



**DE SAMENLEVING VERANDERT EN COMMUNICATIE  
VERANDERT MEE**

# **COMMUNICATIEVISIE 2021-2023 'MET DE BLIK NAAR BUITEN'**

April 2021

# COMMUNICATIEVISIE BERNHEZE

## 'MET DE BLIK NAAR BUITEN'



De gemeente Bernheze wil een betrokken gemeente zijn die midden in de samenleving staat en het goede doet voor die samenleving. We willen een gemeente zijn die de blik naar buiten heeft gericht en samen met inwoners en organisaties werkt aan een samenleving waar het fijn wonen en leven is.

Deze ambities vragen om een communicatieve organisatie. Waar men zich gemakkelijk kan verbinden met de omgeving. Waar geluisterd wordt naar de behoefte van en het sentiment in de samenleving, waar men de taal spreekt van de samenleving, actief de dialoog aangaat en waar persoonlijke en open communicatie hoog in het vaandel staan.



# VIJF HOOFDLIJNEN



Onze communicatievisie kent vijf hoofdlijnen. De hoofdlijnen hangen nauw met elkaar samen en geven samen een duidelijke richting aan voor onze communicatie in de komende periode.

1. Intern beginnen is extern winnen
2. De omgeving als uitgangspunt
3. Van vertellen naar in gesprek
4. Samen met de samenleving
5. Op tijd, helder en open informeren

## Optimaal online

We houden in onze communicatie zoveel mogelijk rekening met de wensen en behoeften van inwoners. Dat betekent dat we een mix van online en offline middelen inzetten. Inwoners die minder zelfredzaam zijn in de digitale wereld, verliezen we niet uit het oog.

We versterken de inzet van traditionele middelen en zetten in op (door)ontwikkeling van nieuwe – veelal online – middelen.

# INTERN BEGINNEN IS EXTERN WINNEN

Bernheze wil een betrokken gemeente zijn die midden in de samenleving staat. Bruggen bouwen, verbindingen leggen en het goede doen voor én met de samenleving. Dit begint intern.

- **Communicatieve organisatie**

Communicatie is van iedereen en onderdeel van het dagelijks werk. Medewerkers moeten zich hiervan bewust zijn. Ze moeten zich regelmatig afvragen met wie ze waarover moeten communiceren (zowel intern als extern) en wat daarvoor de beste manier is. Hiervoor moet communicatie beter verankerd worden in het dagelijks werk.

- **Versterken identiteit**

We willen met één gezicht naar buiten treden en betrouwbare kwaliteit bieden. Om dit goed te kunnen doen, is het belangrijk dat medewerkers weten wie we zijn als organisatie en wat we belangrijk vinden in de dienstverlening. Waar staan we voor, wat zijn onze waarden? Maar ook: hoe communiceren we, hoe gaan we met onze inwoners om, wat is onze communicatiestijl? De identiteit van de organisatie krijgt vorm als we met elkaar in gesprek gaan, uitwisselen over ons werk, de uitdagingen, de oplossingen. Het faciliteren van dit gesprek krijgt een plek in het programma Terug naar de Kern.

- **Medewerkers als vertegenwoordiger van de organisatie**

Alle medewerkers zijn vertegenwoordiger van de organisatie. Dat komt tot uiting in de manier waarop ze contact hebben met de buitenwereld. Social media is een van de kanalen hiervoor. Er komen richtlijnen en spelregels voor het delen van verhalen en online reageren op berichten als medewerker van de gemeente.

---

# INTERN BEGINNEN IS EXTERN WINNEN

(vervolg)

- **Elkaar weten te vinden**

Het is belangrijk om van elkaar te weten waar we mee bezig zijn en wat er speelt in de samenleving. Op die manier kunnen we de juiste verbindingen leggen en efficiënter samenwerken. We gaan medewerkers stimuleren en faciliteren om informatie en inspiratie met elkaar te delen. Dit kan onder andere via het intranet, dat nu nog niet optimaal wordt benut als samenwerkingsplatform.

- **Employer branding**

We willen gezien worden als een aantrekkelijke werkgever en de juiste mensen aantrekken die passen bij onze organisatie. Vanuit HRM wordt gewerkt aan een medewerkersreis. Communicatie wordt hierbij aangesloten om mee te denken over de positionering van gemeente Bernheze als aantrekkelijke werkgever en de onboarding van nieuwe medewerkers. Eerste acties zijn onder andere verbeteren van de vacatureteksten, een aantrekkelijke landingspagina op de website en ambassadeursverhalen van medewerkers.

---

# DE OMGEVING ALS UITGANGSPUNT

We willen dat de omgeving, ofwel de inwoner of ondernemer, centraal staat bij ons handelen. Om dat goed te kunnen doen, moeten ambtenaren weten wat er speelt in hun (beleids)omgeving, oog hebben voor de gevoelens en meningen die daar leven en hier communicatief en beleidsmatig op weten in te spelen.

- **Omgevingsbewust werken**

Er zijn verschillende methodes om omgevingsbewust te werken en te communiceren vanuit de behoefte van de ander. Factor C – ontwikkeld door de Rijksoverheid – is een van de methodes. Factor C bestaat uit vijf pijlers: de opgave (vanuit het perspectief van de doelgroep), de omgevingsanalyse, de communicatiestrategie, het verhaal/kernboodschap en de communicatieaanpak. We gaan deze methode beter bekend maken in de organisatie en medewerkers helpen om met deze methode te werken.

- **Luisteren en duiden**

‘Weten wat er speelt’ is een belangrijke voorwaarde voor omgevingsgericht werken. Dat betekent luisteren, monitoren, actief reageren en waar nodig anticiperen op ontwikkelingen en bedreigingen. We halen ‘buiten naar binnen’ door te luisteren naar bijvoorbeeld sociale media, maar ook via onze netwerken. Die inzichten gaan we intern delen. Medewerkers hebben daar zelf ook een verantwoordelijkheid in. Team communicatie kan medewerkers en bestuur hierbij adviseren en faciliteren.

- **Crisiscommunicatie**

Bij een ramp of calamiteit is communicatie cruciaal. De communicatie vanuit de gemeente is in deze gevallen gericht op informatievoorziening, schadebeperking en betekenisgeving. Een crisis vraagt om veel communicatiecapaciteit en specifieke expertise. Als gemeente moeten we ervoor zorgen dat wij daarop toegerust blijven. Dat doen we in samenwerking met de Veiligheidsregio Brabant-Noord.

---

# VAN VERTELLEN NAAR IN GESPREK

We leven in een netwerksamenleving met minder hiërarchie en meer participatie. Deze samenleving vraagt om een overheid die midden in de samenleving staat en bereid is de dialoog aan te gaan. De inwoner wil gezien en gehoord worden.

- **Communicatievaardigheden medewerkers**

Het gesprek draait niet alleen om de feitelijke informatie, maar ook om de onderlinge relatie. Welke gevoelens en verwachtingen leven er bij de andere partij(en)? Hoe voeren we het gesprek met onze inwoner? En hoe gaan we om met weerstand in de samenleving? Dat vraagt om de bereidheid en het vermogen om te luisteren en met elkaar in gesprek te gaan. De dialoog met inwoners en ondernemers is ook een belangrijk uitgangspunt voor de Omgevingswet. Naast de inwoner staan, van toetsen naar begeleiden, samen optrekken.

Het versterken van de communicatievaardigheden van medewerkers past in de programma's Terug naar de Kern en Omgevingswet.

- **Online dialoog**

Inwoners stellen hun vragen via allerlei kanalen, ook via social media. Via de tool Obi4Wan komen deze vragen binnen en kunnen we deze ook beantwoorden. Dat noemen we webcare. De afhandeling van vragen via social media is belegd bij het KCC. Team communicatie ondersteunt hierbij. De dialoog via social media is nu reactief, we beantwoorden vragen die gesteld worden. Maar social media kan ook ingezet worden om proactief de dialoog aan te gaan. Zo bereiken we andere mensen dan met de traditionele middelen zoals informatieavonden. We gaan onderzoeken of en voor welke vraagstukken dit in Bernheze werkt. En welke kanalen, tools of platforms hiervoor nodig zijn.

Ook individuele medewerkers gebruiken social media. Hoe iedereen dat aanpakt is persoonlijk en de verantwoordelijkheid van medewerkers zelf. Het is wel belangrijk dat medewerkers zich bewust zijn dat ze ook via deze kanalen ambassadeur zijn van de gemeente. Team communicatie kan medewerkers ondersteunen om deze ambassadeursrol goed te pakken. We maken social media beleid waarin we al deze facetten van social media meenemen, inclusief stijlgids en spelregels.

---

# SAMEN MET DE SAMENLEVING

In Bernheze kiezen we weloverwogen voor samenwerking met onze inwoners, organisaties en bedrijven. Een goed participatietraject zorgt voor draagvlak, versnelling en een beter besluit. We maken optimaal gebruik van de kennis in de samenleving en komen zo samen tot een beter resultaat.

- **Communicatie versus participatie**

Communicatie heeft een sleutelrol in het participatieproces. Participatie is eigenlijk niets meer of minder dan een gesprek op maat: afhankelijk van de doelgroep en het onderwerp kies je de juiste manier om met je omgeving in gesprek te zijn en te blijven. Medewerkers moeten in staat zijn om samen met inwoners op te trekken in het ontwikkelen van plannen en de juiste middelen hiervoor weten in te zetten. Team communicatie kan hierbij adviseren en faciliteren. Bijvoorbeeld door het ontwikkelen van tools en checklists. We kunnen ook een rol spelen in het delen van kennis, ervaring en inspiratie. Dit draagt bij aan het beter verankeren van participatie in de organisatie en een meer consistente uitvoering van het participatiebeleid.

- **Betrokkenheidsprofielen**

Inwoners willen betrokken worden op een manier die bij hun eigen wensen past. En natuurlijk op een moment dat hén uitkomt, bij een thema dat hén bezighoudt. Daarbij aansluiten is de uitdaging. Dit vraagt kennis en inzicht in hoe inwoners betrokken willen worden. We hebben daarom door het bureau Citisens laten onderzoeken welke betrokkenheidsprofielen in Bernheze voorkomen. Team communicatie ondersteunt bij het inzetten van deze profielen bij participatievraagstukken. Tevens delen we inzichten en handvatten om collega's te inspireren om zelf met de profielen aan de slag te gaan.

- **Online participatie**

Met de traditionele inspraakavond bereiken we lang niet iedereen, vooral de jongere generatie is moeilijk te bewegen om hier naartoe te komen. Uit de betrokkenheidsprofielen blijkt hoe inwoners betrokken willen worden en dat is vaak ook digitaal. Daarbij zijn door de coronamaatregelen de mogelijkheden beperkt om fysieke bijeenkomsten te organiseren. Een goed moment dus om ook te kijken naar mogelijkheden voor online participatie. Om een optimaal bereik te behalen, zal een mix van online en offline participatie nodig zijn.

---

# OP TIJD, HELDER EN OPEN INFORMEREN

Als gemeente is het onze plicht om inwoners zo goed mogelijk te informeren. Onze inwoners moeten informatie van de gemeente op tijd ontvangen en goed kunnen begrijpen. Tijdig informeren voorkomt 'gedoe' achteraf. Informatie moet relevant zijn (wat heb ik eraan om dit te weten?), eenvoudig te vinden zijn en het moet makkelijk zijn om erop te reageren.

- **Een heldere schrijfstijl**

We gebruiken een vriendelijke en eigentijdse schrijfstijl en een taalniveau dat het merendeel van de inwoners begrijpt (taalniveau B1). Het communiceren in begrijpelijke taal vraagt continu aandacht en onderhoud. We gaan hiervoor naast de huidige schrijftrainingen, tools inzetten vanuit Direct Duidelijk, een programma van de Rijksoverheid.

- **Gemeentelijke informatiekanalen**

We hebben als gemeente verschillende kanalen beschikbaar, zowel offline als online. Denk aan de website, sociale media kanalen en de gemeentepagina in de MooiBernheze Krant. Voor ondernemers is er een digitale nieuwsbrief. We willen met onze informatiekanalen aansluiten bij de ontvanger: via welke kanalen willen inwoners, ondernemers en instellingen over welke onderwerpen geïnformeerd worden? We weten dit nog te weinig en gaan dat daarom onderzoeken, bijvoorbeeld in de vorm van een stage- of afstudeeropdracht. Op basis van de resultaten hiervan, ontwikkelen we de bestaande kanalen door en zetten indien nodig nieuwe kanalen in.

- **Huisstijl**

Een professionele, eenduidige huisstijl draagt bij aan de profilering van de gemeente als betrouwbaar, zakelijk en professioneel. In 2020 is gestart met doorontwikkeling van de huisstijl en diverse middelen. Dit krijgt een vervolg in de komende tijd.

---

# OP TIJD, HELDER EN OPEN INFORMEREN

(vervolg)

- **Proactief persbeleid en proces rondom collegevoorstellen**

In 2020 is nieuw proactief persbeleid vastgesteld dat bijdraagt aan het transparant informeren van inwoners, het creëren van draagvlak voor beleid en het profileren van de gemeente en bestuurders op gekozen thema's. Ook het proces rondom collegebesluiten is aangepast. Onderdeel van het proces is een wekelijks persgesprek met lokale media. We zien dat dit nieuwe beleid zijn vruchten afwerpt als het gaat om proactief informeren van inwoners. Wat beter kan is de voorbereiding van communicatie bij besluiten met grote impact of gevoeligheid. Hiervoor moet meer aandacht komen bij medewerkers die collegevoorstellen maken. De voorbereiding van de communicatie moet plaatsvinden voordat het stuk in college komt, in overleg met de portefeuillehouder en communicatieadviseur. De afgesproken communicatieaanpak kan dan een plek krijgen in het collegevoorstel. Dit wordt meegenomen in de trainingen Helder adviseren.

- **Bestuurscommunicatie**

Als boegbeeld van de gemeente kunnen bestuurders in hun communicatie accenten leggen op de belangrijke thema's uit het bestuursakkoord en laten zien wat er is bereikt. Dat versterkt het vertrouwen in het bestuur. Verder moeten bestuurders, als het belangrijkste gezicht naar buiten, symbool staan voor vertrouwen, openheid en helder bestuur. Communicatie kan het college adviseren waar het gaat om communicatie over de belangrijke en politiek/bestuurlijk gevoelige thema's, adviseren over hun (pers-)woordvoering en publieke optredens en het organiseren van mediatraining. We gaan hier proactief mee aan de slag.

---

WAT GAAN WE DOEN OM DE VISIE WAAR TE MAKEN?

# UITVOERINGSPLAN



# INTERN BEGINNEN IS EXTERN WINNEN



Bernheze wil een betrokken gemeente zijn die midden in de samenleving staat. Bruggen bouwen, verbindingen leggen en het goede doen voor én met de samenleving. Dit begint intern.

## Wat gaan we daarvoor doen?

- Versterken identiteit: organisatieverhaal laten maken, middelen ontwikkelen om het gesprek over kernwaarden te faciliteren en medewerkers helpen om verhalen te delen (als onderdeel van programma Terug naar de kern)
- Intranet onder de loep nemen (technische mogelijkheden) en gebruik van intranet als samenwerkingstool stimuleren.
- Employer branding en arbeidsmarktcommunicatie (samen met HRM): verbeteren vacatureteksten, landingspagina op website, ambassadeursverhalen medewerkers, aantrekkelijke berichten voor social media. Overige acties uit medewerkersreis samen met HRM op te pakken.
- Verbindingen leggen binnen de organisatie om communicatie beter te verankeren, zoals:
  - Tijdens training Helder adviseren aandacht voor communicatie
  - Aandacht voor communicatieve vaardigheden in teamontwikkelingsessies
  - Inwerkprogramma teamcoaches

# DE OMGEVING ALS UITGANGSPUNT



We willen dat de omgeving, ofwel de inwoner of ondernemer, centraal staat bij ons handelen. Om dat goed te kunnen, moeten ambtenaren weten wat er speelt in hun (beleids)omgeving, oog hebben voor de gevoelens en meningen die daar leven en hier communicatief en beleidsmatig op weten in te spelen.



## Wat gaan we daarvoor doen?

- We gaan omgevingsgericht werken en zetten daarbij de Factor-C methode in. De communicatieadviseurs worden getraind als coach, facilitator en procesadviseur. We ontwikkelen tools en delen kennis en informatie in de organisatie zodat medewerkers zelf met de methode aan de slag kunnen. We stemmen met HRM af over aanbod training factor C voor medewerkers.
- We professionaliseren het maken van omgevingsanalyses, zodat we beter weten wat er in de samenleving speelt en alert kunnen zijn bij een crisis en issues.
- We maken een omgevingsmonitor waarin we zowel online als offline signalen analyseren en delen via een interne nieuwsupdate. Zo halen we 'buiten naar binnen'.
- We zorgen dat we voldoende zijn toegerust in geval van een crisis door trainingen te volgen en interne afspraken te maken over rollen en samenwerking.

# VAN VERTELLEN NAAR IN GESPREK



We leven in een netwerksamenleving met minder hiërarchie en meer participatie. De samenleving vraagt om een overheid die midden in de samenleving staat en bereid is de dialoog aan te gaan. De inwoner wil gezien en gehoord worden. Het gesprek draait niet alleen om de feitelijke informatie, maar ook om de onderlinge relatie. Hoe voeren we het gesprek met onze inwoner?



## Wat gaan we daarvoor doen?

- Het gesprek over onze communicatiestijl, omgevingsgericht werken en de rol van de medewerker als ambassadeur van de gemeente op de agenda krijgen en houden in de teamontwikkelingsessies in programma Terug naar de kern.
- Opstellen social media beleid: hoe zijn we als gemeente in gesprek via sociale media en welke rol hebben onze medewerkers hierin? En hoe kunnen we inwoners en ondernemers betrekken bij het brengen van de boodschap en inzetten als ambassadeurs?
- Evalueren en optimaliseren van de webcare samen met KCC.

# SAMEN MET DE SAMENLEVING



In Bernheze kiezen we weloverwogen voor samenwerking met onze inwoners, organisaties en bedrijven. Communicatie heeft een sleutelrol in het participatieproces. Participatie is eigenlijk niets meer of minder dan een gesprek op maat: afhankelijk van de doelgroep en het onderwerp kies je de juiste manier om met je omgeving in gesprek te zijn en te blijven.



## Wat gaan we daarvoor doen?

- We maken een handreiking voor online participatie waarin we praktische tips en tricks delen aan de hand van een drietal pilots uitgevoerd in najaar 2020 en voorjaar 2021.
- We ontwikkelen een participatiehandboek en toolbox om medewerkers te faciliteren in het participatieproces. Hiervoor leggen we verbinding met de handreiking participatie voor initiatiefnemers die ontwikkeld wordt vanuit programma Omgevingswet.
- We maken gebruik van de betrokkenheidsprofielen van Citisens bij het opstellen van een participatieaanpak. Voor grotere opgaven, schakelen we Citisens in voor een workshop. Hiermee vergroten we onze kennis en ervaring voor volgende projecten.
- We experimenteren met nieuwe (online) vormen en middelen. In dit kader onderzoeken we ook of een online participatieplatform passend is voor Bernheze en voeren een pilot uit.
- We delen inzichten, ervaringen en praktische informatie over (online) participatie bijvoorbeeld op intranet.
- We organiseren interne inspiratiesessies.

# OP TIJD, HELDER EN OPEN INFORMEREN



Als gemeente is het onze plicht om inwoners zo goed mogelijk te informeren. Onze inwoners moeten informatie van de gemeente op tijd ontvangen en goed kunnen begrijpen. Tijdig informeren voorkomt 'gedoe' achteraf. Informatie moet relevant zijn (wat heb ik eraan om dit te weten?), eenvoudig te vinden zijn en het moet makkelijk zijn om erop te reageren.



## Wat gaan we daarvoor doen?

- We laten een afstudeerder onderzoeken op welke manier en waarover inwoners geïnformeerd willen worden door de gemeente. Dit zou kunnen leiden tot inzet van nieuwe middelen, zoals een digitale nieuwsbrief en de inzet van video.
- We maken een proactieve contentstrategie voor de gemeentelijke kanalen. Samen met beleidsmedewerkers stellen we een jaarcontentkalender op, om inzichtelijk te maken welke projecten wanneer via welk medium onder de aandacht kunnen worden gebracht.
- We onderhouden de relatie met de lokale pers en informeren hen proactief. We vragen aandacht in de organisatie voor voorbereiding communicatie bij collegevoorstellen.
- We onderzoeken de mogelijkheden om de tool van "Direct Duidelijk" in zetten en te combineren met de huidige methode 'Helder schrijven'.
- We stellen duidelijke huisstijlregels op voor een eenduidige vormgeving en taal.
- We zetten in op een proactieve advisering van burgemeester en wethouders.

**WAAR STAAT TEAM COMMUNICATIE VOOR?**

# **ORGANISATIE VAN DE COMMUNICATIE**



# ORGANISATIE VAN DE COMMUNICATIE



Het uitgangspunt is dat de organisatie communiceert en het team communicatie de expertise levert. Communicatie is dus niet uitsluitend het domein van de communicatie-professionals maar van iedereen - bestuurders en ambtenaren. Het team communicatie voert regie, adviseert, ondersteunt en bewaakt de kaders zoals vastgelegd in deze visie. Het team is gesprekspartner en verbinder voor bestuurders en medewerkers en adviseert (pro)actief, zowel strategisch als operationeel.

- **Formatie en samenstelling team**

De huidige communicatieformatie: twee adviseurs (2 x 27 uur), twee medewerkers (2 x 28 uur) en een webmanager (36 uur). Dit is geen ruime formatie, zeker gezien de ambities uit deze visie om eigentijdse en hoogwaardige expertise te kunnen leveren. Herschikking van formatie biedt in de toekomst mogelijkheden voor een andere samenstelling van het team.

Visie op toekomstig team:

- Voor inzet en doorontwikkeling nieuwe middelen is een medewerker nodig met kennis van en affiniteit met nieuwe media en mogelijkheden om zelf content te maken. Dit wordt meegenomen in het profiel van toekomstige medewerkers.
  - Een medewerker houdt zich nu voornamelijk bezig met kabinetszaken en organisatie evenementen. Wij zien in de toekomst kabinetszaken bij het bestuurssecretariaat en de organisatie van evenementen niet als een communicatetaak.
  - Contentbeheer van de website en intranet wordt uitgevoerd door een medewerker en de webmanager. Door herschikking van formatie, kan er bij de medewerkers meer ruimte gecreëerd worden voor webredactie (als onderdeel van online contentbeheer)
  - Inhuur/uitbesteden: met de huidige capaciteit is te weinig ruimte om alle grote projecten zelf te kunnen draaien. Voor grote projecten moet budget opgenomen worden om communicatie uit te besteden. De regie en de aansturing hiervan blijft bij team communicatie om zo een eenduidige communicatie vanuit de gemeente te kunnen borgen.
  - We voeren een benchmark uit bij vergelijkbare gemeenten op communicatiecapaciteit
-

# ORGANISATIE VAN DE COMMUNICATIE



- **Producten en dienstenaanbod**

Het aanbod van team communicatie bestaat uit vier componenten: analyseren, adviseren, perszaken, uitvoeren en faciliteren. Welke werkzaamheden bij deze componenten horen, staat in het overzicht op de volgende pagina.

- **Ontwikkelen op een lerende manier**

De samenleving blijft zich ontwikkelen, dus dat moet ook gelden voor team Communicatie. Onze vakkennis en (advies-)vaardigheden moeten up-to-date blijven om anderen goed te kunnen adviseren. Hiervoor volgen we trainingen, workshops, houden vakliteratuur bij en wisselen we kennis en ervaring uit met communicatieafdelingen van andere gemeenten.

- **Zichtbaarheid in de organisatie**

De rol van het team binnen de organisatie verschuift naar een meer adviserende en regie voerende. We gaan actief inzetten op meer zichtbaarheid in de organisatie en waar mogelijk meer acteren vooraan in het proces. Ook gaan we inspiratiesessies organiseren om kennis en ervaring te delen. Dit draagt ook bij aan de zichtbaarheid en profilering van onze expertise.



# PRODUCTEN EN DIENSTEN COMMUNICATIE



## ANALYSEREN

- Omgevingsanalyses
- Webcare (politieke en strategische vragen)
- Media monitoring



## ADVISEREN

- Profileren organisatie, college en bestuurders
- Communicatieaanpak voor beleid, programma's en projecten
- Participatieaanpak
- Interne en verandercommunicatie
- Crisiscommunicatie



## PERSZAKEN

- Coördineren en onderhouden contacten met de media
- Adviseren college, bestuurders en organisatie over mediastrategie
- Ontwikkelen en uitvoeren persbeleid
- Ondersteunen bij maken kernboodschap
- Redactie persberichten
- Ondersteuning bij voorbereiding interview



## UITVOEREN EN FACILITEREN

- Coördineren en produceren middelen
- Redigeren teksten
- Contentbeheer website en intranet
- Beheer social media kanalen en monitoring tool
- Ontwikkelen en beheer huisstijl
- Draaiboeken en checklists voor bijeenkomsten en activiteiten

