB DPC, Adviesgroep Online, CRC, project IOM/ Portalensie). Uiteindelijk moet dit landen in een beleidsvoorstel dat ter besluitvorming aan de VoRa wordt voorgelegd. [besluitvorming]
- **Rijksbrede guidelines voor social media.** Hoewel er ruimte moet zijn voor eigenheid – zeker bij persoonlijke accounts – is het zonde als iedereen het wiel opnieuw moet uitvinden. In algemene zin zijn er natuurlijk do's and don'ts die helpen om effectief te zijn op social media. Het verdient aanbeveling om dergelijke guidelines rijksbreed op te stellen. De Uitgangspuntennotitie van Joyce Veekman vormt hiervoor de basis. [realisatie]
- **Social media-specialisten.** De VoRa neemt een standpunt in over social media als essentiële discipline binnen de directies Communicatie. Vergelijkbaar met de onderzoeksdiscipline die in 2008 als onmisbaar is bestempeld voor directies Communicatie. [besluitvorming]
- **Beeldredacteuren.** Vrijgespeelde specialisten zijn nodig om beeldgebruik een boost te kunnen geven. Per directie of VoRa-breed (in de interne pool?). De VoRa neemt hierover in 2017 een besluit. [besluitvorming]

Naast gemeenschappelijk beleid wordt de inzet van online in 2017 geïntensiveerd:

- **Facebook-kanaal Rijksoverheid.** Momenteel vindt online alleen op Twitter vraagbeantwoording plaats. Een pilot met WhatsApp staat op de planning. Uitbreiding met het grootste platform Facebook verdient aanbeveling. In 2017 stelt DPC een business case op die ter besluitvorming aan de VoRa wordt voorgelegd. [Prestatieplan DPC 2017]
- **Van vraagbeantwoording naar webcare.** Proactieve webcare is een logische vervolgstap die past bij een behulpzame overheid. In 2017 begint DPC hiermee.
- **Van reactief naar een actieve content-strategie.** Niet alleen reageren op vragen en opmerkingen maar ook actief content aanbieden waar onze doelgroepen wat aan hebben. In 2017 wordt hier ervaring mee opgedaan.



7. Informatie op maat

In 2017 continueert de VoRa het programma *Informatie op maat*. Zo wordt er verder gewerkt aan het 1overheidsprincipe. Onder meer door de ontwikkeling van de (visuele) identiteit overheid en een samenhangend geheel aan overheidsbrede kanalen.

7. Financiering & organisatie

- ✓ Budget: 170K
- ✓ Eigenaar: Erik den Hoedt en Pieter Idenburg
- ✓ Ondersteuning: Han Rouw (projectleider), Loulou Birza (CAR) en Wouter van Eendenburg (CAR)

Aan de slag

De leden van de VoRa leggen met het jaarprogramma een gemeenschappelijke agenda voor. De realisatie van het programma valt of staat met actieve bijdragen van velen in en om de communicatiediscipline. Ben je geïnteresseerd in de activiteiten? Belangstelling om mee te doen? Neem contact op met de personen die bij de activiteiten worden genoemd of de afdeling Communicatie Algemeen regeringsbeleid (CAR) van de Rijksvoorlichtingsdienst (RVD) via Wouter van Eendenburg (w.vaneendenburg@minaz.nl).

Wat gaan we doen:

- *1overheid – no wrong door*. Streven is dat het geheel aan overheidsloketten aanvoelt als één. De VoRa verkent samen met haar partners welke concrete verbeterstappen gezet kunnen worden. Denk aan: warm doorverbinden, vergelijkbare serviceniveaus (taalgebruik, reactietijden, etc), herkenbare toepassingen (formulieren, navigatie, etc) en een samenhangend geheel van overheidsbrede kanalen. [verkenning]
- *(Visuele) identiteit Overheid*. Om het 1overheidsprincipe smoel te geven wordt in 2017 een knoop doorgehakt over een eigen huisstijl. Een stijl die in beginsel op de overheidsbrede kanalen wordt toegepast. [besluitvorming]
- *Samenhangend geheel overheidsbrede kanalen*. Verkenning t.b.v. betere samenwerking tussen de overheidsbrede portalen: Overheid.nl, MijnOverheid.nl, Informatie Rijksoverheid en Ondernemersplein. Kern van het advies is dat het totaal voor de ontvanger een logisch geheel moet vormen. [verkenning]
- *Burgerplein*. Er wordt aan een voorstel gewerkt voor de vorming van een Burgerplein voor mensen in hun rol als klant van de overheid. Dit naar voorbeeld van het Ondernemersplein. [verkenning]
- *Identiteit Rijksoverheid opnieuw laden*. Als klantinformatie meer en meer onder de vlag van 1overheid wordt aangeboden dan heeft dat ook consequenties voor de lading van de identiteit Rijksoverheid. De consequenties van het programma *Informatie op maat* voor de identiteit Rijksoverheid worden in 2017 in kaart gebracht. [verkenning]



Deze brochure is een uitgave van:

Ministerie van Algemene Zaken

Binnenhof 19

2513 AA Den Haag

Postbus 20001

2500 EA Den Haag

Februari 2017 | 100644