

Communicatie Herziening kunst- en cultuurbeleid

1. Inleiding

Met de ingeboekte bezuinigingen in de Voorjaarsnota 2013 op kunst en cultuur is een hernieuwde visie noodzakelijk op de positie van de verschillende functies in het kunst- en cultuurveld. Het is de bedoeling in samenspraak met stakeholders te komen tot een streefbeeld. Een streefbeeld dat daarmee draagvlak heeft bij de directies van cultuurinstellingen (met inbegrip van museum), de Vrienden van MJC, de personen die hebben laten weten een actieve rol te willen spelen in deze discussie, het college en gemeenteraad.

Het is vervolgens basis voor verdere uitwerking en vertaling in organisatie en structuur.

Overdracht van juiste informatie op het juiste moment en een betrokken en positieve houding van alle belanghebbenden is essentieel voor het welslagen van het project. Het gaat hierbij vooral om het goed informeren van de diverse doelgroepen met als resultaat een positieve houding over het streefbeeld.

2. Kernboodschap

Communicatie in en over het proces is gebaat bij eenduidigheid, gewenste uitstraling en een daaraan gekoppelde 'tone of voice'. Een vastgestelde kernboodschap die kern van ambitie en doelstelling van het proces verwoordt, is leidend in de formulering van communicatieboodschappen.

De kernboodschap luidt:

'De ontwikkeling van een gedragen herziene visie / streefbeeld op kunst en cultuur in de gemeente Oss vindt plaats op basis van gelijkwaardigheid in een open proces. Het streefbeeld voldoet aan de kaders zoals gesteld in de Voorjaarsnota 2013. Daarnaast voldoet het streefbeeld aan meer of nauwere samenwerking tussen culturele instellingen; meer verbondenheid van die instellingen met de Osse samenleving en een groter gebruik door die samenleving van de culturele instellingen. Behoud van de educatieve waarden van kunst en cultuur staat in het streefbeeld voorop en wordt versterkt.'

Deze kernboodschap geldt als toetssteen voor communicatieboodschappen gedurende het volledige proces, voor alle interne en externe communicatie. Het is de paraplu voor communicatieboodschappen.

3. Doelstellingen van de communicatie

Het primaire doel van de inzet van communicatie is dat:

- Doelgroepen op de hoogte zijn van het feit dat er herziening van een visie op kunst en cultuur op stapel staat, hoe die tot stand komt, wat die inhoudt, wanneer en waarom die plaatsvindt, wat we willen bereiken en wat het betekent, nu en later.
- Doelgroepen een positieve houding hebben ten opzichte van dit proces en de

afspraken die hierbinnen worden gemaakt. Doelgroepen dit proces niet zien als bedreiging maar als een positieve ontwikkeling die een meerwaarde is voor instellingen en gebruikers in de gemeente.

4. Doelgroepen en rollen

De wereld van de kunst en cultuur is een complex krachtenveld met veel (soms tegengestelde) belangen en doelen. Hierdoor kan er geen sprake zijn van een top-downbenadering van dit vraagstuk. Het moet daarom een open proces zijn met duidelijke kaders en tijdgebonden resultaten. In het proces is ruimte voor creativiteit en niet-gedachte uitkomsten.

Voor de totale uitwerking zijn 3 fasen onderscheiden: visievorming-uitwerking- implementatie.

Voor de procesinrichting fase 1 zijn de volgende groepen onderscheiden:

Professionals: de directies van de culturele instellingen: Lievekamp, Muzelinck, Bibliotheek, Museum en Stadsarchief. Zij vormen een belangrijke basis voor het extern projectteam.

rol: Zij kennen de ontwikkelingen in de kunst- en cultuurwereld en kunnen vanuit die achtergrond voorstellen ontwikkelen om, gegeven de bezuinigingen, te komen tot een herziene visie op kunst- en cultuur. In deze groep is oog voor de belangentegenstellingen die de individuele leden ten opzichte van elkaar kunnen hebben.

Deskundigen: de groep oud-directeuren van MJC, Vrienden van Jan Cunen, voorbeelden andere gemeenten (bijv. Sittard-Geleen, Parkstad en Deventer), onderwijs, jongerenraad, k26, Maaslandgilde, Erfgoed Brabant.

rol: Zij dragen vanuit hun expertise bij aan de ontwikkeling van het streefbeeld. Zij leveren vanuit hun deskundigheid aanvullingen en verrijkingen op de voorstellen van de professionals. Zij zijn als adviseur bij het project betrokken.

Betrokkenen: mensen die hebben aangeboden mee te denken over oplossingen om te komen tot een zo goed mogelijke invulling van de bezuinigingen in de kunst- en cultuursector.

rol: Zij dragen bij met hun visie op de culturele identiteit van Oss. Zij leveren vanuit hun betrokkenheid en soms specifieke deskundigheid aanvullingen en verrijkingen als deelnemer aan de werkconferentie.

Gemeente: de gemeente neemt een bijzondere positie in binnen dit proces. Zij heeft besloten te bezuinigen op de kunst- en cultuursector. Tegelijkertijd is zij werkgever van museum personeel en daarmee medespeler in het professionele culturele veld. Voor dit proces positioneert de gemeente zich nadrukkelijk als hoeder van het culturele belang van Oss.

rol: De gemeente treedt vooral op als proces-facilitator en hoeder van het algemene belang. Ze bewaakt dat alle partijen goed tot hun recht kunnen komen, dat ze gedurende het proces tijdig verbanden legt met de bestuurlijke en politieke geledingen van de organisatie en dat de uitwerking van de opdracht zich binnen de gestelde kaders van de Voorjaarsnota beweegt. Waar nodig ondersteunt de gemeente met faciliteiten (bijvoorbeeld specifieke deskundigheid).

Doelgroepen naar wie we communiceren

Extern:

- inwoners van de gemeente
- kunst- en cultuurveld
- professionals (culturele instellingen)
- deskundigen
- betrokkenen
- lokale, regionale en landelijke media

Interne doelgroepen:

- medewerkers museum en stadsarchief (in project gelijk aan medewerkers Lievekamp, bibliotheek en Muzelinck)
- gemeenteraad
- B&W en CMT
- ondernemingsraad

5. Taken en verantwoordelijkheden

Communicatie over het project valt onder de verantwoordelijkheid van de stuurgroep. De directe verantwoordelijkheid voor de uitvoering van het communicatieplan berust bij de interne projectgroep. Afdeling Communicatie ondersteunt advies en uitvoering.

Communicatie binnen de projectorganisatie

De in – en externe projectleiders verzorgen de interne communicatie binnen de projectorganisatie. Zij zijn ook verantwoordelijk voor de communicatie vanuit hun project naar de stuurgroep.

Directeuren van professionele instellingen (inclusief museum) zijn verantwoordelijk voor communicatie binnen hun eigen organisatie. Vanuit het CMT is Simon Franssen verantwoordelijk voor de interne communicatie binnen de gemeentelijke organisatie.

Woordvoering naar externe media

Wethouder Jan van Loon is woordvoerder naar externe media als het gaat om (bestuurlijke) vragen over het project. De communicatieadviseur is eerste aanspreekpunt hierin en stemt de inhoudelijke beantwoording af met de interne projectleider en wethouder. Elk projectoverleg bevat een afspraak wat, wanneer en op welke manier te communiceren naar de media.

Bij het actief informeren van de media geldt als stelregel dat de medewerkers van de professionele instellingen vooraf zijn geïnformeerd. Personeelsbijeenkomsten/werkoverleg zijn hiervoor geschikte communicatiemiddelen.

6. Fasering

De visievorming is te verdelen in zes fasen. De fasen zijn: 1. Start proces (juli 2013), 2. Culturele identiteit (juli-sept 2013), 3. Toekomstbeelden (sept – okt 2013), 4.

Streefbeeld (okt – dec 2013), 5. Haalbaarheidstoets (okt – dec 2013), 6. Eindresultaat (dec 2013). Besluitvorming raad is in januari 2014.

Fase Culturele identiteit (juli-sept 2013) Tijdens deze fase is het belangrijk doel van de werkconferentie en de vervolgstappen extern te communiceren. Aandachtspunt hierbij is het intern informeren en betrekken van de medewerkers van de professionele instellingen over dit proces. Over de verwerking van de opbrengst van de werkconferentie vindt terugkoppeling naar de deelnemers plaats.

Fase Toekomstbeelden (sept-okt 2013) In deze fase vindt uitwerking van toekomstbeelden per instelling plaats. Het is van belang dit proces niet te laten verstoren door 'tussenstanden' actief of passief extern te communiceren. Kortom in deze fase heerst 'mediastilte' in het kader van 'de broedende kip die we niet storen...' Alle betrokken organisaties houden zich aan deze afspraak.

Fase Streefbeeld en Haalbaarheidstoets (okt-dec 2013) Wat voor de vorige fase geldt, is ook van toepassing in de fase waarin het streefbeeld vorm krijgt. Ook nu vindt de externe communicatie pas plaats na vaststelling van de streefbeeldnotitie in B&W. Tot dat moment heerst 'mediastilte'. Op 3 oktober is een openbare podiumbijeenkomst voor de gemeenteraad over het proces en stand van zaken van de visie-ontwikkeling.

Fase Eindresultaat (dec 2013) In deze fase vindt besluitvorming door de gemeenteraad plaats en externe communicatie over het resultaat. Vooraf zijn alle betrokkenen (medewerkers museum en stadsarchief, professionals, deskundigen, betrokkenen) geïnformeerd over het resultaat. Over het definitieve besluit van de gemeenteraad worden medewerkers van museum en stadsarchief in een bijeenkomst zo snel mogelijk op de hoogte gebracht.

7. Communicatiemiddelen

Communicatiemiddelen zijn afgestemd op de verschillende doelgroepen en het moment van communiceren.

Intern

- Intranet
- Werkoverleg museum en stadsarchief
- B&W- en CMT-vergadering

Extern

- Website en social media
- Gemeentelijke pagina huis aan huisblad
- Media (dagbladen, hah-bladen, radio/tv, digitale nieuwsmedia)
- Werkconferentie
- Podiumbijeenkomst