

A close-up photograph of two hands reaching towards each other, with the index fingers pointing directly at a bright sun in the background, creating a lens flare effect. The hands are positioned as if about to clasp or touch. The background is a soft-focus outdoor scene with warm, golden light.

Visie op communicatie

[communicatie is
van ons allemaal]

]

}

LAND
VAN
CUUK

Ons verhaal

Land van Cuijk. Een nieuwe gemeente in een eeuwenoude regio. Een bijzonder gebied met een roemrijk verleden, rijke natuur, idyllische landgoederen en succesvol ondernemerschap. Met 33 unieke kernen waar bijna 90.000 inwoners samen 'het goei leven' vieren. Waar het geweldig wonen, werken en recreëren is. Daar horen wij bij. Daar dragen wij, samen met ons gemeentebestuur, aan bij. Iedere dag weer.

Dat doen we:

- Als krachtige dienstverlener, wendbare partner voor inwoners en ondernemers en strategische en innovatieve adviseur voor het gemeentebestuur.
- Vanuit de kracht en pracht van onze kernen
- Met oog voor onze regionale en landelijke slagkracht
- Met medewerkers die hun vak verstaan, die gaan voor resultaat, denken in oplossingen, lef hebben en met elkaar het beste uit zichzelf halen.

Onze kernwaarden zijn: Betrouwbaar, Wendbaar en Innovatief.



Inleiding

Ons organisatieverhaal vormt het fundament voor onze visie op communicatie. De gemeente Land van Cuijk wil een dienstverlenende, duidelijke en benaderbare gemeente zijn. Een gemeente waar inwoners, ondernemers en instellingen centraal staan in denken, doen en handelen. Een gemeente die luistert naar de behoeften en kansen vanuit de kernen en graag samenwerkt met de kernen. Een goede werkgever, waar medewerkers samen met plezier, lef en deskundigheid hun werk doen. En zo samen trots uitstralen!

Communicatie is een belangrijke instrument bij het realiseren van deze organisatie-doelstellingen. Communicatie gaat verder dan alleen het inzetten van de communicatiemiddelen. Het gaat ook over onze 'stijl van het huis', de manier waarop we communiceren en het gedrag van alle medewerkers. **Communicatie is van ons allemaal.**

In deze Communicatievisie staat hoe we als gemeente (bestuur, directie, medewerkers) communiceren met elkaar en met onze inwoners. Hiervoor hebben we zes communicatielijnen opgesteld die richting geven. Deze visie wordt nog nader vertaald in concrete resultaten en activiteiten. Dit gebeurt in een jaarlijks vast te stellen Uitvoeringsplan Communicatie.

Deze visie staat natuurlijk niet op zich. We hebben ons gebaseerd op de uitgangspunten uit de organisatievisie, de kernwaarden van gemeente Land van Cuijk en de visie op dienstverlening.

*Bestuur, directie en medewerkers
Gemeente Land van Cuijk*

De visie op communicatie gaat in op:

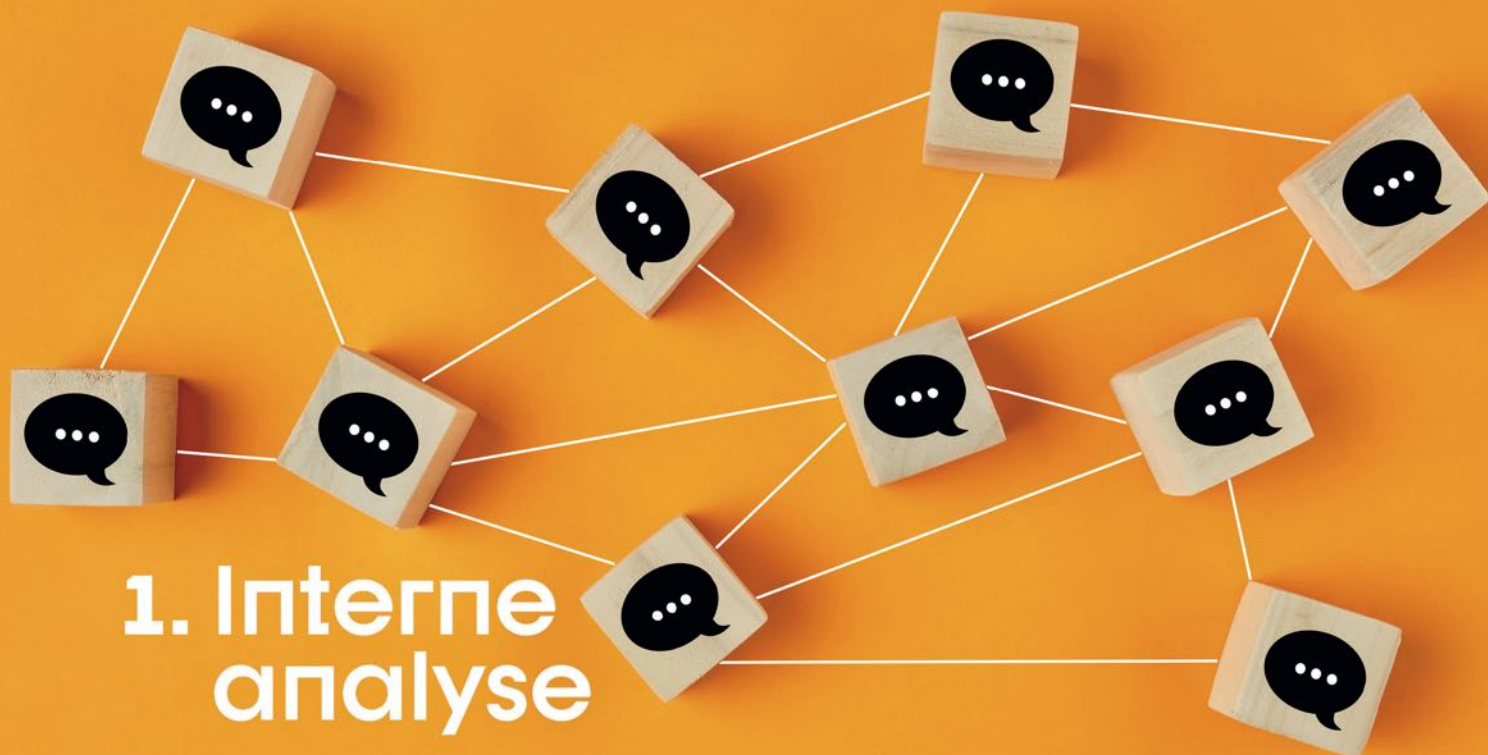
richten

- De bijdrage van communicatie aan de organisatiedoelen in zowel intern als in interactie met de omgeving (extern).
- De bijdrage van communicatie om de organisatie en omgeving met elkaar te verbinden en te laten interacteren.

In het uitvoeringsplan staan:

inrichten

- De relevante kernactiviteiten voor de communicatiefunctie.
- De belangrijkste communicatiedisciplines voor de organisatie.



1. Interne analyse

Een sterke visie op communicatie vraagt om een brede analyse. Bij het opstellen van deze visie hebben we daarom de uitgangspunten betrokken uit:

- De organisatievisie
- De visie op dienstverlening
- De visie op kernendemocratie
- De kernwaarden.

Uit deze documenten hebben we de volgende uitgangspunten gehaald die voor ons als communicatieprofessionals relevant zijn en aan de basis zullen staan van de visie op communicatie (3. Visie op communicatie):

We staan in verbinding met de kernen en de inwoners

We weten wat er leeft en speelt in de kernen. We hebben een luisterend oor voor inwoners en ondernemers. We staan open voor ideeën, initiatieven en kritiek vanuit de samenleving. Als wendbare partner van inwoners en ondernemers redeneren we vanuit de kernen, versnellen en versterken we initiatieven die

leven. In samenwerking met inwoners en ondernemers willen we ambities vormgeven.

We zijn een toegankelijke en benaderbare overheid voor iedereen

We zijn nabij en eenvoudig benaderbaar. We communiceren duidelijk en eenvoudig. We zeggen wat we doen en we doen wat we zeggen. We maken samen begrijpelijke en uitvoerbare regels en beleid.

Wij komen maximaal tegemoet aan inwoners en (maatschappelijk) ondernemers in de gemeente Land van Cuijk om via diverse communicatiekanalen contact te leggen met de gemeente.

We gaan op zoek naar innovatieve communicatieoplossingen

We spelen proactief en flexibel in op nieuwe ontwikkelingen of veranderingen. We nemen hierbij verantwoordelijkheid voor onze eigen ontwikkeling. We experimenteren en pionieren. In onze zoektocht naar innovatieve communicatieoplossingen sluiten we aan op de behoeften van onze doelgroepen. We moedigen nieuwe manieren van werken aan. Onze blik is gericht op de toekomst.

We combineren het beste uit twee werelden en dragen dat met trots uit

We zijn in oppervlakte de grootste gemeente van Brabant en hebben een stevige positie in de regio. We zijn ons bewust van de ambitieuze opgaven voor de gemeente. Hier zijn we trots op en dit dragen we uit. Tegelijkertijd hebben we aandacht voor datgene dat in de kernen gebeurt en vieren we de lokale successen.

We combineren het beste uit deze twee werelden; stevige lokale wortels met regionale en landelijke slagkracht.

In onze samenwerking zijn we duidelijk en staan we open voor elkaars ideeën

We praten met elkaar en niet over elkaar. We zijn open, transparant en toegankelijk voor een ander. We zeggen wat we doen en doen wat we zeggen en hebben oog en respect voor ieders rol.

Mooie dingen creëren, dat doen wij samen. In een hecht en gezellig team waar we op elkaar bouwen en elkaar vertrouwen. Waar ieders talent en kracht volop wordt benut waar deze het meest tot zijn recht komt. 'Wie het weet mag het zeggen', is niet voor niets onze stijl van leidinggeven.

Een sterke visie op communicatie vraagt om een brede analyse:





2. De wereld om ons heen

Dat de wereld om ons heen verandert, weten we inmiddels wel. Ook in ons communicatievak gaan de ontwikkelingen razendsnel; nieuws verspreidt zich steeds sneller, dienstverlening verloopt vaker online en we communiceren steeds meer en grotendeels digitaal, via smartphone, tablet en computer. Doordat iedereen zijn of haar eigen communicatiekanaal ter beschikking heeft, is communicatie van ons allemaal geworden. Beeld speelt in de (online) communicatie een bepalende rol en is vaak niet alleen ondersteunend aan de boodschap. Soms is het moeilijk om te onderscheiden wat authentiek is en wat niet.

Deze ontwikkelingen vragen om een gemeente die duidelijk maakt waar ze voor staat, die informatie (gevraagd en ongevraagd) publiceert, zich bedient van een 'cross-mediale aanpak' en 'conversatie' hanteert als centrale communicatiestijl: luisteren, monitoren en interactie, online en offline.

Netwerksamenleving

Onze gemeenschap wordt meer en meer een netwerksamenleving. Inwoners nemen steeds vaker initiatief en organiseren zichzelf. Daarbij zijn ze niet alleen mondig maar

gaan ook vaak professioneel te werk. In de netwerksamenleving gaat het om samenwerken en co-creatie in groepen die wisselend van samenstelling kunnen zijn. Dat vraagt om een organisatie die open staat voor anderen, die faciliteert en ondersteunt, die aansluit op maatschappelijke initiatieven en deze stimuleert en actief bezig is met participatie. En kan loslaten! Voor de gemeente betekent dit dat het speelveld en haar rol voortdurend verandert. De gemeente is geen (vanzelfsprekende) autoriteit meer, maar één van de spelers.

Trends op het gebied van communicatie

(Bron: Communicatietrends van Logeion 2020-2021, vakvereniging Communicatieprofessionals)

Trend 1: Verdeelde samenleving, gedeelde toekomst

Het tempo waarin nieuwe uitdagingen zich aandienen en de samenleving verandert, maakt het steeds lastiger om succesvol te bouwen aan gedeelde waarden. Wat voor de één een kans is, is voor de ander een bedreiging. Tegenstellingen tussen groeperingen verscherpen. Gelijkgestemde opvattingen roesten steeds vaker vast in filter bubbles. Communicatie doorbreekt de gesloten grenzen van deze bubbles. Zo wordt het zichtbaar maken en losmaken van het krachtenveld essentieel voor organisaties, indien zij zich willen committeren aan een gedeelde toekomst en willen bouwen aan gedeelde waarden.

Betekenis voor de communicatieprofessional:

- Zichtbaar maken en analyseren van het in- en externe krachtenveld: opvattingen, issues, waarden en gedragingen van stakeholders en publieke opinie, door monitoring en omgevingsanalyses;
- Agenderen van thema's door middel van stakeholdermanagement, issue-management en reputatiemanagement, op zoek naar alignement en harmonie met de omgeving;
- Het waard gedreven verhaal van de organisatie tot leven brengen, en anderen helpen dit zelfbewust te doen, door professionele inzet en ontwikkeling van media als storytelling, beeldregie, interactie en events;
- Bereid zijn om continu nieuwe vaardigheden (waaronder soft skills) te blijven ontwikkelen.

Trend 2: Technologie als bondgenoot

Er is steeds meer real-timecontact en communicatie. Van sociale media, WhatsApp en live chat, ondersteund door (ro)bots waar dat past. Organisaties zijn steeds beter in staat hun in- en externe klanten op maat te bedienen: sneller, gericht en effectiever. De behoefte van mensen aan echt persoonlijk contact in deze digitale wereld blijft echter wezenlijk. De toepassing van technologie kent ook schaduwkanten. Denk aan misbruik van persoonsgegevens, privacy, afhankelijkheid van dominante partijen, nepnieuws en daarmee onzekerheid over de betrouwbaarheid van de nieuwsvoorziening.

Het is de kunst om de overrompeling door techniek te ontstijgen en technologie als bondgenoot te gaan zien.

Betekenis voor de communicatieprofessional:

- Actuele kennis van technologie en maatschappelijke dilemma's opdoen en competenties ontwikkelen;
- Nieuwe technologische mogelijkheden inzetten waar mogelijk en nodig. Steeds vaker één-op-één, soms one-to-many en via steeds meer kanalen;
- Optimaal gebruik maken van beschikbare data, informatie en analyse dankzij technologie (artificial intelligence en algoritmen) en hierbij samenwerken met specialisten en andere disciplines in de organisatie.

Trend 3: Welkom in de belevingswereld

Wat voor organisatie je ook bent, de klant verwacht een ultieme klantbeleving. De communicatiediscipline wordt allround: alle kanalen staan open en alle disciplines zijn aan boord. Van tekst en beeld, tot beleving en virtual reality. Eén-op-één blijft in de mediamix een onmisbare component. De impact van communicatie is immers groter als deze persoonlijk en authentiek is. Om meer impact op het gedrag te hebben, is inzicht in gedrag noodzakelijk. Communicatie brengt geen boodschap over, maar *is* de boodschap.

Betekenis voor de communicatieprofessional:

- Het doorgronden van drijfveren en (on)bewust gedrag van mensen;
- Kennis van een breed scala aan communicatiemiddelen en -kanalen, om gericht aan te sluiten bij de beleving van de doelgroep. Dat geldt ook voor de inhoud van de boodschap;
- Spelverdeler zijn tussen de verschillende disciplines: marketing, gedragswetenschappen, design thinking, gaming, nudging en framing;
- Onderkennen van het belang van communities en meehelpen aan te sluiten bij communities, deze te bouwen en te ondersteunen;
- Onderkennen van het belang en de betekenis van netwerken voor een organisatie en relevante netwerken vanuit de eigen organisatie adequaat en effectief ondersteunen.

3. Onze visie op communicatie



De interne en externe analyse staan aan de basis van onze visie op communicatie. We hebben hier uit zes communicatielijnen geformuleerd. Deze zes lijnen geven richting aan onze communicatie.

Vanuit deze communicatielijnen stellen we ons 'Uitvoeringsplan Communicatie' op. Dit document wordt jaarlijks herzien en laat zien wat we gaan doen en hoe we dat aanpakken.



1. Optimale informatievoorziening en (online) dienstverlening als basis



Het is de wettelijke taak van de gemeente om inwoners zo goed mogelijk te informeren. Niet alleen over de gemeentelijke dienstverlening maar ook over plannen en projecten, procedures en besluiten. Ook heeft de gemeente een belangrijke rol bij de informatievoorziening, de handelingsperspectieven en duiding bij een crisis. In de communicatie hierover zijn we duidelijk en transparant omdat wij een betrouwbare overheid als vanzelfsprekendheid zien. In onze communicatie vinden we toegankelijkheid en nabijheid belangrijke uitgangspunten. We communiceren in eenvoudige taal (B1 niveau) en zetten kanalen in die aansluiten op de doelgroep.

Door als gemeente zelf actief en breed te communiceren, houden we de regie meer in eigen hand worden we minder afhankelijk van de berichtgeving uit de publieke media.

2. Onze omgeving als uitgangspunt



We zijn een grote gemeente maar staan dichtbij de kernen en hun inwoners. Onze werkwijze is kernendemocratie. Het is belangrijk dat we weten wat er leeft en speelt in de kernen en met communicatie faciliteren we dat. We halen de buitenwereld naar binnen en maken dit onderdeel van onze communicatie. Hiervoor zetten we niet alleen onze digitale mogelijkheden in, zoals webcare, omgevingsanalyses en de newsroom. Maar we benutten hierbij ook andere mogelijkheden: de input uit het KCC, de kennis van de gebiedsmakelaars en gaan zelf op pad. De kern van onze communicatieprofessie is het in verbinding brengen en houden van de gemeentelijke organisatie met de omgeving en het managen van conversaties die hierbij ontstaan.

3. Gerichte inzet van (innovatieve) communicatiemiddelen



We zijn een adaptieve organisatie en gaan steeds op zoek naar innovatieve communicatieoplossingen, zoals de inzet van nieuwe (sociale) media, vlogs/video's en podcasts. Online en Offline moeten elkaar versterken. We blijven alert op het feit dat de inzet van nieuwe media 'geen doel op zich moet zijn' maar kijken bij ieder onderwerp naar het communicatiemiddel dat het best past bij doelgroep en boodschap. We volgen hierbij de maatschappelijke discussie over ethiek en veiligheid op de voet en houden hiermee rekening bij de inzet van sociale media.

We spelen proactief en flexibel in op nieuwe ontwikkelingen of veranderingen in ons vakgebied. We nemen hierbij verantwoordelijkheid voor onze eigen ontwikkeling.

Onze visie op online communicatie wordt nog nader uitgewerkt. Deze fungeert als onderlegger bij deze gezamenlijke visie op communicatie.

4. Uitdragen van trots



We zijn in oppervlakte de grootste gemeente van Brabant en hebben een stevige positie in de regio. We zijn ons bewust van de ambitieuze opgaven voor de gemeente. Hier zijn we trots op en dit dragen we in onze communicatie uit. Dit doen we passend bij onze nuchtere Brabantse mentaliteit; realistisch, open en eerlijk. We hebben hierbij vooral ook aandacht voor datgene dat in de kernen gebeurt en vieren graag samen de lokale successen. We laten hierbij liever initiatiefnemers 'shinen' dan dat de gemeente zelf (alleen) in de spotlights staat. Storytelling is hierbij een mooi middel.

De positionering van de gemeente als aantrekkelijke vestigingslocatie voor wonen en werken en op het gebied van toerisme en recreatie vinden wij een 'vak apart'. Dit verdient een aparte functie op het gebied van 'Gebiedsmarketing'.

5. Intern beginnen, is extern winnen



Een stevige positie voor interne communicatie is een voorwaarde voor een goede externe communicatie. Zeker in onze huidige samenleving waarin we allemaal voortdurend met communicatie bezig zijn. Communicatie is van ons allemaal. Alle medewerkers zijn ambassadeur, ongeacht functie of taakgebied. Deze rol kunnen zij alleen maar goed vervullen als zij goed zijn geïnformeerd en zich ook deelgenoot voelen.

Het Land van Cuijk is ambitieus als het gaat om nieuwe vormen van samenwerken met inwoners. Deze ambities vragen om een andere manier van werken en een ontwikkeling van de organisatie. Met interne communicatie dragen wij bij aan deze ontwikkeling van de organisatie. Dit vraagt én verdient onze aandacht. Interne communicatie heeft hierbij niet alleen een rol in het overbrengen van informatie maar ook in het stimuleren en faciliteren van het (interne) dialoog. Met interne communicatie willen we bijdragen aan de ontwikkeling van een gezamenlijk en gedragen DNA.

6. Samenwerking en plezier als voorwaarde



Een goede integrale samenwerking staat aan de basis van succesvolle communicatie. 'Vroegtijdig geïnformeerd zijn' is een belangrijke voorwaarde om ons werk goed te kunnen doen. We denken liever aan de voorkant mee over het krachtenveld en/of mogelijke dilemma's dan dat we achteraf 'de brandjes blussen'. Communicatie is immers smeermiddel, geen wondermiddel! Met plezier samenwerken vinden we een absolute voorwaarde om kwaliteit te kunnen leveren. We gunnen elkaar het succes en vieren dit samen.

Tot slot

Een nieuwe gemeente, een nieuwe organisatie en dus ook een nieuwe club met communicatiemensen. Hoewel we vanuit onze 'oude gemeenten' al regelmatig met elkaar hebben samengewerkt, zien we er erg naar uit om dit nu als één team voor het Land van Cuijk te gaan doen.

Deze visie op communicatie is de start van onze samenwerking. We hebben deze samen opgesteld omdat we eerst willen 'richten voordat we gaan inrichten'. Het is niet alleen een leidraad in de uitvoering van ons vak maar vooral ook een richting hoe we gezamenlijk, bestuur en organisaties, de mooie ambities kunnen waarmaken. Wij gaan dit als cluster communicatie uitdragen en aanjagen.

Communicatie is tenslotte van ons allemaal!

Cluster Communicatie Land van Cuijk

Communicatie com-mu-ni-ca-tie, zelfst. naamw. (v.)

'Het Latijnse woord 'communis' maakt deel uit van het woord communicatie. Het betekent gemeenschappelijk. Het Latijnse werkwoord communicare betekent letterlijk gemeenschappelijk delen.'

Communicatievisie com-mu-ni-ca-tie-vi-sie, zelfst. naamw. (v.)

Laat zien wat de meerwaarde van communicatie is voor de organisatie. Communicatie is hierbij nooit leidend maar altijd ondersteunend aan iets. De centrale vraag hierbij is: *Hoe kunnen we met communicatie ondersteunen, faciliteren, regisseren en krachtiger maken?*

Communicatiestrategie com-mu-ni-ca-tie-strate-gie, zelfst. naamw. (v.)

Draagt bij aan het oplossen van een concrete (communicatie)vraag. De wijze waarop communicatie zal plaatsvinden. De keuzes over met welke boodschap en met welke middelen met wie wordt gecommuniceerd en wanneer.

