



Memo – Ter kennisname

Registratienummer: 19.090418

Aan: VV
Van: D&H
Onderwerp: Communicatieaanpak 2020-2023
Datum: 09-12-2019

Waarom moet u dit weten?

In het verlengde van de succesvolle verkiezingscampagne van dit voorjaar zetten we de komende jaren in op het vergroten van het waterbewustzijn. Onze ambitie is dat meer bewoners en stakeholders in ons verzorgingsgebied weten waar Rijnland voor staat en wat het waterschap doet, ook als opmaat naar de verkiezingen van 2023. Deze memo volgt op afspraken die zijn opgenomen in het coalitieakkoord om het werk van Rijnland, naast de reguliere werkzaamheden, op de kaart te zetten en het waterbewustzijn verder te vergroten.

In deze memo geven we aan hoe de bredere reguliere communicatie de komende jaren aan te pakken en hoe om te gaan met de jaarlijkse extra bijdrage die ter beschikking is gesteld om een impuls te geven aan de bekendheid van Rijnland.

Kernboodschap

Focus in communicatie de komende jaren op het zichtbaar maken van het werk van Rijnland. Hiermee bouwen we verder op de verkiezingscampagne van dit jaar waarin we mensen hebben verbonden aan het werk van de waterschappen. In deze memo staat de communicatieaanpak uitgelegd.

Doelstellingen

Het werk van Rijnland op de kaart zetten om bij inwoners, agrariërs, bedrijven, overheden, instellingen, organisaties en overige stakeholders:

- zichtbaarder te worden;
- te laten zien waar we voor staan;
- uit te leggen dat Rijnland alleen in samenwerking met partners kan werken aan de opgaven en transitie voor de toekomst.

We doen dit zowel vanuit een Rijnland brede optiek, sectorgericht als ook gebiedsgericht.

Context

Ontwikkelingen en trends

Droge voeten en schoon water zijn geen vanzelfsprekendheid meer. Willen we in de toekomst in ons gebied kunnen blijven wonen, werken en recreëren dan moeten we als Rijnland vernieuwen en aansluiten bij de opgaven die in de samenleving spelen. Demografische, ecologische, politieke, juridische, technologische, economische en sociaal-culturele trends dwingen ons te veranderen. De opgaven waar we voor staan zijn onder andere klimaatadaptatie, de energietransitie, veranderingen in de landbouw, biodiversiteit, digitale transformatie en de omschakeling van een

lineaire naar een circulaire economie. Dit vraagt om een verandering waarin we van taakgericht handelen, naar maatschappelijk opgabegericht handelen.

We zien een groeiende waarde van water. Waterbeheer verandert zelf, wordt eigentijdser en wordt steeds meer een ordenend/bepalend principe in gebiedsontwikkeling. Daarnaast speelt het steeds meer een belangrijke rol in bovengenoemde transitie.

In een gebied dat 1,3 miljoen inwoners kent, legio grote- en middelgrote bedrijven herbergt, twee provincies en 30 gemeenten telt, is samenwerking onontbeerlijk. We geven ruimte aan experimenten en staan open voor nieuwe inzichten/kansen. We tonen lef om nog meer buiten onze gebaande paden te denken, werken en verbreden daarmee onze maatschappelijke rol als waterschap.

Ontwikkelingen en trends hebben effect op ons handelen, onze samenwerking, onze positionering, de uitvoering van onze kerntaken en nieuwe taken. En zeker ook op de ambities en uitvoering van communicatie.

Effect op communicatie

Langs vier lijnen wordt de komende jaren de communicatie van Rijnland ingevuld:

1. Bruggen slaan

Om samenwerking verder uit te bouwen en aan te sluiten bij de vragen en dilemma's in de verschillende gebieden van Rijnland, gaan we in gesprek met stakeholders wat zij van ons verwachten en hoe we daar vervolgens invulling aan kunnen geven.

Het nieuwe Aquaversum (grotere zuilen en tafelvorm) kan helpen het gesprek te faciliteren. Het is voor bestuurders (DB en AB) en medewerkers te gebruiken bij bijvoorbeeld de omgevingsbijeenkomsten voor het WBP6, maar zeker ook in kleinere overleggen. Tot slot sluiten we nog meer aan en doen we mee met initiatieven van anderen.

2. Alle hens aan dek – agenda setting

Iedereen helpt mee om aandacht te vragen voor de vraagstukken (zie coalitieakkoord) waar we als waterschap in de toekomst mee te maken hebben. Dat doen we via bestuurders, medewerkers, ambassadeurs, de jeugdbestuurder en verschillende activiteiten en communicatiemiddelen. Voorbeelden hiervan zijn het interview met Marco Kastelein in Rijnstreek Business over klimaatadaptief bouwen en het interview met de dijkgraaf in Elsevier naar aanleiding van het symposium 'de groeiende waarde van water'.

We kiezen voor een actieve benadering van de media, organiseren persgesprekken, maken een position en/of white paper op bepaalde onderwerpen, sturen ingezonden brieven, plaatsen advertorials, geven lezingen, doen mee aan (online) debatten en discussies en posten vlogs en blogs, om ons te laten horen in het maatschappelijke debat.

3. Professionaliseren

We helpen ambassadeurs, bestuurders en medewerkers het verhaal van Rijnland en het werk waar we voor staan te vertellen. Ter ondersteuning komt er een toolkit en presentatie training. In een speciale bijeenkomst voor geïnteresseerde bestuursleden zullen we de communicatie-instrumenten toelichten.

Zo bouwen we aan een eenduidig en gestructureerd verhaal buiten. Ook maken we een social media training zodat mensen zelf buiten verhalen kunnen ophalen. Die kunnen vervolgens weer breed worden gedeeld. In de training leren mensen zelf filmpjes te maken met de eigen mobiel, vlogs en/of blogs te maken en welke kanalen je voor welke informatie gebruikt.

4. Op de kaart

Zichtbaar zijn, zodat er rekening met ons wordt gehouden. Dat is waar het om gaat als we onszelf meer op de kaart zetten. Dat doen we door kansen te benutten en mee te doen in activiteiten en communicatieplatforms van anderen, zoals de eco glazen campagne van Leiden ontzet. Met onze rondleidingen in de Breestraat door onze ambassadeurs, brengen we historie en actualiteit bij elkaar. Op basisscholen en afvalwaterzuiveringen geven (oud)medewerkers gastlessen. Ook gaan bestuurders systematisch zelf actief de boer op om over ons werk te vertellen. De verjaardag van Rijnland in 2020 gebruiken we ook als moment om de deuren open te zetten. We plaatsten informatieborden bij bezoekerscentra of projecten.

We liften mee met een aantal landelijke massamediale campagnes die gericht zijn op gedragsverandering: de klimaatcampagne *Iedereen doet wat* en de campagne *Geen vet in het riool*. In navolging van de verkiezingscampagne wordt er samen met alle waterschappen nagedacht over een landelijke campagne waarin het werk van de waterschappen centraal staat. De planning is dat deze in de loop van 2020 zichtbaar wordt. Rijnland geeft er een lokaal tintje aan, door er een regionale vertaling van te maken.

Katalysator

Om het werk van Rijnland op de kaart te zetten is jaarlijks €100.000,- extra beschikbaar gesteld, zo staat in het coalitieakkoord. Dit is een katalysator op de uitvoering van alle reguliere activiteiten en bemensing. In het college van Dijkgraaf en Hoogheemraden (D&H) is besloten om de helft van dit budget gebiedsgebonden in te zetten en de andere helft voor Rijnland-brede initiatieven. Het gaat hier om vernieuwende activiteiten die niet uit reguliere budgetten te financieren zijn. Bij alle initiatieven heeft D&H een actieve rol. Regelmatig zal het effect er van op de uitstraling van Rijnland worden besproken, zodat het desgewenst werkende weg bijgesteld kan worden.

Betrokkenheid Algemeen Bestuur

Leden van uw VV hebben aangegeven dat ze naast het vervullen van de rol van politiek vertegenwoordiger ook graag ambassadeur van Rijnland willen zijn. Vanzelfsprekend waarderen we dat en willen we dit graag faciliteren. Voor belangstellenden bieden we in Q1 een social media training aan en in hetzelfde kwartaal organiseren we een voorlichtingsbijeenkomst waarbij u een "toolkit" overhandigd krijgt waarmee u zelf "op pad kunt" om in uw eigen netwerk het werk van Rijnland op de kaart te zetten. Tot slot zullen we bij u polsen of u belangstelling heeft om rondleidingen te verzorgen in de Breestraat of om gastlessen te geven op scholen. Wellicht zullen in de loop van de tijd activiteiten worden uitgebreid. De betrokkenheid van de bestuursleden kan daarin meegroeien.

Vervolg

Jaarlijks zullen wij het bestuur in de vorm van een beknopt verslag informeren over de initiatieven en bijbehorende resultaten die zijn gerealiseerd van de *extra financiële middelen* die het college ter beschikking heeft gesteld.