



Oog en oor voor communicatie

Voorwoord

Oog en oor voor communicatie

Je maakt het allemaal wel eens mee. Je zit tegenover iemand aan wie je een vraag hebt gesteld. Dat kan om een bedrijfsleider gaan, een ambtenaar of gewoon iemand uit je vriendenkring. Hoe vaak gebeurt het niet dat het antwoord je in verwarring brengt. Dat je denkt: 'eh..., die ander zal er wel verstand van hebben, maar ik begrijp er helemaal niks van'. Eigenlijk heeft zo'n gesprek dan niet zo heel veel zin. Communicatie werkt alleen als je elkaar begrijpt. Daarom maken we ons sterk voor heldere en begrijpelijke taal in onze gemeentelijke communicatie. Ook gaan we meer met beelden en filmpjes werken. En we houden rekening met mensen met een verstandelijke, auditieve of visuele beperking. Zo maak je écht contact.

Als overheid hebben we nogal eens de neiging om vooral ons beleid uit te leggen. Beleid dat wij

zelf gemaakt hebben. Vaak ook met deskundigen vanuit de gemeente. Maar er zit ook veel praktijkkennis bij mensen in de samenleving. Wie weet beter welke zorg er nodig is dan degene die zélf zorg nodig heeft? Wie ervaart meer de dagelijkse verkeersproblemen dan de inwoner uit de betreffende wijk? Wie weet beter wat er speelt op de arbeidsmarkt dan een ondernemer? Wij gaan daarom vaker naar buiten. Het gemeentehuis uit. Vaak leer je ook meer van een goed gesprek dan van het lezen en schrijven van dikke beleidsnota's.

We zijn bescheiden. Zoals dat echte Achterhoekers betaamt. Er gebeuren echter fantastische dingen in onze gemeente. Dankzij bedrijven en inwoners. En óók dankzij de gemeente. Die mooie dingen vertellen we te weinig. Dat gaan we anders doen. We zijn trots op onze regio en op onze initiatieven en laten dat

vaker zien. Niet door ons op de borst te kloppen, maar door trots te vertellen over wie we zijn en wat we doen.

Deze communicatievisie is ons richtsnoer voor de komende jaren. Zo willen we werken als gemeente. Mét inwoners, organisaties en bedrijven.

Want: *Alles is communicatie.*
Communicatie is alles.

Otwin van Dijk

Burgemeester gemeente Oude IJsselstreek

Hoofdstuk 1

Inleiding

Ontwikkelingen in de samenleving, bij de overheid en op het gebied van communicatie vragen om stil te staan bij de wijze waarop de gemeente Oude IJsselstreek communiceert met haar inwoners. Denk daarbij aan de snelheid van digitalisering, gemak om digitaal informatie en/of beelden uit te wisselen. Nieuwsverslaggeving wordt niet meer alleen door de media gedaan, maar via sociale media kan iedereen 'nieuws' publiceren en duiden. Openheid en transparantie vanuit de overheid wordt daarbij steeds belangrijker, maar ook snelheid. Netwerken worden steeds meer gesloten met gelijkgestemden en we leven in een samenleving die individualistischer wordt. Een trend is bijvoorbeeld ook de doorontwikkeling van tekst naar beeld naar beleving.

Gemeente krijgt andere rol

Dit alles maakt dat de overheid een andere rol aanneemt. Ze treedt vaker terug waar dat kan en laat meer initiatief over aan de samenleving. Van

'zorgen voor' naar 'zorgen dat'. Daarbij speelt participatie een rol: van burgerparticipatie naar overheidsparticipatie.

We passen de communicatie aan

Door deze ontwikkelingen zijn mensen gewend om op andere manieren te communiceren, ook met instanties en instellingen. Het gaat om het maken van contact. Als gemeente passen we onze manier van communiceren aan om beter aan te sluiten op de ontwikkelingen en trends.

Maar communicatie is niet alleen een kwestie van techniek en van zenden en ontvangen. Het gaat ook en vooral over of we elkaar wel echt begrijpen. Wat bedoelt de ander? Wat zijn feiten en wat zijn meningen? En over hoe we ons met elkaar verbinden: welk rol heb jij en welke rol heb ik? Dergelijke vragen spelen ook in relaties tussen inwoners, instellingen en de gemeente.

Communicatie is van ons allemaal

In onze gemeentelijke communicatie is het verbinden van de buitenwereld met de binnenwereld een steeds belangrijker uitgangspunt. Samen met inwoners, instellingen en bedrijven pakken we vaker dan voorheen problemen en uitdagingen op. De communicatie is open, snel, zorgvuldig en (inter) actief. Deze samenwerking vraagt om een andere kijk op communicatie en participatie. Een kijk waarbij communicatie niet meer uitsluitend het domein van communicatie-professionals is maar van alle bestuurders en ambtenaren. Inwoners en partners vervullen steeds vaker een rol bij het oplossen van problemen en het realiseren van uitdagingen in de samenleving. Daarom hebben ook zij een rol en verantwoordelijkheid in de communicatie. Kortom: communicatie is van ons allemaal.

Acht hoofdlijnen

De leidraad van deze communicatievisie zijn acht hoofdlijnen:

- 1 Intern beginnen is extern winnen
- 2 De omgeving als uitgangspunt
- 3 Minder zenden meer dialoog
- 4 Samen met de inwoner
- 5 We informeren op tijd en helder
- 6 In woord en beeld
- 7 Trots en laten zien
- 8 Optimaal online

Totstandkoming van de visie

Voor het opstellen van deze communicatievisie hebben we zowel intern als extern input verzameld.

Voor de interne communicatie hebben we gebruik gemaakt van de resultaten van het MTO (Medewerkerstevredenheidsonderzoek) van voorjaar 2017. Ook hebben we de resultaten meegenomen van de gesprekken die in 2017 met medewerkers zijn gevoerd in het kader van de evaluatie van de organisatie. Interne communicatie was een belangrijk thema in deze evaluatie. Verder hebben we gesproken met collegeleden en een sessie georganiseerd met het MT en de teamleiders.

Voor de externe communicatie hebben we via het digitale inwonerspanel 'Oude IJsselstreek Spreekt' onderzoek gedaan naar de communicatie van de

gemeente. Met een uitgebreide vragenlijst en twee gespreksbijeenkomsten is het effect gemeten van onze communicatiemiddelen (zoals gemeentepagina, website, sociale media, brieven etc). Ook hebben we gevraagd hoe mensen geïnformeerd en betrokken willen worden. Ruim 750 inwoners hebben de vragenlijst ingevuld. Verder is er in 2016 onderzoek gedaan naar de inzet van sociale media door de gemeente. De resultaten van dit onderzoek zijn ook meegenomen. In september 2017 is een informatieve bijeenkomst met de gemeenteraad georganiseerd en hebben we de raadsleden om input gevraagd. In het voorjaar van 2018 hebben we gesproken met vertegenwoordigers van de lokale media.

Samenvattend zijn de volgende onderzoeken en gegevens geraadpleegd en verwerkt:

- Onderzoek 'Oude IJsselstreek Spreekt' onder inwoners: zowel kwantitatief als kwalitatief (2017)
- Onderzoek naar gebruik social media (intern uitgevoerd in opdracht van de gemeente) (2016)
- Trends in maatschappij en communicatie
- Uitkomsten MTO (2017)

Afbakening

We hebben gekozen voor een leesbaar document op hoofdlijnen. Dat betekent dus dat er keuzes gemaakt zijn ten aanzien van de inhoud. Zo gaan we niet uitgebreid in op de verschillende functierollen van de gemeente en de verschillende communicatiestijlen die dat vraagt. Of op alle doelgroepen waarmee de gemeente te maken heeft of op verschillende projecten. In deze visie is de communicatie van de gemeenteraad als apart orgaan niet meegenomen. Daar stelt de griffie een document voor op met deze visie als uitgangspunt. Bij deze visie hoort een uitvoeringsplan. Deze is als bijlage toegevoegd.

Een samenvatting van deze communicatievisie is uitgebeeld in een animatievideo.

ANIMATIEVIDEO



Hoofdstuk 2

Hoofdlijnen

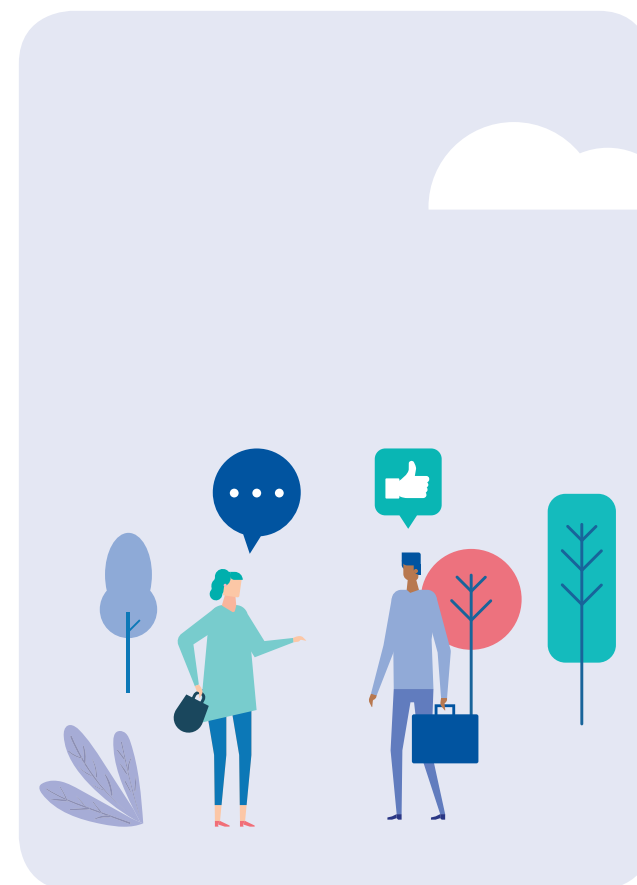
1 Intern beginnen is extern winnen

De gemeente is een organisatie met veel verschillende doelstellingen, producten en diensten. Oude IJsselstreek wil een gemeente zijn die middenin de samenleving staat. Bruggen bouwen, verbindingen leggen en voor goede informatie zorgen. Dit begint intern.

Een goede interne communicatie kan bijdragen aan de onderlinge samenwerking tussen medewerkers en teams. Het is goed om van elkaar te weten waar we mee bezig zijn en wat er speelt in de samenleving. Op die manier kunnen we de juiste verbindingen leggen en efficiënter werken. Zo versterken we elkaar en stralen we dat als gemeente ook uit naar de samenleving. Als we intern niet (goed) van elkaar weten wat we doen, hoe kunnen we dan extern goed communiceren? Uitvoering van onze organisatievisie vraagt veel

aandacht voor interne communicatie. Niet alleen met alle medewerkers, maar ook tussen ambtelijke organisatie, college van B&W en gemeenteraad. Voor de inwoners zijn we tenslotte één gemeentelijke organisatie: één gemeente, één taak!

Elkaar intern goed weten te vinden en (sneller) op de hoogte houden is een must om ook onze samenleving goed te kunnen informeren en betrekken. Wat daarbij kan helpen is van elkaar weten wie wat doet. Het gaat daarbij niet alleen om rol en bijbehorende taken. Het gaat zeker ook om kennis en het netwerk waarover medewerkers beschikken. Voordat we met de samenleving communiceren, moeten we eerst onze collega's informeren.



2 De omgeving als uitgangspunt

De inwoner centraal

Bij alles wat de gemeente doet, moeten we ons de volgende vragen stellen:

- Wat willen we hiermee bereiken, met wie en hoe?
- Wat is de impact van ons plan of project op de omgeving?
- Hoe slaan we een brug naar de ander?
- Is er behoefte aan wat we van plan zijn?

Om vervolgens de afweging te maken welke rol communicatie heeft en welke middelen we inzetten die aansluiten bij de omgeving. Op deze manier staat de omgeving, ofwel de inwoner, centraal bij ons handelen. En we stemmen de communicatie daar op af. De inzet van de werkmethode Factor C helpt om meer omgevingsbewust te werken en te communiceren vanuit de behoefte van de ander.

Van buiten naar binnen

Bij meer klassieke communicatiemodellen wordt uitgegaan van overtuigen en het verspreiden van informatie. Bij de huidige communicatie draait het om het 'binnenhalen' van wat er speelt. Bijvoorbeeld via sociale media, maar ook via onze netwerken. We werken 'van buiten naar binnen', dat betekent luisteren, continu monitoren en actief reageren en waar nodig preventief handelen.

We gaan dan ook op zoek naar inzichten, gevoelens, drijfveren en beelden die leven bij inwoners. En we kijken hoe onze eigen informatie overkomt. En waar nodig sturen we bij. Het structureel in kaart brengen van berichten via de (sociale) media helpt hierbij. Dat doen we met zogenaamde Tam Tams en omgevingsanalyses. Hiermee halen we de 'buitenwereld naar binnen'.



3 Minder zenden meer dialoog

Door veranderingen in de maatschappij, verandert ook de manier waarop we met onze inwoners communiceren. De samenleving is gelijkwaardiger en individualistischer geworden. Mensen delen vaker hun meningen en ervaringen binnen hun eigen netwerken. En ze verwachten dat de overheid ook een andere rol pakt in deze netwerken. Dit betekent een verschuiving van de klassieke informerende overheid (zenden) naar een overheid die luistert en deelneemt aan het gesprek. Dat gebeurt op een open en eerlijke manier, zowel on- als offline. Soms als initiatiefnemer en soms als deelnemer. We zijn bijvoorbeeld al gestart met een webcareteam. Dit zijn medewerkers van de gemeente die vragen beantwoorden via facebook, twitter of Whatsapp. We willen deze contacten met de inwoner via online media uitbreiden en meer inpassen in de organisatie (zie hoofdlijn 8).

Iedereen communiceert

Mede door (digitale) ontwikkelingen is direct contact tussen de gemeente en samenleving gemakkelijker te leggen dan in het verleden. Dit schept ook verwachtingen. Dit wordt vaak weergegeven in kreten als: 'met de tijd mee gaan' of 'waarom



reageert de gemeente of organisatie niet op deze (online) discussie?' Dat betekent dat we ons bewust moeten zijn van deze verwachtingen en de behoefte aan gelijkwaardigheid. De inwoner wil gezien en gehoord worden.

Een trend is dat het gesprek niet alleen meer draait om de feitelijke informatie, maar ook om de onderlinge relatie. Welke gevoelens en verwachtingen leven er bij de andere partij(en)? Hoe voeren we het gesprek met onze inwoner? En hoe gaan we om met weerstand in de samenleving? De dialoog geeft de gemeente een gezicht en versterkt

het gevoel van toegankelijkheid (transparantie). Dat betekent voor ons minder informatie zenden en meer in dialoog. Dat versterkt het vertrouwen (geloofwaardigheid) in de gemeentelijke organisatie.

Wel plaatsen we hierbij een kanttekening. Over bepaalde besluiten, bijvoorbeeld op het gebied van handhaving en veiligheid, is het aan de gemeente om te informeren. Over dergelijke besluiten gaan we niet in gesprek.

4 Samen met de inwoner

De gemeente Oude IJsselstreek is er om een levendige samenleving te ondersteunen. Waarin inwoners solidair zijn met elkaar en zelf aan de slag gaan om dingen te organiseren. Inwoners, organisaties en bedrijven voeren de regie over hun eigen bestaan. We werken samen met onze inwoner.

Inwoners betrekken op buurniveau

We betrekken de inwoners, organisaties en bedrijven nauw bij de ontwikkeling en uitvoering van projecten en beleid. Hierbij leggen we de focus op deelnemen op wijk- en kernniveau. Daar ligt de betrokkenheid van onze inwoners, zoals blijkt uit de resultaten van het inwonerspanel. Daaruit komt ook naar voren dat het helder aangeven van rollen een belangrijke succesfactor voor participatietrajecten is. Initiatiefnemers, deelnemers en geïnteresseerden weten dan waar de verantwoordelijkheden liggen en de verwachtingen over en weer zijn duidelijk. Ook timing en het startmoment van participatie is een belangrijke succesfactor. De gemeente gaat op zoek naar nieuwe werkvormen van participatie.

We stimuleren initiatieven

De samenleving gaat steeds vaker zelf aan de slag en neemt initiatief. Oude IJsselstreek kent al



(mee)beslissen
co-produceren
adviseren
raadplegen
informereren

veel goede voorbeelden waarbij mooie initiatieven zijn uitgewerkt en waarbij de gemeente een ondersteunende rol had. We blijven initiatieven uit de samenleving stimuleren en schenken hier actief aandacht aan. Zoals via de rubriek 'Mooie Voorbeelden' en de 'Gastcolumn' in het Gemeentenieuws.

Luisteren en in gesprek

We luisteren naar inwoners, bedrijven en organisaties en blijven in gesprek. We denken en communiceren met betrokkenen in mogelijkheden. Bij voorkeur op locatie en van mens tot mens. Ook online kunnen we

de inwoner nog beter betrekken en deelname van de samenleving nog verder uitbreiden. Bijvoorbeeld door een andere inzet van online media en door het digitale inwonerspanel 'Oude IJsselstreek Spreekt' vaker in te schakelen. Met name voor onderwerpen waarover de inwoner heeft aangegeven graag mee te willen denken en doen.

5 We informeren op tijd en helder

Als gemeente is het onze plicht om inwoners zo goed mogelijk te informeren. Denk hierbij aan producten en diensten, maar ook aan (ruimtelijke) plannen, projecten, werkzaamheden buiten, inspraakmogelijkheden, agenda's van de gemeenteraad, bestuurlijke besluiten en wijzigingen van beleid. Het is daarbij belangrijk dat inwoners, bedrijven en instanties op een heldere manier en op tijd worden geïnformeerd en in de juiste volgorde. Ook moet informatie eenvoudig te vinden zijn en makkelijk om op te reageren.

Op tijd informeren, bevordert betrokkenheid

Tijdig informeren voorkomt 'gedoe' achteraf. Er is dan gelegenheid voor interactie waarmee je draagvlak creëert. Ook is er dan nog ruimte voor het eventueel bijsturen van de plannen. Dus niet alleen achteraf informeren over een besluit, maar ook tijdens het beleidsproces de stappen toelichten. Dat betekent proactief informeren in plaats van reactief. Daarbij geldt ook: de kracht van de boodschap zit in de herhaling.



Een heldere schrijfstijl

We hebben speciale aandacht voor een heldere en begrijpelijke schrijfstijl in de communicatie met onze inwoners. Dat geldt voor alle uitingen: van website en Gemeentenieuws tot persoonlijke brief of e-mail. We passen de schrijfstijl aan op de doelgroep. Met specifieke aandacht voor inwoners die moeite hebben met lezen en schrijven of een andere taal spreken.



6 In woord en beeld

In de enorme informatiestroom die dagelijks voorbij komt, is de impact van communicatie steeds meer afhankelijk van de verbeelding en de beleving. Er komt veel informatie op ons af en we maken daarin onbewust een selectie waar we ons op focussen. De voorkeur om informatie tot je te nemen verschilt van mens tot mens. De één kijkt hiervoor liever naar een filmpje of de tv. De ander leest bijvoorbeeld liever de krant of een informatiefolder. Om via een bericht iemand goed te bereiken, is het steeds belangrijker om oog te hebben voor communicatie gericht op diverse zintuigen en nieuwe technologieën (denk daarbij ook aan mensen met een visuele beperking).

Video's, animaties, tekeningen en foto's

Als gemeente vinden we het belangrijk dat de informatie die wij willen overbrengen voor iedereen duidelijk en toegankelijk is en goed overkomt. Dit doen we niet alleen in taal, maar ook steeds meer in beeld en geluid. Denk daarbij aan filmpjes met ondertiteling, animaties, een getekende weergave van tekst (infographic), foto's en games die de informatie in taal overnemen of versterken. Dit kan bijvoorbeeld door een video-oproep van de burgemeester om mee te doen aan het



inwonerspanel, een animatie over de begroting of een informatiefilm om mee te denken over de omgevingsvisie.

Voor mensen die meer moeite hebben met lezen kan het werken met afbeeldingen (pictogrammen of stripverhaal) bij teksten verhelderend zijn. De proef in Rotterdam met Beeldtaal zou een voorbeeld kunnen

zijn. Tekst in hun uitgaande brieven is voor een groot gedeelte vervangen door tekeningen die uitleggen waar de brief over gaat of wat de inwoner moet doen.

7 Trots en laten zien (show and tell)

We dragen actief uit waar we als gemeente mee bezig zijn, welke keuzes worden gemaakt en hoe wij de dingen doen. Hierdoor ontstaat meer draagvlak en begrip voor de gemeente als organisatie. Denk bijvoorbeeld aan actieve publiciteit over de verkoop van bedrijfspavementen samen met de ondernemer(s), de Zomerschool voor kinderen van statushouders, inwonersinitiatieven of een wijkshow.

De media kunnen hierbij een belangrijke rol spelen (free publicity). Het juiste verhaal in de media kan bijdragen aan meer begrip en een positieve beeldvorming. We investeren dan ook in een goede relatie met de pers.

Achterhoekers zijn over het algemeen bescheiden en vertellen niet snel waar ze trots op zijn. Als Oude IJsselstreek mogen we meer van onszelf laten horen en zien. Zo creëren we focus, draagvlak en saamhorigheid.



8 Optimaal online

Optimale digitale dienstverlening en digitale informatievoorziening worden de norm richting inwoners en organisaties in onze gemeente. Wij werken samen. We verbinden en maken daarbij onze kennis en informatie eenvoudig toegankelijk. Zowel binnen het gemeentehuis als daarbuiten. We zijn geïnteresseerd in de leefwereld van onze inwoners, organisaties en bedrijven en sluiten met onze communicatiemiddelen daarop aan.

Oog voor vernieuwing

De digitale technische ontwikkelingen ondersteunen ons daarbij. We blijven meegaan in ontwikkelingen om ons heen, streven naar vernieuwing en innovatie, stap voor stap. In contact zijn met onze inwoners en blijven, staat daarbij centraal. Dat doen we al door nieuwe mogelijkheden toe te passen. Zo beantwoorden we vragen van inwoners via het webcareteam, kunnen inwoners met de gemeente appen en informatie over bijvoorbeeld de afvalinzameling stellen we beschikbaar via de AfvalApp.

We helpen de inwoner zo veel mogelijk zelf zijn zaken met de gemeente te regelen, tijd en plaats onafhankelijk. Wij helpen als het nodig is en waar mogelijk om 'de digitale wereld' onder de knie te krijgen. Inwoners en medewerkers die minder zelfredzaam zijn in de digitale wereld, verliezen we daarbij niet uit het oog. Dat betekent dat we, waar nodig, ook offline blijven communiceren.

Digitaal persoonlijk contact

We maken digitaal contact altijd zo persoonlijk mogelijk. We vermelden bijvoorbeeld de voornaam van de medewerker en gebruiken eventueel beeld en geluid om mensen op afstand te helpen. We zorgen voor goede online teksten en een logische verwijzing naar de verschillende digitale kanalen. We willen de zoekmachine van onze website optimaliseren om de digitale informatie makkelijk en snel vindbaar te maken voor onze inwoners. Daarbij zoeken we ook naar koppelingen met andere digitale kanalen in de samenleving.



Hoofdstuk 3


De visie in de praktijk

Hoe gaan we de visie uitvoeren?

In het vorige hoofdstuk zijn acht hoofdlijnen beschreven. Deze vormen de leidraad van de communicatie van de gemeente voor de komende jaren. Hieronder is elke hoofdlijn vertaald naar te ondernemen acties voor de komende drie jaren. Deze zijn verder uitgewerkt in een uitvoeringsplan (bijlage 1). Het gaat om acties specifiek voor

het team communicatie. Maar ook om acties waarbij het management of andere teams, zoals gebiedsmakelaars, een grote rol hebben. Het vraagt op onderdelen ook om een andere manier van werken van de gemeentelijke organisatie: zowel ambtelijk als bestuurlijk.

De uitvoering van de communicatievisie moet uiteindelijk aantoonbare positieve invloed hebben op de tevredenheid van de inwoners over de gemeentelijke communicatie. We gaan dit over twee jaar opnieuw meten.



8 hoofdlijnen

- 1 Intern beginnen is extern winnen
- 2 De omgeving als uitgangspunt
- 3 Minder zenden meer dialoog
- 4 Samen met de inwoner
- 5 We informeren op tijd en helder
- 6 In woord en beeld
- 7 Trots en laten zien
- 8 Optimaal online

1 Intern beginnen is extern winnen

Wat willen we bereiken?

Goed communiceren begint met intern de boel op orde hebben en kennis delen. Door ons er bewust van te zijn dat we elkaar intern moeten informeren en betrekken, kunnen we naar buiten toe meer op één lijn en vollediger communiceren. Interne communicatie moet er aan bijdragen dat medewerkers zich gewaardeerd voelen. Het top down communiceren verandert daardoor meer in horizontaal. We communiceren veel in feiten. We

willen communiceren vanuit het waarom en waartoe van een verandering en wat ieders rol daarin kan zijn. Dat is inspirerend en kan mensen in beweging zetten. Het is belangrijk dat alle medewerkers beseffen dat interne communicatie iets is waar we samen verantwoordelijk voor zijn en aan bijdragen.

Wat gaan we daarvoor doen?

- Uit het MTO en de recente organisatieontwikkeling kwam naar voren dat de interne communicatie beter kan. Vanuit de organisatieontwikkeling is een algemene ontwikkelagenda opgesteld. Uitgangspunt hierbij is dat we een netwerkorganisatie zijn, die bestaat uit professionals. Het is zaak om de verbetering van de interne communicatie en de ontwikkelagenda bij elkaar te brengen. Hoe kunnen we gezamenlijk de interne communicatie verbeteren? Passend bij een netwerkorganisatie en bij de cultuur van Oude IJsselstreek.
- Omdat het huidige intranet technisch is verouderd voeren we een nieuw intranet in.





2 De omgeving als uitgangspunt

Wat willen we bereiken?

Buiten = binnen. Communiceren met inwoners betekent ook dat je als gemeente vooral naar buiten moet. Tussen de inwoners zijn. Bij alles wat de gemeente doet staat de omgeving centraal. Dat geldt ook voor de communicatie. We communiceren steeds meer vanuit de behoefte van de ander. Zodat we met onze boodschap en middelen goed aansluiten bij de ander. Dit maakt de communicatie effectiever. Het is dan ook belangrijk om binnen te halen wat er 'buiten' speelt.

Wat gaan we daarvoor doen?

- We gaan omgevingsgericht werken en zetten daarbij de factor C methode in. Hiermee komt beleid tot stand in samenhang met de omgeving.
- We professionaliseren de monitoring van online media, zodat we nog beter weten wat er in de samenleving speelt. Deze gegevens analyseren we (omgevingsanalyse) en delen we intern via zogenaamde Tam Tams.
- We zorgen dat we voldoende toegerust zijn in geval van een crisis, omdat bij een ramp of calamiteit communicatie cruciaal is. Het team communicatie volgt herhalingstrainingen en oefent jaarlijks op gemeentelijk en regionaal niveau.

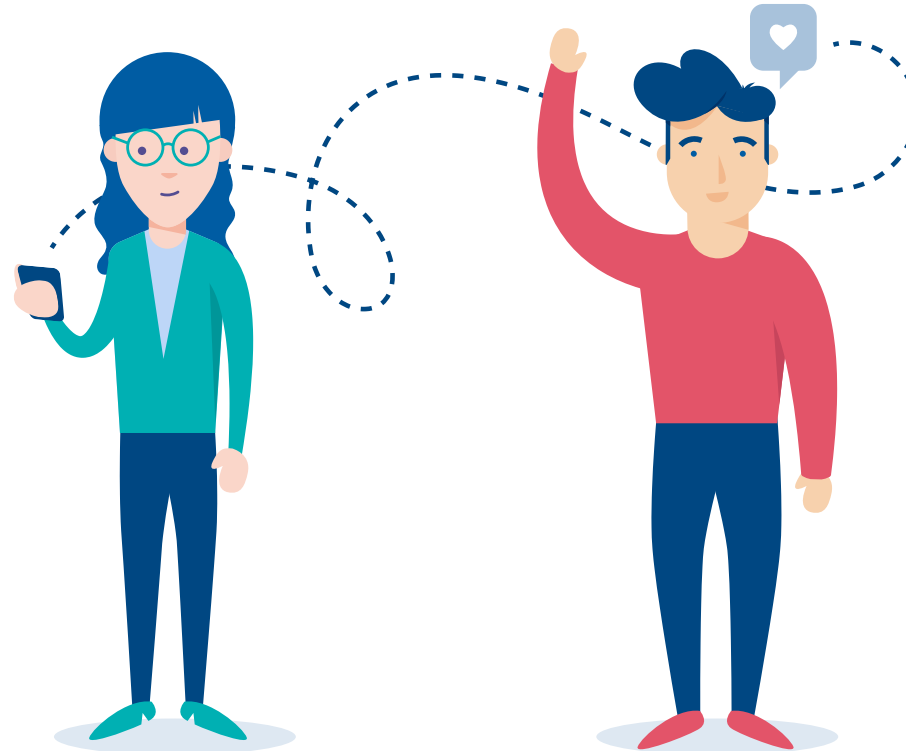
3 Minder zenden meer dialoog

Wat willen we bereiken?

Wij zijn een netwerkorganisatie. De netwerksamenleving vraagt om een persoonlijke overheid die middenin de samenleving staat en voortdurend bereid is om de dialoog aan te gaan. Zowel face-to-face als digitaal. Door steeds het gesprek met en tussen betrokkenen te stimuleren en te faciliteren wil de gemeente werken aan vruchtbare interacties. De gemeente wil een moderne communicatieve organisatie zijn.

Wat is nodig?

Dit vraagt van alle partijen om bereidheid en vermogen om te luisteren en met elkaar in gesprek te gaan. In dialoog gaan moet je niet alleen willen maar ook durven en kunnen. Zeker als daarbij de meningsverschillen en emoties hoog oplopen.



Wat gaan we daarvoor doen?

- Communicatie is van iedereen (iedereen communiceert) en niet alleen van het team communicatie. Het is van belang dat de hele organisatie zich hier bewust van is.
We maken de organisatie communicatiever door ondersteuning en training te bieden in verbindend communiceren: “hoe voeren wij het gesprek”.
- Verbinding maken en aanvoelen op welke manier je het gesprek aangaat met de inwoner.



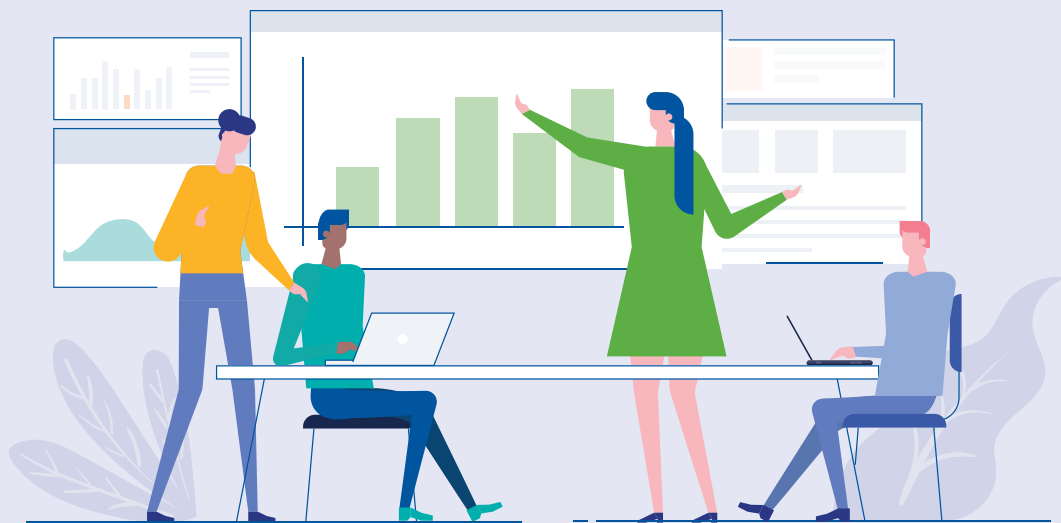
4 Samen met de inwoner

Wat willen we bereiken?

We willen beleid en projecten ontwikkelen waar draagvlak voor is in de samenleving. Een goed participatietraject kan zorgen voor draagvlak en een beter besluit. Dat betekent de samenleving betrekken en laten deelnemen. Maar ook initiatieven stimuleren en ondersteunen. Participatie betekent dat alle afdelingen de verbinding met de buitenwereld gaan maken.

Wat gaan we daarvoor doen?

- We maken 'Mooie voorbeelden' van initiatieven uit de samenleving meer zichtbaar. Dit doen we onder andere via de gemeentelijke communicatiemiddelen (digitaal en analog).
- We blijven het online inwonerspanel 'Oude IJsselstreek Spreekt' inzetten om de mening van inwoners te peilen over verschillende onderwerpen.
- We maken een toolkit van verschillende participatiemiddelen die ingezet kunnen worden in een project of traject.
- We gaan experimenteren met nieuwe vormen van burgerparticipatie op wijk- en dorpsniveau.
- Ook willen we de leefstijlen opnieuw in beeld brengen. Leefstijlen geven inzicht in de belevingswereld van onze inwoners en hun woon- en leefvoorkeuren. Een actueel inzicht helpt de gemeente bij het vormgeven van participatie en communicatie.



5 We informeren op tijd en helder

Wat willen we bereiken?

Onze inwoners moeten informatie van de gemeente op tijd ontvangen en goed kunnen begrijpen. Dat geldt voor (openbare) besluiten van het college maar ook voor bijvoorbeeld (weg)werkzaamheden en beleidsplannen. We gebruiken een vriendelijke en eigentijdse schrijfstijl. We communiceren open, pro-actief en in de juiste volgorde (betrokkenen worden altijd eerder geïnformeerd dan de media).

Wat gaan we daarvoor doen?

- We besteden intern aandacht aan het proces rondom de openbaarheid van college- en raadsvoorstellen en wat dit betekent voor de communicatie.
- Het communiceren in begrijpelijke taal vraagt continu aandacht en onderhoud. We organiseren daarom (opfris)trainingen voor de organisatie in het schrijven van heldere en begrijpelijke taal in alle uitingen: van brieven, raads- en collegevoorstellen, beleidsstukken en de begroting.



6 In woord en beeld

Wat willen we bereiken?

In de grote hoeveelheden informatie is het steeds belangrijker te weten hoe je nog impact kunt hebben en op welke manier. Gericht op meerdere zintuigen. We maken al vaker gebruik van filmopnamen, informatieve illustraties (infographics) en animaties. Dit sluit aan bij onze wil om duidelijk, laagdrempelig en makkelijk te communiceren met iedereen in onze gemeente.

Wat gaan we daarvoor doen?

- We doen een experiment met Beeldtaal. Dat is een brief die bestaat uit korte teksten met foto's of afbeeldingen bijvoorbeeld over het aanvragen van een paspoort. Uit onderzoek is gebleken dat de informatie dan beter begrepen wordt (ook door hoger opgeleiden).
- We leveren handvatten voor gebruik van beeld in presentaties. Denk aan (personeels) advertenties, powerpointpresentaties etc.
- We gaan (nog) meer communiceren via videoreportages. Deze delen we online. Daarnaast gaan we door met het (laten) maken van informatieve animatievideo's. Bij video-opnamen of animatiefilmpjes zorgen we ervoor dat er altijd ondertiteling aanwezig is.
- Waar mogelijk en nodig gaan we op dit gebied meer samenwerken met andere partijen. Verbeelden en beleven vraagt op sommige gebieden specialistische kennis en kunde. Daarvoor zoeken we samenwerking met andere partijen.



7 Trots en laten zien (show and tell)

Wat willen we bereiken?

Door te vertellen wat de gemeente doet en waarom we dingen doen creëren we meer begrip en draagvlak voor onze werkzaamheden. We zetten in op het bewaken en versterken van de positionering en reputatie van de gemeente. En op het creëren van een positieve beeldvorming over de gemeente. Op welke wijze kan communicatie hieraan bijdragen?

Wat gaan we daarvoor doen?

- De lokale en regionale media zijn een belangrijke informatiebron voor onze inwoners. We onderhouden en bouwen aan ons persnetwerk en informeren ze pro-actief.
- We schenken aandacht aan successen, mijlpalen en resultaten van grote en kleine projecten. Dit kan bijdragen aan een positieve beeldvorming. Bijzondere, unieke momenten en projecten grijpen we aan om vrije publiciteit te genereren. Niet alleen via regionale media maar ook via bijvoorbeeld vakbladen.
- We stellen profileringsplannen op voor de collegeleden. Hiermee brengen we focus aan in onderwerpen waarmee de gemeente zich wil profileren.
- We ontwikkelen een brochure en/of video die een algemeen beeld geven wat Oude IJsselstreek te bieden heeft.
- We gaan aan de slag met eenduidige en aansprekende werving van nieuwe medewerkers (arbeidsmarktcommunicatie).



8 Optimaal online

Wat willen we bereiken?

Optimaal online communicatie betekent voor de gemeente Oude IJsselstreek: toegankelijk, persoonlijk en interactief. Ontwikkelingen in dienstverlening, communicatie en participatie vragen om informatie en contact met de inwoners beter op elkaar te laten aansluiten en de samenhang duidelijk te maken. Interactie is daarbij geen keuze meer, maar een verwachting die mensen hebben. Ook voor de gemeente Oude IJsselstreek willen we dienstverlening, communicatie en participatie naar elkaar laten toegroeien de komende jaren. Met speciale aandacht voor webtoegankelijkheid en inclusie (iedereen doe mee).

Wat gaan we daarvoor doen?

- We zorgen dat de inhoud (zogenaamde content) van de website aansluit op de behoefte van de bezoeker. Om de behoefte te peilen maken we gebruik van Piwik (een analyse tool).
- We maken online informatie persoonlijker en beter toegankelijk. We willen toe naar een systeem dat gepersonaliseerde informatie aan inwoners, instellingen en bedrijven kan verstrekken. Daarvoor gaan we Mijnoverheid.nl meer inzetten.
- Daarnaast gaan we een digitale gemeentelijke nieuwsbrief ontwikkelen.
- Via analyse-instrumenten proberen we het zoek- en vindgedrag van bezoekers van de verschillende online kanalen beter in beeld te krijgen.
- De inzet van sociale media ontwikkelen we door. Bijvoorbeeld door te experimenteren met een chatfunctie en/of inzet van instagram.
- We gaan de organisatie ondersteunen en begeleiden (on the job) bij het gebruik van sociale media.
- Ook formuleren we richtlijnen met do's and dont's op het gebied van veiligheid.

Hoofdstuk 4

Randvoorwaarden en praktische gevolgen

4.1. Organisatie van de communicatie

De gemeenteraad en het college van B&W zijn belangrijke spelers in de gemeentelijke communicatie. Maar ook iedere medewerker heeft zijn communicatieverantwoordelijkheid. Communicatie is niet meer uitsluitend het domein van communicatie-professionals maar van alle bestuurders en ambtenaren. Communicatie is van ons allemaal.

Het team communicatie voert regie, adviseert, ondersteunt en bewaakt de kaders zoals vastgelegd in deze visie. Het team is gesprekspartner en verbinder voor bestuurders en medewerkers en adviseert (pro)actief, zowel strategisch als operationeel.

Het team communicatie bestaat (per 1 juni 2018) uit 6 medewerkers (5,3 fte). Het team houdt zich bezig met bestuurscommunicatie (advisering en ondersteuning van het college), interne communicatie, coördineert en onderhoudt de perscontacten, interne communicatie,

projectcommunicatie (advisering en ondersteuning van de organisatie bij projecten en beleidstrajecten). Het team ontwikkelt en beheert, samen met de webmaster, de gemeentelijke website, sociale media en webcare, verzorgt het Gemeentenuws in een huis-aan-huisblad en ondersteunt bij evenementen. Ze bewaakt de huisstijl (o.a. drukwerkbegeleiding) en verzorgt voorwoorden/speeches voor het bestuur. Het team is ook inzetbaar voor crisiscommunicatie. Een belangrijke taak die er, in de veranderende samenleving is bijgekomen o.a. door komst van sociale media, is het monitoren van de omgeving.

Vanuit deze visie is het uitgangspunt dat de organisatie communiceert en het team communicatie de expertise levert. De rol van het team binnen de organisatie verschuift naar een meer adviserende en regievoerende. Het team zet actief in op meer zichtbaarheid in de organisatie en gaat waar mogelijk meer acteren vooraan in het proces. Want hoe eerder het team zaken in beeld heeft hoe efficiënter ze om kan gaan met de factor tijd: “Nu sprinten, voorkomt dat we later een marathon moeten lopen”.

Binnen het team wordt, op basis van individuele kwaliteiten, gekeken naar de meest efficiënte en geschikte verdeling van werkzaamheden. Ook worden waar nodig werkprocessen aangepast.

De huidige formatie van het team communicatie is naar verwachting voldoende om de kaders uit deze visie te bewaken en de activiteiten uit te voeren. Mits de komende jaren geen grote (politieke) issues, evenementen of projecten gaan spelen. Een deel van de activiteiten die wordt genoemd in deze visie, kan het team communicatie niet alleen uitvoeren. Daar betreft het team andere teams bij.

4.2. Technische randvoorwaarden

Met name de digitale ambities uit deze visie vragen extra technische ondersteuning. De organisatie loopt nu regelmatig aan tegen technische beperkingen op het gebied van foto- en videobewerking, afspeelmogelijkheden van video's, het delen van digitale informatie intern en het snel kunnen maken van eigen middelen. Dat laatste kan bijvoorbeeld via gratis digitale tools. Samen met automatisering stemmen we de mogelijkheden af om de inzet van digitale communicatiemiddelen goed, gemakkelijk en veilig te ondersteunen, voor zowel intern als extern gebruik.

4.3. Budget

Uiteraard brengen uitwerking en uitvoering van de in deze visie genoemde activiteiten deels ook kosten met zich mee. Denk daarbij bijvoorbeeld aan de ontwikkeling dan wel inkoop van trainingen en workshops. Hoeveel deze kosten bedragen is nu nog niet geheel te overzien. Een deel van deze kosten kan binnen beschikbare opleidingsbudget worden opgevangen. Voor enkele pilots (bijvoorbeeld Beeldtaal) en ontwikkelingen op gebied van 'meer communiceren met beeld' zijn ook budgetten noodzakelijk. Evenals voor een nieuw intranet. In de begroting van 2019 en 2020 zullen hier voorstellen voor worden gedaan. Of er komen separate voorstellen richting het college.





Oog en oor voor communicatie

Acht hoofdlijnen

- 1 Intern beginnen is extern winnen
- 2 De omgeving als uitgangspunt
- 3 Minder zenden meer dialoog
- 4 Samen met de inwoner
- 5 We informeren op tijd en helder
- 6 In woord en beeld
- 7 Trots en laten zien
- 8 Optimaal online



 www.oude-ijsselstreek.nl/communicatievisie