

Beantwoording van de schriftelijke vragen, gesteld door de fractie Gemeentebelangen Den Helder betreffende Aanvullende schriftelijke vragen over de nieuwe huisstijl

Aan de fractie Gemeentebelangen Den Helder
i.a.a. de leden van de Gemeenteraad

Op 9 januari 2019 heeft u onder verwijzing naar artikel 36 van het reglement van orde voor de vergaderingen van de raad, de navolgende vragen gesteld over Aanvullende schriftelijke vragen over de nieuwe huisstijl:

Uw ontvangen vragen en onze antwoorden:

1. Onze vraag was: Wat zijn de kosten van de invoering van de nieuwe huisstijl?

In uw beantwoording staat dat de kosten van ontwerp en ontwikkeling € 34.250 zijn. Deze zou dan gedekt worden door het communicatiebudget.

➤ **Kunt u uitleggen wat dit inhoudt?**

Interne en externe stakeholders zijn nagegaan of de voormalige huisstijl de huidige stad nog voldoende representeert en of een nieuwe huisstijl iets zou toevoegen in de communicatie over Den Helder. Nadat duidelijk was dat een nieuwe huisstijl zinvol is, heeft het bureau de door de stakeholders benoemde kenmerken van de stad vertaald in de nieuwe huisstijl. Tot slot heeft het bureau de gemeente geholpen om de huisstijl toe te passen in de verschillende uitingen, zoals website, brochures en bestickering van bedrijfsauto's. De communicatieafdeling heeft budget om nieuwe communicatiemiddelen te implementeren en ontwikkelingen rond communicatie te volgen. Denk aan het adequaat kunnen inspelen op reacties op social media in geval van een crisis of het inrichten en bijhouden van een Facebook account om gehoor te geven aan de vraag van inwoners om via dat kanaal vragen te kunnen stellen. Het ontwikkelen van een huisstijl wordt ook betaald uit dit budget.

➤ **Wat is het totaalbedrag dat gemoeid is met de invoering van de nieuwe huisstijl, inclusief vervanging van de bedrijfsmiddelen?**

Bedrijfsmiddelen worden gedurende het jaar aangevuld en vervangen. Omdat bekend was dat er een nieuwe huisstijl kwam zijn voorraden van kantoorartikelen afgebouwd naar een minimum. Ook is waar mogelijk gewacht met het aanvullen van bijvoorbeeld relatiegeschenken en de aanschaf van uitingen voor de aankleding van het kantoor aan de Verkeerstorenweg (binnen en buiten). Omdat bedrijfskleding uniform moet zijn, is de aanschaf van de kleding die nog niet was afgeschreven naar voren gehaald. De nieuwe huisstijl betekent op termijn een besparing op briefpapier. Met de wens om dat (op termijn) niet meer voorgedrukt aan te hoeven schaffen is rekening gehouden bij het ontwerp. Het nieuwe logo kan geprint worden, in tegenstelling tot het voormalige logo. Kortom, zaken lopen in elkaar over waardoor een totaalbedrag niet te berekenen valt.

➤ **Bent u bereid een uitgebreide specificatie van het totale bedrag te verstrekken?**

Zie vorige vraag en antwoord.

2. Onze vraag was: Waarom heeft u in een periode waarin bezuinigd moet worden er toch voor gekozen om de invoering van de nieuwe huisstijl te laten prevaleren ten opzichte van de bezuinigingen op verschillende organisaties en het Sociaal Domein?

U antwoordt dat een goede huisstijl positieve aandacht voor Den Helder geeft en dat het bijdraagt aan het creëren van werkgelegenheid.

➤ **Kunt u duidelijk maken wat voor 'positieve aandacht' u bedoeld?**

Ik stelde deze vragen in eerste instantie omdat wij geluiden horen van zeer ontevreden burgers die verontwaardigd zijn over deze nieuwe huisstijl en de kosten daarvan terwijl er zoveel bezuinigd moet worden binnen het sociaal domein/WMO. Wat is hier precies positief aan? Het college heeft zich ten doel gesteld de welvaart in de stad te vergroten. Het aantal inwoners dat afhankelijk is van de gemeente zal dan afnemen. Om de doelstelling te realiseren moeten werkgelegenheid en het aantal inwoners groeien. Het college zet o.a. in op het verbeteren van de bereikbaarheid van de stad, het verbeteren van schoolvoorzieningen en investeert in de havens, de binnenstad en cultuur/recreatiemogelijkheden. We moeten echter niet alleen doen maar ook uitstralen dat het goed wonen, werken en ondernemen is in Den Helder. Een eigentijdse huisstijl versterkt die communicatie.

➤ **Op wat voor manier draagt de huisstijl bij aan het creëren van werkgelegenheid?**

Zie vorige vraag

3. Er zijn in onze gemeente genoeg bureaus te vinden die de opdracht voor het ontwerpen van een nieuwe huisstijl graag hadden willen aannemen. Daarnaast geeft de gemeente -ons inziens- een verkeerd signaal af aan de burger. Door steeds externe bureaus en partijen in te huren, wordt een signaal afgegeven dat het 'gewoon' is dit te doen. Immers, van de inwoners van onze gemeente verwacht of wilt u toch ook niet dat deze hun boodschappen, kleding etcetera buiten onze gemeente kopen?

➤ **Waarom is er gekozen is voor een extern bureau buiten onze gemeente?**

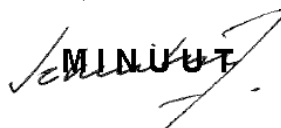
Het college onderstreept het belang om bij gelijke geschiktheid Helderse bedrijven voorrang te geven bij het gunnen van werk. Dat draagt bij aan de doelstelling de welvaart in de stad te vergroten. Het college heeft drie aanbieders - waaronder een bureau uit Den Helder - gevraagd een offerte uit te brengen en daarin te laten zien hoe zij de opdracht zouden uitvoeren. Het bureau uit Alkmaar had destijds kwalitatief het beste en het voordeligste voorstel. De gemeente heeft geen mensen in dienst die een nieuwe huisstijl kunnen ontwikkelen. Dat is ook niet nodig omdat een huisstijl doorgaans een jaar of tien meegaat.

Wij vertrouwen erop u met vorenstaande voldoende te hebben geïnformeerd.

Den Helder, 16 januari 2019

Burgemeester en Wethouders van Den Helder,

burgemeester
Koen Schuiling



secretaris
Robert Reus

