

Communicatiestrategie fusie Heerhugowaard en Langedijk

Deze communicatiestrategie beschrijft op hoofdlijnen de communicatiestrategie tot aan het moment dat de nieuwe gemeente een feit is, dit wil zeggen tot 1 januari 2022. In deze communicatiestrategie schetsen we de contouren van de communicatie in het traject van de bestuurlijke fusie. Ook zijn in de strategie de doelstellingen en uitgangspunten opgenomen waar de communicatie tijdens het herindelingsproces aan moet voldoen. Aan deze strategie wordt uitvoering gegeven door het college. Daarvoor wordt later een uitvoeringsplan opgesteld.

Wat hoort niet tot de opdracht?

Voor de duidelijkheid vermelden we dat in deze communicatiestrategie de harmonisatie van het communicatiebeleid, de organisatie van de communicatie en de profilering van de uiteindelijke nieuwe gemeente niet valt onder de hier geformuleerde opdracht. Dit geldt ook voor de uitvoering van het draagvlakonderzoek onder alle verschillende externe doelgroepen zoals inwoners, ondernemers, organisaties en dorpsverenigingen. De communicatie over dit hele traject wel!

Doelstellingen

Het succes van het herindelingsproces wordt voor een deel bepaald door de organisatie, de inhoud en de uitvoering van de communicatie. Feitelijk gaat het om één groot proces van interactie en dialoog, gericht op het vormgeven van de nieuwe gemeente. Communicatie moet ervoor zorgen dat er sprake is van vertrouwen, participatie, begrip en creativiteit. Het is voor de succesvolle voortgang in het traject van belang dat alle partijen en daarmee ook de inwoners, bedrijven en instellingen gelijktijdig en consistent geïnformeerd worden over het hoe, waarom en waar we met het fusieproces naar toe gaan.

Uitgangspunten voor de communicatie

De communicatie dient aan de volgende randvoorwaarden te voldoen:

- **Gelijktijdig**

Planning van communicatieactiviteiten en -boodschappen wordt afgestemd in de stuur- en projectgroep. Belangrijk is dat medewerkers van beide gemeenten op hetzelfde moment over dezelfde interne boodschappen kunnen beschikken. Voor de externe communicatie geldt dat belanghebbenden op hetzelfde moment over dezelfde informatie kunnen beschikken.

- **Gelijkluidend**

Beide gemeenten spreken met één mond als het gaat om het herindelingsproces. Communicatie met inwoners en medewerkers is vanuit alle gemeenten gelijkluidend, zonder voorbij te gaan aan de verschillende gevoeligheden die er spelen.

- **Gelijkwaardig**

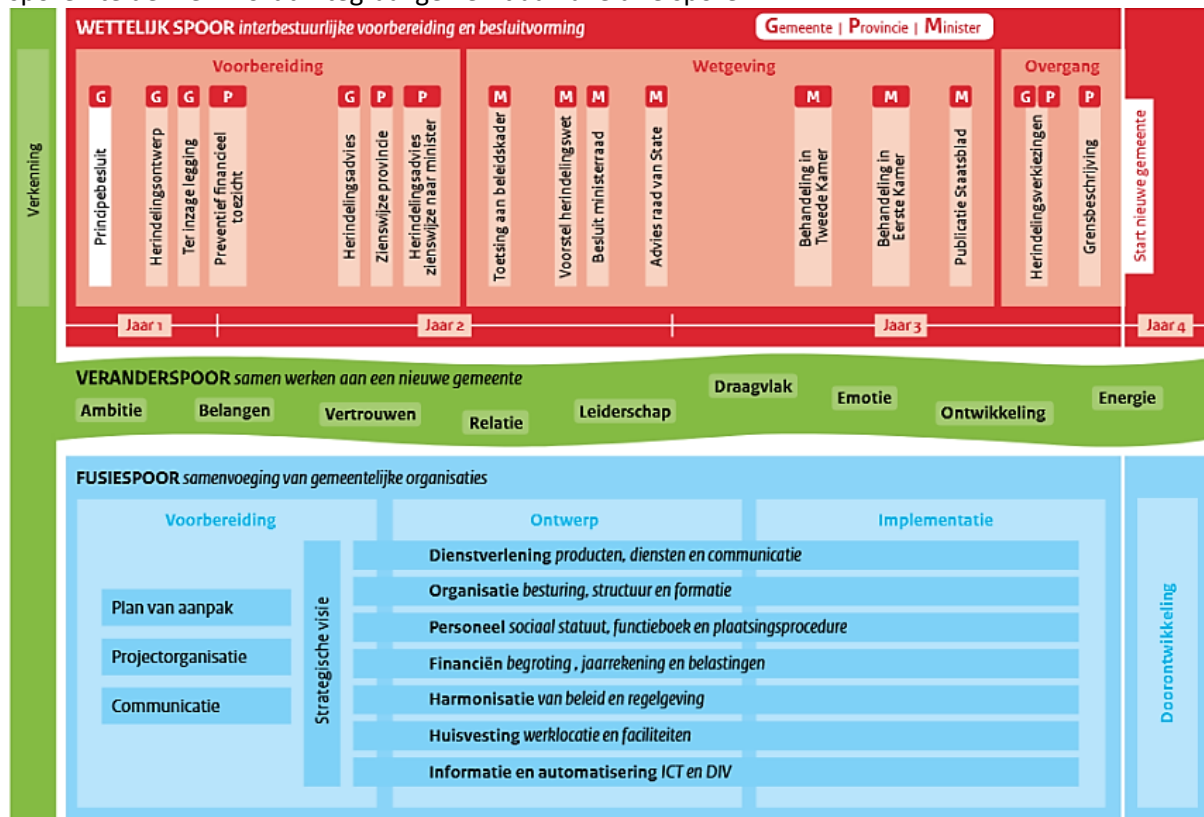
In de formulering van de communicatieboodschappen en de wijze waarop die worden gecommuniceerd, is duidelijk dat de gemeenten gelijkwaardig met elkaar opereren in het herindelingsproces. Elke gemeente speelt een even belangrijke rol en heeft evenveel zeggenschap.

Strategie: drie sporen

Het herindelingsproces is opgedeeld in drie sporen. Communicatie speelt in al deze drie sporen een belangrijke rol.

1. Communicatie met betrekking tot de wettelijke procedure
2. Communicatie over het samenvoegen van beide organisaties
3. Communicatie in het veranderproces

In de communicatie worden deze sporen niet gescheiden, ze zijn met elkaar vervlochten. Ieder van de sporen geeft een ander perspectief op wat nodig is aan communicatie. Door bewust vanuit de sporen te denken wordt integraal gewerkt aan alle drie sporen.



Ad 1: Communicatie met betrekking tot de wettelijke procedure

Doelgroepen worden geïnformeerd over de formele momenten in het wettelijke proces. Hierbij wordt duidelijk geschetst wat de impact is van het formele moment, of zij daarbij inbreng hebben en wat de vervolgstap zal zijn. Op deze manier maken we het proces helder, managen we verwachtingen en bieden we ruimte aan interactie waar dat kan.

Ad 2: Communicatie over het samenvoegen van beide organisaties

Op dit moment wordt een ambtelijke fusie van Heerhugowaard en Langedijk voorbereid. Deze valt onder het spoor ‘samenvoeging’ waar het gaat om het samenbrengen van beide organisaties.

De grootste verandering van deze ambtelijke fusie is in eerste instantie voor de interne doelgroep voelbaar. Extern is die verandering beperkter: de dienstverlening blijft dichtbij en onveranderd. Bestuurlijk verandert er nog niets: beide gemeenten houden hun eigen gemeenteraad, hun eigen begroting en hun eigen besluitvorming. Wel komt er een werkorganisatie bij met een begroting, een eigen juridische entiteit en het personeelsbestand uit de beide gemeenten.

Na de ambtelijke fusie zal de aandacht zich verleggen naar onder andere het formeren van het nieuwe bestuur en de harmonisatie van werkprocessen en beleid. Het beeld van de nieuwe gemeente kristalliseert zich uit. Hierover vindt communicatie plaats, maar ook zullen inwoners waar het kan betrokken worden bij het vormgeven van de nieuwe gemeente en gemeenschap.

Ad 3: Veranderspoor

Het anderspoor gaat in op de impact van de herindeling op personen, de onderlinge verhoudingen en de betrokkenheid in het herindelingsproces. Er zal aandacht zijn voor met name de

menskant van de veranderingen die een gemeentelijke herindeling met zich meebrengt. In het tweede gedeelte van het herindelingsproces, na het opstellen van het herindelingsontwerp, wordt bewust aandacht gericht op hoe we één gemeenschap worden met sterke kernen.

Er bestaat een reële mogelijkheid dat doelgroepen angst voor verlies ervaren. Veranderingsprocessen gaan gepaard met emotie. Het is belangrijk om in dialoog te gaan over wensen en behoeftes. Het is belangrijk daar ruimte aan te geven. Tegelijkertijd schuilt achter elke zorg een onvervulde behoefte. Door deze in beeld te brengen kan geëxpliciteerd worden of deze behoefte kan worden vervuld door de nieuwe gemeente.

Strategie: drie pijlers

Informereren

In de eerste plaats is het noodzakelijk om de in- en extern betrokkenen voldoende te informeren over de relevante aspecten van het herindelingsproces. Dit doen we structureel met de juiste communicatiemiddelen volgens de uitgangspunten: gelijktijdig, gelijkwaardig en gelijkkluidend.

Luisteren

Met communicatie willen we ook bijdragen aan het creëren van betrokkenheid voor de fusie. Dit doen we door te luisteren naar de doelgroepen zodat ze zich gehoord voelen. Dit kan bijdragen aan vertrouwen en begrip voor de overgang naar de nieuwe gemeente.

Samenwerken

Zowel met interne als externe doelgroepen wordt er op verschillende manieren samengewerkt. Om in- en externe doelgroepen gemotiveerd te houden, dienen zij terugkoppeling te krijgen over hoe hun inbreng wordt meegenomen, verwerkt en wat erover besloten is en waarom. Het is belangrijk dat de werkgroepen bij de start de juiste verwachtingen hebben over wat hun taak is en wat zij kunnen inbrengen en wat er van hun wordt verwacht.

Kernboodschap

Het is van belang om gedurende het gehele herindelingsproces een heldere, eenduidige kernboodschap uit te dragen. De kernboodschap bevat de volgende elementen:

Extern:

- ...dat twee gemeenten samen bouwen aan één nieuwe gemeente, die een sterke partner is t.o.v. andere omliggende gemeenten in de regio
- ...dat de nieuwe gemeente van belang is om aan de toekomstige opgaven te kunnen blijven voldoen
- ...dat de nieuwe gemeente hiermee de dienstverlening verder kan verbeteren
- ...dat de eigen identiteit van de verschillende (dorps)kernen behouden blijft

Intern:

- ...dat we samen werken aan een nieuwe gemeente
- ...dat de herindeling medewerkers een nieuwe uitdaging en kansen biedt om je eigen verantwoordelijkheid te nemen als professional.

Aandachtspunten in de strategie

Maatwerk in de communicatie

Alle doelgroepen moeten toegang hebben tot informatie op een wijze die hen aanspreekt. Naast de gebruikelijke communicatiemiddelen wordt steeds gezocht naar aanvullende manieren om de

doelgroepen te bereiken, waarbij extra aandacht is voor de kwetsbare doelgroepen en de jongeren. Maatwerk is hierbij geboden.

Tone of voice

De toon of voice is neutraal, het is niet ons doel inwoners te overtuigen. De informatie moet eerlijk en laagdrempelig zijn en aansluiten op de belevingswereld van de doelgroepen. Dat betekent niet alleen tekst, maar ook beeld, film en visuals.

Frequentie en intensiteit

Actualiteit bepaalt de frequentie. Het wettelijk spoor vormt hiervoor de basis. In de eerste periode zal de frequentie en intensiteit hoog zijn. Dan moeten immers de doelgroepen op hetzelfde informatieniveau worden gebracht en vindt de maatschappelijke consultatie plaats. Ook de terinzage termijn wordt ondersteund door frequente communicatie, mede omdat deze voor een groot deel in de zomerperiode valt. Intensiteit en frequentie over het formele proces zullen lager zijn gedurende de periode waarin het ontwerp naar advies wordt gebracht en na het indienen van het advies. Dan zal de communicatie zich voornamelijk richten op de hierboven genoemde sporen 2 en 3.

Slogan of beeldmerk

Voor het traject fusie wordt een beeldmerk gemaakt, zodat duidelijk is wanneer het om informatie over deze fusie gaat. Voor de nieuwe gemeente komt er een nieuwe naam, logo en huisstijl. Tot de gewenste samenvoeging blijven de gemeente afzonderlijk herkenbaar als afzender.

Organisatie van de communicatie

Binnen de projectorganisatie vervult de werkgroep communicatie een spilfunctie. De werkgroep adviseert voor het (mede namens de stuur- en projectgroep) organiseren en onderhouden van de communicatie binnen de projectorganisatie, tussen de projectorganisatie en medewerkers en tussen de projectorganisatie en externe partijen.

Woordvoering

De afzender van alle officiële informatie over het herindelingsproces zijn de colleges van beide gemeenten, de wethouders bedrijfsvoering of de burgemeesters beantwoorden persvragen. Het is van belang de woordvoering door deze personen te laten doen om de gezamenlijkheid te benadrukken. Intern zijn de gemeentesecretarissen het boegbeeld en voorbeeld voor de nieuwe organisatie.

Identiteit en imago

De identiteit en het imago worden in de loop van het proces nader bepaald op basis van de strategische visie voor de nieuwe gemeente. In de communicatieactiviteiten tijdens het herindelingsproces besteden we intensief aandacht aan de identiteit en het imago van de nieuwe gemeente. Doel is om bij de diverse doelgroepen een beeld te doen ontstaan dat overeenkomt met de identiteit van de nieuwe gemeente en het gewenste imago.

Participatie

Tijdens het herindelingsproces betrekken we inwoners, vertegenwoordigers van maatschappelijke organisaties en het bedrijfsleven daar waar het mogelijk en zinvol is, actief bij het proces. Waar mensen met ons meedenken, zorgen wij ervoor dat we ook duidelijk laten zien wat we met hun bijdrage hebben gedaan. Ook participeren medewerkers in diverse werkgroepen.

Lijnorganisatie en projectorganisatie

De ontwikkeling van de nieuwe gemeente vindt plaats in een projectorganisatie die naast de staande lijnorganisatie is en wordt opgebouwd, en die op 1 januari 2022 weer opgeheven wordt. Dit vraagt van zowel medewerkers als leidinggevenden inspanning om in de verschillende organisatievormen te functioneren.