

Communicatienota



## Communicatienota

Titel: Communicatienota  
Versie: Versie 6  
Datum: 6 november 2018  
Auteur(s): Jolande Prudon  
Zaaknummer: SOM/2018/048257

## Inhoudsopgave

1.	Inleiding en aanleiding .....	2
2.	Wat wil de gemeente Someren? .....	3
3.	Hoe gaat communicatie daar aan bijdragen?.....	3
3.1	We zorgen dat inwoners ons weten te vinden en goed geïnformeerd zijn, we kiezen de passende instrumenten .....	3
3.2	We verbinden de buitenwereld met de binnenwereld .....	4
3.3	We faciliteren en begeleiden participatie / de gewenste dialoog en coachen de organisatie.....	4
3.4	We adviseren proactief .....	5
3.5	We laten zien waar we goed in zijn .....	5
4.	Wat betekent dit voor de capaciteit?.....	6
5.	Hoe zien we de uitvoering?.....	7

## 1. Inleiding en aanleiding

De wereld verandert, de samenleving en ook het communicatievak veranderen. Daarnaast speelt er de komende jaren een aantal grote thema's die andere eisen aan overheidscommunicatie stelt en ook de politieke ambities vragen om een communicatieve vertaalslag binnen de organisatie. Dit alles vraagt om een herijking van de uitgangspunten en de wijze waarop de gemeente Someren communiceert met haar inwoners, bedrijven en organisaties. In dit document beschrijven we de koers die we als team communicatie daarvoor voor ogen hebben.

### Politieke ambities als uitgangspunt

In de verschillende beleidsstukken waaronder de Toekomstvisie Someren 2030 en het Coalitieakkoord ziet de gemeente Someren zich als:

- een partner met een faciliterende rol die in co-creatie nieuwe initiatieven aanpakt.
- een partner die regelarm, in co-creatie haar beleid samen met inwoners, dorps- en wijkraden en het netwerk wil maken/uitvoeren vanuit een echte doe mentaliteit.
- een partner die de eigen kracht, gemeenschapszin, zelfredzaamheid en eigen initiatieven niet alleen wil stimuleren maar ook zeker niet in de weg wil staan. Jong en oud worden hierbij actief gestimuleerd mee te denken.
- een netwerkorganisatie door de verbinding met inwoners en samenwerkingspartners te stimuleren, vergroten en te versterken.

### Maatschappelijke trends en veranderingen in het vak

De kennisbank openbaar bestuur en de vakvereniging signaleren de hieronder genoemde verschuivingen.

Maatschappelijke veranderingen

- De verhouding tussen de inwoners en de overheid verandert.
- De inwoner wordt mondiger en de overheid moet het vertrouwen meer en meer verdienen. Tegelijkertijd stijgt het belang van de mening van het eigen netwerk.
- Authenticiteit, integriteit en transparantie zijn daarom steeds belangrijker wordende thema's in de netwerkmaatschappij waarin we leven.
- Dankzij de voortschrijding van de transities (Wmo, participatiewet en jeugdzorg) nemen de inwoners steeds vaker het initiatief zonder dat ze hierbij bemoeienis van de overheid willen. Dit terwijl de gemeente zonder deze samenwerking met de inwoners, ondernemers en instellingen haar doelstellingen niet kan realiseren.
- Burgerparticipatie verschuift steeds meer in de richting van overheidsparticipatie en doe-democratie waarbij inwonersinitiatieven meer en meer ruimte verdienen maar ook claimen.

Veranderingen in het communicatievak

- Digitalisering van het medialandschap is een feit.
- De groeiende mogelijkheden van social media, en de big data die hiermee gegenereerd worden, maken dat we nog meer dan voorheen in een glazen huis leven. Nieuws verspreidt zich razendsnel.
- De verschuiving van de voorkeur van het geschreven woord naar beeld gaat door.
- Daarnaast is er een groeiende diversiteit aan communicatiemiddelen die zorgt voor versplintering.
- Toename van smartphone- en tabletgebruik

## **Actuele thema s die de komende jaren spelen**

Naast het uitwerken van de beschreven politieke ambities staat er de komende jaren een aantal thema s centraal die grote impact hebben op de wijze waarop Someren met haar inwoners wil en moet communiceren. Bijvoorbeeld:

- Omgevingswet / pilot centrumplan
- Ondernijning
- Duurzaamheid
- Onweerstaanbaar Someren
- ZO Someren/ Samen zijn wij Someren
- Transitie buitengebied
- Toerisme en recreatie

De grote gemene deler van deze thema s is het begrip participatie. Zonder samenwerking en overleg met haar inwoners kan de gemeente binnen deze thema s onvoldoende realiseren. Participatie is het sleutelwoord en communicatie het belangrijkste instrument.

## **2. Wat wil de gemeente Someren?**

De gemeente Someren vindt het belangrijk dat de inwoners, bedrijven en organisaties goed geïnformeerd zijn en de toegang tot alle voorzieningen goed georganiseerd en vindbaar is. Ze wil klantvriendelijk, proactief, open en transparant communiceren met haar inwoners. Hierbij kiest de organisatie zorgvuldig de meest passende instrumenten en kanalen die goed aansluiten bij onze inwoners. Hierbij kijkt het team communicatie met open vizier naar nieuwe ontwikkelingen en de mogelijkheden daarvan. Daarnaast zoeken we manieren om de dialoog aan te gaan om meningen en ideeën uit te wisselen (ook met jongeren en andere doelgroepen die minder vanzelfsprekend meepraten) zodat beleid meer en meer in samenspraak tot stand komt. We luisteren en monitoren daarom goed wat er off- en online gebeurt. We communiceren transparant over de consequenties van beleid en de wijze van besluitvorming. Ten slotte laten we vaker zien waar we met elkaar goed in zijn, omdat trots verbindt en zodat we elkaar inspireren.

## **3. Hoe gaat communicatie daar aan bijdragen?**

Rekening houdend met de trends, ontwikkelingen en visie van de organisatie komt het team communicatie tot de vijf pijlers van gewenste communicatie.

1. We zorgen dat inwoners ons weten te vinden en goed geïnformeerd zijn, we kiezen hiervoor de passende instrumenten
2. We verbinden de buitenwereld met de binnenwereld
3. We faciliteren en begeleiden participatie/ de gewenste dialoog en coachen de organisatie
4. We adviseren proactief
5. We laten zien waar we goed in zijn

### **3.1 *We zorgen dat inwoners ons weten te vinden en goed geïnformeerd zijn, we kiezen de passende instrumenten***

We zorgen dat onze primaire kanalen zoals de website, gemeenteberichten en inwonersbrieven actueel, helder en dus begrijpelijk zijn voor iedereen. Via onze sociale media informeren we

transparant en reageren we alert. Onze berichtgeving vindt plaats via passende kanalen waar mogelijk zo lokaal (wijkniveau) mogelijk.

Naast de nog altijd bij inwoners populaire traditionele media als de gemeentewebsite, Siris en t Contact gaan we kanalen als YouTube en Instagram vaker inzetten wanneer vlogs, blogs, foto's en (film-)portretten meerwaarde bieden om specifieke (moeilijk bereikbare) en jongere doelgroepen te bereiken. We communiceren, waar het kan, zo dicht mogelijk bij onze inwoners en maken waar wenselijk en mogelijk gebruik van de communicatiekanalen van de wijk- en dorpsraden en andere lokale partners.

Goede externe communicatie vereist goede interne afstemming. Intern bevorderen we goede onderlinge afstemming door een communicatiekalender te introduceren zodat we goed in samenhang kunnen communiceren. Een heldere, uitgebreide en verbeterde communicatie/impactparagraaf bij ieder project of collegevoorstel maakt dat er meer transparantie rondom de besluitvorming komt. Een goed/uitgebreid proactief communicatieadvies bij prioritaire thema's draagt bij aan goede berichtgeving daarover en betrokkenheid bij inwoners. Daarnaast coachen we de medewerkers in het gebruiken van heldere taal zodat inwoners begrijpen wat we communiceren.

### **3.2 *We verbinden de buitenwereld met de binnenwereld***

Als team communicatie ondersteunen we in het verbinden van interne en externe belanghebbenden. We introduceren het omgevingsanalyse-instrument Factor C zodat communicatie in het hart van het beleid kan landen en het beleid en communicatiestrategie vanuit een breder perspectief tot stand komen. Ook implementeren we het monitoringsinstrument Coosto om zo actief te monitoren wat er in de pers digitaal en op sociale media onder de inwoners leeft. Zodat we weten wat er speelt en we daarop kunnen inspelen. Anticiperen, gericht op het bereiken van het gewenste effect en soms het voorkomen van negatieve effecten.

### **3.3 *We faciliteren en begeleiden participatie / de gewenste dialoog en coachen de organisatie***

De gemeente Someren kan zonder samenwerking met de inwoners, ondernemers en verenigingen haar doelstellingen niet realiseren. Someren wil bovendien initiatieven van inwoners stimuleren, faciliteren en in co-creatie tot stand brengen. Dat vraagt om visie op participatie.

Dit najaar faciliteert het team communicatie een Raad vraagt raad bijeenkomst om van gedachten te wisselen over hoe participatie te concretiseren. Tevens levert de bijeenkomst kaders op voor de notitie burgerparticipatie die in het verlengde daarvan wordt geschreven. Ook de ervaringen van eerdere en lopende experimenten (zoals op het gebied van integraal veiligheidsbeleid, bestemmingsplan buitengebied, Toekomstvisie 2030 en het sociaal domein) worden hierin meegenomen.

Los van de vormen van participatie die worden verkozen vereist het van de gehele organisatie een andere denkwijze en houding. Het is belangrijk dat alle medewerkers en bestuurders zich bewust zijn dat communicatie van iedereen is. Daarmee bedoelen we dat iedereen vanuit zijn of haar rol meer of minder in contact staat met inwoners en dus niet alleen het gezicht van de organisatie

bepaalt maar ook de ogen en oren zijn. Luisteren en omgevingssensitiviteit zijn voorwaarden voor goede dialoog. We moeten in het geheel een communicatieve organisatie worden die goed kan luisteren en minder zendt. Het team communicatie coacht en faciliteert de organisatie hierbij en adviseert over passende instrumenten.

Ook de dorps- en wijkraden kunnen een belangrijke rol spelen bij participatie. Hiervoor is het wenselijk dat zij voldoende ondersteund worden om deze positie ook daadwerkelijk in te vullen.

### **3.4 We adviseren proactief**

Team communicatie adviseert het bestuur en MT en is sparringpartner vanaf het eerste uur voor prioritaire thema's en projecten met grote maatschappelijke impact of politieke gevoeligheid. We stellen daarbij de vraag achter de vraag. De politieke en organisatorische doelen zoals te vinden in het collegewerkprogramma en de Toekomstvisie 2030 vormen de leidraad voor onze strategische adviezen.

Ook minder prioritaire thema's voorzien we van een passend communicatieadvies, zonder daarbij de verantwoordelijkheid of complete uitvoering over te nemen. Communicatie faciliteert hierbij de afdelingen zelf door middel van een toolkit. Wanneer grote projecten de uitvoeringscapaciteit van het team overstijgen zet de vakafdeling vanuit het projectbudget tijdelijke uitvoeringsondersteuning in.

Ook voeren we een actiever persbeleid waardoor het beleid en de besluiten proactief met inwoners gedeeld wordt.

### **3.5 We laten zien waar we goed in zijn**

In de gemeente Someren is het goed wonen, vele inwonersinitiatieven verrijken de gemeenschap. Door onze successen te delen en te laten zien waar we goed in zijn, creëren we niet alleen aandacht maar ook saamhorigheid, draagvlak en focus.

- We dragen waar wenselijk bij aan de communicatie over de festiviteiten en slaan waar mogelijk een brug naar ons als organisatie.
- We bieden een podium aan mooie initiatieven die bijdragen aan het verbeteren van het sociale leven in Someren.
- We nodigen inwoners nadrukkelijk uit goede ideeën te delen en bieden ook daar een podium.
- Als organisatie delen we onze successen en benaderen proactief de media hierover

Naast het delen van successen vinden we het ook belangrijk aandacht te vragen voor maatschappelijke thema's zoals eenzaamheid of NIX18.

## 4. Wat betekent dit voor de capaciteit?

De huidige kerntaken 1,8 fte.

### Het huidige team communicatie focust op de volgende kerntaken:

- Advisering van de organisatie, instrumenteel
- Bewaken huisstijl
- Advies realisatie middelen
- Eindredactie middelen
- Gemeentepagina
- Persvragen, reactief naar pers

Om de gewenste communicatie te realiseren, zoals beschreven bij de 5 pijlers in het vorige hoofdstuk, is structureel extra capaciteit nodig van 1 fte. Daarnaast is tijdelijke ondersteuning van 0,8 fte voor de duur van maximaal anderhalf jaar wenselijk om de ontwikkel- en vernieuwingsslag binnen de organisatie te maken en voor het ontwikkeltraject van het participatievraagstuk.

### Wat levert de investering de komende jaren op?

- Meer coaching en advisering
  - Bijdragen aan de andere denkwijze en houding van de organisatie, omgevingssensitiviteit / intrinsiek luisteren t.b.v. dialoog
  - Betere interne afstemming / communicatie in samenhang
- Bestuursadviesing
- Proactieve (strategische)adviesing, vooraan in het proces
- Meer inzet sociale media -) social mediabeleid
- Monitoren sentimenten media door Coosto, verbinden van de binnen- en buitenwereld
- Communicatie in het hart van t beleid door Factor C
- Meer maatwerk in communicatie -) afgestemde instrumentenmix
  - Heldere communicatie en taal op de agenda houden
- Proactief persbeleid
- Visie op participatie
- Verbinding dorps- en wijkraden

In samenspraak met de gemeenteraad en griffie onderzoeken we wat wenselijk is op het gebied van raadscommunicatie.



## **5. Hoe zien we de uitvoering?**

Het uitwerken van de vijf pijlers vereist een andere manier van werken van de organisatie en kan alleen slagen als de implementatie gedragen wordt door bestuur en MT. MT, bestuur en team onderschrijven de koers en maken zich ook hard voor de uitvoering.

### **Coosto**

Een van de instrumenten om de digitale buitenwereld met de binnenwereld te verbinden is het monitoringinstrument Coosto. Het instrument verdient verdere implementatie zodat in de nabije toekomst goede (sentimenten-)rapportage input kan vormen voor het bijstellen van (communicatie-) beleid voor de organisatie en bestuurders.

### **Dorps- en wijkraden**

We gaan de verbinding met en begeleiding/ facilitering van de dorps- en wijkraden verbeteren zodat zij hun rol beter kunnen pakken in de netwerksamenleving die Someren wil zijn.

### **Factor C**

Factor C is een manier van werken die helpt om in alle fases van een traject communicatie strategisch in te zetten op basis van een uitgebreide omgevingsanalyse. Een omgevingsgerichte aanpak die zorgt voor een passende strategie en uitwerking.

### **Heldere taal**

Duidelijk schrijven blijft een uitdaging en vraagt onderhoud. We doen dit door tips en coaching.

### **Instrumentenmix**

Inwonersonderzoek toont aan dat de gemeentewebsite en t Contact belangrijke informatie- en nieuwskanalen zijn voor onze inwoners. We herijken de komende tijd de inhoud van de gemeentepagina, bekendmakingen en vergunningen.

Het gebruik van sociale media biedt de mogelijkheid om meer maatwerk te leveren en andere/nieuwe doelgroepen te benaderen. De communicatiekalender en het op te stellen socialmediabeleid geven richting aan de inzet ervan. Om de impact van de inzet te vergroten zal de komende tijd aandacht worden besteed aan het vergroten van de bekendheid van de kanalen. Een deel van de ondervraagden geeft aan de social media kanalen (nog) niet te kennen maar er wel voor open te staan.

### **Kalender**

Een van de instrumenten, die een congruente en onderling goed afgestemde communicatie vanuit de organisatie als geheel kan bewaken, is de in te voeren communicatiekalender. (Belangrijke leidraad hiervoor is de lijst met prioritaire dossiers t.b.v. het realiseren van bestuurlijke en organisatiedoelen ). Daaruit vloeit de contentstrategie voor de media voort. Communicatie heeft de regie en zal in samenspraak met senioren de kalender actueel te houden. Inhoudelijk ligt de verantwoordelijkheid bij de vakafdelingen.

### **Lokaal**

Wijkberichten / nieuwsbrieven en wijkraden vormen een belangrijke schakel met de haarvaten van de Somerense samenleving en zullen waar mogelijk meer en meer een rol spelen in de communicatie dichtbij. Inwoners geven aan hierdoor goed op de hoogte te zijn van echt lokaal nieuws. Het levend en actueel houden van de contacten met redacteurs verdient aandacht.

## **Pers**

We investeren in goede relatie met de pers. Daar waar we nu veelal reactief de persvragen beantwoorden gaan we in de toekomst inzetten op proactief persbeleid. Hierdoor kunnen we het juiste verhaal, onder eigen regie, in de media kwijt en meer gratis publiciteit genereren. We koersen op meer redactionele bijdragen in t Contact rondom thema s en projecten die zich daar voor lenen.

## **Participatie**

De te schrijven participatienota geeft richting aan de wijze waarop Someren met haar inwoners wil samenwerken en co-creëren. Het team communicatie coacht en faciliteert de organisatie bij de uitwerking en adviseert over de juiste instrumenten. Een, in te richten participatietoolkit, biedt hierbij de benodigde handvatten voor de praktijk.

## **SIRIS films**

De tweewekelijkse films van Siris blijven een goede manier om o.a. abstracte onderwerpen beeldend te vertellen. De verschuiving van woord naar beeld zet immers door. De films verdienen een upgrade om de kwaliteit te verbeteren, de komende tijd wordt daar op ingezet.

## **Toolkit**

Om de organisatie communicatiever te maken is training (heldere taal, Factor C, Impactparagraaf) maar ook het inrichten van een uitgebreide toolkit noodzakelijk (voorbeelden, uitleg van instrumenten als hierboven beschreven etc.).

Het team communicatie is de spin in het web als het gaat over de gemeentelijke communicatie. Zij adviseert proactief, ondersteunt en faciliteert de organisatie en onderhoudt de perscontacten. De bestuurlijke en organisatorische doelen zijn hierbij altijd onze leidraad.





Gemeente  
Someren