

College informatiebrief

Onderwerp : Communicatiebeleidsplan gemeente Sliedrecht 2024

Datum : 26 maart 2024

Portefeuille mr. drs. J.M. de Vries

Een van de aanbevelingen uit het Rekenkamerrapport 'In contact met burgers' was het opstellen van nieuw communicatiebeleid voor de gemeente Sliedrecht. Het bijgevoegde communicatiebeleidsplan 2024 geeft daar invulling aan.

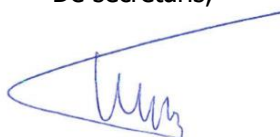
De gemeente Sliedrecht ziet goede communicatie als voorwaarde voor een goede relatie met de samenleving en voor het realiseren van het Collegewerkprogramma.

Want het is belangrijk dat inwoners, ondernemers en organisaties op de hoogte zijn welke plannen en projecten spelen in Sliedrecht, wat de argumenten daarvoor zijn en hoe zij daar invloed op kunnen uitoefenen. En ook voor het omgaan met impactvolle maatschappelijke ontwikkelingen is het belangrijk om open het gesprek met elkaar te voeren. Het gaat daarbij niet alleen om het eenzijdig zenden van informatie, maar juist om tweezijdig communiceren met goede participatie.

Dit vraagt om een visie op hoe de gemeente wil communiceren. Deze visie is samen met de communicatiestrategie in het beleidsplan opgenomen. Samen geven ze een kader met richtlijnen hoe communicatie effectief ingezet kan worden door de gemeentelijke organisatie. Door uitvoering te geven aan het communicatiebeleid weten inwoners, ondernemers en organisaties waarom en wanneer ontwikkelingen plaatsvinden en hoe ze daaraan kunnen bijdragen. Met als doel verbinding en vertrouwen tussen de gemeente en de samenleving. En draagvlak of begrip voor plannen en projecten die spelen binnen de gemeente.

Communicatie heeft ook een belangrijke relatie met de gemeentelijke dienstverlening, want communicatie gaat over alle vormen van contact tussen de gemeente en samenleving. Daarom sluiten de uitgangspunten binnen het communicatiebeleidsplan naadloos aan op de waarden en servicebeloftes binnen de visie op dienstverlening die in ontwikkeling is.

Hoogachtend,
Burgemeester en wethouders van Sliedrecht,
De secretaris, De burgemeester,



N.H. Kuiper mca mcm



mr. drs. J.M. de Vries



Communicatiebeleid

Gemeente Sliedrecht

2024





Inhoudsopgave

1	Inleiding	3
2	Visie.....	4
	Visie gemeente Sliedrecht.....	4
	Visie op communicatie.....	4
	Verschillende rollen	4
	Focus op communicatie	5
	Afbakening	5
3	Trends en ontwikkelingen.....	6
	In de samenleving	6
	Binnen communicatie en (social) media	7
4	De interne organisatie	8
	Kernwaarden	8
	Regionaal samenwerken	8
5	Communicatiestrategie.....	9
	Issuemanagement, opgavegericht werken en omgevingsmanager	9
	Focus kiezen.....	9
	Werkwijze.....	10
	Communicatie met externe doelgroepen.....	10
	Communicatie met interne doelgroepen	11
	Communicatie door uitvoerende partijen	11
	Communicatie en dienstverlening.....	11
6	Communicatieaanpak	12
	Focus op communicatie	12
	Factor C	12
	Communicatiedisciplines	13
	Organisatie van de communicatie.....	13
7	Accountability	15
8	Bijlagen	15



1 Inleiding

In toenemende mate communiceren mensen met elkaar en verwachten inwoners, ondernemers en organisaties goede communicatie met en vanuit de gemeente. Dit is een wederzijdse behoefte: de gemeente ziet goede communicatie als voorwaarde voor een goede relatie met de samenleving en voor het realiseren van het Collegewerkprogramma (CWP). Voor draagvlak is het belangrijk dat inwoners, ondernemers en organisaties weten waarom en wanneer ontwikkelingen plaatsvinden en hoe ze daaraan kunnen bijdragen. Dit zorgt voor verbinding en vertrouwen tussen de gemeente en de samenleving. Maar ook voor het omgaan met impactvolle maatschappelijke ontwikkelingen is het belangrijk in contact te zijn met elkaar. Het gaat daarbij niet alleen om het eenzijdig zenden van informatie, maar juist ook om tweezijdig communiceren met goede participatie.

Aan overheidscommunicatie worden steeds hogere eisen gesteld: inwoners zijn mondiger en willen op verschillende kanalen gehoord worden en in gesprek gaan met de gemeente. Daarnaast zijn er ook wettelijke verplichtingen (zoals de Woo¹) die de communicatie beïnvloeden. Dit alles vraagt om een nieuwe visie op communicatie voor de gemeente Sliedrecht. Deze visie is samen met de communicatiestrategie in dit beleidsplan opgenomen. Samen geven ze een kader met richtlijnen hoe de gemeentelijke organisatie effectief kan communiceren.

Het hebben van communicatiebeleid is belangrijk voor inzicht in waar prioriteiten liggen en hoe de gemeente inwoners het beste kan bereiken. Uitgangspunt daarbij is dat de hele gemeentelijke organisatie communiceert, waarbij alle betrokkenen een eigen verantwoordelijkheid hebben. De communicatiemedewerkers ondersteunen daarbij over de wijze waarop communicatie effectief ingezet kan worden.

Omdat de samenleving voortdurend in beweging is, wordt ook dit communicatiebeleid continu doorontwikkeld in relatie tot de uitgangspunten van het beleid en de strategie om daar invulling aan te geven.

Voor de onderbouwing van dit plan zijn onder andere de volgende bronnen geraadpleegd:

- Rekenkameronderzoek gemeenteraad van Sliedrecht: "In contact met de inwoner"
- College werkprogramma "Werken aan een sterke en veerkrachtige samenleving"

Het plan is vanuit de communicatietheorie onderbouwd vanuit:

- 'Communiceren met Focus' van Aart Paardenkooper en Renate Verloop
- 'Het strategische communicatie frame' van Betteke van Ruler

¹ De Wet open overheid (Woo) regelt het recht op informatie over alles wat de overheid doet. Het is de opvolger van de Wet openbaarheid van bestuur (Wob).



2 Visie

Visie gemeente Sliedrecht

De visie van de gemeente Sliedrecht is als volgt:

De gemeente Sliedrecht investeert 'Koersvast' en vastberaden in de gemeente en blijft ontwikkelen en vernieuwen. De gemeente is in 2030 trots op Sliedrecht omdat het een leefbare, mooie, sociale, groene en duurzame gemeente is en we dat ook zo houden. Net zo 'Koersvast' investeert de gemeente ook in de ontwikkeling van de organisatie. Om slagvaardig te kunnen werken aan de kernopgaven is de organisatie gericht op "samen realiseren in Sliedrecht". De gemeente werkt opgevegericht en wendbaar en werkt graag voor én samen met de inwoners aan resultaten die voor de Sliedrechtse samenleving merkbaar zijn.

De visie op communicatie is ondersteunend hieraan.

Visie op communicatie

Communicatie is de overkoepelende term voor alle (on)bewuste vormen van sociaal contact. Door communicatie bewust in te zetten en **vooraan in het beleidsproces te betrekken** wordt gestuurd op het realiseren van de gemeentelijke visie en kunnen organisatiedoelstellingen beter verwezenlijkt worden. Goede communicatie is daarmee de brandstof voor een goede relatie tussen inwoners en overheid.

Communicatie levert een bijdrage aan het realiseren van de organisatiedoelen en daarmee aan het succes van de gemeente Sliedrecht. Vanuit een open en uitnodigende houding verbinden we daarvoor de organisatie actief met de Sliedrechtse samenleving en stimuleren we het onderlinge contact. We vertellen proactief en in begrijpelijke taal wat de gemeente doet en van plan is en hoe inwoners daaraan kunnen bijdragen. En zorgen dat openbare informatie voor iedereen vrij beschikbaar is. Met als resultaat een toegankelijke, transparante en betrouwbare gemeente waarop inwoners kunnen rekenen en waarin iedereen kan meedoen.

Verschillende rollen

Onderdeel van de visie is de insteek dat goede communicatie van de hele organisatie is en dat daarbij verschillende rollen ingenomen worden:

- **De gehele gemeentelijke organisatie communiceert.** Alle betrokkenen hebben daarbij vanuit hun rol een eigen verantwoordelijkheid met een informatie breng- en haalplicht en een goede persoonlijke bereikbaarheid. Daarbij gaat het om bestuurders, de gemeentelijke beleids- en bedrijfsvoeringsteams, de boa's, de dienstverlenende medewerkers in de uitvoering en de buitendienst.
- **De communicatiemedewerkers** zijn leidend als het gaat om de communicatieaanpak, de inzet van (massamediale) communicatie-uitingen en bewaken de samenhang daartussen. Zo dragen zij bij aan de herkenbaarheid in de gemeentelijke communicatie en het integraal werken. Daarnaast hebben zij als taak om medewerkers binnen de gemeentelijke organisatie communicatief vaardiger te maken. Zodat zij in staat zijn het gesprek met de inwoners en andere doelgroepen goed te voeren.



- Een voorwaarde daarbij is dat zij bij de start van een beleids- of projectinitiatie betrokken worden zodat zij de **beleidsmedewerker of projectleider** op het juiste moment kunnen adviseren op de kernboodschap, communicatieve mijlpalen en de keuze voor stakeholders of doelgroepen. Met als doel te komen tot de juiste communicatiestrategie en een effectieve inzet van capaciteit en middelen.
- Binnen ruimtelijke projecten wordt gewerkt met een **omgevingsmanager** die verantwoordelijk is voor een goede afstemming met belanghebbenden. Deze werkt nauw samen met de communicatieadviseurs (zie ook 5. Communicatiestrategie).
- Jaarlijks - en zo nodig tussentijds - wordt in afstemming met het **management team** bepaald wat de communicatieve prioriteiten zijn voor dat jaar. Met als doel dat de gezamenlijke ambitie op het gebied van communicatie binnen de beschikbare capaciteit gehaald kan worden. Om dit te realiseren wordt aangesloten bij de reguliere planning- en control-cyclus.
- Het **bestuur** is niet alleen politiek verantwoordelijk, maar is ook een belangrijke schakel voor het geven van uitleg over besluitvorming richting inwoners, ondernemers en de gemeenteraad. De communicatiemedewerkers adviseren en ondersteunen de bestuurders in hun gezamenlijke en persoonlijke communicatie.

Focus op communicatie

De beleidsagenda bepaalt in hoge mate de communicatieagenda. Het is belangrijk te blijven kijken naar wat de gemeente wil bereiken en welke communicatie daarbij past. Wat wil of moet de inwoner wanneer weten, staat daarbij centraal. Om ook los van de bestuurlijke beleidsagenda en ongeacht 'de waan van de dag' goed te kunnen communiceren, wordt gewerkt met '*Focus op communicatie*' (zie Hoofdstuk 6: Communicatieaanpak).

Afbakening

Participatie

Inwoners willen invloed hebben op hun eigen leefomgeving en meedenken over ontwikkelingen binnen de gemeente en hun buurt. In de geest van de nieuwe omgevingswet ziet de gemeente graag dat diezelfde inwoners ruimte krijgen voor eigen initiatieven en met partners in gesprek gaan over (aanpassingen aan) hun woonomgeving. Er is vanuit verschillende perspectieven behoefte aan goede participatie en het goede gesprek met elkaar voeren. De wijze waarop de participatie wordt ingericht maakt geen onderdeel uit van dit beleidsplan. Dit is vastgelegd in de participatieleidraad die in het kader van de Omgevingswet is vastgesteld. Deze leidraad maakt duidelijk aan inwoners, raadsleden en collega's wat het doel is van de participatie, hoeveel ruimte er is voor inspraak en welke vormen van participatie bij welke besluitvormingstrajecten passen. De participatieleidraad wordt op basis van opgedane praktijkervaring doorontwikkeld naar gemeente breed participatiebeleid.

Citymarketing

Citymarketing is het profileren van de gemeente waarbij de onderscheidende, sterke kanten en een eigen identiteit centraal staan. Afhankelijk van de doelstelling richt citymarketing zich op bezoekers, bedrijven en (toekomstige) bewoners. Citymarketing maakt geen onderdeel uit van dit communicatiebeleidsplan, maar het team Communicatie heeft wel een ondersteunende taak daarbij.

Raadscommunicatie

Het is belangrijk dat inwoners goed geïnformeerd worden over de taken, verantwoordelijkheden, vergaderingen en de genomen besluiten van de gemeenteraad. Naast communicatie vanuit de verschillende politieke fracties worden zij geïnformeerd via het raadsinformatiesysteem van de raad en betrokken via de gemeentelijke social media kanalen. Raadscommunicatie maakt geen onderdeel uit van dit communicatiebeleidsplan maar de griffie en de communicatiemedewerkers werken hierbij wel nauw samen.



3 Trends en ontwikkelingen

Het is belangrijk dat de gemeente begrijpt wat er 'buiten' in de samenleving speelt en welke trends en ontwikkelingen relevant zijn. Het gaat daarbij niet alleen om maatschappelijke ontwikkelingen maar ook over de wijze waarop mensen met elkaar communiceren. Daardoor zijn deze ontwikkelingen ook van invloed op het communicatiebeleid.

In de samenleving

De trends en ontwikkelingen die spelen - en hun impact op het gemeentelijke beleid - zijn hieronder gekoppeld aan de 4 pijlers van het Collegewerkprogramma (CWP).

1. Werken aan een veilig en inclusief Sliedrecht

- *Veranderende samenleving*
In de huidige maatschappij neemt het vertrouwen in de overheid af terwijl diversiteit en polarisatie juist toeneemt. Uiteraard heeft dat invloed op de rol van de gemeente en de wijze waarop de boodschap van de gemeente overkomt op de verschillende doelgroepen. De gemeente wil door goede communicatie, participatie en dienstverlening werken aan het herstel van het vertrouwen in de overheid. Duidelijkheid, tijdigheid en transparantie staan daarbij centraal.
- *Demografische ontwikkelingen*
Waar het over demografische ontwikkelingen gaat, zijn vooral de druk op de woningmarkt in onze gemeente, Sliedrecht Noord en de realisatie van een AZC belangrijke items.
- *Financiële krapte bij inwoners*
Door onder andere hoge inflatie en hoge energieprijzen hebben mensen minder financiële ruimte.
- *Pfas*
De vervuiling met de verschillende Pfasen in Sliedrecht en in verschillende gemeenten om ons heen, maken inwoners ongerust en onzeker. Deze vervuiling zorgt voor landelijke onderzoeken en veel publiciteit. Het doel is om in regionaal verband en in samenwerking met onderzoeksinstituten objectieve en heldere voorlichting aan inwoners te geven.

2. Werken aan ruimtelijke vernieuwing

- *Fysieke leefomgeving*
In de fysieke leefomgeving gaan de ontwikkelingen vooral over het programma ruimtelijke vernieuwing (o.a. Sliedrecht-Noord, Binnenstedelijke Herstructurering, Noord-Zuid verbinding), de energietransitie (de overgang van aardgas naar meer duurzame manieren van verwarmen), klimaatadaptatie (aanpassingen aan de klimaatverandering), duurzaamheid, mobiliteit, woningbouw en bodemdaling.
- *De invoering van de Omgevingswet*
De op 1 januari 2024 ingevoerde Omgevingswet betekent dat er nieuwe manieren van in- en externe samenwerking en participatie ontstaan.

3. Werken aan een ondernemend en betrokken Sliedrecht

- *Sociaal domein*
Binnen het sociaal beleid wordt vooral het huidige beleid doorontwikkeld. Dat beleid is steeds meer gericht op preventie ter voorkoming van sociale problemen. Daarnaast richt het sociaal beleid zich op de opvang van vluchtelingen en Oekraïners.

4. Een slagvaardige organisatie

- *Samenwerken binnen de regio*
We werken binnen de regio steeds meer samen. Via de Service Gemeente Dordrecht (SGD), SDD en veiligheidsregio ZHZ en op het gebied van bijvoorbeeld de jeugdzorg. Deze samenwerking beslaat ook steeds meer beleidsterreinen.

- *Informatievoorziening*
De gemeente Sliedrecht vindt transparante informatievoorziening belangrijk want openbare informatie moet voor iedereen eenvoudig en in begrijpelijke taal beschikbaar zijn. Deze transparantie is ook in de wet verankerd binnen de wet openbare overheid (Woo).
- *Gebruikersveiligheid*
Om de risico's te beperken zijn binnen de SGD specialisten werkzaam die de gemeente adviseren welke nieuwe communicatietoepassingen veilig gebruikt kunnen worden.

Binnen communicatie en (social) media

De communicatietrends van Logeion² vormen een belangrijke inspiratie voor ontwikkelingen op het gebied van overheidscommunicatie. Voor de jaren 2022-2024 zijn die trends 'Gids in een grenzeloos speelveld', 'Moreel kompas als leidraad', 'Vertrouwen door radicale transparantie' en 'Technologie als nieuwe taal' (zie ook: www.logeion.nl/trends).

We zien die trends niet alleen terug in ontwikkelingen in de samenleving, maar ook in de ontwikkeling in (digitale) communicatiemiddelen. Want de wereld van (social) media is volop in beweging en verandert continu. De keuze voor verschillende kanalen wordt steeds groter waarbij er een verschuiving plaats vindt van doelgroepen. Zo verplaatsen jongeren zich steeds naar (nieuwe) platforms als TikTok (entertainment) BeReal (delen van het moment) en Snapchat (gebruik van filters en stickers).

De keuze voor mediakanalen door de gemeente is sterk afhankelijk van de organisatiedoelstellingen, de doelgroep en de manier waarop je een kanaal het beste in kunt zetten. Daarom wordt steeds kritisch gekeken welke kanalen het beste aansluiten op de doelgroepen van de gemeente Sliedrecht. Ook spelen informatieveiligheidsaspecten een rol. Voor ambtenaren geldt bijvoorbeeld dat TikTok niet langer op hun werktelefoon mag staan.

De gemeente Sliedrecht focust zich op de volgende social mediakanalen:

- **LinkedIn** richt zich op zakelijke gebruikers en wordt door de gemeente ingezet om Sliedrechtse ondernemers te bereiken en voor het aantrekken van personeel.
- **Facebook** is een kanaal voor sociale interactie met de wat oudere doelgroep en is geschikt voor het geven van voorlichting of de visuele verslaglegging van evenementen en ontmoetingen van bestuurders met de samenleving.
- **Twitter** is een kanaal waar gebruikers op zoek zijn naar actuele, korte nieuwsberichten.
- **Instagram** is een platform waarmee de gemeente zich vooral visueel kan profileren met beelden van Sliedrecht, evenementen of gebeurtenissen.
- **Youtube** is een effectief platform om video's te delen over de organisatie - bijvoorbeeld voor arbeidsmarktcommunicatie - of over projecten die spelen.

Een vraag daarbij is hoe jongere doelgroepen bereikt kunnen worden die zich verplaatsen naar steeds andere/nieuwe kanalen. Dat kan onder andere door inzet van 'Partner accounts', een samenwerking met organisaties die zich bevinden op deze kanalen en goed aansluiten op de behoefte en interesses van de doelgroepen. Bijvoorbeeld SOJS en het Bonkelaarhuis.

² Logeion is de Nederlandse beroepsorganisatie voor communicatieprofessionals.

4 De interne organisatie

In de gemeente Sliedrecht is communicatie als kerntaak ingebed binnen de organisatie en een verantwoordelijkheid van alle medewerkers. Zij worden daarbij ondersteunt door de communicatiemedewerkers.

Kernwaarden

De gemeentelijke organisatie geeft vanuit een aantal kernwaarden invulling aan de werkzaamheden, taken en projecten van de gemeente. Die kernwaarden vormen een kapstok voor de communicatie en zijn:

- samen,
- opgavegericht,
- trots,
- rolduidelijkheid en
- transparantie.

Regionaal samenwerken

Sliedrecht is niet los te zien van haar omgeving. Om elkaar te versterken wordt er nauw samengewerkt tussen de gemeenten binnen de Drechtsteden. Centraal daarbij staat het op niveau houden en versterken van capaciteit, expertise en ervaring. Op het gebied van communicatie wordt binnen verschillende regionale verbanden actief samengewerkt.

Het gaat daarbij om:

- Service gemeente Dordrecht (SGD)
De communicatiemedewerkers die in de Drechtsteden werken zijn in dienst bij de SGD. Zij werken gemeente overstijgend samen aan belangrijke regionale opgaven zoals Pfas, woningbouw en de energietransitie. Naast deze samenwerking op belangrijke dossiers wordt ook de inhoudelijke kennisontwikkeling gestimuleerd zodat zij op de hoogte zijn van de laatste trends en ontwikkelingen binnen het communicatievakgebied. Daarvoor worden opleidingen gevolgd en vinden er inspiratiesessies plaats. Vanuit SGD zijn aan iedere gemeente 'eigen' communicatiemedewerkers toebedeeld die op locatie bij de gemeente werken. Daarnaast worden er een aantal taken centraal vanuit SGD uitgevoerd zoals de webcare (het monitoren en beantwoorden van vragen op sociale media) en de redactie van de website.
- Smart Delta Drechtsteden (SDD)
Bedrijfsleven, onderwijs en overheden werken samen om gezamenlijke doelstellingen te verwezenlijken. Vanuit communicatie worden de boodschap en doelstellingen van SDD uitgedragen door bijvoorbeeld gezamenlijk de woordvoering te organiseren.
- Veiligheidsregio Zuid Holland Zuid
We werken binnen een grotere regio dan de Drechtsteden met andere gemeenten samen op het gebied van crisiscommunicatie en communicatie over veiligheid en de zorg voor vluchtelingen. Communicatie medewerkers vanuit de gemeenten die vallen onder de veiligheidsregio dragen bij aan de communicatie bij crisissituaties in de regio.
- Omgevingsdienst
De Omgevingsdienst geeft een aantal vergunningen op het gebied van milieu en bouwen af. Op communicatiegebied wordt samengewerkt met de andere gemeenten en de Omgevingsdienst zodat er eenduidig (en regionaal) gecommuniceerd wordt naar inwoners.
- Sociaal domein:
Tot slot wordt er regionaal ook op communicatiegebied samengewerkt binnen het sociaal domein met de Sociale Dienst Drechtsteden en de Dienst Gezondheid en Jeugd.

5 Communicatiestrategie

De visie van de gemeente, trends en ontwikkelingen die op Sliedrecht afkomen én de interne organisatie leiden tot de communicatiestrategie. Deze geeft aan **op welke manier** de gemeente de gestelde communicatiedoelen wil bereiken en wat de gemeente wil uitstralen in de communicatie. Zowel op inhoud als in vorm helpt deze strategie om keuzes te maken bij de inzet van communicatie.

Het collegewerkprogramma is ambitieus met verschillende grote ruimtelijke, sociale en economische plannen en projecten. Voor draagvlak is het belangrijk dat inwoners, ondernemers en organisaties weten waarom en wanneer ontwikkelingen plaatsvinden en hoe ze daaraan kunnen bijdragen.

Daarom staat binnen de communicatiestrategie:

- **Begrijpelijke, tijdige, persoonlijke** en voor iedereen **toegankelijke** communicatie centraal.
- Daarnaast moeten inwoners op **uitnodigende** wijze tijdig **betrokken** worden bij voor hen relevante projecten en moeten zij kunnen **meedoen** met gemeentelijke plannen.
- Dit moet zorgen voor **draagvlak** en **verbinding** en daarmee voor **vertrouwen** tussen de gemeente en de samenleving.

Issuemanagement, opgavegericht werken en omgevingsmanager

Maatschappelijke opgaves zijn complex en vragen om een aanpak waarbij de gemeente en relevante partijen en organisaties samen aan oplossingen werken. Het is cruciaal dat de gemeente daarbij oog heeft voor de impact daarvan op de samenleving.

- Daarom gaat de gemeente **opgavegericht** werken. Dit vraagt om over de grenzen van de eigen teams en organisatie heen te kijken en samen te werken met alle betrokken partijen. En om projecten in relatie tot elkaar te beschouwen en op elkaar af stemmen.
- De communicatie wordt daarbij vanuit **issuemanagement** ingericht. Dit betekent dat invloeden en ontwikkelingen in de maatschappij continu gemonitord worden en zo tijdig gesignaleerd worden. Daarop kan dan de inzet van communicatieacties afgestemd worden.
- In relatie tot ruimtelijke projecten wordt er gewerkt met een **omgevingsmanager**. Dit is een functie/rol die verantwoordelijk is voor een goede relatie en afstemming met belanghebbenden, zoals buurtbewoners of ondernemers waar ontwikkelingen plaatsvinden.

Focus kiezen

Centraal daarbij staan de opgaven waarbij goede communicatie het verschil kan maken en de meeste maatschappelijke impact heeft. Omdat de communicatiecapaciteit maar één keer ingezet kan worden vraagt dat om focus en gerichte keuzes. We baseren keuzes daarom op de bestuurlijke prioriteiten uit het Collegewerkprogramma en kiezen daarbij voor wat belangrijk is voor de samenleving (zie ook hoofdstuk 6, Focus op communicatie).

Communicatiestrategie:

Communicatie helpt de organisatie met het behalen van haar bestuurlijke doelen en prioriteiten. Daarbij ligt de focus op projecten en maatschappelijke ontwikkelingen waar met goede communicatie het verschil gemaakt kan worden. Met als beoogd resultaat begrijpelijke, tijdige, persoonlijke en voor iedereen toegankelijke communicatie. En participatie waarbij iedereen kan meedoen en meedenken over de plannen van de gemeente.

Om dit te bereiken:

- Richt communicatie zich op de doelen van de 4 pijlers uit het collegewerkprogramma en de begroting. Door hier steeds aan te refereren in uitingen is de kernboodschap herkenbaar en betrouwbaar.



- Past de gemeente de communicatie aan op de doelgroep en communiceert daarbij in heldere taal (taalniveau B1). Waar nodig wordt daarbij beeld en beeldtaal ingezet.
- Investeert de gemeente structureel in interne communicatie en het communicatiever en omgevingsbewuster maken van de gemeentelijke organisatie.
- Werkt de gemeente opgabegericht en zet issuesmanagement in voor de inzet van communicatie.

Werkwijze

- De gemeente Sliedrecht denkt vanuit de inwoners, brengt hun informatiebehoeften in kaart en speelt daarop in. Communicatie vertaalt 'buiten naar binnen'.
- Onderwerpen binnen het collegewerkprogramma en de informatiebehoeften worden door de communicatieadviseurs vertaald naar een passend communicatieadvies. Dat advies wordt vervolgens vertaald naar duidelijke communicatie-uitingen.
- Dat geldt ook voor de wijze waarop de gemeente haar participatieprocessen inricht met betrekking tot de participatieaanpak, de communicatie over het participatieproces en het eindresultaat van dat proces. De inhoudelijke beleidsmedewerkers en projectleiders zijn daarbij verantwoordelijk voor de organisatie van het participatieproces.
- De communicatieadviseurs werken samen met alle betrokken teams en externe partijen. Zij verbinden groepen met elkaar en zorgen voor samenhang en afstemming.
- Er wordt continu ingespeeld op nieuwe ontwikkelingen, veranderingen en vernieuwingen. Daarbij worden onder andere bereik- en effectmetingen en communicatieonderzoek ingezet. Zodat vanuit evaluaties waar nodig de communicatiestrategie kan worden bijgesteld.

Communicatie met externe doelgroepen

Belanghebbenden zijn mensen en partijen die belang hebben bij wat er in de gemeente gebeurt. Er zijn veel verschillende soorten belanghebbenden en per project of situatie kunnen zij verschillen. Daarom is het belangrijk om per onderwerp de relevante belanghebbenden in beeld te brengen en de communicatieaanpak daarop af te stemmen. Daarbij geldt dat belanghebbenden benaderd worden overeenkomstig de verhouding die ze hebben tot een onderwerp. Als deze zich in de directe invloedssfeer afspeelt, is een persoonlijke benadering altijd het uitgangspunt.

Focus op mensen die wonen, werken en recreëren

De mensen die wonen, werken en recreëren in de verschillende wijken van onze gemeente vormen natuurlijk de belangrijkste groep externe belanghebbenden. Daarnaast hebben we als gemeente te maken met veel samenwerkingspartners en de media.

Media

De media zijn als massamedium een belangrijke schakel voor het geven van onafhankelijke voorlichting aan burgers. De gemeente steekt daarom veel energie in een goede relatie met de pers en probeert een zo hoog mogelijk serviceniveau te realiseren, waarbij snel gereageerd wordt op persverzoeken. Daarnaast publiceert de gemeente wekelijks gemeentelijk nieuws in het weekblad Het Kompas en op nieuwsplatform Sliedrecht24.nl. Jaarlijks verstrekt de gemeente subsidie aan de lokale omroep MerweRTV. De nieuwe mediawet, die naar verwachting 2027 ingaat, richt zich op het professionaliseren van de nieuwsvoorziening door lokale omroepen. Dit leidt ertoe dat MerweRTV zal opgaan in een streekomroep samen met de omroepen uit de Drechtsteden, Ridderkerk en Molenlanden. Net als de omroepen zelf, vinden wij dit een positieve ontwikkeling. Met de gemeenten in de regio delen wij daarom ook kennis en stemmen wij waar nodig ons mediabeleid op elkaar af.

Betrokkenheidsprofielen

In lijn met het advies van de Rekenkamer wordt bij participatietrajecten en communicatie gewerkt met betrokkenheidsprofielen. Daarbij maken we onderscheid tussen groepen inwoners op basis van hun vertrouwen in de overheid, hun algemene betrokkenheid, leeftijd en woonomgeving. Voor iedere afzonderlijke doelgroep wordt vervolgens een aanpak op maat gemaakt. Een aanpak dus die past bij de mensen om wie het gaat.



Communicatie met interne doelgroepen

Binnen onze organisatie zijn de gemeenteraad, het college van burgemeester en wethouders, de medewerkers, de directie en het management relevante interne partijen. De gemeenteraad (en in het verlengde hiervan de griffie) is een belangrijke communicatieve schakel omdat zij vanuit hun rol als volksvertegenwoordiger actief in contact staan met de Sliedrechtse samenleving.

Om de ambitie uit dit communicatieplan te kunnen realiseren, is dus de gehele ambtelijke organisatie en het gemeentebestuur nodig. Iedereen heeft vanuit zijn/haar eigen rol contact met inwoners en levert zo een communicatieve bijdrage. Daarom is draagvlak onder al onze interne belanghebbenden onmisbaar. Daarvoor worden verschillende internet communicatiemiddelen ingezet zoals het intranet en via de periodieke voorlichtingsbijeenkomsten. Ook wordt er energie gestoken in het vergroten van communicatieve vaardigheden van de ambtelijke organisatie.

Communicatie door uitvoerende partijen

Ook in de rol van opdrachtgever is effectieve communicatie vaak cruciaal voor het succes van een gemeentelijk project. Daarom wordt extra aandacht besteed aan communicatie die door partners/derden wordt ingezet. Denk hierbij bijvoorbeeld aan communicatie van partijen die verantwoordelijk zijn voor het aanleggen van glasvezel of het warmtenet. Of de communicatie door aannemers die in een buurt aan de slag gaan. Vooraf maken de communicatiemedewerkers afspraken met de projectleider en de uitvoerende partij over de communicatieplanningen, aanpak en uitvoering.

Communicatie en dienstverlening

Communicatie heeft ook een belangrijke relatie met de gemeentelijke dienstverlening, want communicatie gaat over alle vormen van contact tussen de gemeente en samenleving. Naast het afnemen van producten en diensten van de gemeente willen mensen ook goed geïnformeerd worden over ontwikkelingen die in hun buurt spelen, meedoen bij het oplossen van maatschappelijke issues of eigen initiatieven kunnen aandragen. Dat doen zij steeds vanuit een andere rol, zoals de rol van klant, gebruiker, inwoner, partner of kiezer. Het blijkt dat voor inwoners de gemeentelijke communicatie, participatie en dienstverlening ongeveer hetzelfde zijn. Regie op deze drie-eenheid is daarom essentieel, omdat ze samen bepalend zijn voor de beeldvorming over de gemeente. Daarom sluiten de uitgangspunten binnen dit communicatiebeleidsplan naadloos aan op de waarden en servicebeloftes binnen de visie op dienstverlening die in ontwikkeling is.

6 Communicatieaanpak

Focus op communicatie

Omdat de communicatiecapaciteit maar één keer ingezet kan worden vraagt dat om focus en gerichte keuzes. Om goed te kunnen communiceren, gebruiken de gemeenten binnen de Drechtsteden, en dus ook de gemeente Sliedrecht, daarom de communicatieaanpak 'Focus op communicatie'. Dit is een methodiek van de vooraanstaande communicatiespecialisten Aart Paardekooper en Renata Verloop. Bij die methodiek gaat het erom dat we met communicatie het verschil maken voor de inwoners en dus aantoonbaar bijdragen aan de grote maatschappelijke opgaven. Daarbij worden scherpe keuzes gemaakt waarvoor de schaarse capaciteit ingezet moet worden. Die keuzes worden gemaakt door onderstaand afwegingskader in te zetten.

Afwegingskader:
wanneer is iets een
communicatie-
prioriteit?

1. Het is een maatschappelijke
opgave met bestuurlijke
prioriteit

2. Wordt komend jaar ingevuld
met concrete maatregelen,
projecten of dienstverlening

3. Heeft impact op inwoners
en/of ondernemers

4. Goed communiceren maakt
het verschil

Factor C

Bij de uitwerking van communicatievraagstukken wordt ook gewerkt vanuit de methodiek 'Factor C'. Deze manier van werken is ontwikkeld door de Academie voor Overheidscommunicatie en bij uitstek geschikt voor projecten en programma's waar omgevingsgericht of opgavegericht gewerkt wordt.

De kern van Factor C is dat je aan de hand van een aantal stappen een strategie en een aanpak uitwerkt voor een onderwerp, waarbij het perspectief van de doelgroep of gebruiker steeds een duidelijke plek heeft. Dit wordt door een communicatiemedewerker samen met de projectleider en het projectteam gedaan. Met als groot voordeel dat door het doorlopen van de stappen het voor alle betrokkenen helder wordt waar ze een bijdrage aan leveren met hun werk en op wie dat effect gaat hebben. Zo wordt het buiten naar binnen gebracht en kan communicatie gericht op de verschillende doelgroepen ingezet worden. Met als resultaat kernboodschappen op maat per doelgroep die zorgen voor herkenbare communicatie en draagvlak.



Communicatiedisciplines

Op basis van de gemaakte keuzes (focus) worden door de communicatiemedewerkers binnen de volgende communicatiedisciplines werkzaamheden uitgevoerd:

- *Corporate communicatie*
Dit gaat over de algemene gemeentelijke communicatie die zich onder andere richt op de beeldvorming over de gemeente. Centraal daarbij staat dat de communicatie in lijn is met de visie en ambities van de gemeente en het beeld dat de gemeente daarbij wil uitstralen.
- *Bestuurscommunicatie*
Met deze vorm van communicatie vindt de profilering plaats van de bestuurders met hun portefeuille. Dit richt zich onder andere op het signaleren van wat er in de samenleving gebeurt, perswoordvoering en het schrijven speeches voor openbare optredens.
- *Projectcommunicatie*
Hierbij wordt op planmatige wijze per fase van een project gecommuniceerd met betrokken stakeholders over de inhoud en voortgang en de impact voor betrokkenen.
- *Interne communicatie*
Is gericht op de interne organisatie en heeft tot doel om medewerkers te informeren over de doelstellingen en de ontwikkeling van de organisatie en ieders bijdrage daaraan.
- *Digitale/online communicatie*
Dit gaat over communicatie via digitale media zoals websites en social media.
- *Persbeleid*
Gaat over de afstemming en samenwerking met de pers. Met als doel dat mediapartijen laagdrempelig toegang hebben tot openbare informatie van de gemeente en deze op onafhankelijke wijze beschikbaar gesteld kan worden aan hun doelgroepen.

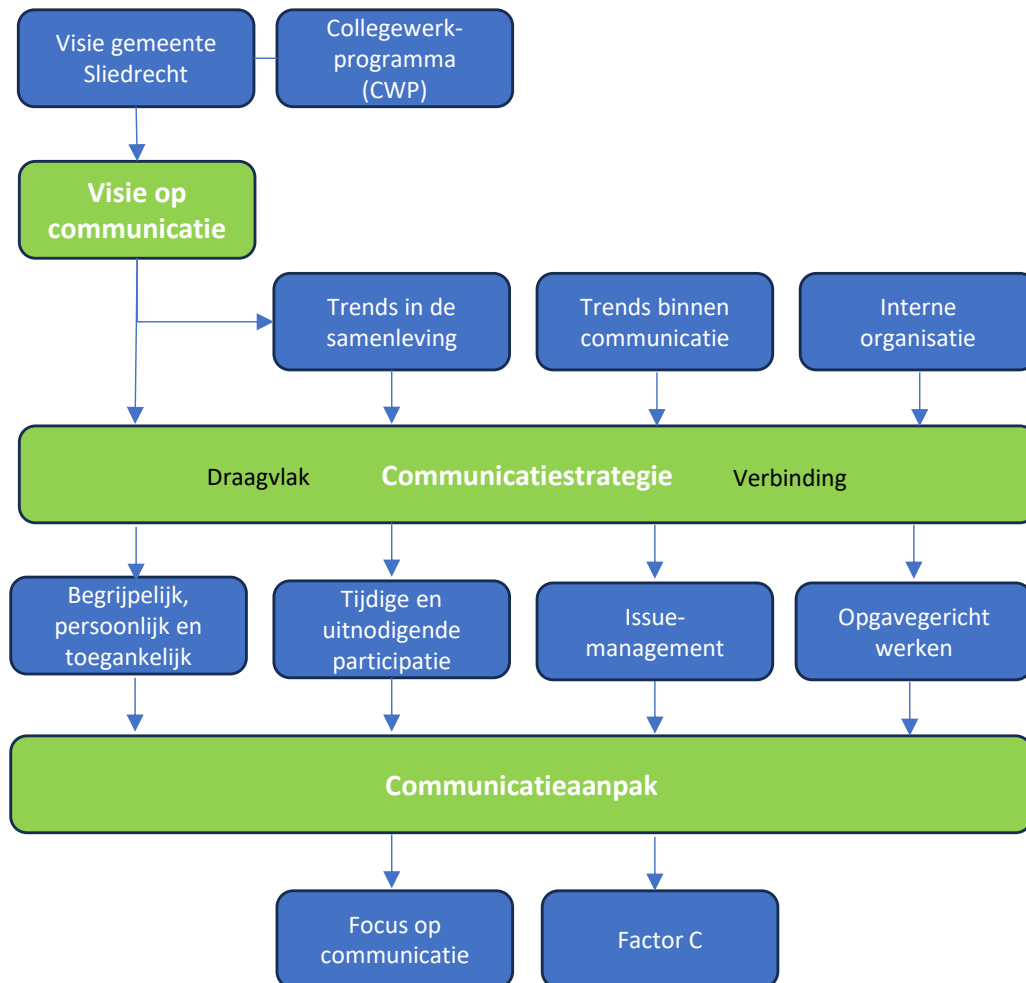
Een deel van de communicatie van onze gemeente is elders belegd of anders ingericht.

Het gaat dan bijvoorbeeld om:

- *Crisiscommunicatie*. Binnen de crisiscommunicatie volgen we de beleidslijn van de veiligheidsregio en communiceren we tot GRIP2 zelfstandig en daarna gecoördineerd in regionaal verband.
- *Arbeidsmarktcommunicatie*. Sliedrecht haakt in op het wervingsplan en de HRM-strategie van de Servicegemeente Dordrecht (SGD).

Organisatie van de communicatie

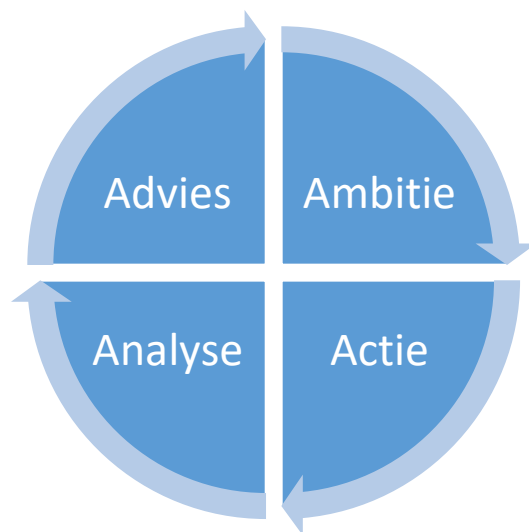
Door op het gebied van communicatie samen te werken vanuit de SGD is het mogelijk om de communicatiecapaciteit, expertise en ervaring op niveau te houden en te versterken. Daarnaast biedt het de mogelijkheid om flexibel een aantal specialismen in te zetten, structureel of op afroep. Het gezamenlijk inkopen en onderhouden van de websites en de newsroom (monitoring social media) zorgt niet alleen voor kostenbesparing maar ook voor efficiëntie. En door gezamenlijk op te trekken bij de communicatie over grote regionale thema's zoals armoedebelief, vervuiling Pfas of vluchtelingen wordt gegarandeerd dat een team van beperkte omvang de gevraagde capaciteit en kwaliteit kan leveren.



7 Accountability

Onder accountability verstaan we het afleggen van verantwoording over de inzet van communicatie in de bredere zin van het woord. Het gaat dus niet alleen over cijfers of bedragen, maar ook over de impact die we maken op bewoners en stakeholders.

Om verbeteringen door te voeren 'meten' we communicatieresultaten. Daarvoor wordt periodiek onderzocht wat inwoners van de communicatie van de gemeente vinden. Communicatie sluit hierbij aan bij de Planning en Control cyclus van de gemeente. Als 'lerende organisatie' maakt communicatie per prioriteit regelmatig een impactscan via het 4A model. In dat model staan de termen ambitie, actie, analyse en advies centraal.



We maken een analyse middels een omgevingsanalyse, een flitspeiling of een kort kwalitatief onderzoek (interviews). Op basis van de uitkomsten bekijken we in hoeverre de ambitie herkend wordt in de samenleving. Op basis daarvan volgt waar nodig een advies over hoe we communicatie effectiever in kunnen zetten om de ambities te bereiken of geven we aan dat andere beleidsvelden aan zet zijn om de ambitie te realiseren.

8 Bijlagen

Onderstaande links leiden naar de documenten in de bijlagen.

Bijlage 1 - Rekenkameronderzoek gemeenteraad van Sliedrecht: "In contact met de inwoner"
<https://raad.sliedrecht.nl/Vergaderingen/Gemeenteraad-Oordeelsvormend-Sliedrecht/2022/15-februari/19:30/BY-1-Rapportage-onderzoek-communicatiebeleid-Sliedrecht.pdf>

Bijlage 2- College werkprogramma "Werken aan een sterke en veerkrachtige samenleving"
[College werkprogramma](#)

Bijlage 3- Communiceren met Focus van Aart Paardenkooper en Renate Verloop
[Communiceren met focus](#)

Bijlage 4- Het strategische communicatie frame van Betteke van Ruler
[strategisch-communicatie-frame](#)