



Communicatieplan renovatie Raadhuis

De renovatie van het Raadhuis is noodzakelijk om op termijn dit gebouw te kunnen blijven gebruiken. Hiervoor is echter een flinke investering nodig. Daarom heeft de raad in een amendement om een communicatieplan gevraagd over dit onderwerp. Dit plan voorziet daarin. Het plan betreft het traject vanaf heden tot en met de oplevering van de renovatie. Het is een levend document, omdat de communicatiekalender voor een groot deel nog niet is in te vullen, dit is afhankelijk van de voortgang en planning van het totale project.

Doelgroepen en doelstellingen

Inwoners gemeente Heerde

Doelen:

- De doelgroep is op de hoogte van de inhoudelijke plannen voor renovatie van het gemeentehuis en de kosten die daarmee gepaard gaan
- De doelgroep kent de noodzaak voor deze renovatie en de financiële impact.
- De doelgroep begrijpt de noodzaak van de renovatie en de financiële gevolgen.
- De doelgroep geeft tips en tops over de inhoud van de plannen.
- De doelgroep ziet, wanneer de renovatie is afgerond, het Raadhuis als een belangrijk symbool van de lokale democratie
- De doelgroep is op de hoogte van de stand van zaken gedurende het proces van plannen maken en de renovatie zelf

Pers

De pers is een belangrijke 'intermediair' richting de burger, maar ook een doelgroep op zichzelf, omdat ze ook aan betekenisgeving doet in de berichtgeving.

Doelen:

- De doelgroep is goed op de hoogte van de inhoudelijke plannen voor de renovatie, de noodzaak hiertoe en de kosten die hiermee gepaard gaan
- De doelgroep is op de hoogte van de stand van zaken gedurende het proces van plannen maken en de renovatie zelf
- De doelgroep bericht evenwichtig over de plannen en de renovatie.

Strategie

Uitgangssituatie

Er is geen sprake meer van een 'nulpunt'. Over dit onderwerp is al het nodige gezegd en geschreven. Een volwaardig burgerparticipatietraject is daarom niet meer mogelijk. Maar de inwoners van Heerde krijgen in de fase voorafgaand aan besluitvorming over de inhoudelijke plannen wel de gelegenheid om tips en tops mee te geven.

Bij de uitvoering van het communicatieplan is het belangrijk te bedenken dat er bij inwoners waarschijnlijk de nodige sentimenten en vooroordelen aanwezig zijn. Op deze houding moet worden ingespeeld, door de noodzaak en onvermijdelijkheid van de renovatie duidelijk te maken. Hiermee moeten we een constructieve houding van de inwoners van Heerde creëren.

Werkwijze

Vanwege de aard van de plannen en de huidige stand van zaken zal de strategie vooral een van informeren en meenemen zijn, waarin we uitleg geven over nut en noodzaak en stand van zaken. Daarnaast geven we ruimte voor het inbrengen van tips en top in de periode tot de besluitvorming over inhoudelijke plannen.

Kernboodschap

De volgende kernboodschappen staan centraal in de uitingen:

- De noodzaak tot renovatie: we hebben een toekomstbestendig gebouw nodig, zowel functioneel als bouwkundig. Het huidige gebouw is niet toegerust op de huidige tijd en is bouwkundig in slechte staat. De gekozen variant voldoet het beste aan de eisen en het meest toekomstbestendig. Met de renovatie besparen we ook flink op kosten van onderhoud in de toekomst.
- Daarnaast willen we een duurzaam gebouw, waarmee we van G-label naar tenminste een B-label gaan (en misschien zelfs een A-label). Hiermee wordt op energieverbruik ook flink bespaard. Bovendien past duurzaamheid binnen Cittaslow. Alleen de gekozen variant voldoet aan het gewenste label.
- De totale kosten van renovatie zijn alleszins redelijk en in vergelijking met andere gemeenten verdedigbaar.
- De raad heeft in 2015 besloten dat we in dit mooie, monumentale pand willen blijven als gemeentebestuur. Maar ook als we het pand in de toekomst zouden willen verkopen is het belangrijk dat het voldoet aan de hedendaagse eisen.
- Voor de kosten van de renovatie is gespaard. Bovendien is er een ruime subsidie vanuit de provincie. Uitgangspunt derhalve is dat het de inwoners niets extra kost.
- De voortgang van het project in verschillende stadia.

In het stadium van de (afronding van) de daadwerkelijke renovatie kan de aandacht meer worden verlegd naar het belang als 'huis van de gemeente' (hart van de democratie, trouwzaal...)

Communicatiemiddelen

Informatiebijeenkomst

In een informatiebijeenkomst kunnen belangstellenden worden geïnformeerd over en meegenomen in de plannen en direct hun eigen vragen hierover stellen. Ook 'tips en tops' worden geïnventariseerd en aan de medewerkers van het project doorgegeven, evenals aan de raadsleden (in verband met hun besluitvorming)

Gemeentepagina in de Schaapskooi

De gemeentepagina wordt gebruikt voor uitleg over de (noodzaak van de) plannen en het uitnodigen van inwoners voor de informatiebijeenkomst en rondleiding.

Digitale media (website, twitter, Facebook)

Ook de website wordt gebruikt voor uitleg over de plannen en de noodzaak en kunnen de plannen zelf worden gepubliceerd: hiervoor kan een projectpagina worden ingericht. Voor een bredere verspreiding wordt dit ook verspreid via de sociale media waar de gemeente gebruik van maakt (twitter, Facebook). Op de sociale media is de kans op reacties groter, dus dit moet worden gemonitord, en belangrijke ideeën/opmerkingen moeten worden doorgegeven aan de medewerkers

van het project en de raadsleden (in verband met hun besluitvorming). Ook uitnodigingen worden via de digitale media verspreid.

Persberichten

In persberichten kunnen de ontwikkelingen (nieuwswaardige feiten) worden aangegeven.

Persbijeenkomsten / persgesprek

Tijdens de tweewekelijkse persbijeenkomst kan de pers worden geïnformeerd over de ontwikkelingen en de achtergronden daarbij.

Rondleiding

Na afloop van de werkzaamheden kunnen inwoners het nieuwe kantoor bekijken. Tijdens de rondleiding kan uitleg worden gegeven over het belang van het pand als 'huis van de democratie'.

Uitvoering

De basis voor de uitvoering is de bijgevoegde communicatiekalender. Dit is een levend document, dat constant up-to-date moet worden gehouden en aangevuld.

Communicatiekalender

De verschillende stappen in deze kalender moeten gedurende het project nader worden ingevuld, aangezien nu nog niet goed is te voorspellen hoe de planning verloopt.

Datum:	Onderwerp	Middel(en)	Uitvoering (wie en wat)
Week 15 of 16 (april)	Masterplan variant voorleggen aan bevolking	inloopbijeenkomst Gemeentepagina Digitale media	Het uitgewerkte plan wordt via de genoemde middelen aan de bevolking van Heerde voorgelegd. Oproep voor de bijeenkomst via gemeentepagina (onderdeel van infoartikel) Opmerkingen/ideeën kunnen door de gemeenteraad worden meegenomen bij hun besluitvorming. Voorbereiding/uitvoering door projectgroep ism communicatie
23 april	Bespreking uitgewerkt plan door de commissie Ruimte		Inc. Opmerking/ideeën vanuit de bevolking
14 mei	Besluitvorming uitgewerkt plan door raad	Gemeentepagina Digitale media Persbericht en persbijeenkomst	Na besluitvorming door de raad wordt de pers via genoemde middelen geïnformeerd. Gemeente informeert ook rechtstreeks via de eigen middelen.
??	Besluitvorming financiën door raad	idem	idem
??	Start bouwactiviteiten	idem	Belangrijk om aan te geven wat de gevolgen zijn (trouwen, raadsvergaderingen e.d.) en de planning / duur
??	Afsluiting bouwactiviteiten	Rondleiding	Aparte bijeenkomsten voor inwoners en medewerkers. Uitnodiging voor inwoners via gemeentepagina.