

Visie op vakgebied communicatie

Trends en ontwikkelingen communicatie in het algemeen

- Behoeften doelgroep (huidig en toekomstig) meer en meer centraal. Co-creëren.
- Voor effectieve communicatie: online én offline. Maar ‘mobile first’.
- Toenemende data (overload) vraagt om onderscheidende communicatie die raakt.
- Toenemend belang visuele communicatie. Vlogs en storytelling. Authentieke verhalen. Humor en emotie.
- Alles en iedereen is een nieuwsbron/expert. Nieuws van vandaag is morgen achterhaald. Hypes en hoaxes.

Ontwikkelingen overheidscommunicatie

- Burgers/inwoners geven gevraagd en ongevraagd input.
- Participatie van burgers is ‘nieuwe norm’.
- Iedereen communiceert met woorden en daden. Communicatie is niet meer ‘van de’ communicatieafdeling.
- Toenemend belang interne communicatie.

Uitleg

Door te weten wat buiten en binnen relevante ontwikkelingen te zijn en beeld te hebben van de ambities van de gemeente Culemborg, kun je vaststellen wat de rol en toegevoegde waarde van ‘communicatie’ zou moeten zijn bij deze gemeente. En als je dat weet, weet je ook wat de belangrijkste aandachtspunten zijn om ons vanuit communicatie op te richten. Het hier geschetste beeld is gebaseerd op stukken die er liggen (communicatievisie, stadsvisie, raadsprogramma, organisatieplan). Het ‘strategisch communicatie frame’ is een dynamisch model. Dat betekent dat we af en toe opnieuw met elkaar moet bekijken of we nog de juiste dingen doen, aangezien ontwikkelingen zich snel opvolgen.

Wat speelt er intern bij gemeente Culemborg?

Ambities Raad

- Democratisch akkoord, Zorgzame stad, Sociale stad, Groene stad, Ondernemende stad.

Ambities College B&W

- Profileringsplannen.
- Stadsvisie, Kracht van de regio.

Wat gaat goed?

- Nieuwe energie door nieuwe teams, andere aansturing.
- Frisse start-trajecten.

Wat kan beter?

- Sturing op effecten die je in de samenleving wilt bereiken. Welke activiteiten ga je ondernemen om welke beleidsdoelen te halen? En met wie werk je samen om alles te bereiken?
- Lerende cyclus: evalueren, delen, feedback geven en ontvangen.
- Bewustwording van belang communicatie.
- Duidelijkheid over taken en verantwoordelijkheden van de communicatiefunctie.

Wat speelt er extern?

Maatschappelijke trends en ontwikkelingen

- Transparant besturen.
- Decentralisatie (zorg voor jeugd, wmo, ...).
- Omgevingswet.
- Druk op (kosten)effectiviteit.
- Digitalisering samenleving.
- Meer nadruk op samenwerking: gemeente steeds vaker partner/trekker, in co-creatie. Beleidsambtenaren zijn deskundig op hun terrein. Ze beschikken over expertise die zij elders inbrengen. Soms is de gemeente trekker, soms partner. Dat geeft in de praktijk vaak gedoe.
- Klimaatakkoord

Wat vinden inwoners/stakeholders?

- ...van onze bereikbaarheid, van onze dienstverlening...Gebruik daarvoor ook diverse onderzoeken, zoals:
- Leefbaarheidsmonitor: 6,7
 - WMO: cliënttevredenheid positief
 - Clientervaringsonderzoek jeugd

Ambitie communicatiefunctie bij de gemeente Culemborg

Ambitie:

Omdat we weten wat er in de stad speelt bij inwoners, bedrijven en organisaties (betrokken), zijn we in staat om ons communicatief handelen aan te passen aan hun behoeften (ondernemend). Door de effecten daarvan te meten, weten we meer en meer wat bij verschillende doelgroepen wel en niet aanslaat (ontwikkelen). Bij alles wat we communiceren duiden we zo goed mogelijk waarom we als gemeente de dingen doen zoals we ze doen (transparant). Dit alles maakt ook dat we collega’s goed kunnen adviseren over een effectieve inzet van communicatie.

Dit doen we door:

- Verbinden van binnen- en buitenwereld.
- Denken en doen vanuit doelgroepen.
- Samen optrekken met doelgroepen.
- Pro-actief signaleren (luisteren), reageren en benutten van kansen. Aansluiten bij eigen kracht/initiatief.
- Kennis, kunde en energie in de Culemborgse samenleving én in de gemeentelijke organisatie benutten.

Waar is communicatie accountable voor (ambitie communicatieteam)?

De gemeente Culemborg is **bekend bij en bemind door inwoners** (en samenwerkingspartners).

Bekend

- Inwoners kennen de gemeente (en andersom). Zij weten waarvoor ze bij de gemeente terecht kunnen, waar ze terecht kunnen en voelen zich goed geïnformeerd.
- Inwoners weten waar de gemeente voor staat en gaat.

Bemind

- Onze informatie/expertise wordt gewaardeerd.
- Inwoners voelen zich gehoord.
- De gemeente wordt (h)erkend voor haar rol als trekker/verbinder/regisseur/facilitator/hulpverlener. Altijd samen zoekend naar oplossingen.
- De gemeente weet wat er in Culemborg speelt/leeft en speelt daarop in.
- Inwoners die met hart en ziel bijdragen aan de Culemborgse samenleving voelen zich door de gemeente gewaardeerd.
- De gemeente bewaakt een prettig, duurzaam en veilig leven in Culemborg. Hier voelt iedereen zich thuis.
- De gemeente opereert niet alleen, we zoeken altijd de samenwerking of interactie op.
- De gemeente toont lef. Onder andere bij het uitproberen van iets nieuws. Daar leren we van.

Intern

- Medewerkers weten waar de gemeente voor staat en gaat. Zij voelen zich ambassadeur van de organisatie en gedragen zich daarnaar.
- Medewerkers zijn bekend met de koers van de Raad/B&W.
- Medewerkers weten waar andere collega's mee bezig zijn en zoeken elkaar daarin op.
- Medewerkers staan open voor nieuwe ontwikkelingen, initiatieven uit de samenleving/buitenwereld. En vinden het leuk om dat intern te delen en daarvan te leren.

Uitleg

Nu ontwikkelingen en ambities van de gemeente bekend zijn, zetten we hier op een rij wat de rol van het communicatieteam zou moeten zijn om alle ambities te bereiken. En geven we aan wie en wat daarvoor nodig is/zijn.

Laatste pagina: tot slot lichten we toe wat we als communicatieteam kunnen doen om ambities waar te maken.

Wie hebben we (communicatieteam) nodig om deze ambitie te realiseren?

Commitment

- Gemeentesecretaris, Management Team
- College B&W

Samenwerking

- Gemeentesecretaris, Management team, College B&W, collega's

Wat hebben we nodig om deze ambitie te realiseren?

Randvoorwaardelijk

- Een heldere en door management gedragen missie/visie van de gemeente.

Organisatorisch

- Formatie op orde

Budgettair

- Corporate communicatiebudget, communicatiebudget binnen de teams en bij bestuur. Afhankelijk van visie en ambities.

Wat doen we als communicatieteam om deze ambitie te realiseren?

Doorontwikkelen en verankeren van profiel van de gemeente Culemborg:

Wat is in het kort op 1 A4 onze identiteit (missie, visie, ambities, kernwaarden). Wie willen we als gemeente naar buiten toe zijn? Aansluitend zorgen dat middelen dat ook uitstralen.

Communicatiefunctie (her)inrichten:

- Duidelijkheid over inhoud (taken en verantwoordelijkheden) van de totale communicatiefunctie. Wat hoort daar wel en niet bij? Wie doet wat?
- Toewerken naar meer pro-actieve rol van communicatie in het werk van collega's en College. Eerder aanhaken vanuit communicatie bij het maken en uitvoeren van beleid vergroot de kans op behalen van gewenste effecten/resultaten.

Advies geven over...

- We adviseren College van B&W en collega's over wat voor soort communicatieactiviteiten/uitingen zij bij het ontwikkelen en uitvoeren van beleid het beste kunnen inzetten.

Goede informatievoorziening blijft de basis

- Belangrijk kanaal is culemborg.nl. Deze is up-to-date, gebruiksvriendelijk en toegankelijk.
- In alles wat naar buiten gaat communiceren wij op B1-niveau.
- Regie op vullen gemeentepagina in Culemborgse Courant.
- Regie op perscontacten en woordvoering.
- Culemborg Magazine uitbrengen.
- Contact met inwoners of informatievoorziening aan hun wensen en verwachtingen voldoet.

Van vertellen naar in gesprek (participatie)

- Online- en offline monitoring van wat er speelt in Culemborg en daarbuiten.
- Expertise van gemeente inbrengen in lopende gesprekken/discussies of zelf gesprekken starten.
- Collega's ondersteunen bij burgerparticipatie en het faciliteren plus etaleren van burgerinitiatieven.
- www.ikhebeenideevoorculemborg.nl onderhouden.
- Inwoners betrekken bij het maken van communicatiemiddelen. We willen aansluiten op hun behoeften, wensen én no-go's.

Intern beginnen is extern winnen

- Collega's ondersteunen in hun rol als ambassadeur van 'de gemeente'. Hen meenemen in wie de gemeente Culemborg naar buiten toe wil zijn (missie, visie, ambities, kernwaarden).
- Regie op interne communicatiekanalen: JIP, Kennistours, [personeelsblad Intercom]

Optimaal online

- Sites op orde, responsive op mobiel/tablet.
- Regie op sociale media. Beheer van onze kanalen.
- Webcare en monitoring.

Be good and tell it

- Zijn we als gemeente (of als partner) ergens bij betrokken, waarin we vooruitstrevend/voorloper/innovatief bezig zijn, dan zetten we dat op passende en aantrekkelijke wijze in de spotlight.
- Inwoners die een bijzondere bijdrage leveren aan Culemborg geven we gezicht (Koninklijke onderscheidingen, Stadsspelden).

Alle hens aan dek: crisis- en risicocommunicatie

- Binnen onze gemeente hebben we de kanalen op orde. Er liggen draaiboeken klaar voor verschillende typen crises. En die oefenen we ook.
- We nemen onze verantwoordelijkheid in de veiligheidsregio.