



COMMUNICATIEVISIE 2017-2020



COMMUNICATIEVISIE 2017-2020



gemeente

Weststellingwerf

1 Aanleiding

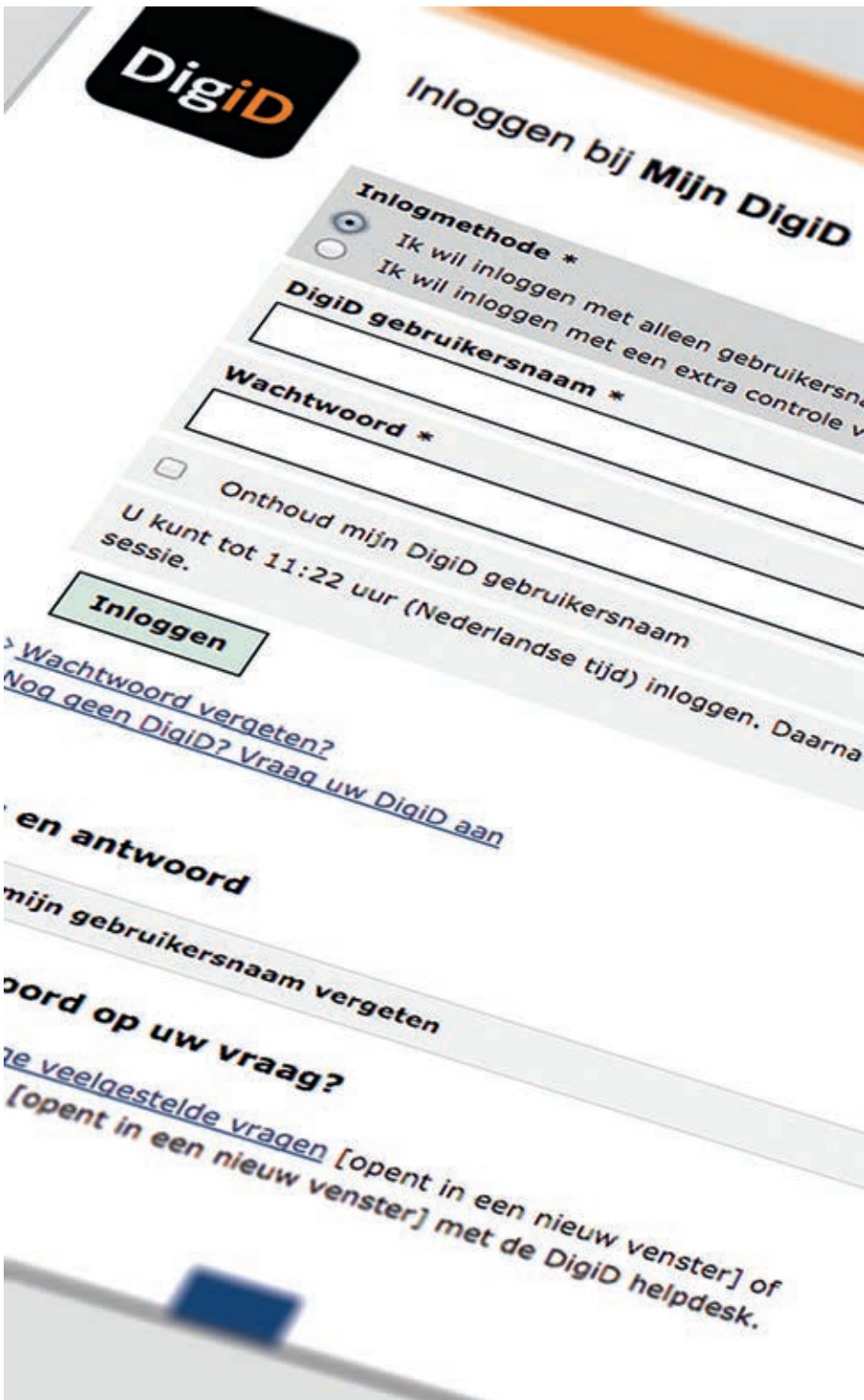
De samenleving is voortdurend in beweging. De veranderingen vragen om een andere relatie van de overheid met de samenleving. En om een andere overheidscommunicatie. We hebben het eenrichtingsverkeer achter ons gelaten en bevinden ons op het pad van dialoog en interactie met de samenleving. Maar er is meer nodig.

De verwachtingen ten aanzien van de taken, rollen en status van de gemeente zijn veranderd. Inwoners willen -vooral als het hun raakt – meer invloed op de inhoud van beleid en verwachten goed en transparant bestuur. Het bestuur moet besluiten kunnen uitleggen en verantwoorden.

Dit vraagt om een actuele visie op communicatie. Een visie waarmee we inspelen op de dynamische samenleving, waarmee we bijdragen aan gemeentelijke doelstellingen en die de gemeente Weststellingwerf bewust profileert en positioneert.

Het college van burgemeester en wethouders stelt de gemeenteraad voor om met instemming kennis te nemen van deze Communicatievisie 2017-2020. Deze visie is door B&W vertaald in ambities op zeven werkvelden. De uitwerking hiervan vindt u in het Uitvoeringsplan Communicatie 2017-2020, dat bij de griffier ter inzage ligt voor de leden van de gemeenteraad.





2 Analyse van huidig beleid en werkwijze

Voordat je kunt bepalen waar je naartoe wilt, moet je weten waar je staat. Daarom wordt eerst het huidige beleid en de huidige werkwijze van communicatie kort toegelicht.

2.1 Huidig beleid

B&W Weststellingwerf

Het coalitieakkoord 'Samen werken aan Weststellingwerf', het collegeprogramma 'Vitaal en Verbindend' en de Investeringskalender 2017-2027 geven richting aan de wijze waarop de gemeente in de samenleving staat en wat haar ambities zijn. Dit geeft ook richting aan het communicatiebeleid. Het college wil de gemeente Weststellingwerf nog vitaler, aantrekkelijker en veiliger maken.

Het college wil dit onder meer doen door ontwikkeling van de participatiesamenleving en de opgave in het Sociaal Domein. Hierbij speelt het stimuleren van zelf- en samenredzaamheid in wijken en dorpen en het benutten van de creativiteit en kracht in de samenleving een grote rol. De mogelijkheden en initiatieven van (groepen) inwoners en ondernemingen zijn hierbij het uitgangspunt. Het gaat om luisteren naar wat mensen willen, ruimte geven, meedoen en waar nodig ondersteunen. Trefwoorden bij de uitwerking hiervan zijn volgens het college: verbinding, transparantie, creativiteit, daadkracht en (eigen) verantwoordelijkheid.

Samenwerking Ooststellingwerf, Weststellingwerf en Opsterland

Sinds een aantal jaren werkt de gemeente Weststellingwerf ambtelijk samen met de gemeenten Ooststellingwerf en Opsterland. Inmiddels werkt een derde van alle medewerkers van de drie gemeenten samen op een zogenaamde OWO-afdeling, op gebieden als Vergunningverlening, Toezicht en Handhaving (VTH), Bedrijfsvoering en administratie Sociaal Domein. De intergemeentelijke samenwerking vormt een specifiek aandachtspunt voor de interne communicatie. Afhankelijk van ontwikkelingen zal ook de externe communicatie aandacht moeten krijgen.

Digitale overheid

Gemeenten moeten steeds meer digitale voorzieningen treffen om inwoners en ondernemers betere service en meer gemak te bieden. Zo moet de gemeentelijke website voldoen aan webrichtlijnen, moeten digitale diensten toegankelijk zijn met DigiD (voor inwoners) en e-herkenning (voor bedrijven) en moeten zoveel mogelijk gemeentelijke producten en diensten digitaal beschikbaar zijn. De Wet Generieke Digitale Infrastruc-

tuur (WGDI) zorgt ervoor dat de digitalisering van de dienstverlening van de overheid geharmoniseerd wordt en dat toegankelijkheid, veiligheid, betrouwbaarheid en privacy-bescherming gewaarborgd is. Daarnaast moeten gemeenten en andere overheden steeds meer van hun informatie digitaal aanbieden, bijvoorbeeld publicaties van vergunningen en beleidsregels.

2.2 Huidige werkwijze

Iedereen binnen de organisatie heeft een rol in communicatie. Communicatie is het product van samenwerking, het kruispunt waar inhoud en vorm samenkomen en op route gaan. De huidige werkwijze is hiervan een afgeleide. Op basis van de vorige beleidsnota communicatie is de insteek om te proberen met communicatie kennis, houding en gedrag te beïnvloeden. Het Team Communicatie fungeert als het communicatieve bewustzijn van de organisatie. Het team initieert, adviseert en ondersteunt.





3 Ontwikkelingen en trends

Om op een eigentijdse manier invulling te kunnen geven aan gemeentelijke communicatie, is inzicht nodig in maatschappelijke trends die hierop van invloed zijn.

3.1 Van autoriteit naar speler in de netwerksamenleving

De inwoner wordt steeds mondiger en kritischer, wil meer zeggenschap over de eigen leefomgeving, neemt vaker zelf het initiatief en wacht niet tot de overheid of een andere partij dit doet. Tegelijkertijd voelt de inwoner zich steeds minder vertegenwoordigd door de politiek, het maatschappelijk middenveld, belangengroepen of via formele inspraak. Er ontstaan spontane netwerken van gelijkgestemden in de samenleving, -die voor kortere tijd- samenwerken aan een gezamenlijke doel.

Hierdoor verschuift de status en de rol van de gemeente. De gemeente is geen (vanzelfsprekende) autoriteit meer, maar één van de spelers. Inwoners zijn zelf experts en baseren hun mening op wat bekenden in hun netwerk zeggen over bepaalde kwesties en de informatie die ze daarover online vinden en delen.

Ook onze gemeente werkt aan een participatiesamenleving; een samenleving waarin iedereen die dat kan verantwoordelijkheid neemt en waarbij zij zelf steeds vaker slechts een faciliterende rol speelt. Dit betekent voor de gemeente aansluiting zoeken bij de bestaande netwerken om maatschappelijke initiatieven te stimuleren, te ondersteunen of te faciliteren, in te spelen op actief burgerschap en bezig te zijn met participatie. Maar vooral betekent het 'leren loslaten'.

3.2 Altijd en overal online

Tegenwoordig is bijna iedereen altijd en overal online via de smartphone of tablet. Ook de zogenaamde witte adressen in de buitengebieden zullen in de nabije toekomst worden aangesloten op snel internet. Apps worden belangrijker dan websites, waarbij interactiviteit een sleutelwoord is. Naast de fysieke wereld is een digitale wereld ontstaan, waarin iedereen in staat is permanent in verbinding te zijn met elkaar en met tal van organisaties. Sociale media zorgen ervoor dat eigenlijk iedereen kan communiceren. In de digitale wereld heeft de samenleving een nieuwe en luider stem. Hierbij worden, met name op internet, ruimere normen gehanteerd. Nieuws wordt in een razend tempo verspreid en burgerjournalistiek is in opmars. Dagbladen kunnen hier moeilijk mee concurreren en hebben het zwaar.

Tegelijk kan deze verdergaande digitalisering een zorgpunt zijn. Immers de gemiddelde leeftijd in onze gemeente is hoog en niet alle ouderen zijn online actief. Naast digitale kanalen zijn traditionele kanalen daarom nog steeds van belang.

Het bovenstaande biedt – zeker voor communicatie – nieuwe kansen maar dwingt ons ook beter te oriënteren op -alternatieve- mogelijkheden en risico's. In ieder geval zullen organisaties zich ervan bewust moeten zijn dat iedereen altijd meekijkt. Dit betekent 'meebewegen', waarbij timing, toonzetting en beelden van groot belang zijn.

3.3 Transparant en authentiek

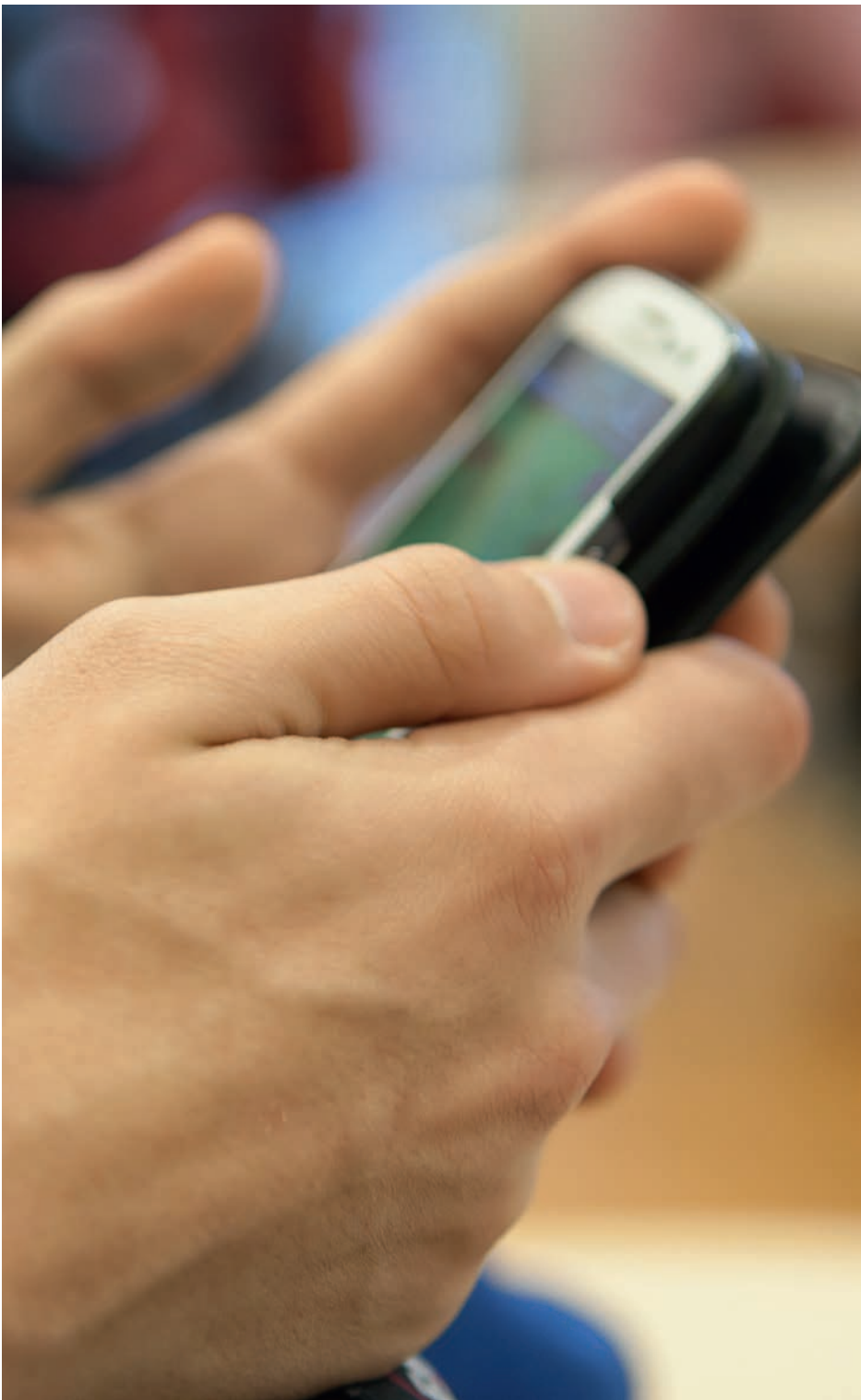
Gemeenten bevinden zich in een glazen huis met daarin een oproep tot transparantie. Alles wat we doen is zichtbaar en mensen willen ook alles zien. Dit komt mede door de steeds verdergaande digitalisering en het gebruik van sociale media. Transparant proberen te zijn, is echter niet genoeg. Een gemeente moet midden in de samenleving staan en zich bewust zijn van het feit, dat die samenleving ook middenin háár staat. Samen met inwoners, ondernemers en samenwerkingspartners werken we aan onze doelen en ambities. Het moet zichtbaar zijn dat je dichtbij dat doel blijft, authentiek bent, doet wat je zegt en zegt wat je doet.

Het is daarom meer dan ooit van belang dat inwoners het beleid van de gemeente betrouwbaar, geloofwaardig en rechtvaardig vinden. Dat betekent niet dat de gemeenten alles moeten doen wat (een deel van) de samenleving wil. Het betekent wel dat je je verdiept in belangen en er eerlijk en oprecht over bent als je het er inhoudelijk mee oneens bent. Door openheid en door uit te leggen waarom bepaalde keuzes zijn gemaakt en wat de bijbehorende afwegingen/drijfveren zijn, kan de gemeente vertrouwen winnen en behouden.

3.4 Menselijke Maat

Juist nu we overal om ons heen schaalvergroting zien -ook onze eigen organisatie wordt groter-, groeit de behoefte aan persoonlijk contact. En niet alleen voor ouderen en digibeten. De verwachtingen van de klant ten aanzien van de publieke dienstverlening nemen toe, mede door de ontwikkelingen op ICT-gebied. Inwoners willen door de gemeenten als zelfredzame mensen behandeld worden. Het verbeteren van de kwaliteit van met name digitale dienstverlening is daarom ook een belangrijk thema voor gemeenten. Actief inspelen op de nieuwe mogelijkheden wordt steeds belangrijker, zonder daarbij de menselijke maat uit het oog te verliezen.





4 Visie op Communicatie

Door de ontwikkelingen en trends te spiegelen aan het huidige beleid en de huidige werkwijze, is een visie op communicatie van de gemeente Weststellingwerf voor de komende jaren geformuleerd.

Visie op Communicatie

- De gemeente Weststellingwerf communiceert op een transparante en verbindende manier, passend bij de eigen positionering. Door verantwoording af te leggen over de gemaakte keuzes en het gevoerde beleid, bouwen we aan vertrouwen. We durven zichtbaar trots te zijn op onze successen.
- We staan in verbinding met onze omgeving middels direct contact en door voortdurend te monitoren wat er om ons heen gebeurt. Samen met inwoners, ondernemers of partners ontwikkelen we plannen, projecten of beleid. Hiervoor zoeken we aansluiting bij netwerken in de samenleving.
- Communicatie is binnen onze organisatie van iedereen. We vertellen ons verhaal in heldere taal op de manier zoals onze inwoners, ondernemers of partners dat willen. We gaan met hen in gesprek: online én offline.



5 Strategie

Om deze visie invulling te geven, moeten de nodige stappen worden gezet. Daarom gaan we de komende jaren strategisch werken aan communicatie. Door onze ambities te verdelen over zeven werkvelden maken we dit concreet.

5.1 Werkveld Concerncommunicatie

Concerncommunicatie is een benaming voor de algemene communicatie over wat een gemeente is, doet en waar ze voor staat. Concerncommunicatie heeft dus invloed op alle werkvelden en legt hiervoor een basis.

Kwaliteit

Concerncommunicatie begint met aandacht voor kwaliteit. De communicatie van de gemeente Weststellingwerf moet voldoen aan de kwaliteitsaspecten klantgericht, toegankelijk, begrijpelijk, snel, betrouwbaar, transparant en herkenbaar. Dat is een verantwoordelijkheid van iedereen. Team Communicatie helpt medewerkers om dat zo goed mogelijk te doen.

Digitale communicatie en dienstverlening

Digitale communicatie is het uitgangspunt bij de inzet van communicatiemiddelen. Alle (actuele) informatie is online gemakkelijk vindbaar door monitoring op toptaken. Weststellingwerf.nl is de spil in de digitale communicatie en met name Mijn Weststellingwerf maar ook Mijn Overheid geeft inhoud aan de digitale dienstverlening. In de kanaalsturing richten we ons op digitale kanaal als voorkeurskanaal.

Crossmediale aanpak

Communicatie zien we als tweerichtingsverkeer. Om inwoners, ondernemers en maatschappelijke organisaties zo goed mogelijk te bereiken, zetten we in een crossmediale aanpak met online en offline middelen. Hierbij hebben we aandacht voor de voorkeur van de doelgroep. Ook zorgen we voor gelaagdheid in informatieniveaus en proberen we de boodschap te visualiseren door gebruik van beeld en persoonlijke verhalen.

Transparantie

Voor veel inwoners vallen de (besluitvormingsprocessen en) werkzaamheden van een gemeente buiten het interessegebied. Pas wanneer inwoners er direct mee te maken krijgen, gaat men zich erin verdiepen. Het blijft nodig om te werken aan het verkleinen





van deze afstand tussen inwoners en bestuur door bekendheid te blijven geven aan wat een gemeente is en doet. En door te communiceren over die onderwerpen die inwoners belangrijk vinden; die hun leven raken.

Ambassadeurs

Alles wat we doen in de gemeentelijke organisatie is in principe openbaar en iedereen heeft dus een verantwoordelijkheid voor communicatie. Maar wat betekent de nieuwe status en rol van de overheid voor de houding van medewerkers? Een goede positionering met heldere kernwaarden waar iedereen zich aan kan spiegelen, geeft invulling aan het ambassadeurschap van iedere medewerker.

Met concerncommunicatie richten we ons op de volgende aandachtspunten:

- Kwaliteitsaspecten van gemeentelijke communicatie
- Digitale communicatie en dienstverlening
- Crossmediale aanpak
- Transparante gemeente
- Ambassadeurschap van medewerkers

5.2 Werkveld Collegescommunicatie

Collegescommunicatie is de communicatie tussen het college van B&W en inwoners, bedrijven en instellingen/organisaties rondom het besluitvormingsproces. De pers is hierbij een belangrijke intermediair. Collegescommunicatie draagt bij aan de betrouwbaarheid, geloofwaardigheid en rechtvaardigheid van het beleid van het college.

Dialogo

Het gemeentebestuur is zichtbaar en op laagdrempelige wijze benaderbaar voor inwoners van de dorpen, bedrijven en instellingen. Daarnaast zoekt het college actief en planmatig de dialoog met groepen inwoners, waarbij onder meer de dorpencoördinator ondersteunt. Het college verdiept zich hierbij zichtbaar in belangen en kan betrokkenheid tonen.

Openbaarmaking en transparantie

Werken aan transparantie begint bij de kennis van wat burgemeester en wethouders doen en hoe het besluitvormingsproces (verder) verloopt. Het college werkt aan actieve openbaarmaking van collegebesluiten. Het college geeft hierbij inzicht in de

gemaakte keuzes en laat zien dat de belangen van inwoners en ondernemers zijn meegewogen. Begrijpelijke collegevoorstellen en een heldere besluitenlijst dragen hier aan bij. Bij het afleggen van verantwoording mag het college trots zijn op successen en die delen, maar moet tegelijk ook fouten durven toegeven.

Pers

Het college heeft een goede relatie met de pers en blijft hierin investeren. De pers vormt een belangrijke intermediair tussen het college van B&W en de inwoners, bedrijven en instellingen/organisaties. Door meer overzicht op wat er in de media verschijnt en hier op in te spelen middels een actief persbeleid, zorgen we voor meer regie.

Met collegecommunicatie richten we ons op de volgende aandachtspunten:

- Verbinding door dialoog
- Openbaarmaking en transparantie
- Een goede relatie met de pers

5.3 Werkveld Raadscommunicatie

Raadscommunicatie is gericht op het verkleinen van de afstand tussen overheid en inwoner, zodat inwoners zich beter vertegenwoordigd voelen. Vanwege de Wet Dualisering Gemeentebestuur hebben het college en de raad een eigen verantwoordelijkheid voor communicatie met inwoners. Omdat raad en college door ogen van inwoners als dezelfde gemeente wordt gezien en het Team Communicatie via de griffie ook voor de raad werkt, hebben we raadscommunicatie als werkveld benoemd. De strategische aandachtspunten zijn:

Besluitvorming

De gemeenteraad geeft duidelijkheid over wat de raad doet, hoe de besluitvorming werkt en hoe je als inwoners of bedrijf daar invloed op kunt uitoefenen. Het aantrekkelijk en begrijpelijk maken van de raadsvergaderingen en het publicitair benutten van interessante en belangrijke onderwerpen draagt hier aan bij.





Dialogo

De gemeenteraad en individuele raadsleden zijn zichtbaar en benaderbaar. De gemeenteraad zoekt actief de dialoog met inwoners, bedrijven en instellingen, onder andere door laagdrempelige inspraak- en inspreekmogelijkheden. We werken zo aan draagvlak voor raadsbesluiten, zowel gemeentelijk als regionaal.

Met raadscommunicatie richten we ons op de volgende aandachtspunten:

- Transparant besluitvormingsproces
- Actieve dialoog

5.4 Werkveld participatie en sociale media

Participatie is het betrekken van inwoners, ondernemers en instellingen bij plannen, projecten en beleid. Hierdoor wordt draagvlak vergroot, ontstaat begrip voor keuzes en neemt de kans op goede besluiten toe. Omdat we als gemeente de kracht in de samenleving willen benutten, is het actief vorm en inhoud geven aan participatie heel belangrijk. Participatie is echter maatwerk; elk project en elke betrokken groep is anders.

Dit betekent:

- luisteren naar en stimuleren van (initiatieven vanuit) de samenleving;
- inwoners, bedrijven en instellingen in een zo vroeg mogelijke fase van het beleidsproces betrekken met een helder verwachtingsmanagement;
- handvatten bieden voor participatie (hoe inwoners betrekken of met hen samenwerken) en ervaringen delen;
- in beeld brengen, intern delen en indien van toepassing benaderen van bestaande netwerken in de samenleving;
- zichtbaar maken hoe de input van inwoners is verwerkt in gemaakte keuzes en gevoerd.

Sociale media bieden mogelijkheden om snel, persoonlijk en laagdrempelig in contact te komen met inwoners. Dit biedt kansen voor interactieve beleidsvorming en participatie. Daarnaast kunnen sociale media worden ingezet als klantcontactkanaal en voor klachtenmanagement. Door online te volgen wat er speelt en leeft en wat de informatiebehoefte van de samenleving is, kunnen we 'meebewegen'.

Met participatie richten we ons op de volgende aandachtspunten:

- Luisteren en stimuleren
- Vroeg betrekken
- Inbedden van participatie in de interne organisatie
- Ken het netwerk
- Terugkoppeling

Met sociale media richten we ons op de volgende aandachtspunten:

- Interactieve beleidsvorming en participatie
- Klantcontact en klachtenmanagement
- Actieve monitoring en webcare

5.5 Werkveld Projectcommunicatie

Strategische communicatie bij projecten biedt kansen om aan inwoners, ondernemers en bezoekers te vertellen waar de gemeente Weststellingwerf voor staat en wat ze doet. Want juist bij beleidsuitvoering wordt tastbaar wat een gemeente (in samenwerking met diverse partijen) doet. Het is belangrijk om te zorgen voor transparantie in de projectaanpak door betrokken doelgroepen tijdens alle fasen van het project op de hoogte te brengen van het belang, de aanpak en het gewenste eindresultaat. Ook een brede inzet van communicatiemiddelen, waarbij bewust de dialoog gezocht wordt, is van belang. Voor zowel het proces als het resultaat is het belangrijk de samenwerking en successen in beeld te brengen en te vieren, onder meer door persoonlijke verhalen te vertellen.





Met projectcommunicatie richten we ons op de volgende aandachtspunten:

- Transparante projectaanpak
- Cross-mediale aanpak
- Bewust zoeken van dialoog
- Vieren en vertellen

5.6 Werkveld Interne communicatie

Interne communicatie gaat over de communicatie binnen de gemeentelijke organisatie. Hierbij is het belangrijk te werken aan communicatieve vaardigheden en communicatief bewustzijn van medewerkers en aan een goede interne informatievoorziening. De intergemeentelijke samenwerking brengt extra aandachtspunten met zich mee.

Met interne communicatie richten we ons op de volgende aandachtspunten:

- Communicatieve vaardigheden en communicatief bewustzijn
- Interne informatievoorziening
- Intergemeentelijke samenwerking

5.7 Werkveld Gebiedspromotie

Gebiedspromotie zet de gemeente Weststellingwerf neer als aantrekkelijke gemeente om in te wonen, te werken en te recreëren. Dat kan alleen in samenwerking met betrokken partijen. En door samenhang te brengen in de vele initiatieven. Positieve punten moeten actief onder de aandacht gebracht worden. De promotiekansen van actuele belangrijke projecten moeten worden benut. Door gezonde trots en een goede focus worden ook andere samenwerkingspartijen geïnspireerd om aan te haken.

Met gebiedspromotie richten we ons op de volgende aandachtspunten:

- Samenwerking en samenhang
- Inspelen op belangrijke projecten



COMMUNICATIEVISIE 2017-2020

