Bijlage C: Floreren in Noordwijk

De communicatie voor het maatschappelijk programma 2022-2025

Het nieuwe maatschappelijk programma luidt een concrete verandering van doen en werken in voor alle partijen die betrokken zijn. Buitenshuis zijn dat bewoners, bedrijven en organisaties. Binnenshuis de medewerkers op het gemeentehuis en hun netwerken van maatschappelijke partners. Het programma is er voor iedere Noordwijker. Wie het nodig heeft kan gebruik maken van een voorziening. Die eenvoudig bereikbaar is. De hulp wordt geboden in begrijpelijke taal en op een aansprekende manier. Waarbij gezamenlijk de beste oplossing wordt bedacht.

Noordwijkers laten floreren. Om deze belofte waar te kunnen maken legt communicatie het accent op de volgende 4 speerpunten.

Speerpunten van communicatie

1. Stakeholder. Onze bondgenoten, de partners uit het maatschappelijk veld, zijn prominente stakeholder. Door deze groep goed mee te nemen en in hun rol van enthousiaste ambassadeur te zetten, zijn zij van grote meerwaarde voor de uitvoering en het succes. Daarnaast kunnen zij hun ervaringen teruggeven aan de gemeente.
2. Propositie. De hoofdboodschap moet inspireren en blijven hangen bij de mensen. De toon luchtig en uitnodigend en ontdaan van jargon. Het bedenken van een pakkend verhaal/pay-off is een creatief proces waarvoor tijd en ruimte nodig is. Voor de pilotprojecten willen we onderzoeken of de methode van storytelling kan worden ingezet.
3. Commitment. Nodig van alle partijen maar in het bijzonder van de ambtelijke organisatie. Het maatschappelijk programma is breed. De opzet en uitvoering pakken we integraal op. Dat betekent soms kruisbestuiving met andere vakgebieden. Daar kunnen we ons voordeel mee doen.
4. De bestuurder. Hiermee lopen we op de zaak vooruit, want er treedt straks een nieuw college aan. Toch willen we dit hier genoemd zien. De rol van wethouder kan van grote waarde zijn als verbinder van de partijen die zich inzetten voor de gezondheid en geluk van de inwoners. Hij kan het gezicht zijn van het beleid.

Met deze keuzes als rode draad in de aanpak maken we het mogelijk om kennis en ervaring te delen, communicatieboodschappen en middelen te faciliteren en een communicatiekalender aan de programmakalender te hangen.

Positie van communicatie

Communicatie is optimaal verweven met het maatschappelijk programma. De adviseur draait mee op een strategische plek, namelijk waar de programmaleider aan het stuur zit. Intern betrokkenen doen een effectief beroep op communicatie als een product nodig is. De communicatieadviseur Sociaal Domein en het vakteam communicatie kan binnen vooraf vastgestelde uren meedenken over de aanpak en middelen leveren.

Inwoner staat altijd centraal

De organisatie van de communicatie richten we met elkaar zo in dat we de meeste kans op succes hebben. Dat betekent dat we de communicatiedoelen smart formuleren en de resultaten monitoren en evalueren. We mogen immers leren van de weg die we nu inslaan en van de hobbels die we tegenkomen. Communicatie is van iedereen en iedereen communiceert. De visie van het vakteam is om ervoor te zorgen dat iedere betrokkene kan communiceren. In de lijn die wij uitzetten.

In elke communicatie-uiting of product staat de inwoner altijd centraal. Want daar begint het en eindigt het.