



Rijksoverheid



# Rijksbrede Communicatiestrategie Open Overheid

2024 - 2025

Werken aan een  
**Open  
Overheid**

# Inhoudsopgave

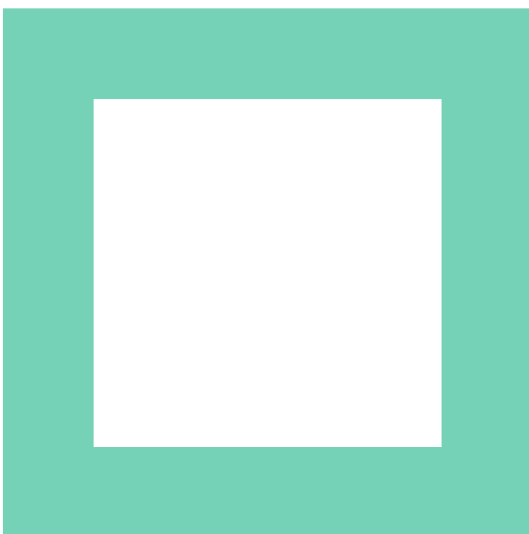
<b>1. Inleiding</b>	<b>3</b>
1.1 Transformatie naar een responsieve overheid	3
1.2 Meerjarenplan Openbaarheid en Informatiehuishouding Rijksoverheid 2024-2025	3
<b>2. Over deze communicatiestrategie</b>	<b>4</b>
2.1 Deelstrategieën	4
<b>3. Speelveld</b>	<b>5</b>
3.1 Het team in positie brengen	5
3.2 Speelveld en stakeholders	6
<b>4. Analyse huidige situatie</b>	<b>8</b>
<b>5. Communicatieopgave</b>	<b>9</b>
5.1 Doelen	9
<b>6. Hoe bedienen we onze doelgroepen</b>	<b>10</b>
6.1 Interne en externe doelgroepen	10
6.2 Doelgroepen, doelen en afzenders	12
6.3 Actieplannen per doelgroep	12
<b>7. Gedragsaanpak</b>	<b>13</b>
7.1 Koepelcampagne ZO	13
<b>8. Gezamenlijke kernboodschap</b>	<b>14</b>
8.1 Message House	14
<b>9. Uitvoering en verantwoordelijkheid</b>	<b>16</b>
<b>10. Communicatiekanalen op inhoud en doelgroepen</b>	<b>17</b>
<b>11. Samenwerking</b>	<b>19</b>
11.1 Samenwerking met de Maatschappelijke coalitie	19
11.2 Burgerparticipatie en een open overheid	19
11.3 Samenwerking met de Koepels	19
<b>12. Evaluatie. Hoe meten we vooruitgang?</b>	<b>21</b>
12.1 De KPI's	21
12.2 Monitoren	21
<b>13. Diversiteit, inclusie en toegankelijkheid</b>	<b>22</b>
<b>14. Risico's</b>	<b>23</b>

# 1. Inleiding

## 1.1 Transformatie naar een responsieve overheid

Het vertrouwen van de samenleving in de overheid neemt af en de roep om meer openheid en transparantie wordt steeds groter. Onze democratische rechtsstaat is geen vanzelfsprekendheid. Want voor een goed werkende democratische rechtsstaat is een dienstbare overheid nodig die mensen vooropstelt. Een overheid die opgavegericht en samen met maatschappelijke actoren werkt. Een overheid die beschikt over de juiste en betrouwbare informatie om mensen te helpen en zich daar ook voor in zet. Een overheid die zorgt dat mensen betrouwbare informatie krijgen waar ze recht op hebben.

Het lukt de overheid nog onvoldoende zich dienstbaar op te stellen en tevens aan de wettelijke eisen te voldoen als het gaat om informatievoorziening naar de samenleving. Burgers voelen zich niet gezien en gehoord en verliezen het vertrouwen in de overheid. We zullen anders moeten gaan werken, willen we het vertrouwen van de samenleving terugwinnen.



## 1.2 Meerjarenplan Openbaarheid en Informatiehuishouding Rijksoverheid 2024-2025

Om tot een responsieve overheid te komen, moet de informatiehuishouding van de overheid op orde komen. En moet informatie toegankelijk worden gemaakt voor de samenleving, voor nu en in de toekomst. Zo kan de overheid snel en nauwkeurig reageren op de vragen, verzoeken en behoeften van de samenleving. Door ervoor te zorgen dat informatie gemakkelijk beschikbaar is voor burgers, worden transparantie en vertrouwen bevorderd.

Op dit moment is de overheid volop aan de slag met de realisatie van de responsieve overheid.

In het **Meerjarenplan Openbaarheid en Informatiehuishouding Rijksoverheid 2024-2025** staat op welke manier bestuursorganen hun digitale overheidsinformatie duurzaam toegankelijk maken. Dit plan is leidend en omvat de opdracht waar we ons als Rijksoverheid aan hebben gecommitteerd.

**Voor de juiste focus gaat het Meerjarenplan uit van de volgende vier streefbeelden:**

- Voorzien in informatiebehoefte en verbeteren informatierelatie door openbaarmaking
- Professioneel informatiebeheer van de responsieve overheid
- Duurzaam toegankelijke informatie (DUTO)
- De werkomgeving voor een responsieve overheid
- Meer informatie is te vinden in het [Meerjarenplan 2024-2025](#).

## 2. Over deze communicatiestrategie

Communicatie speelt in de transitie een cruciale rol bij de uitvoering van het Meerjarenplan en bij de transformatie naar een responsieve overheid. De communicatiestrategie is gericht op de realisatie(fase) van het programma. De communicatie is gericht op het laten zien van de resultaten en het bijdragen aan die resultaten. Deze strategie is van belang om, in samenhang met andere beleidsinstrumenten als wet- en regelgeving, voorzieningen en financiële prikkels, bij te dragen aan de realisatie van de opgaven. Dat kan gaan om technologische veranderingen, verbeteren van werkprocessen, vastgesteld beleid, bewustwording, cultuurverandering en gedragsverandering van medewerkers.

Communicatie kan helpen bij het verder brengen van de producten en beweging. Door heldere en transparante communicatie, kunnen overheidsinstanties de verbeteringen kennen en daarmee de relatie met burgers, journalisten, maatschappelijk betrokkenen verbeteren. Het is essentieel dat communicatie wordt gezien als een integraal onderdeel van de bredere strategie richting een open en responsieve overheid.

Vanuit een rijksbrede aanpak zetten we in op:

- De partijen die aan de lat staan voor de veranderopgave (de organisaties zelf)
- De maatschappelijk betrokkenen
- Brede publiekscommunicatie op beleid openbaarheid en informatiehuishouding

Door gezamenlijk op te trekken, kunnen we efficiënter werken, synergiën benutten, expertise delen en consistente communicatieboodschappen verspreiden. Door gezamenlijk te handelen, kunnen we ook een breder scala aan perspectieven en inzichten benutten, wat kan leiden tot innovatieve oplossingen en resultaten. Samen met andere overheidsorganisaties kunnen we een krachtige stem vormen voor positieve verandering en een overheid opbouwen die responsief, open en dienstbaar is aan de samenleving. Deze communicatiestrategie moet hier richting aan geven.

Kortom, deze strategie vormt het overkoepelende kader en de visie op communicatie voor het programma open overheid. Het bevat de algemene doelstellingen, kernwaarden en richtlijnen die de koers bepalen voor alle communicatie-activiteiten binnen het Rijk.

### 2.1 Deelstrategieën

Aanvullend op deze overkoepelende rijksbrede strategie kunnen deelstrategieën worden toegevoegd. Zo zullen vanuit het Programma Open Overheid de volgende deelstrategieën nog (verder) worden uitgewerkt:

- Contentstrategie: het voornaamste doel van deze contentstrategie is het creëren van waardevolle en relevante content die aansluit bij de behoeften en interesses van onze doelgroepen en die de benoemde communicatiedoelen realiseert.
- LinkedIn strategie; de al bestaande LinkedIn strategie zal in lijn worden gebracht met deze communicatiestrategie.
- Campagnestrategie
- Participatiestrategie

Ook de stelselpartijen en rijksorganisaties kunnen de vertaalslag maken naar een organisatiespecifieke communicatie- en/of deelstrategie.

De deelstrategieën kunnen ook worden toegepast op de concrete actieplannen per doelgroep (zie 6.3).

# 3. Speelveld

We opereren in een complex speelveld van actoren. We hebben te maken met een grote groep interne en externe stakeholders. Bovendien zijn we ook belanghebbenden van elkaar.

## 3.1 Het team in positie brengen

Het realiseren van een open overheid is een gezamenlijke inspanning. Om dit te verduidelijken, maken we gebruik van de metafoor van een sportteam.

In ons streven naar een open overheid fungeert het Programma Open Overheid als de coach van het team (departementen en uitvoeringsorganisaties) en is daarmee spil van onze communicatiestrategie. De coach moedigt aan, monitort, ondersteunt en voelt zich mede verantwoordelijk voor het behalen van het resultaat. Het team en de individuele spelers (departementen, uitvoeringsorganisaties) staat centraal. Het Programma Open Overheid geeft als coach richting aan de gezamen-

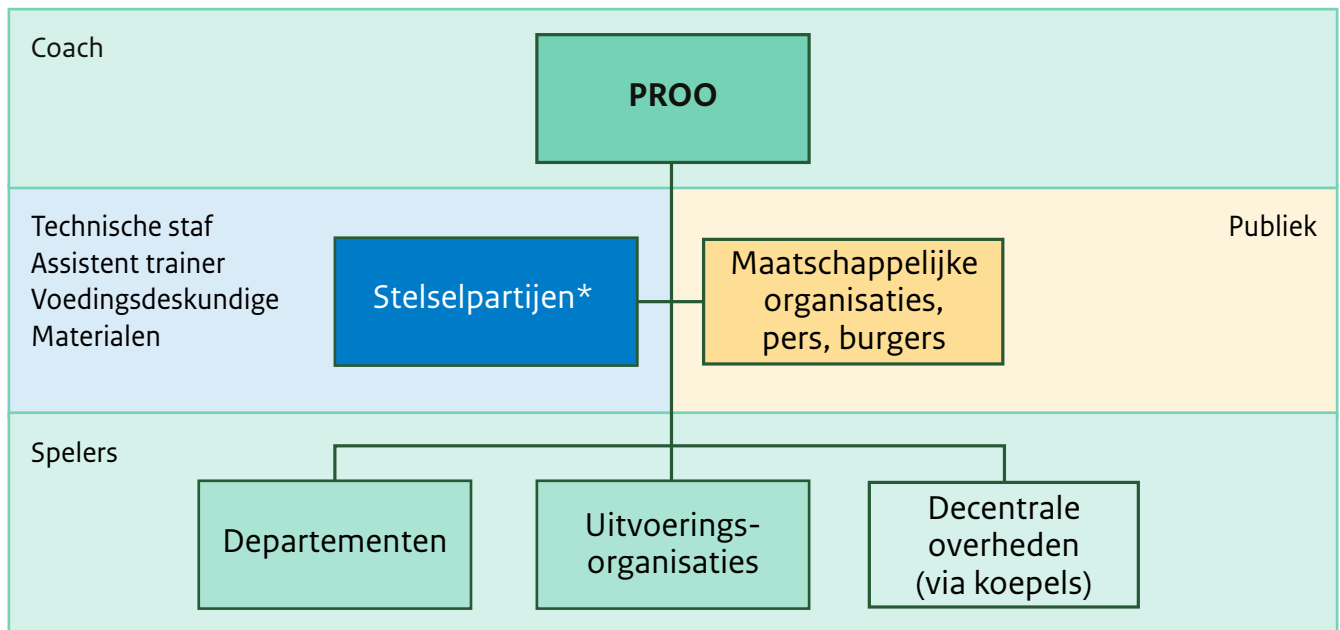
lijke inspanningen en begeleidt bij het bereiken van de doelen voor transparantie en participatie voor de gehele Rijksoverheid.

De stelselpartijen\* vormen de technische staf en maken de doorvertaling van de visie naar concrete acties. Ze bieden ondersteuning en expertise aan het team met individuele spelers dat kan profiteren van een breed scala aan vaardigheden en resources.

De rijksorganisaties zijn de spelers. Zij moeten het doen. En onder ‘het’ verstaan we het ‘zijn’ van een open overheid. Zij leveren de bewijslast dat we daadwerkelijk onze ambitie realiseren. Elke organisatie is naast lid van het team ook een individuele speler en levert zijn eigen unieke bijdrage. De communicatiestrategie is dus weliswaar gezamenlijk maar biedt genoeg ruimte om iedere speler te laten excelleren.

Zo streven we in onze communicatie-inspanningen naar een optimale balans tussen eenheid en samenhang met

## Team Open Overheid



\* Stelselpartijen: Het Nationaal Archief (NA) – Uitvoeringsbedrijf Rijk (UBR) – Doc-Direkt – Rijksprogramma voor Duurzaam Digitale Informatiehuishouding (RDDI) – Constitutionele Zaken en Wetgeving (CZW) – Kennis- en Exploitatiecentrum Officiële Overheidspublicaties (KOOP) – CIO Rijk – Kennisnetwerk Informatie en Archief (KIA) – De Inspectie voor Overheidsinformatie & Erfgoed – Rijksacademie voor Digitalisering en informatisering Overheid (RADIO) – Directie Media en Creatieve Industrie (M&C) – Directie Digitale Overheid (DO) – Directie Digitale Samenleving (DS) – Directie A&O verantwoordelijk voor ambtelijk vakmanschap – SSC ICT – ICTU – Inspectie Overheidsinformatie & Erfgoed (IOE) – Functionarissen gegevensbescherming (FG's)

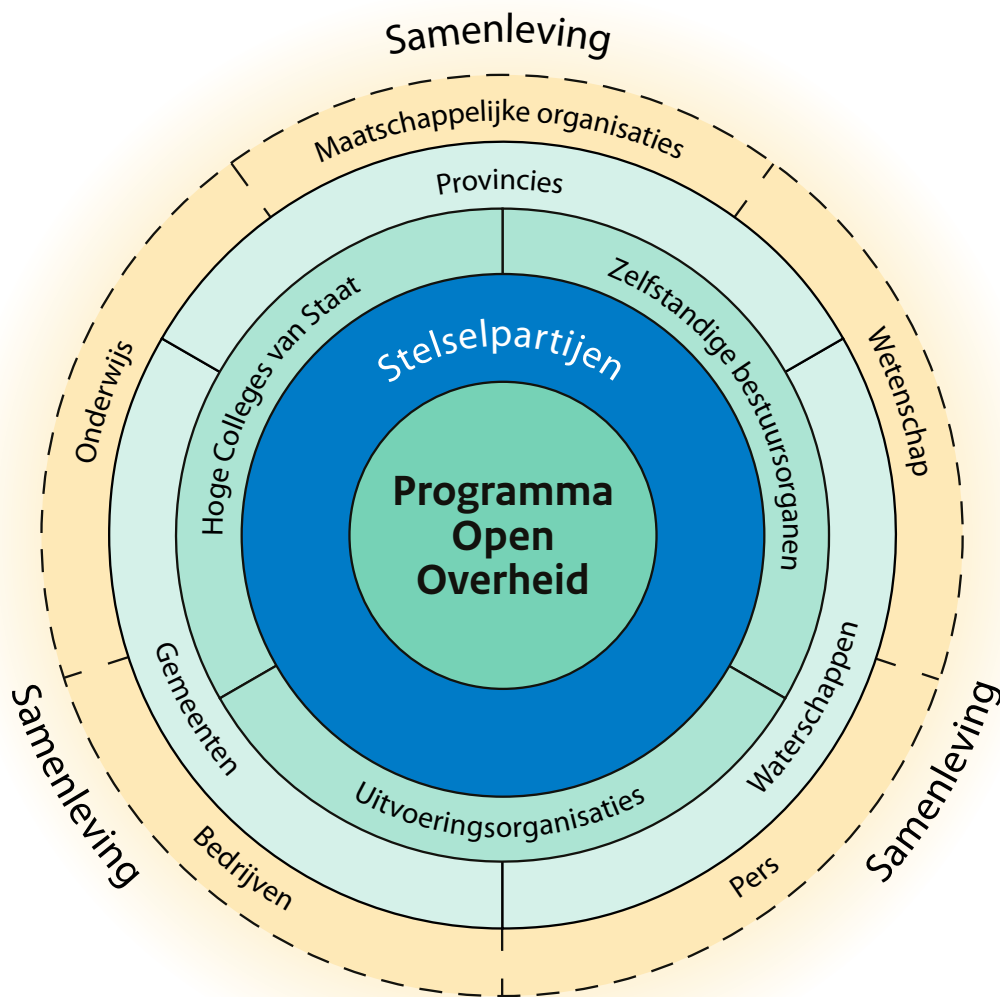
unieke accenten waar nodig. Op deze manier leveren we vanuit onze gezamenlijke communicatie een significante bijdrage aan het op orde krijgen van de informatie-huishouding, het bevorderen van een cultuur van openheid en het versterken van de banden met de samenleving.

Zoals in elk sportteam is het de bedoeling dat de onderlinge dialoog continu aanwezig is zodat we van elkaar leren, op de hoogte zijn en elkaar kunnen versterken.

Verder speelt de samenleving - met daarin maatschappelijke organisaties, publiek en pers - ook een belangrijke rol. Zij zijn het publiek dat ons aanmoedigt en (kritisch) stimuleert om het beter te doen. Ze willen dat het team scoort! Daarom is de dialoog met hen van cruciaal belang. Ook om het vertrouwen met hen te versterken en onderhouden. Een responsieve overheid luistert namelijk wat er speelt en weet waar behoefte aan is. Ook treedt een responsieve overheid proactief naar buiten toe om te laten zien waar we mee bezig zijn en wat de voortgang is van onze initiatieven. In de communicatiestrategie wordt de wisselwerking met de samenleving dus concreet ingevuld.



## 3.2 Speelveld en stakeholders



### Programma Open Overheid

- Volksvertegenwoordigers
- Interdepartementale Commissie Bedrijfsvoering Rijk (ICBR)
- CIO Beraad
- Stuurgroep
- Programmaraad
- Directie Constitutionele Zaken en Wetgeving (CZW)
- Interdepartementaal overleg Wetgeving en Juridische Zaken (IOJWZ)
- Adviescollege Openbaarheid en Informatiehuishouding (ACOI)
- Open Gov Partnership
- Open overheid professionals
- Media
- Bedrijven
- Samenleving
- Maatschappelijke coalitie

- Zelfstandige Bestuursorganen (ZBO)
- Hogere Colleges van Staat (HoCosta's)
- Rijksambtenaren
- SG's/ DG's
- Interprovinciaal Overleg (IPO)
- Vereniging Nederlandse Gemeenten (VNG)
- Unie van Waterschappen (UvW)
- Onderwijs
- Wetenschap

### Stelselpartijen

- Programma Open Overheid
- Rijksacademie voor Digitalisering en Informatisering Overheid (RADIO)
- Open overheid professionals
- Bedrijven
- Rijksambtenaren
- SG's/ DG's

- Onderwijs
- Wetenschap

### Ministeries

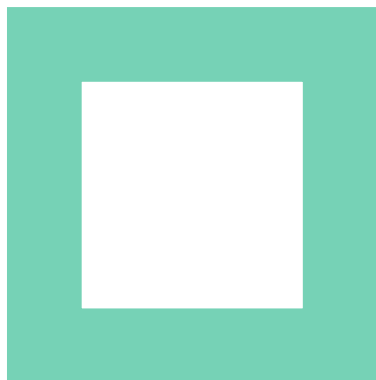
- SG's/DG's
- Open overheid professionals
- Rijksambtenaren
- Samenleving
- Bedrijven
- Uitvoeringsorganisaties
- Onderwijs en wetenschap

### Uitvoeringsorganisaties

- Ministeries
- Samenleving
- Open overheidsprofessionals
- Ambtenaren
- Volksvertegenwoordigers
- Media
- Bedrijven

## 4. Analyse huidige situatie

- Rijksorganisaties werken hard aan een open overheid met eigen beleid, voorzieningen en communicatie. Processen en systemen verschillen hier en daar, maar het hogere doel is hetzelfde.
- Een voorzichtige groei in volwassenheidsniveau is zichtbaar, maar er moet nog veel gebeuren.
- De afhandelingstermijnen van Woo-verzoeken worden nog altijd ruim overschreden.
- Steeds meer publicaties worden actief openbaar gemaakt via de Woo-index. Beslisnota's zijn al verplicht en er wordt gewerkt aan 17 andere categorieën die op termijn verplicht gesteld worden. Hoewel de Woo-index al beschikbaar is, wordt nog gewerkt aan de gebruiksvriendelijkheid, de zoekfunctie op documentniveau en het uploaden en koppelen van publicaties door de bestuursorganen.
- Rijksmedewerkers én managers hechten belang aan transparantie en openbaarheid, maar het onderwerp leeft te weinig. Daardoor wordt het niet omgezet naar concreet gedrag.
- Het ontbreekt aan een rijksbreed bewustzijn over wat een open overheid daadwerkelijk inhoudt.
- Na een periode waarin sprake was van gebrek aan regie vanuit het Programma Open Overheid en richting is er nu meer helderheid door de oplevering van het Meerjarenplan en de nieuwe Realisatiestrategie.
- Nauwere samenwerking en het delen van praktijkvoorbeelden, kennis en informatie is wenselijk. Organisaties vinden opnieuw het wiel uit terwijl anderen al mooie initiatieven hebben ontwikkeld.
- Burgers en maatschappelijke organisaties zijn nog onvoldoende betrokken.
- Optimalisatie van- en duidelijkheid over communicatiekanalen voor professionals is wenselijk.
- Publieksinformatie over de Woo en het indienen van een Woo-verzoek op [Rijksoverheid.nl](https://rijksoverheid.nl) is op orde.
- Communicatie richting medewerkers loopt. Op basis van een CASI-traject zijn gedragsbepalers en interventies ontwikkeld, welke de basis vormen voor het onlangs gerealiseerde koepelcampagne concept. Dit concept maakt het makkelijker voor rijksorganisaties om een deelcampagne onder deze koepel te starten en daarmee rijksbreed te zorgen voor meer eenheid in de communicatie. Het CASI-traject heeft ook geleid tot gedragsinterventies voor leidinggevenden. Verder komt er meer aandacht voor het ontsluiten van kennis op Rijksportal.
- Er wordt voorzien in communicatie over instrumenten en diensten, actualiteit en voortgang richting professionals. Content om te prikkelen en aan te zetten tot nadenken/bewustwording blijft achter.
- Het is voor veel interne en externe partijen onduidelijk hoe de Governance in elkaar steekt en wat de rol is van het Programma Open Overheid.





# 5. Communicatieopgave

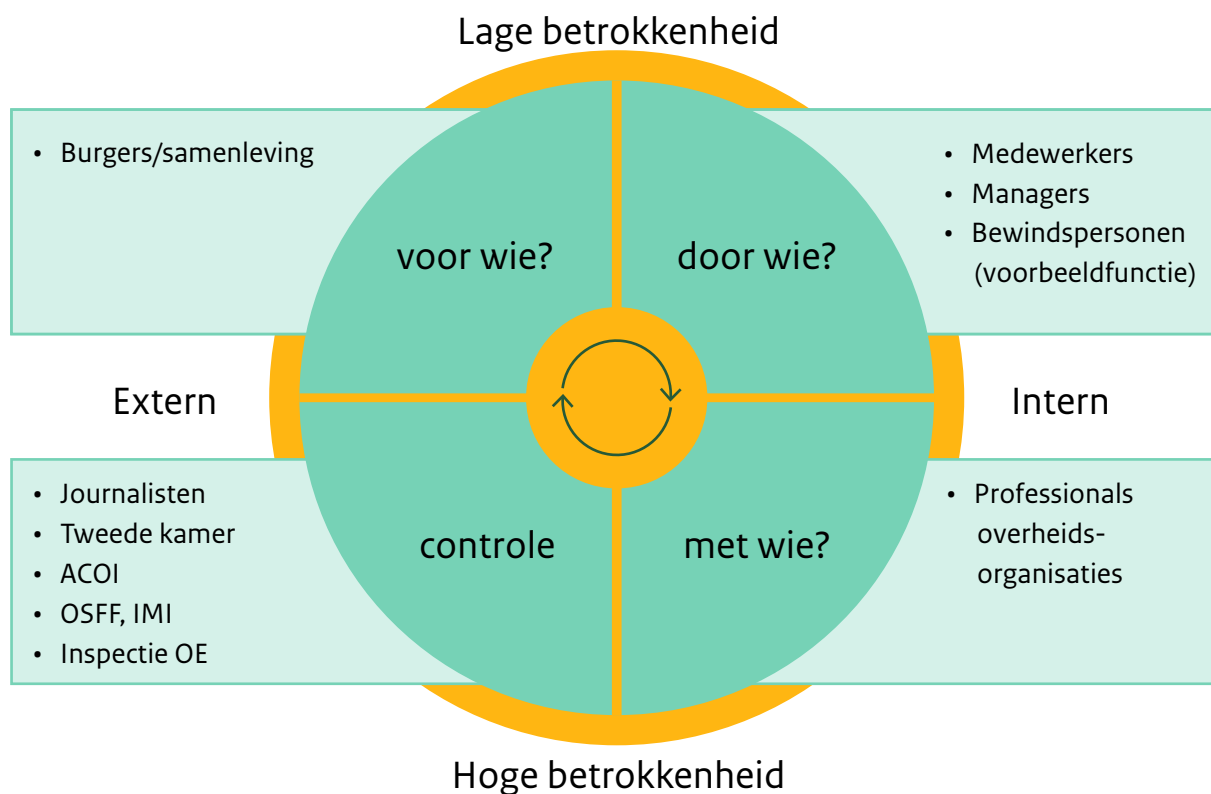
Als Rijksoverheid staan we voor een belangrijke communicatieopgave, waarbij we werken aan een responsieve overheid en het bevorderen van openheid, transparantie en participatie binnen het Nederlandse openbaar bestuur. Op basis van het Meerjarenplan en als een integraal onderdeel van de bredere strategie omvat deze communicatieopgave onderstaande doelen:

## 5.1 Doelen

1. **Bijdragen** aan de resultaten: We herkennen goede voorbeelden, presenteren de rijksbrede voortgang en houden focus op de 'why'.
2. **Vertrouwen opbouwen:** We werken aan het opbouwen van vertrouwen tussen de organisaties en daarmee de overheid en de samenleving door eerlijk en open te communiceren.
3. **Participatie/raadplegen:** We betrekken organisaties, maatschappelijke partijen, wetenschap, kennispartijen en andere belanghebbenden actief. Dit omvat het faciliteren van consultaties, samenwerkingsverbanden en aangaan van dialogen.
4. **Verantwoorden:** We stellen relevante gegevens, documenten en rapportages over de voortgang van onze opgave beschikbaar. We laten zien hoe we ervoor staan, wat goed gaat en wat beter kan.
5. **Bewustwording, gedragsverandering en draagvlak:** We betrekken ambtenaren, bestuurders en politici bij onze gezamenlijke opgave om verbeteringen te laten zien.
6. **Cultuurverandering:** Onze ambitie is om duurzame communicatie-inspanningen te leveren en onze boodschappen consistent over te brengen gedurende een langere periode, met als doel cultuurverandering te bewerkstelligen. Dit houdt in dat we in onze communicatie gebruik maken van een kernboodschap om ons doel kracht bij te zetten.
7. **Informeren en ondersteunen:** We ondersteunen medewerkers en professionals binnen de overheid bij hun werkzaamheden voor een open overheid. We voorzien in platformen waar ze actuele informatie, instrumenten en diensten, trainingen en opleidingen en prikkelende content kunnen vinden. Ook informeren we de samenleving.
8. **Samenwerken:** We faciliteren rijksorganisaties en professionals om samen te kunnen werken, kennis te delen en te netwerken. Denk aan community platformen zoals LinkedIn, KIA, OnsCommunicatieRijk en Winkwaves. Maar ook aan events zoals Open Donderdag en Demo Donderdag.



## 6. Hoe bedienen we onze doelgroepen



Afbeelding 4. Doelgroepen

Op basis van de hierboven genoemde doelen kunnen we een breed scala aan doelgroepen formuleren. Onder hen bevinden zich de organisaties zelf, het publiek, rijksmedewerkers, professionals binnen het Rijk die werken aan een open overheid, bestuurders, partners, pers, politiek, kennis- en onderwijsinstellingen, bedrijfsleven en maatschappelijke organisaties. Hierbij wordt een onderscheid gemaakt tussen interne- en externe doelgroepen.

### 6.1 Interne en externe doelgroepen

**De samenleving** is de geïnteresseerde en begunstigde van de responsieve overheid, dus het betrekken van maatschappelijke organisaties bij het opbouwen van vertrouwen en betrokkenheid bij de overheid is belangrijk. Dit omvat het verstrekken van toegankelijke informatie, het mogelijk maken van meedoen en het luisteren naar de behoeften en zorgen van burgers.

**Organisaties** (departementen en uitvoeringsorganisaties) voeren de veranderopgave uit.

**Rijksmedewerkers en managers** spelen een cruciale rol bij het implementeren van de responsieve overheid. Het is belangrijk om ervoor te zorgen dat zij voldoende worden opgeleid en ondersteund om deze veranderingen succesvol te kunnen doorvoeren in hun dagelijks werk. Managers zijn verantwoordelijk voor het aansturen van teams en het begeleiden van medewerkers bij het integreren van openheid en transparantie in hun werkprocessen. Zij moeten ervoor zorgen dat medewerkers voldoende worden opgeleid en ondersteund om deze veranderingen succesvol door te voeren. Daarnaast spelen ze een belangrijke rol in het creëren van een cultuur waarin openheid en transparantie worden gewaardeerd en gestimuleerd, en waarin medewerkers worden aangemoedigd om bij te dragen aan open overheid-initiatieven. Topmanagers hebben bovendien een voorbeeldfunctie.



**Bewindspersonen** hebben een leidende rol bij het vormgeven van het beleid en de strategieën van een open overheid. Ze zijn verantwoordelijk voor het ontwikkelen en implementeren van wet- en regelgeving die transparantie, toegankelijkheid en participatie bevorderen. Daarnaast zijn zij het gezicht van de overheid en dragen ze de verantwoordelijkheid voor het communiceren van het belang van openheid en transparantie. Ze moeten het goede voorbeeld geven en een cultuur van openheid binnen hun eigen organisaties stimuleren.

**Professionals** zijn specifieke groepen binnen de overheid die zich bezighouden met vraagstukken met betrekking tot openheid, transparantie en burgerparticipatie. Dit kan onder meer gaan om ambtenaren die belast zijn met informatiemanagement, communicatieadviseurs die zich richten op openbaarheid van informatie, en juristen en beleidsmakers die werken aan wetgeving en beleid op dit gebied.

**Bestuurders** hebben invloed op het beleid en de strategieën van een open overheid. Het is daarom essentieel dat zij zich bewust zijn van het belang van openheid en transparantie en dat zij deze waarden actief uitdragen in hun leiderschap.

**De pers** speelt een cruciale rol bij het informeren van het publiek en het controleren van de overheid. Het is belangrijk om goede relaties met de pers op te bouwen en tijdig en accuraat informatie te verstrekken om de transparantie te vergroten en het vertrouwen van het publiek te behouden.

**Externe partners** zijn maatschappelijke organisaties, kennisinstellingen en bedrijven. Samenwerking met externe partners kan waardevol zijn bij het bevorderen van een open overheid. Ze leveren expertise en hun betrokkenheid vergroot de effectiviteit en kan helpen bij het vergroten van draagvlak en het delen van kennis en middelen. Samenwerking leidt tot innovatieve oplossingen en verbetert de efficiëntie van overheidsdiensten.

**Onderwijs (informatiemanagement)** speelt een cruciale rol bij het voorbereiden van studenten op de uitdagingen binnen een open overheid. Samenwerking tussen onderwijsinstellingen en overheidsorganisaties versterkt de link tussen theoretische kennis en praktische toepassing. Bovendien zorgt het voor een betere aansluiting van vraag en aanbod op de arbeidsmarkt.

## 6.2 Doelgroepen, doelen en afzenders

Doelgroep	Verantwoordelijk	Programma Open Overheid	Stelsel partijen	Ministeries	Uitvoerings organisatie
<b>EXTERN</b>					
<b>Publiek</b>	Vertrouwen opbouwen	X	-	X	X
	Participatie/raadplegen	X	-	X	X
	Verantwoording	X	-	X	X
	Samenwerking	X	-	X	X
<b>Controleurs</b>	Vertrouwen opbouwen	X	-	X	X
	Participatie/raadplegen	X	-	X	X
	Verantwoording	X	-	X	X
	Samenwerking	X	-	-	-
<b>INTERN</b>					
<b>Rijksmedewerkers, manager en bewindspersonen</b>	Bewustwording, gedragsverandering en draagvlak	X	X	X	X
	Cultuurverandering	X	X	X	X
<b>Professionals en bestuurders</b>	Bewustwording, gedragsverandering en draagvlak	X	X	X	X
	Informereren en ondersteunen	X	X	X	X
	Samenwerking	X	X	-	-

## 6.3 Actieplannen per doelgroep

Voor elke doelgroep kunnen door de afzenders afzonderlijk specifieke actieplannen worden ontwikkeld om de communicatiedoelen te bereiken. Dit kan inhouden dat er verschillende benaderingen nodig zijn om burgers, partners, controleurs en interne stakeholders te betrekken en te informeren. De actieplannen vertalen dus de algemene doelstellingen van de overkoepelende strategie naar concrete maatregelen en initiatieven die zijn afgestemd op de behoeften en kenmerken van elke doelgroep.



# 7. Gedragsaanpak

Het Programma Open Overheid stelt zich op als de coach van departementen en uitvoeringsorganisaties die werken aan de opgave om een open, transparante organisatie te worden. Gedrag van medewerkers is daarbij cruciaal. Processen en systemen kunnen verschillen, maar uiteindelijk zijn het de managers en medewerkers die met hun gedrag aan de wettelijke toezeggingen moeten voldoen. Ze doen dit o.a. door:

- vanuit openheid en transparantie te werken,
- informatie goed te bewaren,
- zorg te dragen voor het actief openbaar maken van informatie,
- snel, volledig en zorgvuldig te voldoen aan verzoeken van informatie,
- helder, open en toegankelijk te schrijven,
- medewerkers te motiveren, afspraken te maken en hierop te sturen,
- in gesprek te gaan over dilemma's en
- privacy en staatsgeheimen te bewaken.

Inzicht in de factoren die bovenstaande gedragingen stimuleren of belemmeren is nodig voor effectieve beleidsontwikkeling en communicatie. Het Programma Open Overheid kan hierin faciliteren door gedragsonderzoek te doen en dit te vertalen naar concrete adviezen en interventies waarmee rijksorganisaties onderbouwd hun keuzes kunnen maken.

Goed voorbeeld hiervan is het gedragstraject van RDDI, PROO en het DPC-Gedragsteam uit 2022. Op basis van een gedragsonderzoek en een CASI-traject met diverse stakeholders is er een concreet advies gekomen op basis waarvan PROO de koepelcampagne ZO heeft ontwikkeld en RDDI een toolkit heeft gemaakt en getest waarmee managers het interne gesprek over het opslaan van informatie met hun team kunnen voeren.

Met name op het vlak van informatiehuishouding heeft dit traject veel inzichten opgeleverd waar we nog lang van kunnen profiteren. Open eind is openbaarmaking: ten tijde van het CASI-traject bleek het niet mogelijk om het concrete gedragsdoel van doelgroepen m.b.t. het openbaar maken van informatie te kunnen concretiseren. Hierdoor was het ook lastig om gericht onderzoek te doen naar de gedragsbepalende factoren.

## 7.1 Koepelcampagne ZO

Het Programma Open Overheid heeft de koepelcampagne Zorgvuldig & Open (ZO) ontwikkeld om de komende jaren interne campagnes van ministeries en uitvoeringsorganisaties over een open overheid zichtbaar en herkenbaar aan elkaar te verbinden. Een overkoepelend concept zorgt voor ontwikkeling van deelcampagnes over een open overheid vanuit dezelfde strategische principes; het brengt meer eenheid, verbinding en herkenning en biedt tegelijkertijd ruimte aan rijksorganisaties en stelselpartijen om eigen accenten in vormgeving, afzenderschap en inhoud te leggen.

Het koepelconcept legt nadruk op het belang van een open overheid en stimuleert het gesprek hierover; een fundament voor gedragsverandering. De houding, zo blijkt uit onderzoek, is goed maar het gedrag laat dat nog niet zien. Deelcampagnes van rijksorganisaties zijn gericht op gedragsverandering van medewerkers en managers over concrete handelingen die bijdragen aan een open overheid. De koepelcampagne ZO is binnen de diverse gremia met enthousiasme ontvangen.

Verschillende organisaties hebben reeds de intentie uitgesproken om ZO te gebruiken voor hun interne campagnes, met eigen capaciteit en budget. In 2024 rolt het programma de rijksbrede introductiecampagne uit en een toolkit met concrete middelen en formats die rijksorganisaties kunnen gebruiken. Het Brandteam adviseert organisaties bij de ontwikkeling van ZO-campagnes en zorgt voor grip op kwaliteit en eenduidigheid.

## 8. Gezamenlijke kernboodschap

Een gezamenlijke kernboodschap is een essentieel onderdeel van onze communicatiestrategie. Het biedt consistentie, duidelijkheid en impact in onze communicatie met diverse belanghebbenden. Door een gezamenlijke kernboodschap te ontwikkelen en te verspreiden, kunnen alle betrokken partijen binnen en buiten de overheid op één lijn komen en dezelfde boodschap uitdragen. Dit versterkt de geloofwaardigheid en het vergroot het vertrouwen van het publiek.

Een gezamenlijke kernboodschap maakt het ook gemakkelijker om complexe ideeën en doelstellingen op een eenvoudige en begrijpelijke manier over te brengen, waardoor de betrokkenheid en steun van belanghebbenden wordt vergroot. Door eenheid te creëren in onze boodschap, kunnen we effectiever samenwerken aan het realiseren van de doelstellingen van een open overheid.

De gezamenlijke kernboodschap is tot stand gekomen in de vorm van een Message House. Dit is een strategisch communicatiemodel dat wordt gebruikt om een kernboodschap en gerelateerde deelboodschappen te structureren. Het model is opgebouwd als een huis met

verschillende verdiepingen, waarbij elke verdieping staat voor een ander aspect van de boodschap. Het biedt houvast bij het effectief en vanuit samenhang kunnen communiceren naar verschillende doelgroepen.

Onderstaande Message House biedt een stevig fundament dat onze visie, ambities en actiepunten belichaamt op weg naar een open, transparante en responsieve overheid. Deze boodschappen weerspiegelen niet alleen onze vastberadenheid om informatie toegankelijk te maken voor allen, maar benadrukken ook onze inzet voor het creëren van een cultuur waarin burgers voorop staan en participatie wordt aangemoedigd. Hiermee spreken we uit dat we samen de weg inslaan naar een overheid die niet alleen luistert, maar ook handelt in het belang van de samenleving.

### 8.1 Message House

Deze Message House kan worden gebruikt door rijksorganisaties als basis voor hun organisatie specifieke kernboodschap en deelboodschappen. Hiervoor wordt een handleiding ontwikkeld.



## Overkoepelende kernboodschap

Als overheid werken we voor Nederland: mensen moeten voorop staan bij alles wat we doen. We willen begrijpen wat er speelt, de samenleving betrekken bij besluitvorming en ons laten uitdagen om het beter te doen. Daarvoor is belangrijk dat we informatie actief openbaar maken, goed en tijdig reageren op informatieverzoeken en onze informatie toegankelijk en inzichtelijk maken. Iedereen moet overheidsinformatie makkelijk kunnen vinden en begrijpen, én snel antwoord krijgen op vragen - nu en in de toekomst. Onze ambities zijn groot, net als de uitdagingen waarvoor we staan. Daarom zetten we hoog in op een cultuur van openheid, professioneel informatiebeheer en werkprocessen en systemen die dat ondersteunen. Samen gaan we voor een open, transparante en dienstbare overheid.

## Ondersteunende deelboodschappen

### Waarom Open Overheid?

Burgers, journalisten, volksvertegenwoordigers, bedrijven, onderzoekers en maatschappelijke organisaties etc. moeten overheidsinformatie makkelijk kunnen vinden en begrijpen en antwoord krijgen op hun vragen. Ze hebben daar recht op en het geeft hun inzicht in wat we als overheid doen en hoe we komen tot besluiten, die effect hebben op de leefwereld van mensen. Bovendien helpt goed toegankelijke informatie onszelf als overheid om beter te functioneren, samen te werken en mensen voorop te stellen bij beleid, uitvoering en toezicht.

### Wat zijn de ambities en uitdagingen?

Onze ambities voor een open en responsieve overheid zijn groot: we willen informatie duurzaam toegankelijk en inzichtelijk maken en vragen snel beantwoorden. Tegelijk zijn er verschillende uitdagingen die we moeten oplossen om onze ambities te kunnen realiseren. Overheidsmedewerkers zijn zich vaak nog onvoldoende bewust van wat een open overheid daadwerkelijk inhoudt en wat dat van hen vraagt. We merken dat informatie complexer en informatiebeheer ingewikkelder geworden is. We lopen aan tegen ingewikkelde dilemma's rond privacy, transparantie en openbaarmaking. En: de samenleving krijgt overheidsinformatie nu vaak niet op tijd.

### Hoe gaan we het anders doen?

Met actieve openbaarmaking, duurzaam beheer, een gebruiksvriendelijke zoekfunctie en een dienstbaar proces gaan we zorgen dat iedereen makkelijk en snel informatie kan vinden en antwoord krijgt. Met een cultuur van openheid zorgen we dat ambtenaren ruimte, vertrouwen en veiligheid voelen voor advies en tegenspraak. Met training en kennisdeling zorgen we voor professioneel informatiebeheer. Met betere processen en procedures zorgen we voor 'compliance by design'. Met nieuwe en verbeterde informatiesystemen zorgen we dat informatie al vanaf het begin duurzaam toegankelijk is. En met de 'werkomgeving van de toekomst' maken we archiveren, openbaar maken en duurzaam toegankelijk houden eenvoudiger.

### Wat betekent dit voor jou?

De transitie naar een open overheid vraagt een open houding, ambitieuze mentaliteit en inzet van ons allemaal: ook jouw bijdrage is dus onmisbaar. Je staat er niet alleen voor: samen zorgen we dat we onze informatie op orde hebben en snel en duidelijk kunnen delen en openbaar maken. Wat betekent dit voor jouw werk? Wat kun jij anders doen?

*De complete onderbouwing is te vinden in het Message House document zelf. De handleiding voor het maken van de vertaalslag naar de eigen organisatie volg op korte termijn.*

# 9. Uitvoering en verantwoordelijkheid

Ten aanzien van communicatie is er een nauw samenwerkingsverband tussen het Programma Open Overheid, de stelselpartijen en de verschillende rijksorganisaties. Deze samenwerking, gebaseerd op co-creatie, is van essentieel belang voor het bereiken van onze gezamenlijke doelen op het gebied van openheid en transparantie. Binnen dit samenwerkingsverband zijn er duidelijke verantwoordelijkheden en taakverdelingen tussen de verschillende partijen.

Kort gezegd betekent dit dat het Programma Open Overheid de regie voert en zich bezig houdt met 'Het wat' (de opdracht) en de Stelselpartijen met 'Het hoe' (de uitvoering). Dit doen zij ten behoeve van de rijksorganisaties die de opgeleverde producten en diensten toepassen en hiermee de vertaalslag maken binnen hun eigen organisatie.

In de onderstaande opsomming geven we weer welke rol elke partij vervult en waarvoor zij verantwoordelijk zijn:

## PROO

- Rijksbrede communicatie strategie en kernboodschap
- Rijksbrede communicatie, kennisdeling en generieke producten en diensten voor professionals
- Rijksbrede infovoorz. Rijksmedewerkers
- Rijksbrede bewustwording (podcast, vakbladen, paneldisc etc)
- Rijksbrede campagnes (introductiecampagne (2024) en vervolgcampagnes (2025-2026))
- Rijksbreed beleid
- Rijksbrede afstemming
- Rijksbrede inspiratiesessie com.adv
- Rijksbrede voortgang

## RDDI

- Communicatie over ontwikkelde producten en diensten
- Uitvoering Informatie over Informatie
- Ontwikkelen deelcampagnes en middelen
- Demo Donderdag
- Verzorgen beleidsproducten

## Rijksorganisatie voor Informatiehuishouding

- Communicatie over ontwikkelde producten en diensten
- Demo Donderdag

## Nationaal Archief

- Communicatie over ontwikkelde producten en diensten
- Kennisplatform Informatie & Archief (KIA)
- Het Leerhuis
- Demo Donderdag

## ODI

- Wat speelt er op gebied van werving, KWIV en samenwerking met onderwijs

## Bureau Regeringscommunicatie

- Communicatie over ontwikkelingen rondom 6 speerpunten
- Visie documenten Regeringscommissaris IHH
- Keukentafelsessies, ontbijtsessies ea events
- Open Donderdag

## Ministeries & uitvoeringsorganisaties

- Communicatie over organisatie specifieke producten en diensten
- Informatie over eigen programma op eigen intranetdeel
- Deelcampagnes over IHH en openbaarmaking
- Communicatie nieuw beleid (chat, e-mail, onboarding/offboarding etc.)
- Aanleveren praktijkvoorbeelden ea content





# 10. Communicatiekanalen op inhoud en doelgroepen

De volgende tabel geeft een overzicht van de verschillende communicatiekanalen die we gebruiken, de inhoud die via deze kanalen wordt verspreid, en de verantwoordelijke partijen die zich bezighouden met het

onderhouden en optimaliseren ervan. Door deze kanalen strategisch te benutten, kunnen we onze boodschappen op een consistente en impactvolle manier overbrengen naar onze doelgroepen en onze doelstellingen bereiken.

Kanalen	Verantwoordelijk	Inhoud	Doelgroepen
<b>Open-overheid.nl</b>	PROO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Over open overheid</li> <li>• Instrumenten en diensten</li> <li>• Actualiteit</li> <li>• Events</li> <li>• Interviews &amp; Opinie</li> <li>• Praktijkvoorbeelden</li> <li>• Voortgang</li> </ul>	Professionals
<b>LinkedIn</b>	PROO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nieuwe instrumenten, diensten en praktijkvoorbeelden</li> <li>• Stellingen en dialogen</li> <li>• Actualiteit</li> <li>• Events</li> <li>• Interviews &amp; Opinie</li> <li>• Voortgang</li> </ul>	Professionals
<b>Rijksdashboard</b>	PROO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Voortgang</li> </ul>	Samenleving, volksvertegenwoordigers, pers
<b>KIA</b>	Werkgroepen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• werken op inhoud (werk-groepen)</li> </ul>	Professionals
<b>Spotify</b>	PROO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podcast Open Overheid</li> </ul>	Professionals
<b>Rijksportal breed</b>	PROO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actualiteiten</li> <li>• Stellingen</li> <li>• Dialogen</li> <li>• Interviews</li> </ul>	Rijksmedewerkers en managers
<b>Interne kanalen departementaal</b>	Rijksorganisaties	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actualiteiten en events</li> <li>• Stellingen</li> <li>• Dialogen</li> <li>• Interviews</li> <li>• Serious games</li> </ul>	Rijksmedewerkers en managers
<b>Websites partners</b>	Partners	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Specifieke content over de dienstverlening, projecten en de organisatie</li> <li>• Door-verwijzing tools, actualiteiten, voortgang naar open-overheid.nl</li> </ul>	Professionals
<b>Rijksoverheid.nl</b>	PROO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Info voor burgers m.b.t. de WOO en het indienen van een WOO-verzoek</li> </ul>	Samenleving

Kanalen	Verantwoordelijk	Inhoud	Doelgroepen
Overheid.nl/Woo-index	PROO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Toegang tot openbaar gemaakte documenten van bestuursorganen</li> </ul>	Samenleving
Plein BZK/RDDInsight/ Samenwerkruimte	PROO & Stelselpartijen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Samenwerkingsplatform PROO &amp; Partners</li> <li>• Leesvoer</li> <li>• Durf te vragen</li> <li>• Handige documenten</li> <li>• Tips &amp; Ideeën</li> </ul>	PROO & Stelselpartijen
OnsCommunicatie Rijk	PROO & Afstemmingsoverleg	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Samenwerkings platform afstemmings overleg</li> <li>• Leesvoer</li> <li>• Durf te vragen</li> <li>• Handige documenten</li> <li>• Tips en Ideeën</li> <li>• Voorbeelden die niet op open-overheid.nl kunnen</li> <li>• Agenda en verslagen</li> </ul>	Communicatieprofessionals
Op en rondom de werkplek	PROO & Stelselpartijen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Campagnemiddelen</li> <li>• Posters</li> <li>• Bijeenkomsten</li> </ul>	Rijkmedewerkers en managers
Vakbladen	PROO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nieuwsberichten</li> <li>• Interviews</li> <li>• Opinie</li> <li>• artikelen</li> </ul>	Professionals en bestuurders
Nieuwsbrieven van derden	Allen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nieuwsberichten</li> <li>• Events</li> </ul>	Professionals
E-mail	Allen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Info voor specifieke doelgroepen</li> </ul>	Bestuurders

# 11. Samenwerking

## 11.1 Samenwerking met de Maatschappelijke coalitie

Naast interne samenwerking is ook samenwerking met maatschappelijke organisaties, kennisinstellingen en het bedrijfsleven van groot belang. Zoals eerder benoemd zijn zij het publiek dat het team zowel aanmoedigt als eist dat er resultaten worden geleverd. Vanuit communicatie willen we daarom intensiever optrekken met de maatschappelijke coalitie 'Over informatie gesproken' vanuit de gedachte dat we elkaars krachten kunnen benutten en dit zal leiden tot een grotere impact en effectiviteit van onze gezamenlijke inspanningen. Om dit te bereiken zullen we vanuit het Programma Open Overheid team Communicatie verschillende acties ondernemen:

- Stimuleren en verdiepen van de dialoog met de maatschappelijke coalitie door regelmatige overleggen, bijeenkomsten en workshops te organiseren.
- Actief delen van informatie over plannen, initiatieven en ontwikkelingen met de maatschappelijke coalitie om betrokkenheid te bevorderen.
- Creëren van een sfeer van vertrouwen en samenwerking door open communicatie en het verwelkomen van suggesties en feedback van de maatschappelijke coalitie.
- Ontwikkelen en afstemmen van gezamenlijke communicatiestrategieën om een consistente en gecoördineerde aanpak te waarborgen.

## 11.2 Burgerparticipatie en een open overheid

Hoewel onderzoek gewenst is, lijkt burgerparticipatie een belangrijk aspect te zijn voor het bevorderen van een open overheid. Door burgers actief te betrekken bij het beleid en de besluitvorming, kan dit leiden tot een meer inclusieve en democratische samenleving. Het is van belang om burgers bewust te maken van hun rechten en mogelijkheden om deel te nemen aan openbaarheid van bestuur, en hen te stimuleren om een actieve rol te spelen in het vormgeven van het overheidsbeleid.

Hoewel het Programma Open Overheid niet primair gericht is op het betrekken van burgers of het coördineren

van burgerparticipatie (waarbij het cruciaal is om dit ergens te beleggen, als we écht een open overheid willen zijn), kunnen er mogelijke acties worden overwogen om burgers van invloed te laten zijn op het behalen van de streefbeelden zoals genoemd in het Meerjarenplan. Enkele suggesties zijn onder meer:

- Het verstrekken van informatie en bewustwording: Door burgers te informeren over het belang van openheid en transparantie in de overheid, en hen bewust te maken van hun rechten en mogelijkheden om deel te nemen aan openbaarheid van bestuur, kan de betrokkenheid mogelijk vergroot worden.
- Het oprichten van burgerpanels: Door het instellen van burgerpanels bestaande uit een representatieve groep burgers, die regelmatig worden geraadpleegd over open overheidsonderwerpen en beleidsbeslissingen.
- Het organiseren van burgerbijeenkomsten: Tijdens fysieke of virtuele bijeenkomsten kunnen burgers in gesprek gaan met overheidsfunctionarissen, experts en belanghebbenden over open overheidsthema's en kwesties.

Deze voorgestelde acties vormen slechts een beginpunt en moeten verder doordacht en evt. uitgewerkt worden in een aparte strategie voor burgerparticipatie en een open overheid. Door samen te werken met burgers en maatschappelijke organisaties kunnen we streven naar een inclusieve en participatieve overheidscultuur waarin de stem van alle burgers wordt gehoord.

## 11.3 Samenwerking met de Koepels

In onze communicatiestrategie erkennen we het belang van samenwerking met decentrale overheden, die worden vertegenwoordigd door de koepelorganisaties VNG, UVW en IPO. Hoewel deze instanties elk hun eigen meerjarenplan en communicatiestrategie hebben, geloven we sterk in het potentieel van kennisdeling en samenwerking om onze gezamenlijke doelen te bereiken. Dit vergroot niet alleen onze impact, maar versterkt ook de cohesie en samenhang binnen het gehele overheidslandschap. Samenwerking stelt ons in staat om de burger nog beter van dienst te zijn en maakt het mogelijk om in te spelen op de diverse behoeften en uitdagingen van onze samenleving. Daarom werken we actief aan een nauwe

samenwerking en een open dialoog met de decentrale overheden, met als doel om gezamenlijk tot innovatieve en effectieve communicatieoplossingen te komen die ten goede komen aan alle burgers en belanghebbenden. Door bijv. onze strategieën op elkaar af te stemmen, elkaar toegang te geven tot instrumenten, diensten, praktijkvoorbeelden en meer hoeven we niet opnieuw het wiel uit te vinden en hebben we meer slagkracht. Ook het gebruik van de ZO Koepelcampagne door decentrale overheden behoort tot de mogelijkheden. Nadere uitwerking in de actieplan is nodig.



# 12. Evaluatie. Hoe meten we vooruitgang?

## 12.1 De KPI's

Onderstaande Key Performance Indicators (KPI's) zijn zorgvuldig gekozen om verschillende aspecten van ons streven naar openheid en transparantie te evalueren, zowel binnen rijksorganisaties als in de bredere samenleving. Door het monitoren van deze KPI's kunnen we onze vooruitgang volgen, succesvolle benaderingen identificeren en gebieden voor verbetering aanwijzen. Ze zullen dienen als leidraad voor onze strategische besluitvorming en helpen ons om gerichte maatregelen te nemen om onze doelstellingen te bereiken. Onze toewijding aan openheid en transparantie wordt weerspiegeld in het feit dat deze KPI's niet alleen worden gemeten, maar ook actief worden nagestreefd in onze dagelijkse praktijk.

1. Rijksmedewerkers zijn zich bewust van het belang van een open overheid en handelen hiernaar door middel van een open en proactieve mentaliteit
2. Binnen rijksorganisaties heerst een cultuur van openheid, waarbij ambtenaren de ruimte, het vertrouwen en de veiligheid ervaren om vanuit hun ambtelijke professie deskundig te adviseren en waar nodig tegenspraak te bieden. Dit is niet iets waar Communicatie alleen in kan voorzien, maar wel aan kan bijdragen.
3. Rijksorganisaties/professionals zijn op de hoogte van de rijksbrede prioriteiten, generieke maatregelen (MJP).
4. Rijksorganisaties/professionals zijn op de hoogte van de ontwikkelingen rondom openbaarmaking, informatiebeheer en werkprocessen, de Archiefwet en DUTO-eisen en de werkomgeving van de toekomst (de vier streefbeelden).
5. Rijksorganisaties/professionals hebben gemakkelijk toegang tot de benodigde tools, informatie, praktijkvoorbeelden en vaardigheden zodat ze hun opdracht naar behoren uit kunnen voeren.

6. Rijksorganisaties/professionals kunnen op een laagdrempelige manier samenwerken, netwerken en kennisdelen.
7. De samenleving weet wat haar rechten zijn als het gaat om toegang tot overheidsinformatie, waar ze deze informatie kan vinden en welke handelingen nodig zijn om informatie te verkrijgen.
8. De samenleving is op de hoogte van de voortgang.
9. Burgers, journalisten en maatschappelijke organisaties worden geraadpleegd en wij gaan met hen in dialoog vanuit een lerende houding.
10. Openheid en transparantie is een kernwaarde van de Nederlandse overheid en een grondhouding van alle ambtenaren.

## 12.2 Monitoren

- KPI's moeten worden uitgewerkt samen met een onderzoeksbureau. Het bureau wordt ook ingezet voor kwantitatief onderzoek, evt. met verdiepingslag kwalitatief onderzoek. Het inkooptraject hiervoor moet nog worden opgestart.
- Effecten van de rijksbrede ZO campagnes worden gemeten via de monitor van RDDI.

## 13. Diversiteit, inclusie en toegankelijkheid

Onze communicatiestrategie voor een open overheid richt zich op een breed scala aan interne en externe doelgroepen, met inbegrip van ambtenaren, bestuurders, partners, maatschappelijke organisaties, bedrijven, journalisten en burgers. Bij het opstellen van onze strategie streven we ernaar om diversiteit, inclusie en toegankelijkheid in al onze communicatie-inspanningen te integreren. We erkennen het belang van het bereiken van diverse doelgroepen en het betrekken van verschillende belanghebbenden bij onze initiatieven en besluitvormingsprocessen. Daarom zorgen we ervoor dat onze communicatieboodschappen en -kanalen rekening houden met de diverse achtergronden, opleidingsniveau, perspectieven en behoeften van onze verschillende doelgroepen. Dit omvat het waarborgen van taalkundige toegankelijkheid, digitoegankelijkheid, het aanbieden van verschillende communicatiekanalen en het actief bevorderen van inclusie in al onze communicatie-inspanningen. Op deze manier streven we ernaar om een inclusieve communicatiepraktijk te bevorderen die de diversiteit van zowel interne als externe belanghebbenden weerspiegelt en hen in staat stelt om actief deel te nemen aan het open overheidsgedachtegoed.

# 14. Risico's

Er zijn een drietal risico's aan te wijzen:

1. **Verlies van vertrouwen:** Een risico kan zijn dat onduidelijke of ineffectieve communicatie leidt tot een verlies van vertrouwen bij het publiek, waardoor de geloofwaardigheid van de overheid wordt ondermijnd. Dit kan gebeuren als belangrijke informatie niet tijdig wordt gedeeld, als communicatie inconsistent is of als er sprake is van misverstanden over de boodschap.
2. **Weerstand tegen verandering:** Een ander risico is dat er weerstand ontstaat tegen de veranderingen die gepaard gaan met het streven naar een open overheid. Dit kan zowel binnen de overheid zelf als bij externe belanghebbenden voorkomen. Mensen kunnen bijvoorbeeld weerstand bieden tegen het delen van informatie of het aannemen van nieuwe werkwijzen die nodig zijn voor meer transparantie en participatie.
3. **Veranderingen in de focus en financiering:** Een politiek risico dat zich kan voordoen in deze situatie is dat de prioriteiten en beleidsagenda van het nieuwe kabinet mogelijk verschillen van die van het vorige kabinet. Dit kan leiden tot veranderingen in de focus en financiering van open overheid-initiatieven. Bijvoorbeeld, als het nieuwe kabinet minder nadruk legt op transparantie en openheid, kunnen de budgetten de programma's en voor communicatie worden verminderd. Dit kan gevolgen hebben voor de uitvoering van de communicatiestrategie en het behalen van de gestelde doelen. Het is dus belangrijk om flexibel te blijven en de strategie aan te passen aan eventuele veranderingen in het politieke landschap.



**Dit is een uitgave van:**

Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties,  
in samenwerking met het ministerie van Onderwijs,  
Cultuur en Wetenschap

**Programma Open Overheid**

[www.minbzk.nl](http://www.minbzk.nl)  
[www.open-overheid.nl](http://www.open-overheid.nl)

Turfmarkt 147  
2511 DP Den Haag

Postbus 20011  
2500 EA Den Haag

**Opsteller**  
Manuela Fun

Augustus 2024