

Beleidsnotitie Communicatie

2019-2022



Inhoudsopgave

Inleiding

1. Uitgangspunten nieuw beleid

Veranderende samenleving, andere rol overheid

Doelen en ambities college

Organisatieontwikkeling Dronten op Koers

Dronten op Koers

Visie gemeente Dronten

Kernwaarden gemeente Dronten

2. Communicatievisie

3. Speerpunten nieuw beleid : strategische pijlers

Verbinding → Dialoog

Vakmanschap → expertise vakgebied Communicatie

Vertrouwen → reputatie

Vernieuwingskracht → creativiteit en inspiratie

4. Rollen team Communicatie

Expert in communicatie

Strategisch partner

Coach

Uitvoerder

5. Invulling opdracht, taken en aandachtsgebieden

Wat is onze opdracht?

Bronnen

Inleiding

Communicatie anno NU. Vroeger stuurde je een brief naar je inwoners, of zette je een advertentie of een aankondiging in de krant en de inwoner was geïnformeerd. Anno nu kan iedereen in de maatschappij overal 24/7 online zijn en communiceren via ontelbaar veel kanalen. Communicatie zit overal en is van iedereen. Dat vraagt ook om een andere overheid. De gemeentelijke organisatie ontwikkelt zich mee met de samenleving en dat vraagt om een nieuwe communicatievisie en een daarbij passend nieuw communicatiebeleid.

Daarbij sluiten we aan op de vernieuwde visie van de gemeente Dronten: Dronten op koers. De kernwaarden van de gemeente Dronten staan ook hier voorop. Vanuit de 4 V's: Verbinding, Vakmanschap, Vertrouwen en Vernieuwingskracht, maken we een vertaalslag naar ons vakgebied. Van daaruit herijken we de impact die dat heeft op de organisatie en de dagelijkse praktijk. Want, communicatie is anno nu echt van iedereen.

Het communicatievak is flexibel en beweegt voortdurend mee met de ontwikkelingen die 'buiten' plaatsvinden. We gaan er nooit vanuit dat communicatie wel zal plaatsvinden. We faciliteren, coachen en regisseren waar mogelijk, zodat communicatie daadwerkelijk plaatsvindt en daarmee bijdraagt aan de doelen van onze gemeentelijke organisatie Dronten.

Wij wensen u veel leesplezier toe.

Klaas-Jan de Hoop
Manager POCJB

1. Uitgangspunten voor nieuw beleid

Er is een aantal redenen waardoor de tijd rijp is voor een nieuw communicatiebeleidsplan. De grootste aanleiding is de veranderende samenleving en de andere rol die de overheid hierdoor krijgt. Daarnaast is het nieuwe college in 2018 geïnstalleerd, met nieuwe doelen en ambities. Ook zij hebben te maken met de andere rol van de overheid en kunnen handvatten gebruiken om hier goed mee om te gaan. Tenslotte is de gemeentelijke organisatie in 2017 een nieuwe koers ingeslagen: Dronten op Koers. En als de organisatiekoers verandert, verandert de communicatiekoers mee.

Veranderende samenleving, andere rol overheid

Inwoners nemen steeds meer initiatief en de overheid trekt zich steeds meer terug uit het publieke domein. Hierdoor verandert de relatie tussen overheid en inwoners. Ook de aankomende Omgevingswet en het daarbij 'omgevingsgerichte werken' komt eraan. Plaats daarnaast de 24-7 economie en de mondige burger in combinatie met het verkeer op social media en je snapt dat de overheid zich in razend tempo moet aanpassen aan deze 'nieuwe wereld'.

Doelen en ambities college

Het nieuwe college is in juni 2018 geïnstalleerd. Het college heeft de visie vanuit het coalitieakkoord 'Naar nieuwe verbindingen' als opdracht overgenomen.

'Wat we doen in Dronten, doen we met de samenleving. Met inwoners, met ondernemers, met maatschappelijke organisaties. Wij zien onszelf als partner en werken samen, faciliteren en maken nieuwe verbindingen. Met de raad, met de samenleving en met elkaar.'

Dronten op Koers

De gemeente Dronten is in 2016 gestart met een ontwikkeltraject Dronten op Koers. Onderstaande visie is de basis van onze gemeentelijke organisatie.

Visie gemeente Dronten

Wij werken vanuit ons hart voor de gemeente Dronten. Als dienstverlenende organisatie zetten wij onze professionaliteit in vanuit de betrokkenheid op gemeente Dronten. Vanuit wensen en belang van gemeente Dronten benutten wij mogelijkheden en ontwikkelen wij ons mee met gemeente Dronten.

Kernwaarden gemeente Dronten

Tijdens dit ontwikkeltraject zijn ook de kernwaarden van de gemeente Dronten vastgesteld:

- Verbinding
- Vakmanschap
- Vertrouwen
- Vernieuwingskracht

2. Communicatievisie - en missie

Als de organisatiekoers verandert, dan verandert de communicatiekoers mee. Op basis van de eerder genoemde ontwikkelingen en de veranderende vraag aan team Communicatie, hebben we onze Communicatievisie anno NU vastgesteld:

Visie

De samenleving verandert continu. De gemeentelijke organisatie verandert mee. Dat vraagt ook van het communicatieteam andere vaardigheden, om aan de veranderende vraag te voldoen. Als team Communicatie zetten we in op de interne en externe dialoog, betrokkenheid en helderheid over taken, rollen en verantwoordelijkheden. Hier maken we vooraf goede afspraken over met elkaar. Zodat we gedurende het proces kunnen bijsturen en tot het einde aan elkaars verwachtingen kunnen blijven voldoen.

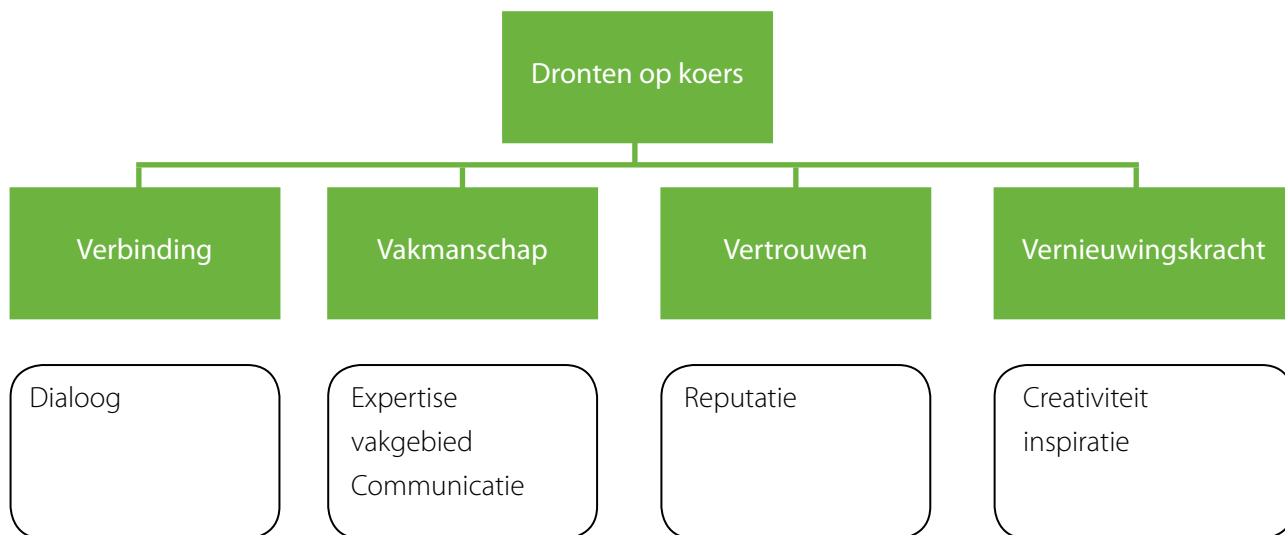
Missie

Team Communicatie adviseert collega's (binnen de gemeentelijke organisatie) over de interne- en externe communicatie ter ondersteuning van het bereiken van organisatiedoelen en we helpen bij het uitvoeren van wat we hebben geadviseerd (zolang het een communicatieactiviteit is). Daarnaast hebben we een aantal zelfstandige taken waar we als team zelf verantwoordelijkheid voor dragen. Binnen de organisatie valt team Communicatie binnen het vakgebied bedrijfsvoering, POCJB (Personeel, Organisatie, Communicatie, Juridische Zaken, Bestuursondersteuning). In die hoedanigheid is de directeur Bedrijfsvoering en daarboven onze gemeentesecretaris onze hoofdpdrachtgever. Het zijn onze collega's/projectleiders die aanspreekpunt zijn.

Het gesprek vormt de basis voor een goede samenwerking en voor creatieve en vernieuwende ideeën. Met als resultaat een stevig en goed advies.

3. Speerpunten nieuw beleid: strategische pijlers

De communicatievisie is de basis van waaruit we onze strategie ontwikkelen. Maar, om echt tegemoet te komen aan de vraag van de interne organisatie én die van de buitenwereld, hangen we onze communicatiestrategie op aan de kernwaarden van de organisatie, de 4 V's. Alleen op die manier kunnen we vanuit ons vakgebied waarde toevoegen aan de doelstellingen van de gemeente Dronten en het verschil maken met onze ingebrachte expertise. We maken de vertaalslag vanuit de kernwaarden naar ons eigen vak. Wat betekenen de kernwaarden voor ons, inhoudelijk?



Verbinding → Dialogoog

Een van de redenen dat er een nieuwe beleidsnota komt, is de veranderende rol van de overheid en van de samenleving. Het is van belang dat wij als gemeentelijke overheid aansluiting blijven vinden bij onze inwoners en dat we daarbij de juiste tools inzetten om iedereen te horen: offline en online, de inwoners die al bekend zijn bij de gemeente en de mensen die zich in de onderstroom van de samenleving bevinden: de stille meerderheid. Inwoners op verschillende niveaus betrekken bij beleid om het beleid beter te maken en tegelijkertijd het draagvlak (aan de voorkant) vergroten.

Wijkgerichte communicatie

Elk wijk in Dronten heeft een andere dynamiek. Het is een kans om goed te weten wat er speelt in de belevingswereld van de inwoners in de verschillende gebieden van de gemeente Dronten. Als je beter weet wat je inwoners bezighoudt en wat hun leefwereld is, kun je beter inspelen en aansluiten op hun informatiebehoefte. Een model dat hierbij aansluit is het leefstijlmodel. Leefstijlmodellen kunnen helpen bij het verklaren, en dus beïnvloeden, van gedrag van mensen. Deze modellen helpen ons bij wat we moeten doen om mensen in beweging te krijgen. Met welke propositie, welke boodschap, welke tone of voice, via welk kanaal. En dat biedt kansen.

Communicatie bij participatie

Communicatie en participatie zijn niet hetzelfde. Team Communicatie is niet verantwoordelijk voor inwonersparticipatie. Waar het team wel expert in is, is communicatie over participatie. Wat zet je wanneer in bij wie en met welk doel? Team Communicatie heeft de middelen om inwoners te activeren, offline en online.

Vakmanschap → Expertise vakgebied Communicatie

Communicatie is een vak. Een erg boeiend vak, want het gaat in de kern om het raken van mensen en ze ertoe bewegen iets te weten, vinden en doen. Het gaat om dialoog en draagvlak. Het naar binnen halen van de buitenwereld. De veranderende samenleving vraagt ook van ons communicatieprofessionals om ons te verdiepen en om onze vaardigheden aan te passen en te verdiepen naar communicatie anno nu. Deze tijd vraagt om reactiesnelheid, sensitiviteit en wederkerigheid. Communicatie is niet meer alleen van team Communicatie. Iedereen communiceert 24/7 en via ontelbaar veel kanalen. Dus, vakmanschap betekent voor ons zelf topbekwaam zijn, de organisatie communicatiever maken en zelf topadvies geven.

Communicatiemethodiek

Team Communicatie gaat hard aan de slag om ons team nu-proof te maken. Dit gaan we doen door in te zetten op onze coachende rol. We gaan meer faciliteren in communicatieprocessen. Minder denken in middelen, meer in strategie. Factor C is hier een methodiek voor: standaard bij het begin van grote projecten een gezamenlijke start maken om een gedeeld besef van de opgave te krijgen en daardoor beleid communicatiever te maken. Daarnaast houden we altijd een intakegesprek, volgens de communicatiemethodiek van factor C.

Social en online

We ontwikkelen ons op social en online door bij te dragen aan het inrichten van een fysieke 'newsroom'. Dit is een centrale plek in de organisatie, waar webcaremedewerkers, woordvoerders en analisten live de omgeving volgen – en direct kunnen reageren als dat nodig is. We halen de hele dag door buiten naar binnen en adviseren de organisatie over de manier waarop we kunnen inspelen op geluiden en signalen uit de buitenwereld.

Data

Datagedreven communicatie. Team Communicatie kijkt naar wat werkt, wat is het bereik, wat zijn leescijfers, wat zijn de clickrates, hoe veel likes en hoe veel followers en wat is het profiel? Goede communicatie-inzet vergt kennis over en onderzoek naar je doelgroep en dat kan alleen maar als je werkt vanuit de feitelijke cijfers.

Keuzearchitectuur (Nudging)

Nudging is het slim inspelen op onbewust gedrag, om mensen met een vriendelijk duwtje in de gewenste richting te krijgen. Waar we vroeger probeerden om gedrag te veranderen door middel van de wortel- en stokmethode (belonen, straffen), zetten we nu in op nudging, waardoor we mensen kunnen verleiden om gewenst gedrag te gaan vertonen. Met andere woorden: de omgeving waarin de inwoner een keuze maakt zodanig creëren dat mensen, geheel vrijblijvend, de 'goede' keuze aantrekkelijker vinden.

Communicatieve organisatie

Waar vroeger team Communicatie het 'alleenrecht' leek te hebben om te communiceren, communiceert nu iedereen. Elke tweet van een klant, elke uitglijder van een medewerker, elke kritische noot van een stakeholder kan je reputatie aantasten. De kunst van communiceren is luisteren en met het gehoorde op een relevante manier in contact treden met je omgeving. Oftewel: verbinden. Dat kan niet alleen de taak van team Communicatie zijn. Dat moet de hele organisatie kunnen. En daar gaan wij onze collega's bij coachen. We zoeken hierbij nadrukkelijk de samenwerking met de Dronten Academie: via de academie zullen we aanbod creëren om de organisatie communicatiever te maken. We zorgen er daarnaast voor dat "communicatie"-formats makkelijk op intranet terug te vinden zijn, zoals formats voor persberichten, sjablonen voor nota's en powerpointpresentaties en logo's.

Tijd, ruimte en gelegenheid

Het succes van het communicatief maken van een organisatie hangt af van de mate waarin je medewerkers dit willen, kunnen en er de gelegenheid voor hebben. Oftewel: we moeten er de motivatie, capaciteit en de gelegenheid voor hebben. Draagvlak vanuit het management is een randvoorwaarde voor succes. Medewerkers moeten de tijd en de ruimte krijgen. Team Communicatie coacht en faciliteert mensen om het zelf te doen. We kijken waar medewerkers behoefte aan hebben en zoeken naar mogelijkheden om aan te sluiten bij deze wensen. Via de Dronten Academie creëren wij de gelegenheid.

Vertrouwen → Reputatie

Reputatie gemeente Dronten

Vertrouwen komt te voet en gaat te paard. Er hoeft maar heel weinig te gebeuren en je bent als overheid het vertrouwen van je inwoners kwijt. Gedrag is de belangrijkste aanjager van reputatie. Een goede reputatie moet je verdienen. Communicatie volgt de inhoud. 'Be good and tell it'. Waarbij de organisatie over het – be good – gedeelte gaat en team Communicatie over het – tell it – gedeelte. Communicatie heeft een verantwoordelijkheid in het – intern en extern – neerzetten van een consistent beeld en te laten zien waar de gemeente Dronten voor gaat en staat. Daarnaast is het natuurlijk het mooiste als anderen het tell-it gedeelte voor ons vertellen. De tevreden inwoner, de maatschappelijke partner met wie we zo goed samenwerken. Hun verhaal is nog meer waard als het gaat om onze reputatie. Een mooi instrument hiervoor is het vertellen van hét verhaal: storytelling.

Crisiscommunicatie

Crisiscommunicatie is van groot belang voor de impact op reputatie. Crisiscommunicatie gaat over zowel interne - als externe communicatie. Als het gaat om het tijdig informeren van inwoners over rampen en crises en hen daarop zo goed mogelijk voorbereiden, dan hebben we het over externe communicatie. Het goed organiseren van communicatie tijdens rampen en crises is echter vooral een interne aangelegenheid die we regelmatig met de veiligheidsregio moeten actualiseren.

Voorlichting aan inwoners en pers ten tijde van een ramp en ter voorbereiding daarvan, is een van de kerntaken van een gemeente.

Verantwoording team Communicatie

Team Communicatie legt verantwoording af in meetbare resultaten en neemt verantwoordelijkheid. In de communicatiepraktijk is niet altijd duidelijk in hoeverre communicatie heeft bijgedragen aan de resultaten. Hoe maak je de toegevoegde waarde van communicatie zichtbaar? Team Communicatie zet hier meer op in door middel van datagedreven communicatie en door continu tijdens processen communicatieve keuzes te verantwoorden en te onderbouwen en door de opdrachtgever hierin mee te nemen.

Intakegesprek

We starten elke opdracht met een intakegesprek, waarin we bij de opdrachtgever ophalen wat het doel van de opdracht is, wat de aanleiding is, wat de gewenste resultaten zijn en we bekijken in welke fase de opdracht zich bevindt. Wij werken dat uit en maken op basis daarvan afspraken met onze opdrachtgever. Zo vertrekken we vanuit een gezamenlijke opdracht.

Vernieuwingskracht → Creativiteit en inspiratie

Communicatie kan krachtig zijn in uitingen. Daarom is het nodig om daarin de uitdaging te blijven vinden. Hoe kunnen we onze doelgroepen blijven verrassen? Hoe houden we mensen aangehaakt en maken we hen nieuwsgierig naar meer?

Creatief denken

In de waan van de dag is het makkelijk om vast te houden aan geijkte middelen die voor de hand liggen. Facebook, Flevopost, flyers en posters. Ook krachtige middelen, die bewezen werken. De kunst is om nu en dan uit te zoomen, los te komen van patronen en creatief te denken. Denken in kansen en dan weer vertalen naar middelen. Dit kunnen we niet alleen, de denkkraft van externen is hierbij meer dan welkom. Denk hierbij aan vaste marketing- en reclamebureaus.

Creatieve sessies

Om uit onze dagelijkse denkroutine te komen is het van belang dat we periodiek partners uitnodigen om met ons mee te denken over bereiken van doelgroepen. Kennis kan worden uitgewisseld, we halen en we brengen, maar bovenal delen we kennis en inhoud, met als overkoepelend doel dat we onze doelgroepen zo inventief en doelgericht mogelijk willen bereiken. We zoeken contact met SEA-groepen, grote organisaties in de gemeente, makelaars en andere gemeentes. Voor onze collega's betekent dit dat we met creatieve ideeën komen en advies geven dat soms buiten de gebaande paden gaat.

4. Rollen team Communicatie

Afhankelijk van de vraag neemt de communicatieadviseur een passende rol aan. Soms lopen rollen parallel, soms opvolgend en het komt voor dat we één rol aannemen of schakelen binnen één vraagstuk tussen de rollen. De hieronder genoemde rollen staan niet in volgorde van belangrijkheid, we vervullen ze allemaal. Communicatie van A tot Z. Waarbij we in het team een verdeling hebben in wie wat doet.

Expert in Communicatie

Team Communicatie is gespecialiseerd in het vak Communicatie en draagt vanuit dat vakgebied bij aan de doelen van de organisatie.

Strategisch partner

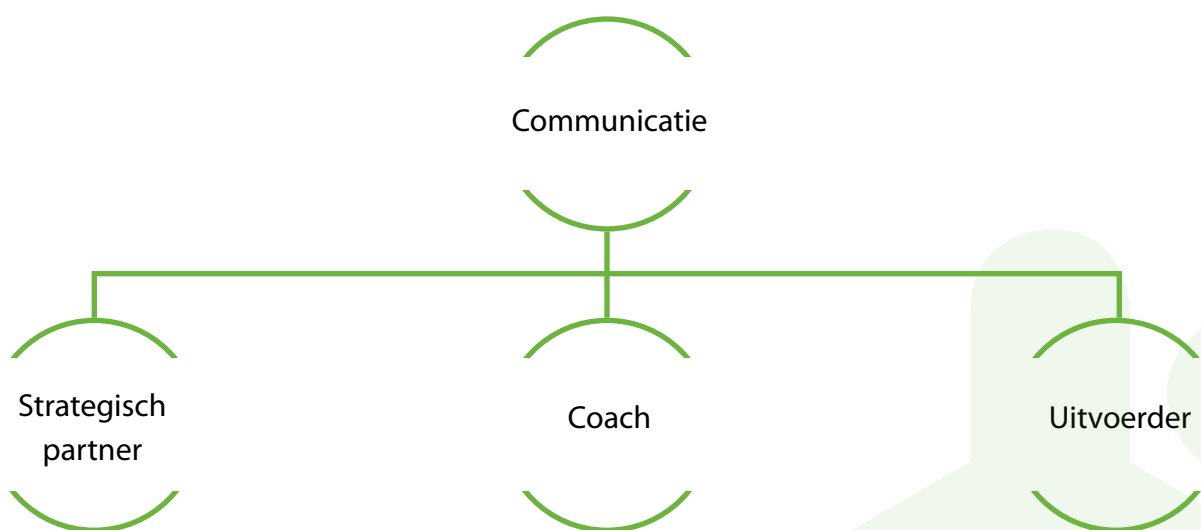
Om echt waarde toe te voegen aan de doelen van de organisatie is het belangrijk dat de inhoudelijke afdelingen team Communicatie vooraan in het proces betrekken. Van strategie tot uitvoering, om zo effectief en efficiënt mogelijk te kunnen bijdragen. Daarin werken we met opdrachtgever – opdrachtnemerschap, maar wel met een gemeenschappelijk doel en dus als partners.

Coach

Elkaar sterker en beter maken, dat is wat ertoe doet. Vanuit die gedachte willen we onze collega's coachen in communicatie. Dat betekent dat we met onze collega's sparren over communicatievraagstukken en de organisatie helpen om communicatiever te worden. Dit doen we in samenwerking met de Dronten Academie.

Uitvoerder

Van strategie tot uitvoering is niet in volgorde van belangrijkheid. Je strategie kan nog zo goed zijn, als het zich niet doorvertaalt in een middel dat aansluit bij de doelgroep dan heb je je kans gemist. Team Communicatie weet als geen ander welke middelen effectief zijn om in te zetten, afhankelijk van het doel.



5. Invulling opdracht, taken en aandachtsgebieden

Team Communicatie heeft in de basis drie opdrachten:

1. Het is de opdracht om collega's (het ambtelijke apparaat/de gemeentelijke organisatie) te adviseren over de interne en externe communicatie ter ondersteuning van het bereiken van organisatiedoelen en;
2. Om collega's te helpen bij het uitvoeren van wat we hebben geadviseerd (zolang het een communicatieactiviteit is).
3. Daarnaast heeft het team een aantal zelfstandige taken waar we het team zelf verantwoordelijkheid voor dragen.

Het college heeft ervoor gekozen om de directie te verdelen in drie vakgebieden. Aan ieder vakgebied is een communicatieadviseur verbonden. Binnen de organisatie valt team Communicatie binnen het vakgebied bedrijfsvoering, POCJB (Personeel, Organisatie, Communicatie, Juridische Zaken, Bestuursondersteuning). In die hoedanigheid is de directeur Bedrijfsvoering en daarboven onze gemeentesecretaris onze hoofdplichtgever. Het zijn onze collega's/projectleiders die aanspreekpunt zijn.

Dit zijn de drie opdrachten uitgewerkt:

Adviseren

- Adviseren over de communicatie die nodig is voor het bereiken van organisatiedoelen (intern en extern)
- Adviseren over de inzet van communicatiemiddelen die nodig zijn het doel te bereiken
- Adviseren over de inhoud van de communicatieparagraaf in collegevoorstellen

Als team Communicatie collega's beter kan adviseren (sparring partner kunnen zijn) door aanwezig te zijn bij projectoverleggen (intern en extern) dan doen we dat. We organiseren bilaterale overleggen, we zitten bij portefeuilleoverleggen, gaan mee naar inwonersavonden als dat nuttig is. We willen een sparring partner zijn op inhoud.

Uitvoering

- Vraagt offertes aan die betrekking hebben op productie en de inzet van communicatiemiddelen, gerelateerd aan het advies.
- Voert de eindredactie over artikelen/teksten (ook als het gaat over de communicatieparagraaf in een collegevoorstel).
- Bewaakt de huisstijl.
- Verzorgt de drukwerkbegeleiding (inclusief vormgeving).
- Zet fotografie in en beheert het fotomateriaal.
- Reserveert digitale borden, zet stukjes door, plant social media, doet aan data-analyse en mediamonitoring en meer.

Zelfstandige verantwoordelijkheden

- Beschikbaar stellen/houden van de basis communicatiemiddelen, waaronder intranet, internet (social media), gemeentepagina. Dat betekent ook zorgdragen voor het functioneel beheer, planning en vormgeving.
- Monitoren van webontwikkelingen/newsroom
- Visie, beleid en inzet middelen externe overallcommunicatie gericht op Dronten (voorlichting en pr).
- Visie, beleid en inzet middelen interne communicatie
- Crisiscommunicatie
- Ontwikkelen en realiseren communicatiemiddelen die voortvloeien uit eigen verantwoordelijkheden
- Pers: onderhouden contacten, kanaliseren en beantwoorden persvragen, aanschuiven bij college
- Faciliteren partnerschap citymarketing
- Ontwikkelen jaarlijkse kalender Ritme van Dronten, waarop alle Drontense dagen en de landelijke dagen, evenementen en activiteiten vermeld staan. Deze kalender delen we actief met de organisatie.

Jaarplanning/communicatiekalender

Team Communicatie maakt elk jaar een planning op issues, thema's, politiek, organisatie en de relevante onderwerpen die leven in de buitenwereld. Zo kunnen we tijdig anticiperen op de werkzaamheden die we aan zien komen. Deze kalender delen we actief met organisatie en bestuur.

Mediabenadering en woordvoering

De gemeente voorziet de media actief van relevante, nieuwswaardige, informatie, onder andere door persberichten, persgesprekken, werkbezoeken of interviews. Dit loopt uiteen van de berichten uit de wekelijkse collegevergadering tot aankondigingen van werkzaamheden in de gemeente. Voor nieuwswaarde wordt gekeken naar wat dit nieuws anders maakt dan alles wat al bekend is. Voor relevantie wordt gekeken naar het persoonlijk belang van het publiek in relatie tot bepaalde trends of maatschappelijke ontwikkelingen.

Relatie met de pers en persuur

Wij vinden het belangrijk om een goede relatie te hebben met de media. Als wij tegemoet komen aan de behoeften van verslaggevers, zullen de media eerder ontvankelijk zijn voor de proactieve berichtgeving van de gemeente die bijdraagt aan het transparant informeren van onze inwoners, het creëren van draagvlak voor beleid, en het profileren van de gemeente en haar bestuurders als open en klantgericht.

Wekelijks vindt er een persuur plaats waarin college en pers elkaar ontmoeten. Deze ontmoeting vindt meestal in De Meerpaal plaats. Team Communicatie zorgt ervoor dat het college elke dinsdag tijdens de collegevergadering beschikt over een persadvies en de representatieagenda, inclusief een advies over de te nemen foto's en de mediakanalen waarop de activiteiten worden geplaatst. Het persuurtje geeft de gemeente de mogelijkheid het eigen verhaal of besluit duidelijk voor het voetlicht te brengen (werken aan gewenste identiteit). Daarnaast is het een zinvol instrument om complexe onderwerpen uit te leggen die moeilijker in een persbericht zijn samen te vatten. Tijdens het persuur zit iemand van team Communicatie het persuur voor. Team Communicatie organiseert jaarlijks een activiteit samen met college en pers.

Persberichten en persvragen

Bij persberichten wordt uitgegaan van het referentiekader van de inwoner: wat heeft de inwoner aan dit nieuws? Tegelijkertijd is het voor de gemeente een kans om een statement te maken rondom een bepaald onderwerp. In de persberichten zit evenwicht tussen vooruitkijken (plannen, nieuw beleid) en terugkijken (evaluaties, uitvoering) en zowel positief als negatief nieuws wordt actief naar buiten gebracht. Raadsleden worden altijd eerder geïnformeerd door een raadsinformatiebrief of het persbericht, dat daarna naar de pers gaat. De inhoudelijke vakafdeling vraagt advies aan team Communicatie over het al dan niet versturen van een persbericht. Als een persbericht nodig is, dan levert de vakafdeling een concept aan en team Communicatie voert eindredactie en kijkt naar eventuele gevoeligheden. De beantwoording van persvragen loopt via team Communicatie. De adviseur die de vraag binnenkrijgt stemt af met de inhoudelijke vakafdeling, als dat nodig is stemt die af met de bestuurder. Persvragen worden uiterlijk binnen twee werkdagen beantwoord, waarbij het kan zijn dat we informeren over de stand van zaken, als het langer duurt om een vraag uit te zoeken.

Representatie

Collegeleden treden dagelijks publiek op als vertegenwoordigers van de gemeente. Met hun aanwezigheid zijn zij op dat moment boegbeeld van de gemeente Dronten en dragen daardoor bij aan de reputatie van de gemeente Dronten. Team bestuursondersteuning stelt de representatieve agenda op en informeert hierover team Communicatie. Team Communicatie levert de complete agenda aan voor de collegevergadering, inclusief een advies over de in te zetten kanalen. Team Communicatie kan dan de pers informeren, een fotograaf regelen als dat nodig is en de activiteit een plek geven in de contentplanning van onze eigen social media-kanalen en op de gemeentepagina van de Flevopost. Voor belangrijke en grootschalige evenementen of voor evenementen met veel impact schrijft team Communicatie speeches voor het college. Hierbij gaan we uit van de logica van de inwoner, wat is voor hen relevant om te weten?

Op stap-formulier

Om die reputatie te bewaken is het van belang dat de bestuurder goed wordt voorbereid op de wekelijkse representatieactiviteiten. Dit is de verantwoordelijkheid van de inhoudelijke vakafdeling waar de activiteit uit voortvloeit of een relatie mee heeft. De betrokken (beleids)medewerker vult het op stap-formulier in en stuurt die naar de bestuurder met team Communicatie in cc. Team Communicatie gebruikt de inhoud voor de contentplanning.

Bereikbaarheid woordvoering buiten werkdagen

Het kan gebeuren dat er in het weekend iets in de media opspeelt. Als het een crisis betreft, dan wordt er vanuit de crisisorganisatie een protocol gevolgd. Bereikbaarheid is een essentieel onderdeel van mediabeleid, doordeweeks, maar ook bij dringende zaken in het weekend. Van maandag tot vrijdag belt de pers met 140321 en vraagt naar iemand van Team Communicatie. Wij zorgen ervoor dat het KCC altijd naar ons kan doorverbinden, of een terugbelverzoek kan maken en die naar de pers@dronten.nl kan sturen. 's Avonds zijn de communicatieadviseurs op hun eigen mobiele nummer te bereiken bij noodgevallen. Deze nummers zijn bekend bij de pers.

We hebben een persnummer: 06 8686 3724 voor vrijdagmiddag tot zondagavond. Dit nummer staat op de website van de gemeente Dronten. Dit nummer staat ook op de piketlijst van de organisatie.

Op de website van de gemeente Dronten is een aparte pagina voor de media ingericht.

Hier kunnen zij vinden:

- Welke persberichten er zijn verstuurd.
- Wanneer we via welk kanaal bereikbaar zijn.
- Hoe ze persvragen kunnen stellen.
- Wat de afzonderlijke telefoonnummers van de communicatieadviseurs zijn.
- Waar de representatieactiviteiten van de komende week zijn.

Bronnen:

www.vng.nl

www.marketingfacts.nl

www.frankwatching.nl