

Bestuursdienst



Afdeling **Concerncommunicatie en Representatie**
Onderwerp **uitvoering motie 'Nothing beats Groningen'**

Bezoekadres
Waagstraat 1

Postadres
Postbus 20001
9700 PB Groningen

Aan de leden van de Raad van de gemeente Groningen
te
GRONINGEN

Wij zijn met het openbaar vervoer
bereikbaar, buslijnen 1, 2, 3, 5, 6,
11, 13, 16

Informatie over vertrektijden krijgt
u via 0900-92 92

In uw antwoord graag datum en
kenmerk vermelden.

Telefoon (050) 367 76 50 Bijlage(n)

Ons kenmerk **BD 11.2542876**

E-mailadres
bestuursdienst@bsd.groningen.nl

Datum **02-03-2011** Uw brief van
- 9 MRT 2011

Uw kenmerk

Website
www.groningen.nl

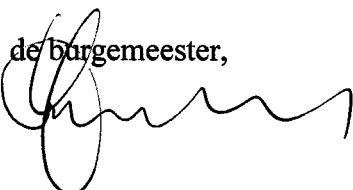
Geachte heer, mevrouw,

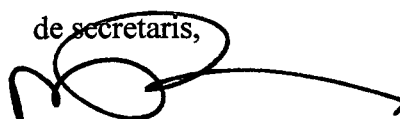
De raad heeft in een motie van de fractie van Student&Stad uitgesproken dat *“de gemeentelijke website een onmisbaar middel is in de communicatie van de internationale ambities van de gemeente”*. Onder de titel ‘Nothing beats Groningen’ vroeg deze motie – naast het verstrekken van buitenlandstalige informatie over relevante gemeentelijke dienstverlening – expliciet om aandacht voor buitenlandstalige (actuele) informatie over internationale projecten, samenwerkingsverbanden en de Groningse participatie in (Europese) subsidieprogramma’s. In de raadscommissie F&V van 3 november j.l. heeft de burgemeester toegezegd de raad zo spoedig mogelijk te informeren over de verdere uitwerking van de motie.

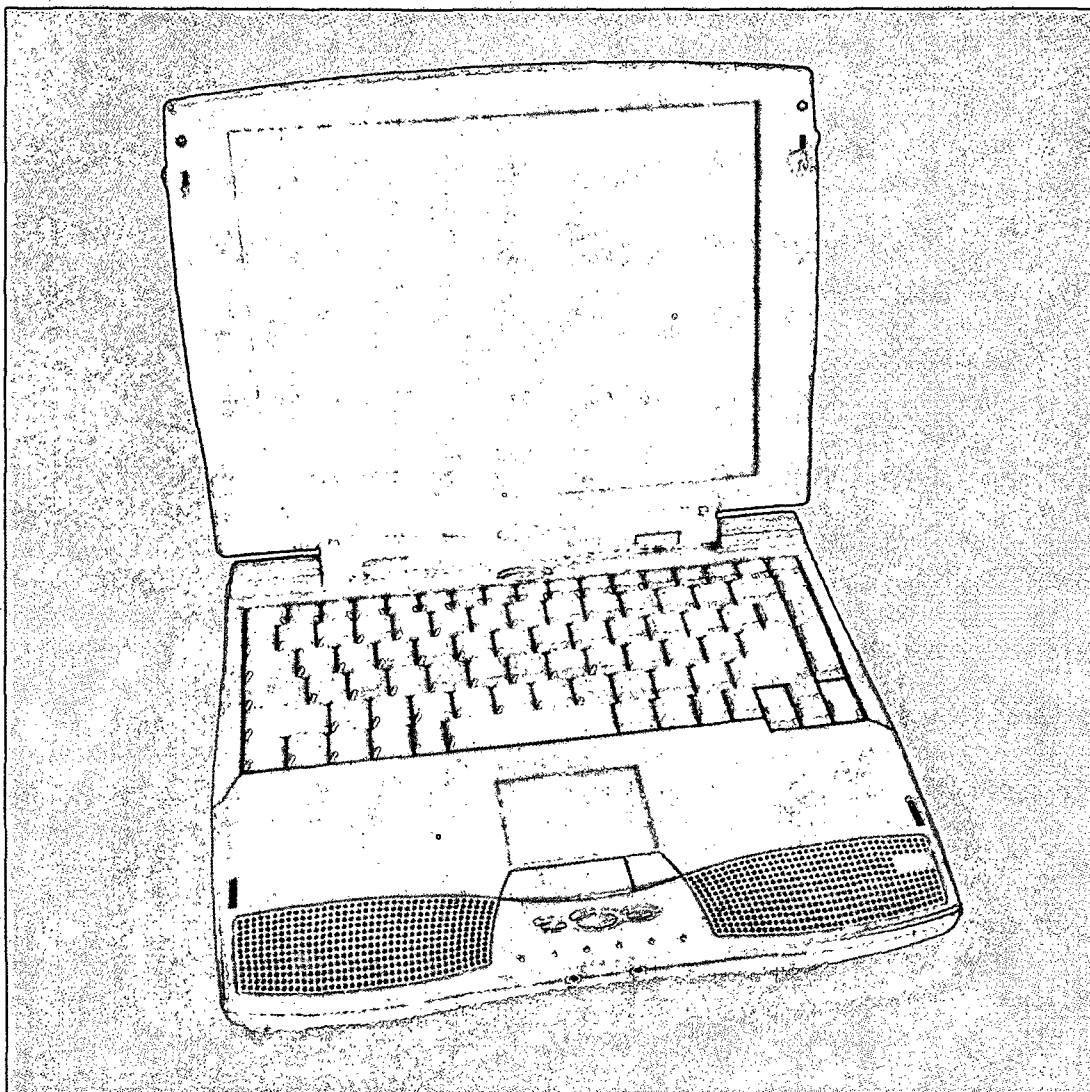
In onze brief van september 2010 over de uitvoering van de motie hebben wij aangegeven opdracht te hebben verstrekt tot het maken van een analyse van het huidige gebruik van de website door buitenlandstaligen en een inventarisatie van de onderwerpen die al dan niet meertalig zouden moeten worden gepresenteerd plus de daarbij behorende organisatie en de kosten van het beheer.

Op basis van de uitkomsten hiervan hebben wij nu een besluit genomen over een verbeterde aanpak van de meertaligheid van onze website. We hebben de aanbevelingen uit de bijgevoegde notitie ‘meertaligheid gemeentelijke website’ overgenomen.

Met vriendelijke groet,
burgemeester en wethouders van Groningen,

de burgemeester,


de secretaris,




**concept meertaligheid
gemeentelijke website**



stad

Meertaligheid gemeentelijke website

- 1. Stand van Zaken**
 - 1.1 Toeristen
 - 1.2 Studenten
 - 1.3 Buitenlandstalige inwoners
 - 1.4 Internationale relaties

- 2. Verbeterings-opties**
 - 2.1 Optimalisatie Google en doorverwijzen
 - 2.2 Welkom-pagina's
 - 2.3 Vertalen content: selectief of alles?
 - 2.4 Internationale website en Nieuwsbrief

- 3. Organisatorisch, financieel**
 - 3.1 Verantwoordelijkheid beleid en kwaliteit
 - 3.2 Financiën

- 4. Samenvatting aanbevelingen**

Meertaligheid gemeentelijke website

0. Inleiding

De raad heeft in een motie van de fractie van Student&Stad uitgesproken dat “de gemeentelijke website een onmisbaar middel is in de communicatie van de *internationale* ambities van de gemeente”. Onder de titel ‘Nothing beats Groningen’ vraagt de motie – naast het verstrekken van buitenlandstalige informatie over relevante gemeentelijke dienstverlening – expliciet om aandacht voor actuele informatie over internationale projecten, samenwerkingsverbanden en de Groningse participatie in (Europese) subsidieprogramma’s.

In deze notitie wordt beschreven wat de stand van zaken is m.b.t. de meertaligheid van de gemeentelijke website, welke stappen tot verbetering zijn gezet en nog gezet zullen moeten worden. Tevens gaat deze notitie in op de interne verantwoordelijkheid voor de kwaliteit van de buitenlandstalige informatieverstrekking en de financiële aspecten daarbij.

1. Stand van zaken

Het beleid tot nu toe ging uit van een drietal ‘buitenlandstalige doelgroepen’, te weten: toeristen, studenten en buitenlandstalige inwoners van de stad. Naar aanleiding van de discussie in de raad hebben we daar nog een vierde aan toegevoegd: *internationale contacten*.

1.1 Toeristische informatie

Het beleid is erop gericht om (buitenlandse) toeristen zo snel mogelijk door te leiden naar de site van Marketing Groningen. Marketing Groningen is door gemeente en provincie opgericht als hét bureau voor de toeristische marketing van Groningen, waar ook de VVV van de stad onder valt. Marketing Groningen heeft een – onlangs geheel vernieuwde – zeer volledige website, die zowel in het Engels als in het Duits alle mogelijke toeristische informatie biedt.



De website van Marketing Groningen is er in 3 talen

Omdat de meeste bezoekers via Google naar onze site(s) komen is getracht de vindbaarheid al bij de eerste zoekresultaten te optimaliseren, onder het motto 'Google als onze home-page'. Met behulp van zgn. zoekmachine-optimalisatie (search-engineoptimisation: SEO) kan het zoekresultaat – en daarmee de vindbaarheid van de juiste informatie - beïnvloed en verbeterd worden. In samenwerking met Marketing Groningen geeft de zoekvraag 'groningen' nu een overzichtelijk beeld van een aantal 'hoofdingangen', waaronder de (Engelstalige) toeristische ingangen van gemeente en Marketing Groningen.

The screenshot shows a Google search for 'groningen'. The search bar contains 'groningen' and shows approximately 28,800,000 results in 0.08 seconds. The top result is 'Nederlandse Eredivisie: FC Groningen' with a small soccer icon. Below it is the 'Startpagina' for 'Groningen.nl', described as the official site for the municipality. A sidebar on the left offers various filters like 'Alles', 'Afbeeldingen', 'Video's', etc. At the bottom, there is a map of Groningen and several thumbnail images of local landmarks.

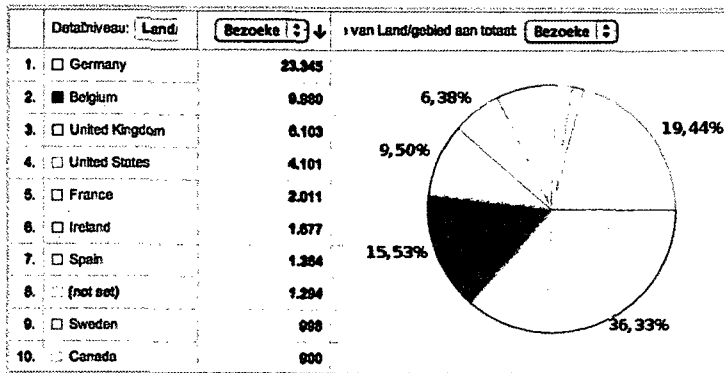
Zoekresultaat voor de zoekvraag 'groningen' op Google
(het bovenste resultaat is niet beïnvloedbaar; en verschijnt bij elke plaats met een eredivisieclub)

In 2010 werden er op de gemeentelijke website toch nog zo'n 40.000 pagina's onder de titel 'Deutsch' bekeken, door zo'n 15.000 bezoekers uit Duitsland. Dat is ongeveer 1% van het totale bezoek aan de gemeentesite. 'Turismusstadt' en 'Parkplätze' zijn daarbij de meest bezochte pagina's. Duitstalige bezoekers op de gemeentesite zijn er met name in de week voorafgaande aan de jaarlijkse bloemetjesmarkt op Goede Vrijdag.



Aantal bezoeken per dag op de gemeentelijke webpagina's onder 'Deutsch' (2010)

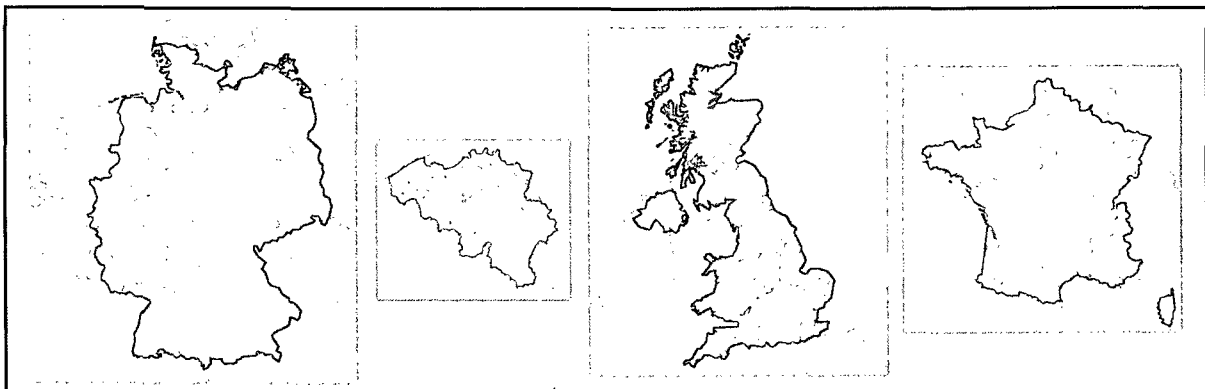
Anticiperend hierop verwijzen zowel de gemeentesite als de portal Groningen in de week voor goede vrijdag via de zgn. 'push-blokken' rechtstreeks door naar de speciale website over de bloemetjesmarkt van de GCC.



Kijken we naar de herkomst van alle bezoekers op de gemeentelijke website dan zien we dat ruim 4% afkomstig is uit het buitenland (ca. 65.000 bezoeken). Daar zullen in het buitenland vertoevende (oud) Stadgers bij zijn, maar het betreft ook zeker een groot aantal (potentiële) toeristen.

Onderverdeeld zien we dat van de bezoekers uit het buitenland Duitsland ruim een derde voor z'n rekening neemt. Daarna volgen België (16%), Groot-Brittannië (10%) en de VS (6%). Als we kijken naar herkomst van de bezoekers uit Duitsland, dan zien we dat die voornamelijk afkomstig zijn uit het noordwesten. 60 procent is afkomstig uit Niedersachsen en Nordrhein-Westfalen. Bremen, Oldenburg, Leer en Hamburg zijn de belangrijkste plaatsen. Dit komt overeen met het beeld dat Marketing Groningen heeft van de belangrijkste toeristische markt voor Groningen.

Opvallend is dat het bezoek vanuit België vrijwel uitsluitend afkomstig is van boven de taalgrens. Brussel en Gent zijn hier de belangrijkste steden. Vanuit Engeland is vrijwel al het bezoek afkomstig uit Londen (meer dan 75%). Vanuit Frankrijk komt een derde uit Parijs.

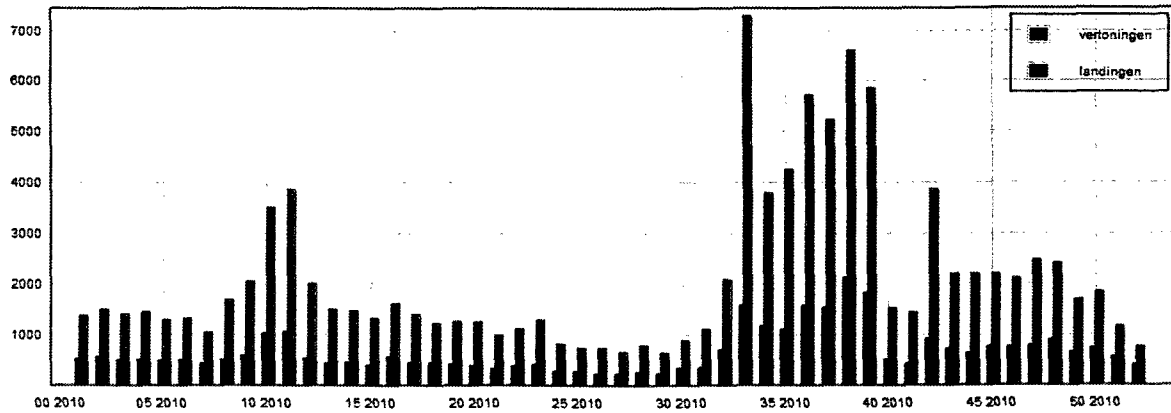


Herkomst bezoekers gemeentelijke website per land

1.2. Studenten

Bij (internationale) studenten is het uitgangspunt dat de voertaal Engels is. Net als bij toeristen is het beleid erop gericht deze doelgroep zo snel mogelijk door te verwijzen naar de sites die speciaal op deze doelgroep gericht zijn. De site van de RUG is volledig in het Engels beschikbaar, de site van de Hanzehogeschool heeft een Engels- en een Duitstalige versie, alsmede uitgebreide informatie in het Russisch en zelfs in het Chinees. Beide instanties hebben een International Students Desk of Office. Gezamenlijk hebben gemeente, RUG, Hanze en UMCG de site van City of Talent.

Bezoekersaantallen per week
 Selectie: www.cityoftalent.nl



Bezoekersaantallen website City of Talent (per week, 2010)

Op de site van City of Talent zijn vorig jaar ruim 110.000 pagina's bekeken door ruim 35.000 bezoekers. In de grafiek is duidelijk te zien dat er een piek is vanaf eind augustus tot en met september, de periode waarin het nieuwe studiejaar begint en waarin de Kei-week valt. Het onderwerp 'Healthy-ageing-week' trok alleen al 2.000 bezoekers. Het meest bezocht worden de pagina's met vacatures, maar er is ook belangstelling voor de talent-group en de talent-test.

Google Translate

Interessant is dat de Hanzehogeschool (Hanze University op de buitenlandstalige pagina's) zich ook in het Russisch en zelfs het Chinees presenteert. Dit zijn snel groeiende doelgroepen van studenten. Het is een mooi (welkoms-)gebaar deze potentiële studenten ook in hun eigen taal alvast te introduceren en wegwijs te maken binnen het instituut, hoewel ook bij de Hanze het Engels de internationale voertaal zal blijven.

De Russische en Chinese pagina's maken het ook mogelijk om eens vanuit het perspectief van iemand die de taal niet machtig is naar deze informatie te kijken. Google Translate kan ons dan een eind op weg helpen, zoals blijkt uit onderstaande afbeelding.

Welkom!
 Welkom bij Hanze Rijksuniversiteit Groningen, Universiteit van Toegepaste Wetenschappen. Hanze Rijksuniversiteit Groningen - de grootste universiteit van toegepaste wetenschappen in Noord-Nederland. Het is gelegen in het bruisende campus van Groningen.

Onze wereld wordt steeds internationaler in verband met het feit dat de vraag van werkgevers en werknemers die kunnen werken in een internationale omgeving. Hanze Rijksuniversiteit Groningen biedt een internationaal perspectief en geeft studenten de kans om voor te bereiden op een carrière in een moderne, globalizovanom samenleving.

De universiteit is ook internationaal georiënteerd vanuit het perspectief dat er genoeg zijn van de opleidingen die worden gegeven in het Engels, en hij werkt nauw samen met partner-universiteiten uit de hele wereld. Bovendien, de Universiteit van Hanze kan worden genoemd "thuis" voor studenten meer dan 80, en nationaliteiten.

Het Russische welkom op de site van de Hanzehogeschool vertaald met Google Translate

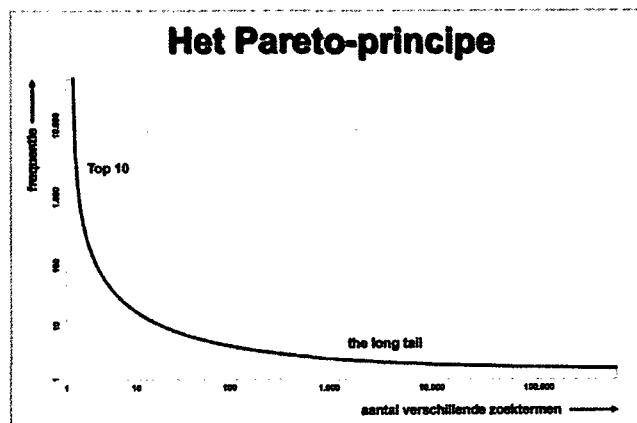
1.3 Buitenlandstalige inwoners van de stad

Per november 2010 heeft de gemeentelijke website een nieuwe structuur. Deze is veel meer gericht op de vraag van de bezoekers en kent niet meer de vertakte menustructuur van vroeger. De site volgt meer de logica van het zoeken met een zoekmachine als Google, wat tegenwoordig voor de meeste mensen de gangbare manier is om informatie te vinden op internet.

Met betrekking tot de zoekvragen worden – mede gebaseerd op het lerend vermogen van de zoekmachine – relevante ‘perspectieven’ gegenereerd. De verwachting is dat we door analyse van de zoekvragen meer zicht zullen krijgen op de specifieke interesses van de bezoekers en daarop – ook proactief – aanbod en presentatie van relevante informatie kunnen afstemmen. Zoals bij het voorbeeld van de ‘Bluhmenjahrmarkt’. De verwachting is dat we langs deze weg ook meer inzicht krijgen in de buitenlandstalige informatiebehoefte op de gemeentesite.

Vorig jaar werd de gemeentelijke website 885.000 keer via Google benaderd. Deze bezoekers gebruikten daar maar liefst 220.000 (!) verschillende zoektermen voor.

Bij nadere bestudering blijkt daarbij een beperkt aantal onderwerpen de boventoon te voeren, waarvoor weliswaar een groot aantal verschillende zoektermen worden gebruikt maar waarvan overduidelijk is wat er wordt bedoeld. De top 10 – vacatures, parkeren, afval etc. – omvat ongeveer een kwart van alle vragen. Informatie daaromtrent wordt ‘in de etalage’ gezet. De overige vragen daarentegen vormen een enorme ‘long tail’ van alle mogelijke onderwerpen.



Dit is het zgn. Pareto-principe. Om een indruk van de interesses te krijgen hebben we binnen die ‘long-tail’ gekeken naar de aanwezigheid van buitenlandstalige vragen.

Binnen de eerste 1000 zoekwoorden komen er in 2010 slechts drie buitenlandse termen voor. ‘Groningen netherlands’ (119x), ‘city of groningen’ (99x) en ‘verkaufsoffenersonntag’ (89x).

Dit zijn zoektermen die duiden op min of meer toeristische belangstelling voor (een bezoek aan) de stad. Geselecteerd op de toevoeging ‘netherlands’ zijn er 276 hits, voor ‘english’ zijn er 139 hits en 54 voor ‘deutsch’. Deze pagina’s worden duidelijk niet via de zoekmachines gevonden, maar via klikken op de site.

Als we kijken naar de taal-instellingen van de computers van de bezoekers valt op dat het aantal ‘buitenlandstalige’ PC’s in Groningen lager ligt dan het landelijke gemiddelde, m.n. voor wat betreft het Duits. Gecombineerd met informatie over de gebruikte provider valt aan de taalinstellingen ook nog af te leiden dat deze veelal worden gebruikt vanuit de netwerken van RUG en Hanzehogeschool.

Specifieke buitenlandstalige belangstelling voor bepaalde pagina’s is via deze methode vast te stellen als afwijkingen van de normale verdeling in taalinstelling. De pagina’s onder ‘Deutsch’ worden inderdaad voornamelijk vanaf op Duitse taal ingestelde computers bekeken (85% tegen 1,1% ‘normaal’). Dat geldt ook voor de pagina’s ‘English’, hoewel daar meer verdeeld over ook andere buitenlandse taalgebieden.

Voor zover te overzien zijn er op de overige pagina’s van de website soms lichte variaties op de ‘normale’ verdeling van taalinstellingen zichtbaar, die op een bepaalde voorkeur zouden kunnen duiden. Zo zien we relatief meer Duitse bezoekers op pagina’s als ‘een huis huren’ (ook veel bezocht door Polen) en ‘contact’ en juist minder op pagina’s als ‘vacatures’, ‘verkiezingen’ of ‘paspoort’. Logische verschillen, maar het gaat wel om heel lage percentages. Maar omdat de gemeentesite jaarlijks meer dan anderhalf miljoen keer wordt bezocht gaat het hierbij toch om behoorlijke aantallen.

Vanuit de stad zien we per jaar ongeveer 4.000 ‘Duitstalige’ computers de site bezoeken, zo’n 7.500 ‘Engelstalige’ naast 400 ‘Poolse’ en 300 ‘Franse’. We weten natuurlijk niet óf en hoe goed de gebruiker het Nederlands beheerst. Daarnaast zijn er nog een flink aantal Nederlanders en buitenlanders die hun PC-taal (standaard) hebben ingesteld op Engels/US.

Al met al kan een ruwe schatting zijn dat jaarlijks zo'n 15 á 20.000 bezoeken aan de website afkomstig zijn van 'buitenlandstalige ingestelde computers' uit de stad. Dit komt overeen met **10 á 12.500 buitenlandstalige stadse bezoekers**.

Het blijft lastig om – naast de voor de hand liggende onderwerpen - met behulp van al deze beschikbare bezoekcijfers, zoekvragen, herkomst en taalinstellingen te bepalen waar de specifieke behoefte aan buitenlandstalige content ligt. Hiervoor zal aanvullend onderzoek nodig zijn, zoals b.v. via een enquête op de site of door nadere analyse van de vragen zoals die bij de balies en klantcontactcentra van de diensten binnenkomen.

1.4 Internationale relaties

In de motie 'Nothing beats Groningen' vraagt de gemeenteraad expliciet om aandacht voor actuele en gedetailleerde informatie over internationale projecten, samenwerkingsverbanden en participatie in subsidieprogramma's. Tot nu toe bevat de gemeentelijke website alleen informatie in het Engels over de twee officiële stedenbanden. Er is wel behoorlijk wat informatie over onze internationale relaties aanwezig in de Nederlandse taal:

- Banden met steden in de noordelijke ontwikkelings-as;
- Samenwerkingsrelaties met diverse steden, w.o. in China;
- Europese samenwerkingsprojecten.

Ook is hier de gemeentelijke nota over het internationale beleid 2008-2012 te vinden. Alleen in het Nederlands.

De pagina's onder 'internationale relaties' zijn afgelopen jaar ongeveer 2.600 keer geopend, wat duidt op circa 600 unieke bezoekers. Daarbij ging de meeste aandacht uit naar Oldenburg, Bremen en Moermansk. De pagina's over Europese samenwerkingsverbanden werden zo'n 200 keer geopend.

Een hoger percentage van deze bezoekers komt vanuit het buitenland en heeft ook in hogere mate een buitenlandse taal op de PC ingesteld, wat duidt op internationale belangstelling.

Internationale relaties stad

nieuws verzenden

De gemeente Groningen heeft partners over de hele wereld. Van Rusland tot Nicaragua, van net na de Tweede Wereldoorlog tot plezions. De banden zijn gebaseerd op vriendschap, handel of ontwikkelingszamenwerking. De banden in het kader van de Noordelijke Ontwikkelingsas – een netwerk van stedelijke gebieden op de lijn Amsterdam-Sint Petersburg – krijgen veel aandacht. Groningen ondersteunt allerlei projecten met haar 'sustersteden' en er vinden vaak onderlinge bezoeken plaats.

Groningen heeft zich officieel verbonden aan San Carlos en Moermansk:

- Stichting Stedenband Groningen - San Carlos (www.groningsancarlos.nl)
- Stichting Stedenband Groningen - Moermansk

Groningen onderhoudt banden met landen in de Noordelijke Ontwikkelingsas:

- Oldenburg (Duitsland)
- Bremen (Duitsland)
- Hamburg (Duitsland)
- Odense (Denemarken)
- Kaliningrad (Rusland)
- Tallinn (Estland)

Bekijk de kaart van de Noordelijke Ontwikkelingsas (NOA) >>

Daarnaast heeft de gemeente samenwerkingsrelaties met:

- Newcastle upon Tyne (Verenigd Koninkrijk)
- Graz (Oostenrijk)
- Katowice (Polen)
- Zlin (Tjechië)
- Jabotaya (Palestijnse autoriteit)
- Tianjin (China)
- X'an (China)

De visie op het internationale beleid van de gemeente Groningen staat beschreven in 'Groningen Wereldstad: nota over de gemeentelijke internationale samenwerking 2008-2012' (pdf, 203 kb)

Lees meer over de Europese samenwerkingsprojecten waaraan Groningen meedoet >>

Stedenbanden

Oldenburg

Hamburg

Moermansk

Bremen

Newcastle upon Tyne

Tallinn

Europese samenwerkingsprojecten

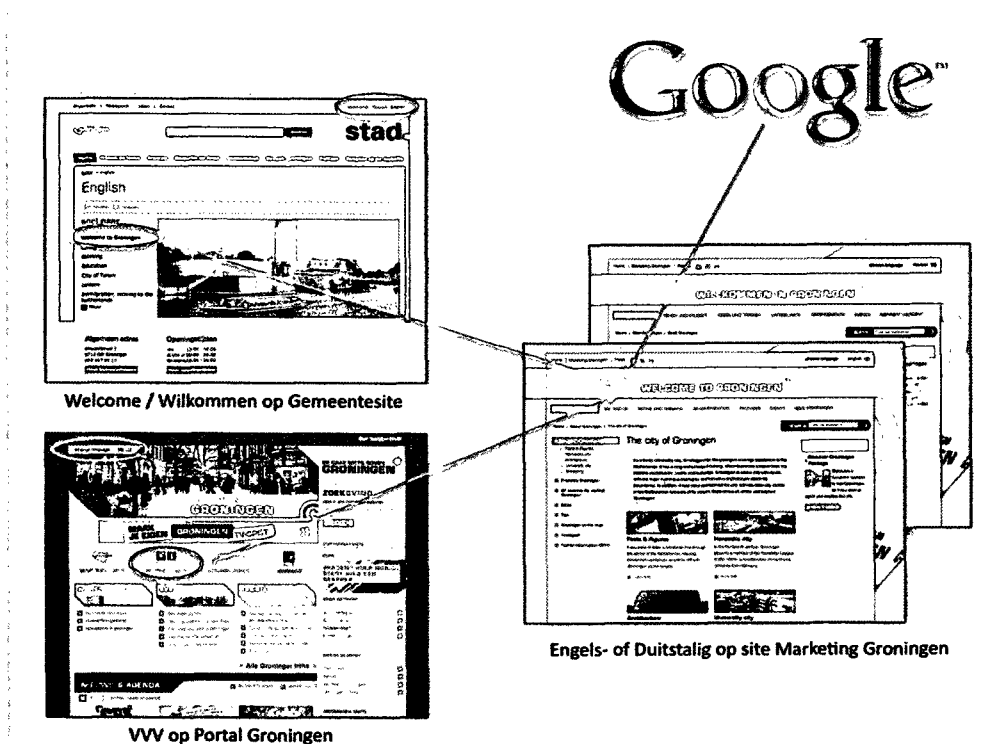
	Paginaw <input type="checkbox"/> ↓	Paginawergaves	bijdrage van Pagina aan totaal: <input type="checkbox"/> Paginaw <input type="checkbox"/>
1. oldenburg	430	26,17%	
2. bremen	330	20,09%	
3. moermansk	285	16,13%	
4. europose-samenwerl	191	11,63%	
5. newcastle-upon-tyne	144	8,76%	
6. tallinn	83	5,05%	
7. MOA map.gif/view	62	3,77%	
8. hamburg	62	3,77%	
9. MOA%20map.gif/vicw	30	1,83%	

2. Verbeterings-opties

2.1 Optimalisatie voor Google en doorverwijzen

Voor de doelgroepen Toeristen en Studenten is het beleid er op gericht deze zo snel en prettig mogelijke door te verwijzen naar de (meertalige) sites van de organisaties die daartoe het best zijn geëquipeerd. Maar het begint eigenlijk al eerder, bij de optimalisatie van de vindbaarheid via Google.

Voor de toeristen is dit momenteel goed geregeld. De vindbaarheid op *Google* is goed en laat de relevante sites zien. De gemeente, provincie en Marketing Groningen hebben gezamenlijk de *Portal* groningen.nl opgezet, om bezoekers die kiezen voor de URL www.groningen.nl voor te sorteren op de doelgroepen Toeristen en Studenten, naast geïnteresseerden in de gemeente of de provincie. Via het zoekmenu op de *gemeentesite* en via de taalkeuze Engels of Duits komen toeristen op de Welcome- c.q. Willkommenpagina's die – naast enige beknopte informatie over de stad – doorverwijzen naar de site van Marketing Groningen.



3 sporen om (buitenlandse) toeristen te leiden naar de site van Marketing Groningen

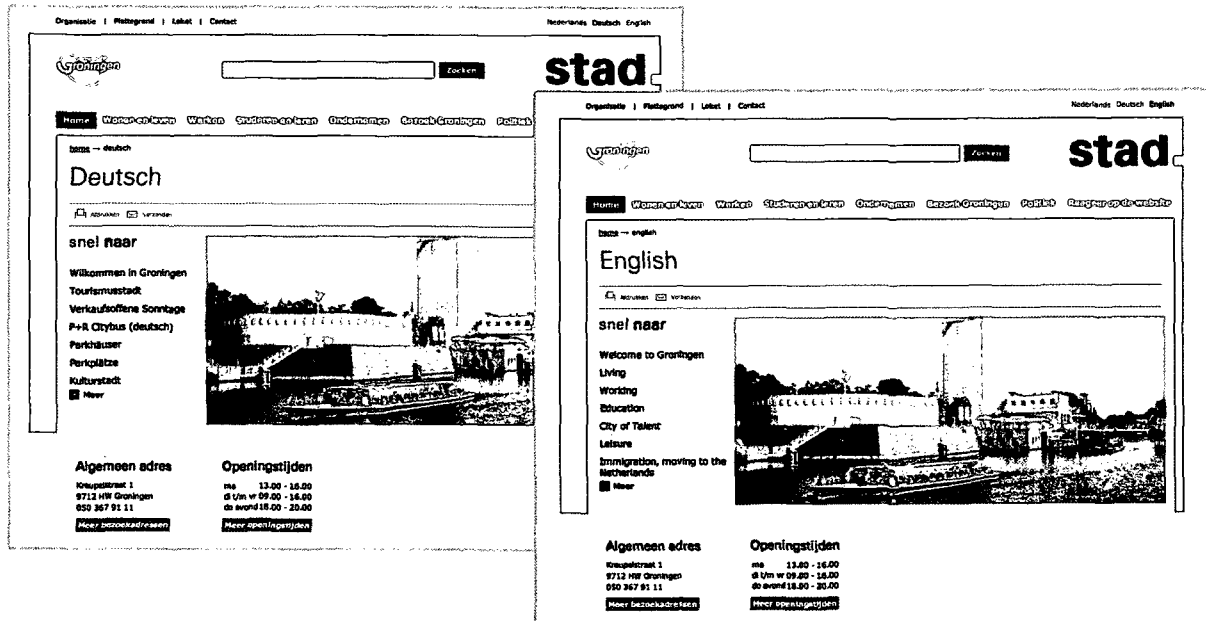
Ook de vindbaarheid van de site van City of Talent op Google is goed, via *advertenties* rechts op de Google-resultaatpagina via zoekvragen als 'groningen' + 'study', 'studying', 'studieren', 'university' of 'high school'. Ook de sites van RUG en Hanze zijn daar bovenaan te vinden in de resultaatlijst. Portal en gemeentesite hebben – ook in het Engels en het Duits – duidelijke verwijzingen naar de sites van City of Talent, Rijksuniversiteit en Hanzehogeschool, hoewel er hier en daar – in de nieuwe opzet van de site – nog wel wat aanpassingen in actualiteit en vormgeving nodig zijn.



Aanbeveling: Het beleid m.b.t. de vindbaarheid op Google en het doorverwijzen naar de (meertalige) websites van de voor de doelgroepen Toeristen en Studenten relevante instituties kan worden voortgezet en verder geoptimaliseerd.

2.2 Welkom-pagina's

Voor toeristen en studenten die – ondanks de optimalisatie voor Google of het doorverwijzen via de portal – toch op de gemeentelijke website belanden hebben we welkom-pagina's ingericht, in het Engels en in het Duits. Maar er zullen ook (buitenlandstalige) bezoekers terecht komen, die hier een vertaling van bepaalde content verwachten. Zoals al aangegeven worden deze pagina's veel bezocht ('Deutsch' 13.500 keer, 'English' 11.000 keer per jaar) en ook daadwerkelijk door buitenlandstaligen (> 90%).



Bij de overgang naar de nieuwe structuur en vormgeving van de website zijn er nog wel wat onvolkomenheden boven tafel gekomen. Hier zullen nog aanpassingen worden verricht.

Aanbeveling: De welkom-pagina's zijn adequaat op hoofdlijnen, maar verdienen nog de nodige aandacht als het gaat om actualiteit en compleetheid. Ook kan gestreefd worden naar een groter aandeel visuele communicatie (foto's, video).

2.3 Vertalen van content: selectief of alles?

Een belangrijke vraag is of er voldoende relevante content in (m.n.) Engels beschikbaar is. De welkom-pagina's geven algemene informatie op hoofdlijnen en verwijzen door.

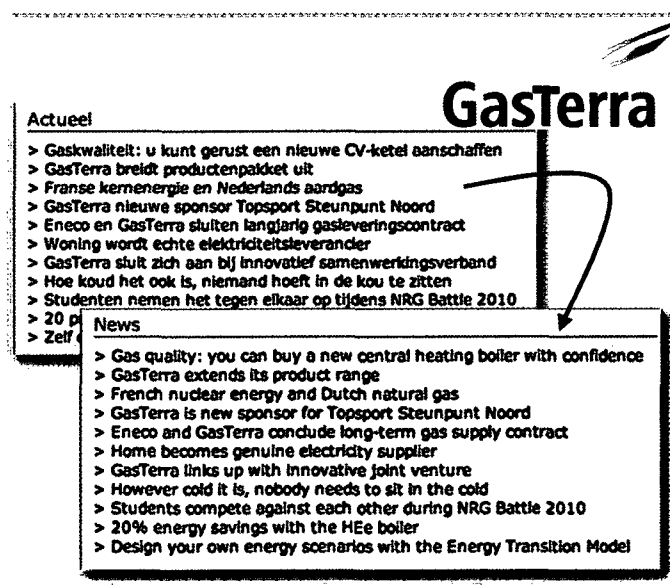
Zoals hiervoor al aangegeven valt uit de gebruikersinformatie van Google Analyticste weinig af te leiden over specifieke buitenlandstalige informatie die gezocht zou kunnen worden. Het kan ook zijn dat hier (de afwezigheid van) het aanbod (de afwezigheid van) de vraag bepaalt. Dit pleit voor aanvullend onderzoek, b.v. een enquête op de site of door analyse van de vraag zoals die bij balies en klantcontactcentra van de diensten – zoals b.v. bij de DIA - binnenkomen.

Er is op de website in het Engels wel specifieke informatie aanwezig over b.v. afvalverwijdering, paspoort, parkeren (ook in Duits) etc., maar dat is maar beperkt. Medewerkers van het KCC van de DIA voeren relatief veel gesprekken in het Engels, waarbij het dan voornamelijk gaat om het aanvragen van akten en uittreksels, zaken afhandelen *zonder* DigID (hebben veel buitenlanders niet), gebruik van de afspraken-planner en het verkrijgen van informatie over belastingen, parkeer- en huisvuilpassen.

Het is de vraag of deze 'zaken' in het Engels voor buitenlanders eenvoudig via de website kunnen worden uitgevoerd of dat er alsnog mondelinge assistentie noodzakelijk is, maar het is alleszins de moeite waard om dit voor een aantal producten uit te proberen. Mocht hiermee de balie daadwerkelijk worden ontlast is er een mogelijkheid voor effectieve **kanaalsturing**.

Blijft het de vraag of er sprake moet zijn van *maatwerk* (en vraagsturing) of dat het handiger is eenvoudigweg de *gehele site* te (laten) vertalen, zoals b.v. de Rijksuniversiteit en Gasterra doen.

Er zijn bedrijven die deze mogelijkheid aanbieden, zoals b.v. LiveWords. De informatie wordt dan 1-op-1 getoond in exact dezelfde look&feel als de originele website, met alle functionaliteit en voorzien van menselijke vertalingen. Niet door vertaalsoftware, zoals bij Google Translate. Wijzigingen in de site worden automatisch geregistreerd en de vertalingen worden iedere dag geactualiseerd. De vertaalde site is daarmee altijd up-to-date en er hoeft geen enkele tijd en aandacht te worden besteed aan een aparte selectie, structuur of navigatie voor de buitenlandstalige content.



The image shows a screenshot of the Gasterra website. At the top right is the Gasterra logo. Below it is a section titled 'Actueel' (Current) with a list of news items in Dutch. A red arrow points from the Dutch text to an English translation of the same text in a box below. The English text is under the heading 'News'.

Actueel

- > Gaskwaliteit: u kunt gerust een nieuwe CV-ketel aanschaffen
- > Gasterra breidt productenpakket uit
- > Franse kernenergie en Nederlands aardgas
- > Gasterra nieuwe sponsor Topsport Steunpunt Noord
- > Eneco en Gasterra sluiten langjarig gasleveringscontract
- > Woning wordt echte elektriciteitsleverancier
- > Gasterra sluit zich aan bij innovatief samenwerkingsverband
- > Hoe koud het ook is, niemand hoeft in de kou te zitten
- > Studenten nemen het tegen elkaar op tijdens NRG Battle 2010
- > 20 p
- > Zelf

News

- > Gas quality: you can buy a new central heating boiler with confidence
- > GasTerra extends its product range
- > French nuclear energy and Dutch natural gas
- > GasTerra is new sponsor for Topsport Steunpunt Noord
- > Eneco and GasTerra conclude long-term gas supply contract
- > Home becomes genuine electricity supplier
- > GasTerra links up with innovative joint venture
- > However cold it is, nobody needs to sit in the cold
- > Students compete against each other during NRG Battle 2010
- > 20% energy savings with the HEe boiler
- > Design your own energy scenarios with the Energy Transition Model

Zo'n systeem brengt echter aanzienlijke kosten met zich mee. Een globale kostenindicatie door LiveWords komt op een te verwachten startfee van €10.000 en een licentie van €12.000 p/jr. Dit is *exclusief* de (initiële) vertaalkosten, waarbij gerekend moet worden met bedragen in de orde grootte van €0,05 tot €0,10 per woord. De rubriek Actueel op de site van Gasterra in het kadertje hierboven bevat ca. 100 woorden.

Een andere mogelijkheid is het – selectief, maar in grotere mate dan nu – (vraag)gericht aanbieden van buitenlandstalige informatie. De signalering van de vraag moet daarbij komen vanuit de 'front-offices'; balies, telefonie en klantcontactcentra bij de diensten. Daarbij moet afgewogen en gemonitord worden of de buitenlandstalige informatieverstrekking en dienstverlening via de website ook daadwerkelijk klantvriendelijker en effectiever uitwerkt. Daar en dan kan de afweging plaatsvinden en effectieve kanaalsturing worden gerealiseerd.

De afdeling Concerncommunicatie zal – concernbreed – een faciliterende rol kunnen vervullen bij het realiseren van de vertaalopdrachten, b.v. door het afsluiten van raamcontracten met vertaalbureaus of het organiseren van de inzet van stagiaires op specifieke vertaalprojecten. De kosten voor de het vertalen van de content moeten worden gedragen door de content- of proceseigenaren.

Als laatste optie kan overwogen worden het gebruik van – gratis – on-line vertaalwebsites als Google Translate te bevorderen. Hoewel niet altijd adequaat en soms koeterwaals, ook op die manier kun je en heel eind komen op websites in een onbekende taal. De mogelijkheid en het gebruik van gratis on-line vertaalsoftware op de gemeentelijke website kan makkelijker worden gemaakt, waarbij wel nadrukkelijk moet worden gewaarschuwd voor de tekortkomingen.

Aanbeveling: Vanwege de hoge kosten en het niet-selectieve karakter lijkt een aanpak om de gehele site systematisch/actueel te (laten) vertalen niet doelmatig.

Selectieve vertaling – op basis van de door de front-offices gesignaleerde vraag, afgewogen in het kader van kanaalsturing – bevordert de kwaliteit van dienstverlening en de efficiency. De afdeling Concerncommunicatie kan hierbij een faciliterende rol vervullen. De kosten voor het vertalen van de content moeten worden gedragen door de content- of proceseigenaren. De mogelijkheid en het gebruik van vertaalsoftware op de website kan worden bevorderd.

2.4 Internationale website en Nieuwsbrief

Belangrijk in de uitspraak van de gemeenteraad over de meertaligheid van de gemeentelijke website is de expliciete vraag om aandacht voor actuele en gedetailleerde informatie over internationale projecten, samenwerkingsverbanden en participatie in subsidieprogramma's. Dit in relatie tot de internationale ambities en uitstraling die we willen hebben.

Tot nu toe bevat de gemeentelijke website alleen informatie in het Engels over de twee officiële stedenbanden. Er is wel enige informatie over onze internationale relaties aanwezig, maar dat is slechts mondjesmaat. Bij de Coördinator Strategische Externe Betrekkingen en de betrokkenen bij representatie, internationale (stedenband)projecten, samenwerkingsverbanden en Europese (Interreg-)programma's leeft dezelfde behoefte om hier meer wervende ruchtbaarheid aan te geven, grotere transparantie te betrachten en verantwoording af te leggen.

Naar aanleiding van de uitspraak van de raad is een plan uitgewerkt om meer – gerichte en geadresseerde – aandacht te vestigen op onze internationale activiteiten, ambities en resultaten, en onze inzet voor internationale samenwerking. De gemeente is behoorlijk actief op dit gebied, maar het is – te vaak – te weinig zichtbaar.

Ook bij de direct betrokkenen bestaat grote behoefte om meer informatie over de internationale betrekkingen en activiteiten van de gemeente uit te dragen en daarover verantwoording af te leggen. Wat doen we allemaal, waarom doen we dat en wat levert het op?

Zouden we dergelijke informatie zondermeer op de gemeentelijke website publiceren is het maar de vraag of daar zondermeer de gewenste belangstelling voor wordt gegenereerd. De ervaring leert van niet. Het lijkt verstandiger de doelgroepen *actief* te benaderen. Dat kan door middel van een internationale elektronische nieuwsbrief of magazine (E-zine), die op gezette tijden wordt verstuurd naar relevante instanties en relaties. Daarbij denken we aan ambassades, consulaten, internationale organisaties, Europese instituten, ministeries, zustersteden etc. Absolute voorwaarde is dat het informatief is, probleemloos werkt en er goed uitziet.

Uiteraard kan iedereen die zich voor de gemeentelijke internationale activiteiten interesseert zich abonneren op deze nieuwsbrief.

The screenshot shows the website of the University of Groningen. At the top, there is a navigation bar with the university's logo and name, and a search bar. Below the navigation bar, there is a main menu with various categories like 'Informatie voor...', 'Nieuws', 'Onderwijs', 'Onderzoek', 'Over de RUG', 'Faculteiten', 'Voorzieningen', 'Bibliotheek', and 'Vacatures'. The main content area features a news article titled 'Winter 2010-2011' by Annemieke Hendriks. The article includes a photo of Annemieke Hendriks and a short bio. The text of the article discusses her experience as a writer and journalist in Berlin, and her participation in the Dutch Universities Alumni Reunion. To the right of the article, there is a sign-up form for the 'Worldwide Newsletter' with a 'newsletter contact' button. Below the article, there is a section titled 'CHE Excellence Ranking: Chemistry among top in Europe now too' with a small logo for the Excellence Group in Chemistry. The footer of the page contains the text 'De Worldwide Newsletter van de RUG'.

De Worldwide Newsletter van de RUG

Website

Op de gemeentelijke **website** wordt onder de kop 'Groningen, European and International Affairs' een apart gedeelte ingericht waarin actuele internationale informatie en de meer statische achtergrondinformatie en documenten. In het Nederlands en in het Engels.

Als goede (Nederlandse) voorbeelden gelden de internationale webpagina's van Rotterdam (<http://www.rotterdam.nl/european-international-affairs>) en den Haag (<http://www.denhaag.nl/en/residents/international-The-Hague.htm>).

The image displays two examples of municipal websites. The left screenshot is from Rotterdam, showing a navigation menu with 'international affairs' selected, a search bar, and a main image of a city street. Below the image are sections for 'local government', 'international policy', 'international affairs', 'international activities', and 'networks'. The right screenshot is from The Hague, showing a navigation menu with 'international' selected, a search bar, and a main image of a city street. Below the image are sections for 'City of Peace and Justice News', 'International Organizations', 'European Organizations', 'Useful Info', 'A History of The Hague', 'Society and Culture', 'Royalty', and 'Holidays'.

De 'international affairs' pagina op de sites van Rotterdam en den Haag

De internationale pagina op onze gemeentelijke website krijgt de volgende rubrieken:

- **News** – actuele zaken en ontwikkelingen
- **International Calendar** – actueel overzicht Groningse internationale activiteiten
- **Local government** – informatie over het gemeentelijk bestuur, contact / adressen
- **Local networks** – lokale netwerken met o.a. RUG, UMCG, provincie
- **International policy** – samenvatting van het internationale beleid (aid, education, trade)
- **International networks** – stedenbanden, zustersteden en partnerships
- **European funding** – o.a. Smart Cities, Build with Care

De content wordt (in het Nederlands en in het Engels) aangeleverd door de bij de diverse onderdeel betrokken medewerkers en online geplaatst door de concernwebmaster.

Nieuwsbrief

Wanneer er voldoende interessant nieuws is – maar met een minimum frequentie van b.v. 2 a 3 keer per jaar – kan er een **nieuwsbrief** worden aangemaakt met behulp van een mailingtool. Een mailingtool maakt het eenvoudig (en snel) mogelijk in eigen look&feel opgemaakte e-mail nieuwsbrieven te genereren, desgewenst met veel beeldmateriaal. Het opmaken van e-mailtemplates komt nogal nauwkeurig want kleine fouten kunnen de e-mail een hoge spam-rating geven waardoor de geadresseerden de mail niet ontvangen. Met de mailingtool zijn uitgebreide rapportages op te vragen, zoals het aantal gelezen berichten, het aantal doorklikken naar de website en het aantal niet aangekomen berichten (bouncers).

De Luncheditie GIC en de nieuwsbrief van Schouwborg/Oosterpoort zijn bekende voorbeelden.

Luncheditie
donderdag 17 februari

WEBSITE SPECIALS ARCHIEF FORUM

» Ga direct naar de website

Heb jij het Groningen-gevoel?

'Baanverlenging Groningen Airport Eelde kan jaren duren'
Het kan nog wel jaren duren voordat de baanverlenging van Groningen Airport Eelde gerealistisch is. Dat heeft burgemeester Peter Rehwinkel vandaag laten weten.

» lees verder

Verkeerschaos door falende slagbomen
Op de snelwegen A7 en de A28 richting Groningen heeft het verkeer donderdagochtend over 18 kilometer vastgestaan als gevolg van twee hapserende slagbomen bij het Julianaplein. De slagbomen over de brug bij het plein wilden tijdens de ochtendspits niet meer omhoog, waardoor de wegen geblokkeerd raakten.

» lees verder

Groningse studenten kraken ov-chipknip
Twee Groningse studenten zijn erin geslaagd de Studenten ov-chipkaart te kraken waardoor ze altijd gratis kunnen reizen. Dat bevestigt een van de twee woensdag naar aanleiding van berichtgeving hierover in de Groningse Universiteitskrant.

de luncheditie
RECORD DAG MET BELANGRIJKSTE RECORDS PER EENREIS

» Nodig een vriend of collega uit

De GIC wordt versuurd met Methuol

TIP!!!!
VAN DE DAG

» van donderdag 17 februari

Branding
Labbie geeft in zijn cabaretshow Branding stormachtige meningen, bukt over zichzelf heen, spreekt zichzelf tegen, probeert je in verzeuring te brengen en te dastmaas, daarboven en daaronder onzettend grappig. Vanavond 20.00 uur in theater Geert Tel meer info >>>

STADSSCHOUWBURG
DE OOSTERPOORT GRONINGEN

NIUWSBRIEF

Toneelnuws met o.a. De Aanslag en Verhalen uit het Weense Woud



Toneelgroep Maastricht/Arie de Mol - Verhalen uit het Weense Woud
woensdag 18 februari
20.15 uur, Stadsschouwburg

Enkele reacties van lange deelnemers aan de CJP workshop 'reclame schrijven' o.v.v. Volkskrant-columnist Hein Janssen:

"Het is alsof ze met hun wijde teksten proberen uit te stijgen boven hun narsigheid. De manier waarop de acteurs dit overbrengen is erg overtuigend en maakt de verfilming bijna tastbaar"

"In Verhalen uit het Weense Woud komen de problemen van het gewone volk naar voren en deze worden met de nodige humor gebracht. De rare trekken van de personages worden ontzettend uitvergroot. Het is een knalgekke bedoeling op het podium. Ook de muziek ontbreekt niet, het levenslied, gezongen door de acteurs, onderstreeft de voorstelling."

Meer informatie, video en kaarten > Deeln via: f 2

Verkoopinformatie
kaanverkoop via:
www.de-oosterpoort.nl

kassa trompsingel 27 ma tm za van 12-18 uur (ook telefonisch).

popconcerten ook via:
www.ticket-service.nl

Ons programma

februari

18 | Toneelgroep Maastricht/Arie de Mol - Verhalen uit het Weense woud

17 | Urban Myth - 1984 (Uitverkocht)

19 | Victor Löw e.s. - De Aanslag

22 | Ro Theater/KVS Brussel/Alte

De e-mail nieuwsbrieven van de GIC en de Stadsschouwburg/Oosterpoort

De kosten van de mailingtool zijn te overzien. €500 per jaar en eenzelfde bedrag voor de eenmalige inrichtingskosten. Het beheer is eenvoudig. Het vergaren van interessante content is het meest bewerkelijk. Voorgesteld wordt hiervoor een kleine redactie in te stellen, onder voorzitterschap van de Coördinator Externe Betrekkingen. De bij de verschillende internationale projecten betrokken medewerkers kunnen daarbij optreden als 'correspondenten'.

Aanbeveling: Aan het inrichten van de internationale pagina's en de mailingtool zijn slechts beperkte kosten verbonden. Deze kunnen binnen de bestaande capaciteit en budgetten worden opgevangen. Voor de vertaling van de reeds aanwezige (statische) informatie moeten mogelijk enige kosten worden gemaakt.

Het aanleveren van (vertaalde) content, voldoende goed geschreven artikelen en kwalitatief goed beeldmateriaal is doorslaggevend voor het succes. De ervaring leert dat hier qua tijd en capaciteit vaak knelpunten ontstaan in de prioritering ten opzichte van andere taken. Het is daarom van groot belang de verantwoordelijkheden en taken m.b.t. redactie, content-eigendom, correspondentschap en beheer (website en nieuwsbrief) te benoemen en aan de verschillende medewerkers toe te wijzen.

Met behulp van de mailingtool en Google Analytics kan het bereik en het (doorklik)effect van de nieuwsbrief goed worden gevolgd. Dit zou na een periode van 2 jaar kunnen worden verwerkt in een evaluatie om te zien of de inspanningen voldoende resultaat opleveren.

3. Organisatorisch, financieel

3.1 *Verantwoordelijkheid beleid, uitvoering en kwaliteitsbewaking*

Het is belangrijk de rollen en verantwoordelijkheden m.b.t. tot de meertaligheid van de gemeentelijke website goed te beleggen en toe te delen, zodat medewerkers en leidinggevendenden hier ook op aanspreekbaar zijn. We stellen op hoofdlijnen het volgende model voor:

Algemeen beleid meertaligheid website

- Portefeuillehouder / opdrachtgever:
Burgemeester
- Opdrachtnemer / control:
Concernmanager Communicatie
Beleidsadvies en control
- Klankbord:
Vakoverleg communicatie
Coördinatie, afstemming met diensten

Meertaligheid content

- Opdrachtgever:
AMT
- Opdrachtnemers:
Afdelingshoofden relevante afdelingen
Signaleren vraag/behoefte, kanaalsturing, vertaalopdrachten
- Uitvoering:
Communicatie / Webbeheerders diensten
Webbeheer, vertaalopdrachten
eBureau
Webbeheer, zoekmachineoptimalisatie, analyse gebruik website/content
- Facilitair:
Concerncommunicatie
Raamovereenkomst vertalingen
- Klankbord:
Webbeheerdersoverleg
Afstemming tussen diensten

Internationale website en Nieuwsbrief

- Portefeuillehouder / opdrachtgever:
Burgemeester
- Opdrachtnemer:
Coördinator Strategische Externe Betrekkingen
Beleidsadvies, sturing en control – voorzitter redactie
- Uitvoering:
Medewerkers internationale projecten / Representatie & Protocol
Content-eigendom, correspondentenschap, redactie-leden
Concernwebmaster
Webbeheer, mailingtool
- Klankbord:
Redactie Internationale Nieuwsbrief

3.2 Financiën

Voor zover te overzien zijn de directe financiële aspecten gering. De inrichting van de internationale webpagina's, de mailingtool en de incidentele vertaling van de internationale informatie brengen slechts beperkte kosten met zich mee, die kunnen worden opgevangen binnen de bestaande budgetten (communicatie en externe relaties).

De kosten voor het vertalen van relevante content in het Engels (en eventueel Duits) moeten worden gedragen door de content- of proceseigenaren bij de diverse diensten, afhankelijk van de vraag/behoefte en de gewenste kanaalsturing. De afdeling Concerncommunicatie kan een faciliterende rol vervullen bij het realiseren van de vertaalopdrachten, b.v. door het afsluiten van raamcontracten met vertaalbureaus of het organiseren van de inzet van stagiaires op specifieke vertaalprojecten.

4. Samenvatting aanbevelingen

Aanbeveling 1 m.b.t. doorverwijzen:

Het beleid m.b.t. de vindbaarheid op Google en het doorverwijzen naar de (meertalige) websites van de voor de doelgroepen Toeristen en Studenten relevante instituties kan worden voortgezet en verder geoptimaliseerd.

Aanbeveling 2 m.b.t. welkom-pagina's:

De welkom-pagina's zijn adequaat op hoofdlijnen, maar verdienen nog de nodige aandacht als het gaat om actualiteit en compleetheid. Ook kan gestreefd worden naar een groter aandeel visuele communicatie (foto's, video).

Aanbeveling 3 m.b.t. (selectief) vertalen:

Vanwege de hoge kosten en het niet-selectieve karakter lijkt een aanpak om de gehele site systematisch/actueel te (laten) vertalen niet doelmatig.

Selectieve vertaling – op basis van de door de front-offices gesignaleerde vraag, afgewogen in het kader van kanaalsturing – bevordert de kwaliteit van dienstverlening en de efficiency.

De kosten voor het vertalen van de content moeten worden gedragen door de content- of proceseigenaren.

De mogelijkheid en het gebruik van vertaalsoftware op de website kan worden bevorderd.

Aanbeveling 4 m.b.t. de internationale website en nieuwsbrief:

Aan het inrichten van de internationale pagina's en de mailingtool zijn slechts beperkte kosten verbonden. Deze kunnen binnen de bestaande capaciteit en budgetten worden opgevangen.

Voor de vertaling van de reeds aanwezige (statische) informatie moeten mogelijk enige kosten worden gemaakt.

Het is van groot belang de verantwoordelijkheden en taken m.b.t. redactie, content-eigendom, correspondentenschap en beheer (website en nieuwsbrief) te benoemen en aan de verschillende medewerkers toe te wijzen.

Met behulp van de mailingtool en Google Analytics kan het bereik en het (doorklik)effect van de nieuwsbrief goed worden gevolgd. Dit zou na een periode van 2 jaar kunnen worden verwerkt in een evaluatie om te zien of de inspanningen voldoende resultaat opleveren.