

Stijlgids *Antwoord*®



www.antwoord.nl

Antwoord®

Inhoud

1. Achtergrond Antwoord [®] Concept	3
Kernwaarden	4
2. Algemene richtlijnen Antwoord [®] Stijl	5
2.1 Eenvoud	5
2.2 Woordmerk Antwoord [®]	5
2.3 Het woord en het ©-teken	5
2.4 Het copyright-teken ©	6
3. Richtlijnen gemeentelijke Antwoord [®] campagne	7
A. De basis	7
3.1 Gemeente heeft Antwoord [®]	7
3.2 Typografie	7
3.3 Kleurgebruik	8
3.4 Thema-illustraties	8
B. Campagne niveaus	10
Niveau 1: klein	10
Niveau 2: gemiddeld	12
Niveau 3: groots	15
4. Voorbeelden Antwoord [®] campagnes	17
Gemeente Almere	17
Gemeente Alphen aan den Rijn	18
Gemeente Amersfoort	19
Gemeente Amsterdam	20
Gemeente Apeldoorn	21
Gemeente Barneveld	23
Gemeente Breda	24
Gemeente Deventer	25
Drechtsteden	25
Gemeente Etten-Leur	26
Gemeente Zaanstad	26
Gemeente Zoetermeer	26

Leeswijzer

In deze Stijlgids Antwoord[®] staan links opgenomen naar www.antwoord.nl en www.antwoordcommunity.nl. In de lopende tekst zijn deze links blauw en aanklikbaar. Om de links naar de Antwoord[®] Community te kunnen gebruiken, is een lidmaatschap van deze community vereist. Bent u nog geen lid van de Antwoord[®] Community? Meld u dan snel aan via bovenstaande link!

In deze Stijlgids wordt gesproken over verschillende werkbestanden en downloads die binnen de Antwoord[®] Stijl beschikbaar zijn. Het gaat om illustraties en werkbestanden voor posters, advertenties en andere middelen. De bestanden zijn in één overzicht op de Antwoord[®] Community beschikbaar via de rode banner, rechts onderaan de homepage.

Waarom de Antwoord[®] Stijl?

Gemeenten werken in het kader van Antwoord[®] hard aan verbetering van de overheidsdienstverlening. Om deze gezamenlijke beweging zichtbaar te maken voor burgers en ondernemers is de Antwoord[®] Stijl ontwikkeld. Een stijl die gemakkelijk in te passen is in de huisstijl van iedere organisatie en waarmee tegen minimale kosten en manuren een Antwoord[®] campagne kan worden opgebouwd.

Gebruik van deze stijl impliceert een goede kwaliteit van dienstverlening. Gemeenten die met Antwoord[®] aan de slag zijn, laten met de Antwoord[®] Stijl en een Antwoord[®] campagne zien dat hun dienstverlening verbeterd is, volgens een landelijk vastgestelde norm. Met de inhoud en de stijl van de Antwoord[®] campagne informeert de gemeente haar burgers en ondernemers over de verbeterde contactkanalen (bijvoorbeeld het 14+netnummer Antwoord[®] of het vernieuwde digitale loket), zodat het voor burgers en bedrijven duidelijk is waar ze terecht kunnen met hun vragen en dat ze daar goed en adequaat worden geholpen. Voorbeelden van Antwoord[®] campagnes van verschillende gemeenten komen in deze Stijlgids aan bod.

In deze Stijlgids worden allereerst een aantal algemene richtlijnen beschreven voor het gebruik van het woordmerk Antwoord[®]. Vervolgens komen richtlijnen voor een gemeentelijke campagne aan bod. Eerst wordt de basis van een dergelijke campagne uiteen gezet. Daarna wordt ingegaan op de verschillende campagne niveaus: klein, gemiddeld en groots. De niveaus zijn afgestemd op de lokale situatie van een gemeente en het beschikbare budget. De niveaus geven aan wat een gemeente minimaal moet communiceren om de boodschap goed over te kunnen brengen.

1. Achtergrond **Antwoord**[®] Concept

Vraag aan de overheid?

Vaak weten burgers of ondernemers als ze een vraag aan de overheid hebben niet precies bij welke organisatie ze terecht kunnen. Waar kunnen zij hun vraag stellen? En hoe? Ergens langs gaan, bellen of kan het via een website geregeld worden? Veel overheidsorganisaties moeten doorverwijzen naar een andere instantie, omdat zij de vraag niet of slechts deels kunnen beantwoorden. Om dit probleem op te lossen, werken gemeenten, provincies, waterschappen, uitvoeringsorganisaties en het Rijk samen aan een beter bereikbare overheid en het beter vindbaar en toegankelijk maken van overheidsinformatie en -diensten.

Antwoord[®] Dienstverleningsconcept

Het concept waarmee de overheid haar dienstverlening verbetert heet **Antwoord**[®]. **Antwoord**[®] levert kennis, bouwstenen, systemen en ondersteuning waarmee overheden hun dienstverlening kunnen verbeteren. Doel is om sneller en begrijpelijker, maar vooral ook het juiste antwoord te geven via verschillende kanalen. Bovendien moet informatie ook makkelijker vindbaar zijn. Een bijzondere rol binnen **Antwoord**[®] is weggelegd voor gemeenten. Zij staan het dichtst bij burgers en ondernemers en vormen in 2015 de herkenbare ingang tot de overheid. Als je niet weet waar je met je vraag aan de overheid naartoe moet, dan kun je straks altijd bij de gemeente terecht. De gemeente kan in de meeste gevallen een vraag direct beantwoorden, ook als de vraag aan een andere overheidsorganisatie is gericht, of in één keer goed doorverwijzen. Burgers en ondernemers die wel weten waar ze moeten zijn, kunnen uiteraard ook nog steeds direct terecht bij specialistische loketten zoals bijvoorbeeld de uitvoeringsorganisaties. Bij iedere overheidsorganisatie en via elk kanaal is de kwaliteit van dienstverlening gelijk; toegankelijk, betrouwbaar en zo eenvoudig mogelijk!

Antwoord[®] Producten

Om gemeenten te helpen bij het invullen van deze bijzondere rol, biedt **Antwoord**[®] een duidelijk stappenplan en concrete bouwstenen. Deze geven aanleiding tot de implementatie van een aantal **Antwoord**[®] Producten:

- [14+netnummer **Antwoord**[®]](#): een herkenbaar en makkelijk te onthouden centraal gemeentelijk telefoonnummer;
- het achterliggende multichannel [Antwoord[®]-klantcontactcentrum \(kcc\).](#)

Antwoord[®] Kwaliteitskeurmerk

De perceptie van **Antwoord**[®] wordt bepaald door alle deelnemende organisaties. Zij zijn samen verantwoordelijk voor de kwaliteit van de dienstverlening. Zij beloven burgers en ondernemers met **Antwoord**[®] betere dienstverlening en staan voor de **Antwoord**[®] kernwaarden die deze belofte onderbouwen. Daardoor weten burgers en ondernemers waar ze aan toe zijn en wat ze van de overheidsdienstverlening nu en op termijn mogen verwachten. **Antwoord**[®] is op deze manier ook een kwaliteitskeurmerk. Het merk maakt duidelijk waar de organisaties voor staan en geeft burgers en ondernemers de zekerheid van een constante en betrouwbare kwaliteit.

Kernwaarden

Eenvoudig

Het idee is eenvoudig. Heb je een vraag aan de overheid, dan is de oplossing simpel; je gaat naar Antwoord[®]. Antwoord[®] straalt eenvoud uit, er is geen logo en Antwoord[®] heeft een heldere, sobere stijl van communiceren. De stijl laat zich eenvoudig inpassen in de (huis)stijl van elke frontoffice. Bij Antwoord[®] horen geen toeters en bellen, geen ingewikkeld taalgebruik en geen producten met 1001 opties. Je krijgt wat je nodig hebt; niet meer en ook niet minder.

Begrijpelijk

Antwoord[®] is begrijpelijk. Het zoeken naar antwoorden is simpel en ook het antwoord op een vraag is zo begrijpelijk mogelijk geformuleerd. Je hebt niets aan een antwoord dat je niet snapt. Antwoord[®] is ook begrijpelijk voor de medewerkers en de mensen die het dienstverleningsconcept ontwikkelen.

Vindbaar

Met Antwoord[®] hoef je niet meer te zoeken naar de organisatie die jouw vraag aan de overheid kan beantwoorden. Antwoord[®] heeft het antwoord op iedere vraag - meestal direct en soms door middel van doorverwijzen. Iedereen kan Antwoord[®] vinden door de herkenbare stijl en het gebruik van 14+netnummer Antwoord[®]. Slim gebruik van internetstandaarden zorgt ervoor dat informatie van verschillende organisaties gemakkelijk kan worden uitgewisseld.

Toegankelijk

Door Antwoord[®] is informatie van de overheid voor iedereen toegankelijk. Antwoord[®] is bereikbaar via verschillende kanalen; telefonie, internet en balie. Hierdoor kan je dag en nacht antwoord krijgen op je vragen. Op internet is de informatie toegankelijk voor iedereen.

Betrouwbaar

Altijd hetzelfde antwoord op een vraag aan de overheid. Dat is de kern van Antwoord[®]. De overheid is betrouwbaar. Burgers en ondernemers komen niet meer voor verrassingen te staan. Antwoord[®] staat voor kwaliteit.

2. Algemene richtlijnen **Antwoord**[©] Stijl

Antwoord[©] is niet van één organisatie. Antwoord[©] wordt een deel van iedere gemeente, van iedere overheidsorganisatie. Het is een beweging die staat voor betere dienstverlening door de overheid. Dat vraagt om eenheid in verscheidenheid. Een vormtaal die de kernwaarden van Antwoord[©] uitdraagt en tegelijkertijd duidelijk maakt wie de afzender is. De afzender is in de meeste gevallen de gemeente. Om burgers en ondernemers op de hoogte te stellen van de kernwaarden van hun vernieuwde dienstverlening voeren gemeenten lokaal een Antwoord[©] campagne. Daarnaast kunnen ook andere organisaties de Antwoord[©] Stijl gebruiken om over hun Antwoord[©] dienstverlening te communiceren.



Voorbeeld van de stijl met simpele illustraties en duidelijke teksten

2.1 Eenvoud

De kern van Antwoord[©] is eenvoud. Daar hoort ook een vorm bij die eenvoud, helderheid en soberheid uitstraalt. Teksten zijn kort en bondig, zonder jargon. De vormgeving is helder en illustratief. Naast de schrijfwijze zijn er simpele illustraties ontwikkeld. Illustraties die een verhaal vertellen. Antwoord[©] is toegankelijk en benaderbaar. De heldere kleuren, duidelijke lijnen en afgeronde hoeken ondersteunen dat.

2.2 Woordmerk **Antwoord**[©]

Antwoord[©] is geen logo maar een wijze van presentatie. Zo kan Antwoord[©] gemakkelijk worden gecombineerd met andere huisstijlen. Gemeenten kunnen hun eigen lettertype gebruiken, maar Arial of Verdana heeft de voorkeur.



Voorbeeld in Arial

2.3 Het woord en het ©-teken

Antwoord[©] wordt altijd met een kapitale A geschreven. Verder wordt het ©-teken toegevoegd en wordt het woordmerk typografisch geaccentueerd:

Bodytekst: In lopende teksten of bodyteksten wordt Antwoord[©] standaard geschreven met een hoofdletter. Het ©-teken wordt in superscript toegevoegd. Deze toevoeging draagt bij aan een herkenbare en eenduidige uitstraling.

Titels: In titels wordt het woordmerk bovendien typografisch geaccentueerd om het nog meer te laten opvallen. Het wordt namelijk cursief geschreven. Het copyright teken wordt altijd standaard geschreven.

2.4 Het copyright-teken ©

Bij gebruik van het ©-teken is het belangrijk dat het ©-teken op de juiste wijze wordt getypografeerd:

- altijd in superscript*;
- ruimte tussen de 'd' van Antwoord[©] en het ©-teken;
- geen typografische accenten (dus standaard);
- niet te groot of te klein;
- © moet een cirkel zijn;
- de regelafstand moet op exact staan, anders zorgt de verhoging of verlaging van het ©-teken voor een onregelmatige regelafstand.

* Op internet wordt het ©-teken niet superscript geschreven, omdat het technisch niet altijd mogelijk is het ©-teken superscript weer te geven.

an dat? Antwoord[©] bewijst het.
maar een wijze van presentatie.
kkelijk worden gecombineerd r

Voorbeeld bodytekst met Antwoord[©] recht en het ©-teken superscript

Vragen over
hondenbelasting?

Rotterdam heeft **Antwoord[©]** bel 14 010
of kijk op www.rotterdam.nl

Voorbeeld van het woordmerk in een titel (kapitale A, typografisch
geaccentueerd, © in superscript)



Vragen over
vergunningen?

Alphen aan den Rijn
heeft **Antwoord[©]**

Voor alle vragen aan de gemeente
Antwoord[©] bel 14 0172
of kijk op www.alphenaandenrijn.nl

Voorbeeld van een affiche in de Antwoord[©] Stijl

3. Richtlijnen gemeentelijke *Antwoord*[®] campagne

A. De basis

Een gemeente voert een *Antwoord*[®] campagne om burgers en ondernemers op de hoogte te stellen van de vernieuwde dienstverlening. Aanleiding is bijvoorbeeld de invoering van het 14+netnummer *Antwoord*[®] of het vernieuwde digitale loket. Met de inhoud en de stijl van de *Antwoord*[®] campagne informeert de gemeente niet alleen over haar contactkanalen, maar laat de gemeente ook zien dat ze de kernwaarden van *Antwoord*[®] nastreeft. Dankzij de vernieuwde *Antwoord*[®] dienstverlening, is het voor burgers en bedrijven duidelijk waar ze terecht kunnen met hun vragen en dat ze daar goed en adequaat worden geholpen.

Voor gemeenten zijn, naast de algemene richtlijnen, specifieke richtlijnen opgesteld. In dit hoofdstuk worden deze richtlijnen uitgewerkt en toegelicht aan de hand van een standaard advertentie. In hoofdstuk 3.B. zijn meer middelen uitgewerkt, waarvan u de werkbestanden kunt downloaden. Ook vindt u in dit hoofdstuk inspirerende voorbeelden van middelen die gemeenten aan de hand van de *Antwoord*[®] Stijl op eigen initiatief hebben ontwikkeld.

De *Antwoord*[®] Stijl is gemakkelijk in te passen in de gemeentelijke huisstijl. Het eigen logo, de eigen kleuren en het eigen lettertype kunnen gebruikt worden. Hierdoor wordt de individuele uitstraling van een gemeente gecombineerd met een herkenbare, landelijke stijl. Eenheid in verscheidenheid. Naast eenduidigheid bevordert eenzelfde stijl ook het efficiënt omgaan met communicatiemiddelen en -budgetten.

3.1 Gemeente heeft *Antwoord*[®]

Het woordmerk *Antwoord*[®] kan gecombineerd worden met de naam van de gemeente. Er is gekozen voor 'Gemeente X heeft *Antwoord*[®]' en niet voor 'geeft', omdat dit aangeeft dat een gemeente meer doet dan alleen antwoord geven. De gemeente heeft een goed dienstverleningsconcept (*Antwoord*[®]) en heeft daardoor *Antwoord*[®] op alle vragen aan de overheid.



Voorbeeld van sticker met daarop de woordcombinatie Barneveld heeft *Antwoord*[®]

3.2 Typografie

De gemeentelijke *Antwoord*[®] Stijl wordt voor een belangrijk deel bepaald binnen de kaders van een gemeentelijke huisstijl. Daarom is het van belang om een aantal typografische richtlijnen in acht te nemen.

Lettertypes

Het gebruik van de lettertypes Arial of Verdana heeft de voorkeur in uitingen van *Antwoord*[®]. Echter, gemeenten kunnen ook hun eigen lettertype gebruiken. Kies in ieder geval voor één lettertype en één corpgrootte.

Gelaagdheid

De corpgrootte kan wel worden aangepast om een bepaalde voorkeur voor het contact met het publiek aan te geven, dus een voorkeurskanaal te communiceren. Is het voorkeurskanaal de telefoon, dan wordt het internetadres kleiner geschreven ten opzichte van het 14+netnummer *Antwoord*[®].



Voorbeeld advertentie waarin het telefoonnummer groter is geschreven dan het internetadres, kanaalsturing op telefonie



Voorbeeld advertentie waarin het internetadres groter is geschreven dan het telefoonnummer, kanaalsturing op internet

Telefoonnummer

De juiste schrijfwijze van het telefoonnummer is: 14 010, 14 0215 etc. Dus met een spatie na de 14. Het 14+netnummer wordt altijd in verband gebracht met Antwoord®.



Voorbeeld combinatie van Antwoord® en 14+netnummer

3.3 Kleurgebruik

Een aantal middelen is uitgewerkt in standaard full-colour versies die een gemeente kan gebruiken. Daarnaast kunnen deze kleuren ook worden aangepast aan de eigen gemeentelijke huisstijlkleuren. Niet alle kleuren zijn even geschikt en het toepassen van kleur moet op een weloverwogen manier gebeuren:

- gebruik krachtige kleuren, voorkom pastel-achtige tinten;
- laat het lijnenspel altijd zwart;
- zorg ervoor dat teksten voldoende contrasteren en dus leesbaar blijven;
- gebruik niet té veel kleuren, 2 of 3 is voldoende;
- gebruik eventueel percentages van kleuren om het totaal aantal kleuren (én de kosten) te beperken.

3.4 Thema-illustraties

Gemeenten kunnen over diverse gemeentelijke dienstverleningsthema's communiceren in hun campagne. Hierbij kan gebruik worden gemaakt van speciale illustraties die op basis van de meest voorkomende gemeentelijke dienstverleningsthema's zijn vervaardigd. Deze illustraties zijn bewust abstract gehouden en kunnen op meerdere manieren geïnterpreteerd worden. Zo kunnen zoveel mogelijk thema's aan een illustratie worden gekoppeld. De illustraties zijn simpel, helder en zodanig herkenbaar dat ze feitelijk huisstijloverstijgend zijn. De illustraties zijn vanuit een visie getekend en mogen niet worden aangepast of vervormt. De verhoudingen zijn bindend (dus hoger dan breed). Ook het gebruik van afgeronde hoeken is een vast onderdeel van de stijl. Een gemeente kan kiezen uit de full-colour versies of kan de eigen huisstijlkleuren toepassen. Richtlijnen hiervoor zijn (zie ook 3.3):

- het lijnenspel van de illustraties blijft altijd zwart;

- alleen de vlakken mogen worden ingekleurd;
- de illustraties geheel als lijntekening gebruiken, dus zonder ingekleurde vlakken, is niet toegestaan;
- afhankelijk van de toepassing en/of het budget kunnen de illustraties in diverse kleurstellingen worden gebruikt. Wanneer er slechts één kleur beschikbaar is zullen de vlakken moeten worden 'ingekleurd' met grijswaarden.



Fullcolour vs. grijswaarden

In nevenstaande tabel staan de mogelijke onderwerp/illustratie combinaties waar een gemeente uit kan kiezen. Deze onderwerp/illustratie-combinaties zijn bindend. Heeft een gemeente eenmaal een illustratie/onderwerp-combinatie gekozen, dan kan deze binnen de campagneperiode omwille van de duidelijkheid niet meer gewijzigd worden.

Vragen over:	Nadere toelichting (bijv. in een advertentie):
 <ul style="list-style-type: none"> -wonen -parkeren 	<p>Voor vragen over wachtbijden, maar bijvoorbeeld ook over woning-corporaties, huurtoeslag, puntensysteem, plannen van het ministerie van VROM, woningruil of onderverhuur.</p> <p>Voor vragen over parkeervergunningen, maar bijvoorbeeld ook over vergunningsgebieden, wachtlijsten, bedrijfsvergunningen, betaald parkeren of de drieking.</p>
 <ul style="list-style-type: none"> -vergunningen -wonen 	<p>Voor vragen over een bouwvergunning, maar bijvoorbeeld ook voor een parkeervergunning, een verkoopvergunning, een visvergunning, een kaovergunning of een horecavergunning.</p> <p>Voor vragen over een bouwvergunning, maar bijvoorbeeld ook over woningcorporaties, huurtoeslag, puntensysteem, plannen van het ministerie van VROM, woningruil of onderverhuur.</p>
 <ul style="list-style-type: none"> -vergunningen -belastingen 	<p>Voor vragen over een dakteras, maar bijvoorbeeld ook voor een parkeervergunning, een verkoopvergunning, een visvergunning, een kaovergunning of een horecavergunning.</p> <p>Voor vragen over de WOZ-waarde, maar bijvoorbeeld ook over hondenbelasting, precaria, afvalstoffenheffing, gebruikersbelasting, betalingsregelingen of liggeld.</p>
 <ul style="list-style-type: none"> -reclame -koopzond 	<p>Voor vragen over uitstaivergunningen, precaria, gevelreclames, maar bijvoorbeeld ook over loonkostensubsidies, heikreders of bedrijfstuimtes.</p> <p>Voor vragen over uitstaivergunningen, precaria, gevelreclames, maar bijvoorbeeld ook over loonkostensubsidies, heikreders of bedrijfstuimtes.</p>
 <ul style="list-style-type: none"> -belastingen -parkeren 	<p>Voor vragen over hondenbelasting, maar bijvoorbeeld ook over de WOZ-waarde, precaria, afvalstoffenheffing, gebruikersbelasting, betalingsregelingen, schijnruil of liggeld.</p> <p>Voor vragen over parkeervergunningen, maar bijvoorbeeld ook over vergunningsgebieden, wachtlijsten, bedrijfsvergunningen, betaald parkeren of de drieking.</p>
 <ul style="list-style-type: none"> -subsidies 	<p>Voor subsidie op een geveltuinje, maar bijvoorbeeld ook op een monumentenpad, een buurtfestival, een nieuw bedrijf, de sportvereniging, een cursus Nederlands of de fanfare.</p>
 <ul style="list-style-type: none"> -uitkeringen 	<p>Voor vragen over WAO-likkering, maar bijvoorbeeld ook over de langdurigheidstoelage, de wet WIA, arbeidsongeschiktheidverzekering, WW, sociale werkvoorziening of JWW.</p>
 <ul style="list-style-type: none"> -trouwen 	<p>Voor vragen over bijzondere trouwlocaties, maar bijvoorbeeld ook over de ambtelijk burgerlijke stand, aangele van geboorte, scheidingen, de notaris of gemeenschap van goederen.</p>
 <ul style="list-style-type: none"> -druif 	<p>Voor vragen over zwerfuit, maar bijvoorbeeld ook over de</p>

Impressie van de tabel met beschrijvingen van mogelijke combinaties van onderwerpen en illustraties (klik op de afbeelding om de gehele tabel te downloaden)

3. Richtlijnen gemeentelijke *Antwoord*[®] campagne

B. Campagne niveaus

Voor de communicatie rondom de invoering van *Antwoord*[®] binnen een gemeente, zoals het 14+netnummer *Antwoord*[®] of bijvoorbeeld het vernieuwde webloket, kan een gemeente in de stijl van *Antwoord*[®] op drie niveaus communiceren: klein, gemiddeld en groots. Hiervoor zijn verschillende middelen ontworpen die aangepast kunnen worden binnen de gemeentelijke huisstijl. De niveaus zijn afgestemd op de lokale situatie van een gemeente en het beschikbare budget. De niveaus geven aan wat een gemeente minimaal moet communiceren. Uiteraard kunnen gemeenten hier zelf varianten op bedenken en op aanvullen met meer communicatieve acties. Kijk voor inspiratie in hoofdstuk 5 'Voorbeelden *Antwoord*[®] campagnes'.

Het is van belang om ontwikkelingen zoals bijvoorbeeld de implementatie van het 14+netnummer *Antwoord*[®] in de communicatie in ieder geval in relatie te brengen met *Antwoord*[®]. Ook door een campagne op niveau 'klein', kan deze koppeling al worden bereikt. Zo wordt voor burgers en ondernemers duidelijk wat *Antwoord*[®] is, waar het voor staat en wat men kan verwachten.

Niveau 1: klein

Niveau 1 is bijvoorbeeld voor gemeenten die achter de schermen nog een boel te regelen hebben, maar wel alvast de interne organisatie op de hoogte willen brengen van de ontwikkelingen rondom *Antwoord*[®]. Daarnaast treffen ze alvast voorbereidingen voor de grootse communicatie over bijvoorbeeld het nieuwe 14+netnummer *Antwoord*[®]. Dit niveau wordt gekenmerkt door het noemen van *Antwoord*[®] en het uitleggen van het *Antwoord*[®] Concept. De relatie van bijvoorbeeld het 14+netnummer met *Antwoord*[®] wordt op dit niveau uitgelegd. Het is van belang ook binnen de andere campagne niveaus deze koppeling te maken en de uitleg over het concept te blijven geven.

Minimaal:

- interne nieuwsbrief en gadgets voor intern, zoals pennen;
- telefoonnummer wijziging doorvoeren op bestaande en toekomstige middelen; in ieder geval op de website, maar denk ook aan briefpapier, gemeentegids, telefoongids, overheid.nl, etc.;
- standaardtekst over 14+netnummer *Antwoord*[®];
- persbericht;
- uitleg op website.

Interne communicatie

Een belangrijke stap in de communicatie over de vernieuwde *Antwoord*[®] dienstverlening, is het informeren van de interne organisatie. Voordat er extern gecommuniceerd kan worden, moet eerst iedereen binnen de organisatie op de hoogte worden gebracht. Dit kan via een interne nieuwsbrief of een presentatie, waarin het concept en de consequenties ervan worden uitgelegd. Om de boodschap te laten beklijven en mensen enthousiast te maken, kunnen er ook gadgets uitgedeeld worden, zoals bedrukte pennen en memoblokjes. Voor een feestelijke introductie kan gekozen worden voor taart, snoepjes, etc.



Voorbeelden van *Antwoord*[®] gadgets, gemaakt door gemeenten op eigen initiatief

Telefoonnummer wijziging

Als een gemeente in het kader van Antwoord[®] het oude telefoonnummer heeft gewijzigd in een 14+netnummer Antwoord[®], dan moet dit nummer uiteraard gecommuniceerd worden richting burgers en ondernemers. In ieder geval moet het nummer, volgens de [Aansluitvoorwaarden van het 14+netnummer Antwoord[®]](#), op de website aangepast worden. Ook andere bestaande en toekomstige middelen, zoals briefpapier, gemeentegids, telefoongids, overheid.nl, etc. moeten hierop worden aangepast. De juiste vermelding is 14 met een spatie en dan het netnummer in combinatie met Antwoord[®].

Standaardtekst voor persbericht en uitleg op website

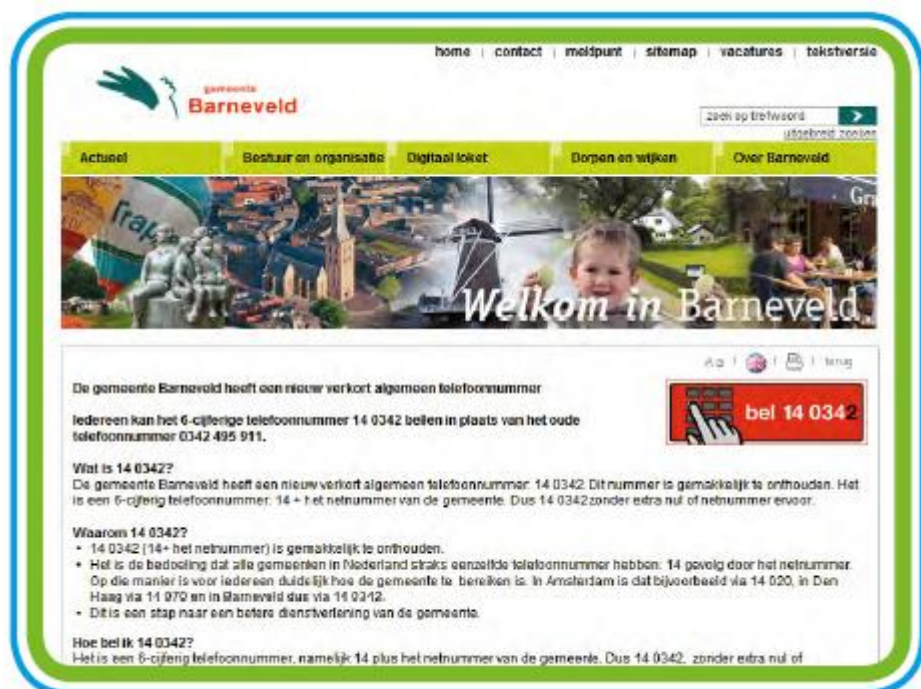
Voor verschillende middelen zoals een persbericht of website is een standaard tekst ontwikkeld. Er is een tekst die gebaseerd is op het gebruik van spraakkeuze door meerdere gemeenten. Er is ook een aangepaste tekst voor gemeenten die alleen gebruik maken van een 14+netnummer Antwoord[®]. Aan de basistekst kunnen bijvoorbeeld veelgestelde vragen van bellers worden toegevoegd. U vindt deze teksten op de Antwoord[®] Community door bij het tabblad "document" als trefwoord "standaardtekst 14+netnummer" in te typen.

Persbericht

Om inwoners goed te informeren over het nieuwe 14+netnummer Antwoord[®], maar ook over bijvoorbeeld de oplevering van een vernieuwd webloket of de opening van een publieksbalie, is het uitbrengen van een persbericht een goed middel. Hierin kunt u als gemeente meer uitleg geven over de achtergronden van het nieuwe nummer of het webloket en laat u zien dat deze vernieuwingen passen binnen een groter geheel, namelijk het verbeteren van de dienstverlening volgens het Antwoord[®] Concept. Op de Community zijn verschillende persberichten te vinden van gemeenten zoals Nijmegen, Almere en Etten-Leur.

Informatiepagina op de gemeentelijke website

De informatie uit het persbericht en aanvullende informatie kunnen burgers en ondernemers nalezen op een speciale informatiepagina op de gemeentelijke website. Op deze manier wordt de boodschap via verschillende kanalen gecommuniceerd en wordt een grote groep mensen bereikt. Zie hieronder een voorbeeld van de gemeente Barneveld.



The screenshot shows the website of the municipality of Barneveld. At the top, there is a navigation menu with links for 'home', 'contact', 'meldpunt', 'sitmap', 'vacatures', and 'tekstversie'. Below the navigation is a search bar and a menu with categories: 'Actueel', 'Bestuur en organisatie', 'Digitaal loket', 'Dorpen en wijken', and 'Over Barneveld'. The main content area features a large banner with the text 'Welkom in Barneveld' and a photo of a child. Below the banner, there is a news article titled 'De gemeente Barneveld heeft een nieuw verkort algemeen telefoonnummer'. The article text reads: 'Iedereen kan het 6-cijferige telefoonnummer 14 0342 bellen in plaats van het oude telefoonnummer 0342 495 911.' It includes a sub-section 'Wilt is 14 0342?' and 'Waarom 14 0342?' with bullet points explaining the benefits of the new number. A red button with a hand icon and the text 'bel 14 0342' is also visible.

Uitleg over 14 0342 Antwoord[®] op www.barneveld.nl

Niveau 2: gemiddeld

Niveau 2 is een uitbreiding van niveau 1 en is een informatieve campagne, waarbij de inwoners via verschillende middelen en kanalen geïnformeerd worden.

Minimaal:

- niveau 1;
- advertenties in gemeentelijke of huis-aan-huis krantjes;
- flyer met informatie;
- banner op de gemeentelijke homepage;
- gadgets om uit te delen ook voor inwoners, zoals bedrukte pennen.

Advertenties

Als onderdeel van de campagne over Antwoord[®] kan een gemeente advertenties plaatsen in diverse media, zoals de gemeentegids en huis-aan-huisbladen. In de Antwoord[®] Stijl worden twee soorten advertenties onderscheiden, namelijk een tekstuele en een illustratieve variant.

Tekstuele advertentie variant

De belangrijkste richtlijnen bij de uitwerking van een tekstuele advertentie zijn:

- de tekstopbouw is 'Vragen aan de gemeente?' of 'Vragen over thema x'? of variaties hierop;
- en daarna 'Gemeente X heeft Antwoord[®]';
- het woord Antwoord[®] in een titel, dus onderscheidend (cursief);
- voorkeurskanaal is in het voorbeeld telefoon, dus URL kleiner geschreven;
- krachtige kleuren uit de eigen gemeentelijke stijl;
- zie de voorbeelden voor de juiste uitlijning;
- de kaders zijn afgerond;
- de witruimte rondom is verplicht, aflopend is niet toegestaan.



Voorbeelden van tekstuele advertentie (rechtstreekse link naar werkbestanden tekstuele advertentie variant)

Illustratieve advertentie variant

De belangrijkste richtlijnen bij de uitwerking van illustratieve advertenties zijn:

- de tekstopbouw is 'Vragen over onderwerp X?';
- en daarna 'Gemeente X heeft Antwoord[®]';
- het woord Antwoord[®] in een titel, dus onderscheidend (cursief);
- bij gebruik van een illustratie is de ondertitel opgebouwd uit vaste teksten behorende bij het onderwerp;
- voorkeurskanaal is in het voorbeeld telefoon, dus URL kleiner geschreven;
- krachtige kleuren uit de eigen gemeentelijke stijl;
- zie de voorbeelden voor de juiste uitlijning;
- de kaders zijn afgerond;
- de witruimte rondom is verplicht, aflopend is niet toegestaan;
- de verhoudingen zoals hierboven getoond moeten worden gehandhaafd;

- het eigen logo van de gemeente kan onder in de linkerhoek worden geplaatst;
- Zie voor het gebruik van kleuren, illustraties en illustratie/ onderwerp-combinaties ook hoofdstuk 3.A.



Voorbeeld van illustratieve advertentie (rechtstreekse link naar werkbestanden illustratieve advertentie variant)

Flyer met informatie

Verschillende gemeenten hebben hun burgers en ondernemers over het 14+netnummer Antwoord[®] geïnformeerd door middel van het verspreiden van een flyer. Vaak bevat deze flyer ook een sticker met het 14+netnummer Antwoord[®], die men bijvoorbeeld op de telefoon kan plakken. In deze flyer kan worden uitgelegd wat het nummer is, hoe het werkt en wat men als beller kan verwachten. De 'Standaardtekst over 14+netnummer Antwoord[®]' kan als basis voor deze flyer worden gebruikt. Ook zijn op de Antwoord[®] Community voorbeelden beschikbaar van flyers van de gemeente Deventer en de gemeente Alphen aan den Rijn.



Antwoord[®] advertentie in Stadsberichten, nieuws van de gemeente Amersfoort

Banner op gemeentelijke website

Als onderdeel van de gemeentelijke campagne maakt een gemeente via de eigen site kenbaar dat de gemeente is aangesloten bij Antwoord[®]. Een link naar een informatieve pagina over Antwoord[®] of naar een andere Antwoord[®] locatie op de gemeentelijke website (bijvoorbeeld een webloket) kan op twee manieren worden uitgevoerd: als tekstuele banner of als illustratieve banner.



Antwoord[®] banner op de homepage van de gemeente Zaanstad

Gadgets (extern)

Aansluitend op de gadgets die voor de interne organisatie worden gemaakt, kan een grotere oplage ook uitgedeeld worden aan bezoekers van de gemeente. Denk aan ballonnen, pennen, pepermuntjes etc. Dit verhoogt de attentiewaarde van de boodschap en deze gadgets hebben een langere houdbaarheidsdatum dan bijvoorbeeld een advertentie die vluchtig wordt gelezen.



Voorbeelden van Antwoord[®] gadgets, gemaakt door gemeenten op eigen initiatief

Niveau 3: groots

Niveau 3 is de meest uitgebreide variant en hiermee pakt een gemeente goed uit, met exposure op straat en aanvullende acties rondom het gemeentehuis.

Minimaal:

- niveau 2;
- reclame op straat zoals posters op bushokjes en driehoeksborden, op voertuigen zoals bus of veegwagen, etc.;
- feestelijke ingebruikname het 14+netnummer Antwoord[®].

Reclame op straat en op voertuigen

Voor reclame op straat en voertuigen kan de tekstuele advertentievariant worden gebruikt.



Voorbeelden van reclame op straat en op voertuigen

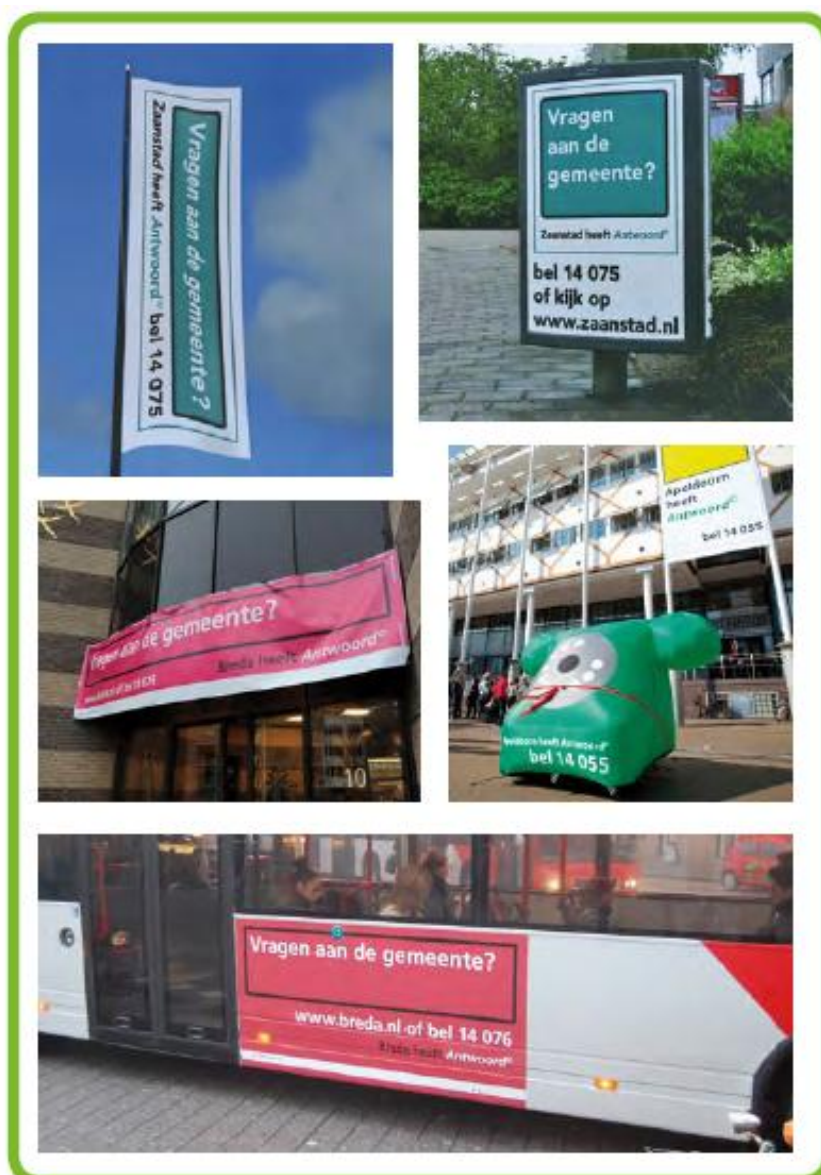
Ook de illustratieve advertentie variant kan gebruikt worden, in dit geval als een affiche. Een affiche wordt van grotere afstand bekeken, vaak in een heel kort moment. Teveel tekst in de ondertitel moet dus worden vermeden en alles moet groter en opvallender.



Voorbeelden van Antwoord[®] poster vs. een advertentie (rechtstreekse link naar werkbestand posters staand met onderwerp en illustratie)



Voorbeeld van een liggende poster, let op de positionering van tekst en logo (rechtstreekse link naar werkbestand liggende poster met onderwerp en illustratie)



Voorbeelden van reclame op straat en op voertuigen

4. Voorbeelden **Antwoord**[®] Campagnes

Om inspiratie en ideeën op te doen, volgen er voorbeelden van campagnes van verschillende gemeenten. Van de gemeenten die aan bod komen staan op de **Antwoord**[®] Community handige documenten. Hierbij valt te denken aan communicatieplannen, filmpjes, speeches van wethouders etc.

Gemeente Almere

Op de **Antwoord**[®] Community is het communicatieplan invoering 14 036 **Antwoord**[®] beschikbaar.



Bericht op www.almere.nl over de ingebruikname 14 036 **Antwoord**[®]



Uitleg over 14 036 **Antwoord**[®] op www.almere.nl



Advertenties om het nieuwe telefoonnummer 14 036 **Antwoord**[®] onder de aandacht te brengen

Gemeente Alphen aan den Rijn



Voorbeelden van banners, advertenties en posters in de Antwoord® Stijl



Antwoord® info-kaart voor burgers over 14 0172 Antwoord®

Gemeente Amersfoort



Advertentie in Antwoord® Stijl in Stadsberichten



Banier op Amersfoorts stadhuis



Bericht over Antwoord® op www.amersfoort.nl

Op de Antwoord® Community is het communicatieplan invoering 14 033 Antwoord® beschikbaar.

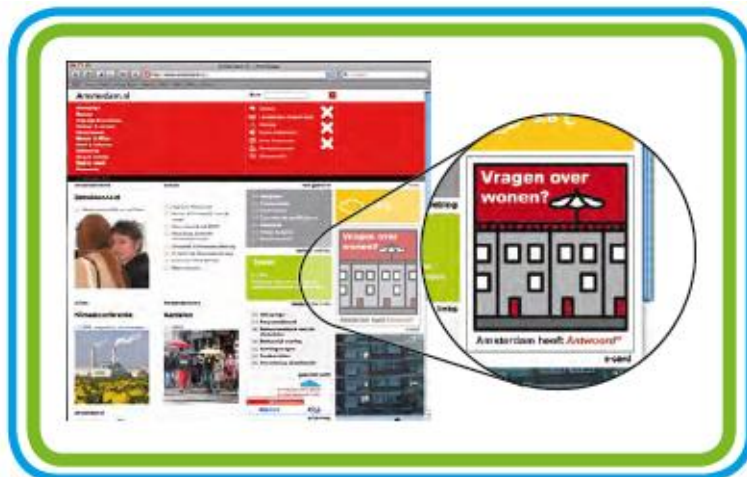
Gemeente Amsterdam



Posters en advertentie in de Antwoord[®] Stijl



Andere middelen om Antwoord[®] te promoten



Antwoord[®] banner op www.amsterdam.nl

Gemeente Apeldoorn

Vragen aan de gemeente?

Apeldoorn heeft Antwoord!

De gemeente Apeldoorn heeft een nieuw telefoonnummer. Vanaf januari is het al via vragen aan de gemeente te bereiken met het nummer 14 055. Ook nu we ons bezig houden met de voorbereiding van de gemeenteraadsverkiezingen, kan u terecht bij het nummer 14 055. Apeldoorn heeft Antwoord! bel 14 055.

Waarom een nieuw nummer?
 Alle gemeenten in Nederland krijgen de komende jaren een nieuw telefoonnummer. Het nummer 14 055 is de standaard voor alle gemeenten in Nederland. Dit is een belangrijke stap in de digitalisering van de overheid. Het nummer 14 055 is het nieuwe nummer voor alle gemeenten in Nederland.

Wilt u weten hoe u kunt bellen met de gemeente? Ga naar www.apeldoorn.nl of bel 14 055.

Apeldoorn heeft Antwoord® bel 14 055

of kijk op www.apeldoorn.nl

De gemeente Apeldoorn heeft een nieuw telefoonnummer. Vanaf januari is het al via vragen aan de gemeente te bereiken met het nummer 14 055. Ook nu we ons bezig houden met de voorbereiding van de gemeenteraadsverkiezingen, kan u terecht bij het nummer 14 055. Apeldoorn heeft Antwoord! bel 14 055.

Waarom een nieuw nummer?
 Alle gemeenten in Nederland krijgen de komende jaren een nieuw telefoonnummer. Het nummer 14 055 is de standaard voor alle gemeenten in Nederland. Dit is een belangrijke stap in de digitalisering van de overheid. Het nummer 14 055 is het nieuwe nummer voor alle gemeenten in Nederland.

Wilt u weten hoe u kunt bellen met de gemeente? Ga naar www.apeldoorn.nl of bel 14 055.

Boomerangkaart Apeldoorn heeft Antwoord®

Vragen aan de Buitenlijn?



Apeldoorn heeft Antwoord®

Vraag alle vragen aan de gemeente

bel 14 055

of kijk op www.apeldoorn.nl

Vragen aan de gemeente?

Apeldoorn heeft Antwoord®

Vraag alle vragen aan de gemeente

bel 14 055

of kijk op www.apeldoorn.nl

Posters Apeldoorn heeft Antwoord®

Vragen over vergunningen?



Apeldoorn heeft Antwoord® bel 14 055

of kijk op www.apeldoorn.nl

Vragen aan de Buitenlijn?



Apeldoorn heeft Antwoord® bel 14 055

of kijk op www.apeldoorn.nl

Vragen aan de gemeente?

Apeldoorn heeft Antwoord® bel 14 055

of kijk op www.apeldoorn.nl

Vragen over wonen?



Apeldoorn heeft Antwoord® bel 14 055

of kijk op www.apeldoorn.nl

Vragen over parkeren?



Apeldoorn heeft Antwoord® bel 14 055

of kijk op www.apeldoorn.nl

Antwoord® stoppers



The screenshot shows the website's homepage with a prominent announcement: 'Nieuw telefoonnummer 14 055'. The text explains that the municipality is changing its phone number to 14 055 for all inquiries. It also provides information about the new number and how to reach the municipality.

Uitleg over 14 055 Antwoord® op www.apeldoorn.nl



Ingebruikname 14 055 Antwoord®

Gemeente Barneveld



Ingebruikname 14 0342 Antwoord[®]

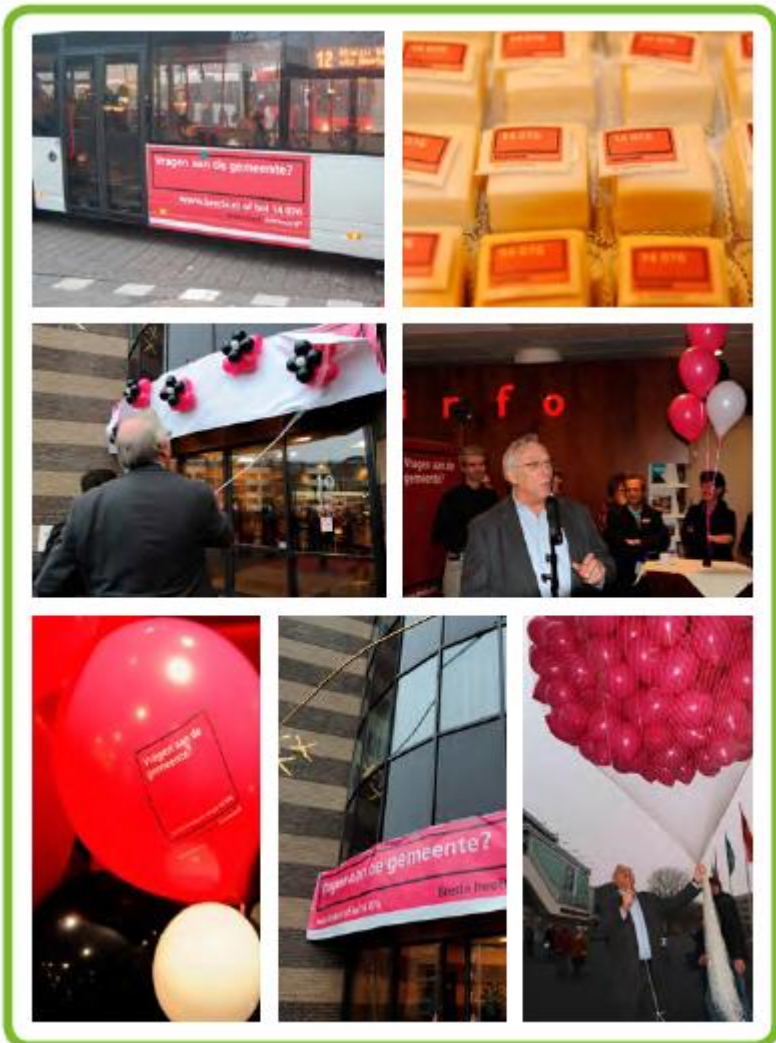


Uitleg over 14 0342 Antwoord[®] op www.barneveld.nl

Op de Antwoord[®] Community is het communicatieplan invoering 14 0342 Antwoord[®] beschikbaar.

Gemeente Breda

Op de Antwoord[®] Community is het communicatieplan invoering 14 076 Antwoord[®] en de vormgeving Breda heeft Antwoord[®] beschikbaar.

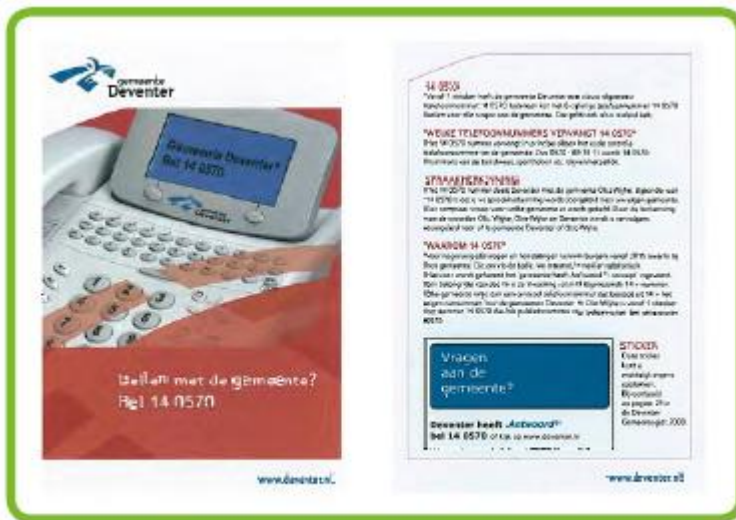


Ingebruikname van 14 076 Antwoord[®]



Gemeente Deventer

Op de Antwoord[®] Community is de folder 14 0570 Antwoord[®]



Folder met informatie over 14 0570 Antwoord[®] en sticker

Drechtsteden

(Gemeente Alblasserdam, Gemeente Dordrecht, Gemeente Hendrik-Ido-Ambacht, Gemeente Sliedrecht, Gemeente Zwijndrecht)



Flyerpen Drechtsteden



Zadelhoesjes Papendrecht



Digitaal Loket Dordrecht

