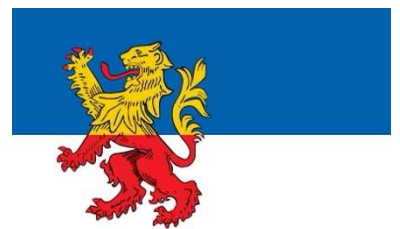


Visie op Communicatie & Participatie 2021

Gemeente Neder-Betuwe



September 2021



Inhoud

1.	Inleiding	3
2.	Thema's en actieprogramma's	5
3.	Uitwerking thema's en actieprogramma's	6
	<i>Thema 1: Doelgroepgericht communiceren</i>	<i>6</i>
	<i>Thema 2: Vanzelfsprekende participatie</i>	<i>8</i>
	<i>Thema 3: Communicatief en participatief vaardige organisatie</i>	<i>12</i>
4.	Positionering Neder-Betuwe	12
5.	Organisatie en budget	13
6.	Bijlagen	16
	<i>Bijlage 1: Actieprogramma doelgroep gericht communiceren 2021/2022</i>	<i>17</i>
	<i>Bijlage 2: Actieprogramma zelfsprekende participatie 2021/2022</i>	<i>19</i>
	<i>Bijlage 3: Actieprogramma communicatief en participatief vaardige organisatie 2021/2022</i>	<i>20</i>
	<i>Bijlage 4: Actieprogramma positionering Neder-Betuwe 2021/2022</i>	<i>22</i>
	<i>Bijlage 5: Overzicht communicatie- en participatiemiddelen</i>	<i>23</i>
	<i>Bijlage 6: Samenvatting burgerconsultatie TipNeder-Betuwe</i>	<i>25</i>
	<i>Bijlage 7: Rollen bij participatie</i>	<i>26</i>

1. Inleiding

Voor u ligt de geactualiseerde Visie op Communicatie & Participatie van gemeente Neder-Betuwe. Het is de opvolger van de visie die de gemeenteraad op 16 april 2015 vaststelde onder de naam 'Communicatiebeleidsplan Neder-Betuwe 2015'. Deze geactualiseerde Visie helpt om de communicatie en participatie van onze gemeente met inwoners, bedrijven en organisaties zo goed mogelijk vorm te geven.

De aanleiding voor deze geactualiseerde Visie ligt in de Begroting 2018 en de Kadernota 2019. Daarin is het actualiseren van het Communicatiebeleidsplan Neder-Betuwe 2015 opgenomen. Met flink wat oponthoud als gevolg van het vele werk en onderbezetting van team communicatie, gevolgd door de extra werkzaamheden voor het bestrijden van Covid-19, ligt deze Visie nu voor u.

Inbreng vanuit de samenleving

Deze Visie op Communicatie & Participatie kwam tot stand met inbreng van inwoners, ondernemers en organisaties uit de gemeente. Via het burgerpanel TipNeder-Betuwe hielden we een raadpleging, die door bijna 300 inwoners uit onze gemeente is ingevuld. Via expertmeetings en gesprekken vroegen we bedrijven en vertegenwoordigers van organisaties om hun ideeën en meningen. Alle inbreng is zorgvuldig bekeken en waar mogelijk verwerkt in de Visie.

Daarnaast is er gedurende het proces ook waardevolle feedback gegeven die niet in een visie thuishoort maar wel belangrijk is en betrekking heeft op het 'fijne handwerk' wat betreft communiceren. Dit is inmiddels opgepakt binnen de gemeentelijke organisatie.

Ook zijn actuele trends en ontwikkelingen bekeken, experts bevraagd, literatuur bestudeerd en is met andere gemeenten gesproken.

Uiteraard voorzagen ook de raadsleden, het college van burgemeester en wethouders en medewerkers van onze gemeente ons van waardevolle input tijdens het proces. Dank aan iedereen die aan deze Visie een bijdrage leverde.

Waarom deze Visie?

Iedereen is gebaat bij zorgvuldige communicatie en participatie: inwoners, bedrijven, organisaties, raad, college en medewerkers. Het verbindt de gemeente met de samenleving. Het zorgt voor transparantie, vertrouwen en een goede onderlinge relatie met elkaar. Door de omgeving goed te betrekken zorgen we voor betere plannen en beleid. En het zorgt voor eenheid in onze communicatie zodat we op een consistente manier naar buiten treden.

Onze ambitie als gemeente Neder-Betuwe is om tijdig en proactief te communiceren met onze inwoners, ondernemers en (maatschappelijke) organisaties. Dit alles is niet nieuw. Ook onze vorige Visie ging hier nader op in. Participatie en digitalisering kwamen toen eveneens aan de orde. Net als hoog op de agenda staande vraagstukken, zoals decentralisatie, een terugtrekkende overheid en transparantie. Deze maatschappelijke vraagstukken ontwikkelen zich continu. Maar er kwamen ook nieuwe ontwikkelingen bij, zoals de komst van de Omgevingswet.

Op het gebied van communicatie en participatie verzetten we al veel werk. Veel gaat er goed, op sommige punten kan het beter. Dat het goed gaat blijkt onder meer uit de inbreng die we tijdens

het Visieproces kregen vanuit de samenleving. Dit willen we vooral vasthouden en versterken. Zoals bewonersbijeenkomsten, de manier waarop we elkaar als gemeente en samenleving goed weten te vinden, onze relatie met en aandacht vanuit de pers, de kaartenactie vanuit de omgevingsvisie en instrumenten zoals de BouwApp.

‘Het kan beter’ komt mede doordat elke tijd specifieke(re) eisen stelt en aandacht vraagt op het gebied van communicatie en participatie. Benoemde verbeterpunten nemen wij ter harte. Zoals het integraler organiseren van de communicatie en participatie, zichtbaarder maken van ons aanbod en onze rol(len), doelgroepgericht handelen door vooraan in het proces bewust te kiezen en het proactiever monitoren van onze omgeving.

Ook moeten we keuzes maken. Over wat we wel of niet behouden of wat we in een andere balans willen brengen. We kiezen bewust voor gerichtere communicatietoepassingen om doelgroepen beter te kunnen bereiken zodat er meer interactie volgt. Daarbinnen werken we zo efficiënt mogelijk en maken we keuzes. Immers, de gemeentelijke menskracht en financiële middelen zijn beperkt. Het betekent dat we bewust kiezen aan de voorkant waarover en in welke mate we communicatie en participatie vorm geven (wat we doen, doen we goed en gericht), uitbreiding van de digitale communicatie en online (participatie)mogelijkheden en waar mogelijk en wenselijk minder analoge communicatiemiddelen.

Leeswijzer

Dit document bestaat uit twee onderdelen:

1. De visie op hoofdlijnen met daarin drie thema’s waarop onze focus ligt.
2. Een actieprogramma 2021/2022 per thema, met daarin een concrete doorvertaling van de visie naar wat we gaan doen en hóe we dat gaan doen (met bijbehorende lopende en nieuwe acties).

Deze Visie heeft geen vooraf benoemde ‘looptijd’ en blijft van toepassing zolang deze passend is voor gemeente Neder-Betuwe. Jaarlijks evalueren we het actieprogramma en benoemen we de acties voor het opvolgende jaar. Op die manier kan de Visie altijd meebewegen met de actuele ontwikkelingen. Op het moment dat blijkt dat de actuele ontwikkelingen zich dusdanig wijzigen dat de Visie niet meer aansluit op hetgeen waarvoor wij als gemeente staan, dan actualiseren wij deze.

De monitoring van de acties uit de Visie op Communicatie & Participatie zal plaatsvinden via de reguliere Planning & Control cyclus.

Participatie- en inspraakverordening

Deze Visie beschrijft naast de communicatie-uitgangspunten ook de uitgangspunten voor participatie en de werkwijze zoals we die op hoofdlijnen voor ogen hebben. Dit geeft handvatten om participatie verder vorm te geven en verder te ontwikkelen.

Het is aan de gemeenteraad om de manier waarop participatie gaat plaatsvinden formeel vast te stellen in een participatie- en inspraakverordening. Het is de bedoeling om de uitgangspunten van deze Visie mee te nemen in deze verordening. Hierbij komt ook aan de orde de wettelijke mogelijkheid van ‘the Right to Challenge’ (RtC) oftewel ‘het Recht om Uiteen te dagen’.

Deze Visie en verdere verankering van participatie gaan ook doorklinken in de uitwerking en implementatie van de Omgevingswet. Deze planning loopt echter niet parallel aan deze Visie.

Op dit moment al een participatie- en inspraakverordening vaststellen zou het zorgvuldige proces over participatie rondom de implementatie van de Omgevingswet onvoldoende recht doen. Daarom adviseren we om de actualisatie van de participatie- en inspraakverordening een paar maanden 'te parkeren'. En vast te stellen op het moment dat de nieuwe Omgevingswet en onze gemeentelijke instrumenten (omgevingsvisie, -plan en -vergunning) in werking treden. Naar verwachting is dat 1 juli 2022.

2. Thema's en actieprogramma's

Ontwikkelingen in de samenleving volgen elkaar in rap tempo op. De Omgevingswet is in aantocht. In onze steeds digitalere wereld zijn communicatie en participatie dynamischer geworden met ook andere interactieve processen. Continu bijsturen, snel schakelen en goed afstemmen, het is essentieel. Wij kiezen bewust. Wanneer voldoet digitale communicatie en wanneer zetten we de kracht van en de behoefte aan analoge communicatie in? Daarbij verliezen we het persoonlijke contact niet uit het oog.

Van buiten naar binnen denken en de samenleving betrekken bij onderwerpen waaraan de gemeente werkt, dit uit zich in de interactieve manier waarop wij al werken. Bijvoorbeeld bij onderwerpen op het gebied van de Omgevingsvisie, opgaven binnen het sociaal domein, veilige wegen, klimaat en duurzaamheid.

Goede communicatie en participatie gaan vooral over luisteren naar signalen uit de samenleving en luisteren naar elkaar, om begrip over en weer. En met de opbrengst iets doen. Het gaat ook over het nakomen van afspraken die met de samenleving zijn gemaakt en intern daarop sturen, verwachtingen managen. Dat vraagt om specifieke vaardigheden en keuzes. En daar past een herijking van onze Visie op Communicatie & Participatie bij.

Deze geactualiseerde Visie op Communicatie & Participatie bestaat uit een aantal thema's die naar voren zijn gekomen uit de gesprekken en het vooronderzoek. Dit resulteerde in drie thema's die (in willekeurige volgorde) richtinggevend zijn aan de inhoud:

Thema 1: Doelgroepgericht communiceren: optimaal afstemmen op voorkeuren van mensen die we willen bereiken

Thema 2: Vanzelfsprekende participatie: voor betere plannen en besluitvorming

Thema 3: Communicatief en participatief vaardige organisatie: medewerkers optimaal toerusten om communicatie en participatie nog meer te integreren in ons werk

Tot slot lichten we in dit document toe hoe we binnen onze gemeente omgaan met de positionering van Neder-Betuwe.

3. Uitwerking thema's en actieprogramma's

Thema 1: Doelgroepgericht communiceren

Dé inwoner of dé ondernemer bestaat niet. Iedere doelgroep heeft haar specifieke kenmerken en vraagt om een specifieke benadering. Om een brug te slaan naar deze doelgroepen, stemmen we optimaal op hun communicatievoorkeur af.

We zetten gericht die communicatiekanalen en -boodschappen in die bijdragen aan de (communicatie)doelen die aansluiten bij de doelgroepen. We zorgen voor eigenheid en verbondenheid door een herkenbare communicatiestijl toe te passen die aansluit bij dat deel van de samenleving. Hierbij houden we ook rekening met de mogelijke emotionele impact van een boodschap. Met als doel om met de hele samenleving in goed contact te zijn en te blijven. Dat is vaak maatwerk.

Om dat te bereiken hanteren we de volgende uitgangspunten:

We hebben onze omgeving goed in beeld

Wij kennen de samenleving van Neder-Betuwe goed. Zeker voor specifieke of beeldbepalende projecten brengen we de omgeving en de belanghebbenden gestructureerd in beeld. Wat kenmerkt hen? Welke rol hebben ze? Zijn ook de mensen betrokken die wat minder op de voorgrond treden? En wie vormen dan de (belangrijkste) doelgroepen? Wat betekent dat? Deze inzichten helpen ons om 'niemand' te vergeten en op het vlak van communicatie en participatie overwogen keuzes te maken.

Signalen vanuit de samenleving monitoren we zo goed als mogelijk en we gebruiken deze kennis om onze communicatie en participatie te verbeteren.

We communiceren laagdrempelig en begrijpelijk

We stemmen onze woord- en beeldkeuze en de daarbij behorende communicatiemiddelen zoveel mogelijk af op de doelgroep. We kiezen voor herkenbaar beeldmateriaal met zoveel als mogelijk mensen en locaties uit onze gemeente. Uiteraard waar nodig vragen bij om toestemming hiervoor.

Digitale communicatie

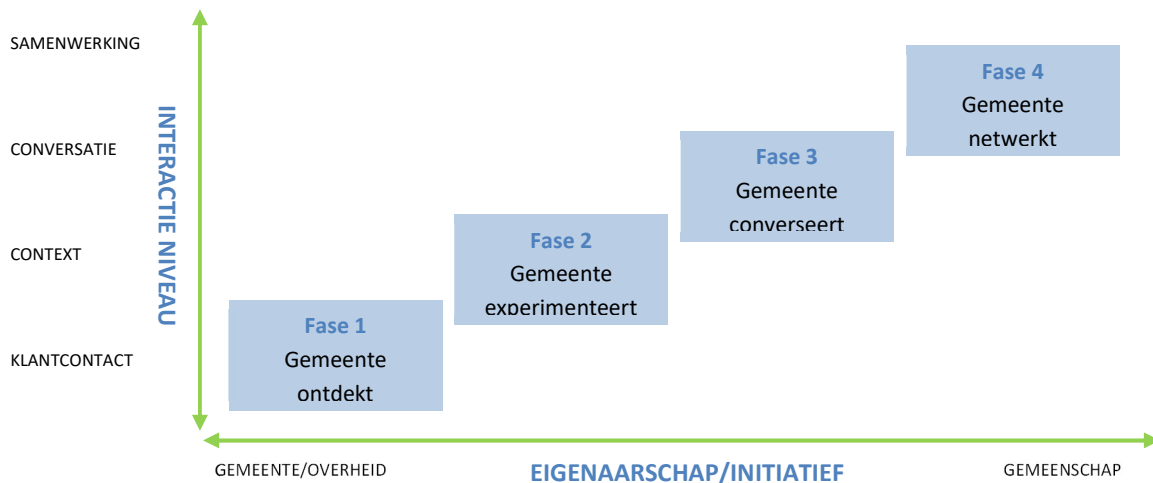
Er zijn steeds meer digitale mogelijkheden. Het geeft ons de kans actueel, interactiever en doelgroepgericht te communiceren. Deze ontwikkelingen leiden tot een sterke digitale focus. Dat vraagt ook van onze gemeente haar focus naar online te verleggen. Hiervoor hebben wij een online strategie ontwikkeld waarbij wij inspiratie haalden uit onderstaand model van Frank Watching, een toonaangevend platform voor onder meer online communicatie:

Quote:

“Stem het communicatiekanaal af op de doelgroep die de gemeente wil bereiken.”

Inwoner

Uit de antwoorden van het bewonersonderzoek door TipNeder-Betuwe over communicatie en participatie waaraan bijna 300 inwoners uit de gemeente Neder-Betuwe meededen.



Bron: Volwassenheidsmodel sociale media in gemeenten: van ontdekkende naar netwerkende gemeente

Ook is een plan gemaakt voor het verder digitaal aanbieden van onze dienstverlening. Deze twee ontwikkelingen helpen ons onder meer om onze communicatie, dienstverlening en inzet van sociale media te verbeteren.

De ambitie is om toe te groeien naar een organisatie waarin de digitale communicatie op orde is, webcare nog meer is georganiseerd en online media binnen de organisatie goed worden gebruikt, zowel bij dienstverlening en communicatie maar ook als kennisbron binnen overige teams

Wij houden er altijd rekening mee dat inwoners (hoewel digitaalvaardig) soms liever in persoon of op schrift wensen te communiceren. Daarnaast zijn er situaties denkbaar waarin wij menen ons doel beter te kunnen bereiken met informatie op schrift zoals bewonersbrieven, gesproken informatie of met persoonlijk contact.

Maatwerk en nabijheid zijn de sleutelwoorden in onze visie. Daarnaast werken wij met de kernwaarden 'verbinden' en 'wendbaar'. Belangrijke begrippen, gelet op de permanente ontwikkelingen binnen onze organisatie en de aanstaande gemeenteraadsverkiezingen op 16 maart 2022.

Bouwen aan relatie met intermediairs bij specifieke doelgroepen

Het is voor onze gemeente een uitdaging om met sommige doelgroepen in contact te komen of een relatie op te bouwen, zoals jongeren en arbeidsmigranten. Het is van belang dat we op de hoogte zijn van wat er speelt binnen hun leefwereld. We bereiken hen niet automatisch via de kanalen en communicatiewerkwijzen zoals we die voorstaan. Daarom bouwen we intensiever aan onze relaties met intermediairs, bijvoorbeeld belangenorganisaties en sleutelfiguren die deze doelgroepen van binnenuit goed kennen. Met de insteek om op deze manier goed te weten wat er binnen de specifieke doelgroepen speelt, waar hun interesse ligt en met maatwerk goed in te kunnen spelen op behoeften en situaties.

Crossmediale inzet

Rekening houdend met de voorkeuren van de doelgroep communiceren we een boodschap zoveel

mogelijk via passende communicatiekanalen en -middelen. Daarbij is de website de spil als 'raadpleegmiddel' en zetten we andere kanalen op maat in.

➤ *Zie: Bijlage 1 voor actieprogramma 'Doelgroepgericht communiceren 2021/2022'*

Thema 2: Vanzelfsprekende participatie

Gemeente Neder-Betuwe vindt het vanzelfsprekend om inwoners, ondernemers, (maatschappelijke) organisaties, scholen en verenigingen vroegtijdig te betrekken bij beleid, plannen, projecten en overige initiatieven die het algemeen belang raken. Hierin geven we ook het goede voorbeeld aan de samenleving en initiatiefnemers van wie dit ook wordt verwacht als de Omgevingswet is ingegaan. Daarom schatten we bij projecten, beleidsontwikkeling en initiatieven waarbij veel belangen zijn gemoeid in een zo vroeg mogelijk stadium in of, en zo ja hoe het onderwerp zich leent voor participatie. Als dit zo is, dan hanteren we een aantal uitgangspunten.

Uitgangspunten

Zorgvuldige participatie ontstaat in een gesprek waarbij alle partijen bereid zijn naar elkaar te luisteren. Een gesprek waarin er begrip is voor elkaars rollen, verantwoordelijkheden en belangen en waarbij er uiteindelijk respect is voor elkaars standpunten.

Gemeente Neder-Betuwe hanteert een aantal uitgangspunten voor wat wij verstaan onder goede participatie. Deze uitgangspunten geven we ook mee aan initiatiefnemers binnen onze gemeente:

- De intentie van participatie is altijd: prettig samenleven, betere en beter gedragen plannen maken en zorgvuldige besluiten nemen.
- We betrekken belanghebbenden. We streven ernaar om zo goed en zo vroeg mogelijk alle belangen in beeld te brengen en zetten ons actief in om de direct belanghebbenden te bereiken. Direct belanghebbenden zijn degenen op wie een project, beleid of ontwikkeling expliciet impact heeft. Indirecte belanghebbenden informeren we tijdig en zorgvuldig.
- We stellen duidelijke kaders. De belanghebbenden weten waarover en hoe participatie gaat plaatsvinden. We maken duidelijk welke verwachtingen men kan hebben, welke beperkingen er zijn, wat er met de opgehaalde ideeën en wensen gebeurt en wie het uiteindelijke besluit neemt.
- We creëren een gelijk speelveld. Het proces, de toegang tot informatie en de communicatie zijn laagdrempelig, transparant en begrijpelijk voor alle belanghebbenden. Belanghebbenden krijgen de ruimte en mogelijkheden om hun ideeën, wensen en zorgen op tafel te leggen.

We zijn transparant over de resultaten. De inbreng van belanghebbenden wordt zorgvuldig (AVG-proof) en nauwkeurig gedocumenteerd. Belanghebbenden weten tevoren hoe wij hun inbreng verwerken en ontvangen een terugkoppeling over hun bijdrage met argumenten waarom deze wel

of niet wordt verwerkt. Zo nodig - indien een traject meer tijd vraagt - melden wij de tussenstand, ook als er geen relevante ontwikkelingen te melden zijn.

Afweging mate van burgerparticipatie?

Gemeente Neder-Betuwe maakt in een vroeg stadium bewust de afweging of en hoe er ruimte is voor burgerparticipatie, en zo ja: in welke vorm en met welke intensiteit. Niet in alle gevallen is actieve burgerparticipatie gewenst of mogelijk. Wel is altijd goed en tijdig informeren van de samenleving een vanzelfsprekend gegeven. Bij grote, impactvolle projecten die ter besluitvorming worden voorgelegd, geeft de communicatie- en participatieparagraaf inzicht met onderbouwde afwegingen en een opgave van de kosten.

Wat levert goede participatie op?

Zorgvuldige participatie levert vaak meer begrip en draagvlak op. Dat is niet altijd een doel op zich, maar kan wel een mooi resultaat zijn. Onze visie dat participatie vanzelfsprekend is, klinkt door in onze hele organisatie. Bij ruimtelijke vraagstukken gaat het ook over de manier waarop we participatie vanuit omgevingsmanagement en de Omgevingswet vorm geven.

Doelen

Participatie heeft binnen onze gemeente drie doelen:

1. Prettig samenleven
2. Betere en beter gedragen plannen maken
3. Zorgvuldige besluiten nemen

Prettig samenleven – een goede buur zijn

Bij het maken van plannen -groot of klein- vinden inwoners en ondernemers die daarvan iets gaan merken het over het algemeen prettig als zij tijdig worden geïnformeerd, de ruimte krijgen om suggesties te doen en het gesprek mogelijk is over wat het voor hen zou kunnen betekenen.

Wanneer het mogelijk is om rekening te houden met hun belangen en behoeften, of wanneer er zelfs een samenwerking in zit, dan nemen we dit mee in de planvorming. Dit alles is goed voor een prettige relatie en goede verstandhouding met elkaar. Bovendien vergroot het de kans dat goed overleg formele bezwaren voorkomt.

Betere en integrale plannen maken

We brengen belangen, kansen en zorgen in beeld en maken gebruik van ideeën en kennis van belanghebbenden. Op die manier kunnen we plannen, en de integraliteit daarvan, verbeteren.

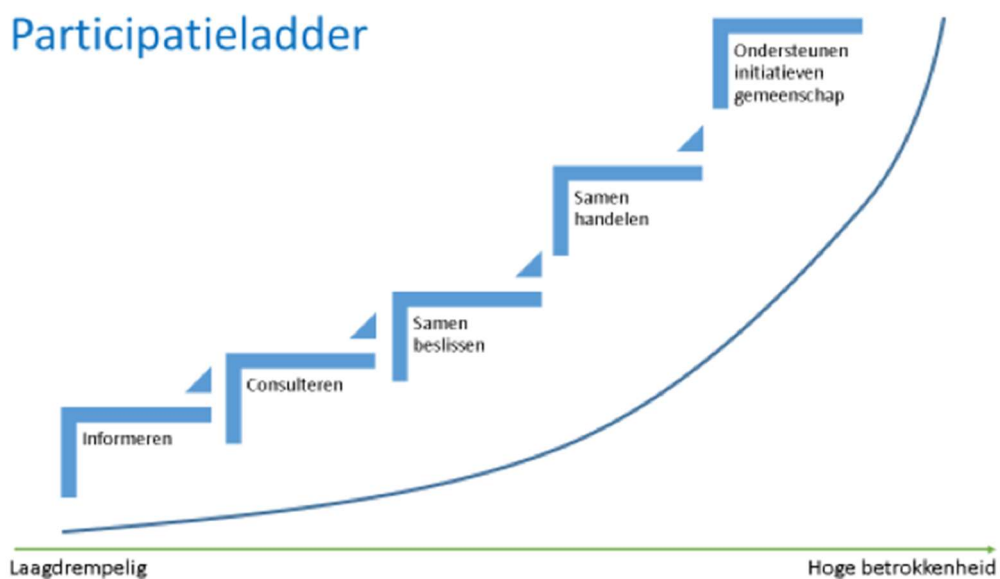
Zorgvuldig besluiten nemen

Door belangen helder in beeld te hebben en te laten zien welke afwegingen we maken, nemen we zorgvuldiger besluiten. Dat is een vanzelfsprekende verantwoordelijkheid van de gemeente.

Zorgen voor draagvlak is een juiste houding als ‘goede buur’. Het zorgt ook voor betere plannen en zorgvuldige besluiten. Dat vinden wij belangrijk, maar het is geen doel of verplichting. Want in specifieke gevallen kan het nodig zijn om besluiten op een andere manier te nemen.

Welke vormen van participatie zijn er?

Het betrekken van de samenleving door de gemeente bij onderwerpen waaraan zij werkt, noemen we burgerparticipatie. Deze betrokkenheid kent meerdere vormen: je kunt inwoners informeren, raadplegen, laten adviseren, laten meepraten, laten meedoen en zelfs mee laten besluiten. Dat inwoners betrokken willen zijn, betekent niet per se dat ze over alles willen meepraten. Maar wel dat ze in elk geval op de hoogte willen zijn en in staat worden gesteld om hun advies, mening of idee te geven over onderwerpen die hen in hun dagelijks leven aangaan. Sprekende voorbeelden zijn de speeltuin of het openbare groen in de wijk, het bevorderen van een lokale energiecoöperatie, de inrichting van wegen, de ondersteuning van mantelzorg, het bevorderen van meer bewegen.



Bron: Participatieladder van David Wilcox

We geven als gemeente ook ruimte aan de samenleving om zélf hun plannen tot uitvoering te brengen. Daarin wegen de belangen van betrokkenen nadrukkelijk mee. We vinden het vanzelfsprekend dat een initiatiefnemer de burens en andere belanghebbenden informeert, praat over het initiatief en hen erbij betreft. Wij stimuleren in zo'n situatie om over te gaan tot vanzelfsprekende participatie. Waar nodig denken we met de initiatiefnemers mee om de participatie goed vorm te geven en wijzen hen op onze participatiegids, waarin onze doelen, uitgangspunten en goede voorbeelden hierover zijn te vinden.

Daarnaast kan ook aan ons als gemeente worden gevraagd om te participeren in een plan dat vanuit de samenleving zelf wordt opgepakt. Dan is er sprake van overheidsparticipatie. Zie ook bijlage 8 (Rollen bij participatie).

Helderheid over rol en afzender in participatieproces

Helderheid over rollen en afzenders in een participatieproces vinden we belangrijk. Beleidsmakers en projectleiders nemen wegen dit bewust af in hun trajecten. Bij raadsvoorstellen stelt de

gemeenteraad aan het begin van een traject de kaders vast waaronder ook duidelijkheid over ieders rol.

In sommige situaties is de gemeente niet de afzender (bijvoorbeeld bij windmolenprojecten). Zij neemt dan evenwel haar rol als dat wenselijk is. Bijvoorbeeld door het actief informeren van inwoners door de gemeente over een ontwikkeling of initiatief van een partij in of nabij haar directe leefomgeving en wie daarin welke rol heeft. Denk bijvoorbeeld aan een artikel via de diverse gemeentelijke media of communicatie op dorpsniveau via een bericht in de directe omgeving. Maar ook door de samenwerking met een initiatiefnemer te zoeken als het deze partij alleen niet lukt. Denk hierbij aan de inzet van een neutrale partij die uitleg geeft aan de samenleving.

Een andere rol die we als gemeente kunnen hebben is die van gedeeld eigenaar- en afzenderschap. Zoals bij de Regionale Energiestrategie Rivierenland (RES). In dat geval sluiten we aan bij de regionale aanpak met verbonden partijen én informeren we onze inwoners.

De implicaties van de Regionale Energiestrategie Rivierenland (RES) komen steeds dichterbij, ook voor onze inwoners en ondernemers. De communicatie was er eerst op gericht de kennis en informatiepositie te versterken. Het schuift nu meer op naar het steeds meer betrekken richting de RES 2.0. Nu de concretisering van de (uitvoering van) de RES toeneemt groeit de groep belangstellenden en betrokken inwoners en de daarmee gepaard gaande opvattingen. Het is belangrijk om die interesse vast te houden, het verhaal te duiden en een duidelijk handelingsperspectief te bieden bij deze lange termijndoelen en -plannen die de gemeentegrenzen overstijgen. De participatie is erop gericht de belangen goed in beeld te brengen en het begrip voor besluiten en initiatieven te vergroten.

Dit doen we door meer campagnematige communicatie over de energietransitie via website, nieuwsbrieven, sociale media en berichten op de gemeentepagina's in huis-aan-huisbladen. De inhoud verschuift van informatie over het proces naar inspirerende lokale voorbeelden van particulieren, ondernemers en coöperaties die bezig zijn met duurzame energie en mogelijkheden om zelf maatregelen te treffen. Dit geeft energie en stimuleert het zelf doen en meedoen. Ook willen we duidelijker de verbinding leggen tussen energie besparen, duurzame energie opwekken en aandacht besteden aan de link tussen elektriciteit en warmte. De aanpak zal in de loop van de tijd ook steeds meer verschuiven van informeren over, naar meedoen met inclusief de handvatten die daarbij horen (energieloket, energiecoöperatie e.d.).

➤ ***Zie: Bijlage 2 voor actieprogramma 'Vanzelfsprekende participatie 2021/2022'***

Thema 3: Communicatief en participatief vaardige organisatie

Gemeente Neder-Betuwe vindt het gesprek met haar inwoners, ondernemers en organisaties erg belangrijk. Iedereen binnen onze organisatie heeft hierin een rol. Want communiceren doen we allemaal. Communicatie is van ons allemaal. Dat hoort bij ons werk.

Deze hoofdtaak - het contact over en weer tussen inwoners, ondernemers, organisaties, andere belanghebbenden en de gemeente is daarom een verantwoordelijkheid van de gehele gemeentelijke organisatie.

Quote:

“Als je iets van me wil, stuur me dan alsjeblieft geen e-mail. Maar laat de accountmanager bedrijven mij bellen.”

Lokale ondernemer

Het team communicatie is en blijft de expert op dit gebied. Zij houdt regie en geeft gevraagd en ongevraagd advies.

Een communicatief en participatief vaardige organisatie is essentieel voor een goede relatie met de samenleving, belangrijk voor een goede reputatie van onze organisatie en cruciaal voor het welslagen van ons beleid en onze plannen en projecten. En hier zijn we goed in. We kennen elkaar en weten elkaar te vinden binnen Neder-Betuwe.

- *Zie: Bijlage 3 voor actieprogramma ‘Communicatief en participatief vaardige organisatie 2021/2022’*

4. Positionering Neder-Betuwe

Deze Visie richt zich op een goede communicatie tussen onze gemeente en de samenleving over projecten en beleid. En waar mogelijk geven wij dit in samenspraak vorm voor betere plannen en een zorgvuldige besluitvorming. In dit hoofdstuk lichten we het onderwerp ‘positionering’ kort toe en geven aan hoe dit onderwerp wordt geborgd buiten deze visie.

Toelichting positionering Neder-Betuwe

Positionering gaat over het meer bekendheid geven aan Neder-Betuwe en wat zij te bieden heeft. Dit kan voor uiteenlopende doelen zijn. Denk hierbij aan het aantrekken van specifieke ondernemers of bijvoorbeeld het positioneren van het ondernemerschap in de gemeente op nationaal en internationaal niveau. Het kan ook een heel andere insteek hebben zoals het aantrekken van voldoende en passend personeel of het heeft als doel een lobby, bijvoorbeeld voor verbetering van de infrastructuur van het openbaar vervoer. Al deze positioneringsvraagstukken vragen om een uiteenlopende en geheel eigen benadering (marketing) waarvoor de mogelijkheden en middelen binnen onze organisatie heel beperkt zijn.

Kracht vanuit de samenleving

Als gemeente hebben we vertrouwen in de kracht van bestaande netwerken en de zogenoemde branding vanuit de samenleving. Hierbij stellen we ons niet op als centrale trekker maar als één van de partners. Onze focus als gemeente ligt bij het goed besturen van Neder-Betuwe.

Daarnaast kan het voor bepaalde doelen (aantrekken ondernemers, bepaalde werknemers, meer toeristen, lobby voor meer infra etc) wenselijk zijn om je op een bepaalde manier te positioneren. Dat gebeurt dan in samenstellingen die voor dat doel krachtiger zijn: en dat is vooral regionaal.

Regionale samenwerking

Daarom zetten we niet in op een individuele Neder-Betuwse aanpak, maar maken we gebruik van wat al in onze regio aanwezig is. Dat betekent: actief mee blijven werken aan regiosamenwerking en de promotie van de streek met partners zoals Regio Rivierenland.

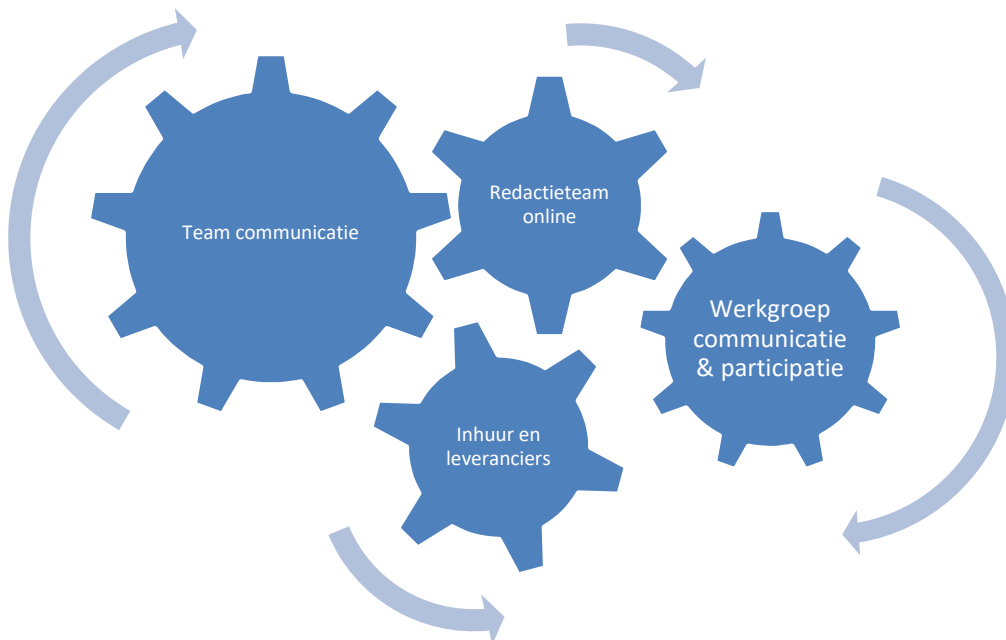
Acties voor profilering van Neder-Betuwe houden we zeer beperkt vanwege de keuzes die wij in deze visie benoemen en de beperkte middelen en menskracht. Bovendien vraagt een succesvolle profilering om een gerichte en specifieke vraag en aanpak.

➤ *Zie: Bijlage 4 voor actieprogramma 'Positionering Neder-Betuwe 2021/2022'*

5. Organisatie en budget

Organisatie van de communicatie

Communicatie en participatie worden georganiseerd vanuit het team communicatie als onderdeel van de afdeling Bedrijfsvoering, het redactieteam online, de werkgroep communicatie & participatie en waar nodig versterkt met een flexibele schil van inhuur en leveranciers. Het redactieteam en de werkgroep worden gevormd op initiatief van team communicatie, deelnemers vormen een afvaardiging uit de organisatie.



Formatie team communicatie

Uit de gesprekken met stakeholders, de raad, college en de organisatie blijkt dat er meer wensen en behoeften zijn wat betreft de inzet van communicatie en participatie. We zijn een ambitieuze gemeente en hebben grote opgaven die vragen om zorgvuldige communicatie en participatie om betere plannen of beleid te kunnen maken. Om aan de vraag te kunnen voldoen stellen we in deze visie een zo efficiënt mogelijke werkwijze voor. Dit vertaalt zich in werken met standaarden, goede afspraken maken met de pijlers over het standaard communicatieaanbod en wat een extra budget vraagt van het specifieke beleidstraject of project en investeren in de communicatief en participatief vaardige organisatie; zodat we de communicatiekracht in de organisatie steeds optimaler kunnen benutten.

Werken vanuit deze visie betekent ook investeren in een andere werkwijze en in verdere en specifieke competenties bij de communicatieprofessionals. En het optimaliseren van de communicatie middelenmix, een (online) participatieplatform en meer digitale communicatie.

Ook constateren we dat door de toename van interactie die we zoeken in de communicatie en participatietrajecten en de toegenomen structuur in overleg met het college en de pijlers, de vragen voor communicatie toenemen.

In de wet- en regelgeving wordt het belang van participatie steeds meer verankerd. In de Omgevingswet die halverwege 2022 van start gaat, is participatief handelen een belangrijk speerpunt die ook consequenties heeft voor de gemeentelijke inzet wat betreft beleid en communicatie en participatie.

De huidige totale formatie voor communicatie is nu 2,77 fte. Dit is inclusief vacatureruimte voor 1,33 fte. Deze vacatureruimte wordt nu ingevuld door tijdelijke medewerkers. We willen deze vacatureruimte graag zo snel mogelijk invullen met vaste medewerkers, maar willen ook zeker weten dat dit voldoende is voor de vraag die er is naar communicatie en participatie.

Zodoende is ons voorstel om komend jaar de formatie met 0,92 op te plussen. Dit geeft ruimte om komend jaar de benodigde capaciteit te hebben om te bouwen aan de uitvoering van de Visie. Daarnaast geeft dit de tijd om te monitoren of de veranderingen in de werkwijze voldoende zijn om aan de vraag naar communicatie en participatie te voldoen. Na een jaar kunnen we de balans opmaken en u een definitief voorstel voorleggen voor de formatie en dan ook alle functies vast invulling gaan geven.

Werkbudget communicatie concernbreed

Team communicatie beschikt over een beperkt budget voor reguliere projecten en (algemene) communicatie voor bestuur en organisatie. Het gaat om een werkbudget van € 51.500,- per jaar.

Inzet van dit budget gaat vooral naar sociale media en website, publicatiemateriaal (inclusief vier keer Neder-Betuwe Magazine en de wekelijkse gemeentepagina in het huis-aan-huisblad, fotografie en incidentele inhuur voor communicatieproducten:

Neder-Betuwe Magazine	10.000,- per jaar <i>(taakstelling: per 2023 kostenneutraal)</i>
Gemeentepagina in het huis-aan-huisblad	20.000,- per jaar
Wettenbank (www.overheid.nl)	16.000,- per jaar
Fotografie, video, vormgeving	4.600,- per jaar

De aangevraagde budgetten in digitale infrastructuur voor communicatie en participatie bedragen € 50.000 incidenteel in 2022 en € 27.000 incidenteel in 2023 (zie Kadernota). Het gaat hierbij om online participatiemogelijkheden en een kwaliteitsslag in digitale communicatiemiddelen en online monitoring van wat er speelt in de samenleving om adequaat en effectief communicatie in te kunnen zetten voor de toekomst.

Werkbudget communicatie projecten en beleid

Er is vanuit concerncommunicatie geen budget voor de uitvoering van communicatie en participatie rondom specifieke projecten of beleidstrajecten. Kosten voor de ontwikkeling van deze communicatiemiddelen en eventuele inhuur van communicatie- of participatiespecialisten dragen de projecten zelf en worden uitgevoerd onder regie van communicatie.

We zorgen ervoor dat de kosten voor communicatie en participatie inzichtelijk zijn en, onder regie van corporate communicatie, gericht worden ingezet in beleidstrajecten en projecten. Op deze manier kunnen we de inzet van communicatie en participatie optimaliseren.

6. Bijlagen

Bijlage 1: Actieprogramma doelgroepgericht communiceren 2021/2022

Bijlage 2: Actieprogramma vanzelfsprekende participatie 2021/2022

Bijlage 3: Actieprogramma communicatief en participatief vaardige organisatie 2021/2022

Bijlage 4: Actieprogramma positionering Neder-Betuwe 2021/2022

Bijlage 5: Overzicht communicatie- en participatiemiddelen

Bijlage 6: Samenvatting burgerconsultatie TipNeder-Betuwe

Bijlage 7: Rollen bij participatie

Bijlage 1: Actieprogramma doelgroep gericht communiceren 2021/2022

➤ Actie - Factor C introduceren

Wat: Factor C is een beproefde methode bij gemeenten om de omgeving (zowel extern als intern) rondom hun projecten of beleid in beeld te brengen, weloverwogen keuzes te maken wat betreft communicatie en participatie en boodschappen te ontwerpen vanuit de beleving van de doelgroep. Het bestaat uit een aantal praktische en eenvoudige handvatten.

Hoe: Iedere pijler krijgt de mogelijkheid om een of meerdere korte workshops te volgen waarmee medewerkers kennis krijgen van deze werkwijze aan de hand van een praktijkcase. Communicatie faciliteert deze sessies voor beeldbepalende projecten (bijvoorbeeld voor programma buitengebied) en zorgt voor een systeem waarin het speelveld en stakeholders overzichtelijk en actueel inzichtelijk zijn met daarin de kenmerken en wijze van bereik zijn opgenomen.

➤ Actie: Investeren in monitoringstool en chatbot

Wat: Met een relatief klein budget zijn we in staat een monitoringstool (Obi4Wan) aan te schaffen waarmee we online geluiden vanuit de samenleving beter in beeld krijgen en wij er zo nodig snel op kunnen reageren. Ook wordt de mogelijkheid tot de integratie van een chatbot in een volgende ontwikkelfase van de nieuwe website onderzocht, zodat alle digitale benaderingen van inwoners en ondernemers op een centrale plaats binnenkomen en afgehandeld kunnen worden.

Hoe: Een nauwe samenwerking tussen ons Klantcontactcentrum (KCC), team communicatie, projectleiders en beleidsmedewerkers. Met de informatie die we vergaren kunnen we onze aanpak voor wat betreft beleid, communicatie en participatie scherper vormgeven. Het helpt organisatie en bestuur om proactiever te acteren op dat wat leeft in een deel van de samenleving.

➤ Actie: Doelgroepgericht schrijven faciliteren

Wat: In het verleden zijn schrijftrainingen gefaciliteerd binnen de organisatie. We gaan intern de wens en mogelijkheden na om dit weer aan te bieden.

Hoe: Communicatie verkent met P&O of er behoefte is aan een dergelijk training, en zo ja: hoe we dit vorm kunnen geven vanuit het centrale opleidingsplan of in een andere vorm).

➤ Actie: Standaardiseren en digitaliseren

Wat: We standaardiseren en actualiseren waar nodig de externe en interne communicatiemiddelenmix.

Hoe: We hebben onze bestaande communicatie- en participatiemiddelen geïnventariseerd. Deze stellen we digitaal beschikbaar voor de hele organisatie via een zogenaamd 'communicatie-menu'. Daarbij maken we inzichtelijk en geven advies over welk communicatiemiddel voor welke doelgroep doorgaans het meest geschikt is en welke werkzaamheden, vaardigheden en kennis het communicatieteam brengt. Uiteraard met de toevoeging: 'Maatwerk!' Team communicatie kan daarbij adviseren.

➤ Actie: Online strategie

Wat: We gaan werken aan de hand van een online strategie. Daarbij zetten we in op het verbeteren van de huidige kanalen en het vergroten van het bereik.

Hoe: Team communicatie voert de regie aan de hand van deze strategie. Op welke online middelen er wanneer wordt ingezet, dat is afhankelijk van de doelen en de doelgroepen. We beperken ons daarbij tot onze website (volgens het concept Toptaken), Facebook, LinkedIn, Twitter en Instagram. We monitoren de effectiviteit en sturen bij indien nodig. We richten ons eerst op de relevante content; om het bereik te vergroten verwijzen we vervolgens steeds vaker naar online informatiebronnen. De relevantie voor het gebruik van de kanalen neemt daardoor toe. Verder overwegen we een (online) campagne om de bekendheid en zichtbaarheid van onze sociale media te vergroten.

➤ Actie: Vernieuwen website

Wat: We vernieuwen onze website

www.nederbetuwe.nl, volgens het 'Toptaken-concept': een site waarbij de bezoeker snel de juiste informatie vindt en zelf bepaalde acties makkelijk kan uitvoeren, zoals digitale aanvragen. Ook wordt informatie over projecten en partners ontsloten via de website (of aanverwante platformen).

Hoe: De website wordt zo ingericht dat de meest gevraagde onderwerpen van dat moment bovenaan staan. Ook is de website optimaal toegankelijk voor mensen die een beperking hebben.

Quote:

"Update of upgrade de website. Hij is al een stuk verbeterd, maar iets zoeken blijft ongelofelijk lastig."

Inwoner

N.B. Onder thema 2 'vanzelfsprekende participatie' staat meer informatie over het online participatieplatform dat we willen ontwikkelen. Deze vormt een belangrijke koppeling met de raadpleegfunctie van de vernieuwde website doordat dit platform de kans biedt op een centrale plek interactiever te communiceren over initiatieven in de leefomgeving.

Actie: Gedrukte media nader wegen

Wat: De mate waarin wij bestaande analoge media inzetten (Neder-Betuwe Magazine en de gemeentepagina in het huis-aan-huisblad) opnieuw bezien in combinatie met nieuw te ontwikkelen media zoals een nieuwsbrief of dorpsbericht.

Hoe: De inzet is effectief en zo mogelijk kostenneutraal. De insteek is ook hier: maatwerk leveren mits het voldoet aan de wettelijke vereisten. Onder meer dat onze gemeentelijke regelingen correct zijn vermeld in het decentrale regelingenbestand Overheid.nl.

Bijlage 2: Actieprogramma zelfspreekende participatie 2021/2022

➤ Actie: Randvoorwaarden helder

Wat: Inzicht geven in wat de gemeente verstaat onder goede participatie en wanneer dat al dan niet mogelijk is.

Hoe: We ontwikkelen een participatiegids met daarin informatie over waaraan participatie in Neder-Betuwe moet voldoen. Inclusief voorbeelden uit de verschillende beleidsvelden. Deze participatiegids ontsluiten we via onze website.

➤ Actie: Aansporen en stimuleren buiten de organisatie

Wat: We stimuleren initiatiefnemers om zelf participatie toe te passen.

Hoe: Wij sporen hen aan door te wijzen op het belang, de opbrengst van zorgvuldige participatie en de inspirerende voorbeelden die er zijn in de samenleving. De handvatten bundelen we in een participatiegids die aansluit op wat de Omgevingswet van ons vraagt.

➤ Actie: Investeren in een centraal online participatieplatform

Wat: Standaardiseren van de werkwijzen en een of meerdere participatietools beschikbaar stellen aan de organisatie.

Hoe: Er zijn diverse tools. Ze zijn niet altijd even effectief en bovendien zijn ze kostbaar in aanschaf. Inmiddels is een budget gevraagd voor een betaalbaar centraal online participatieplatform dat in 2022 beschikbaar is. Met meer interactieve mogelijkheden en meerdere tools die onder regie van communicatie door de diverse beleidsafdelingen ingezet kunnen worden. Efficiënt in kosten en in tijd en ook nog eens effectief.

➤ Actie: Faciliteren van de organisatie

Wat: We faciliteren de ambtelijke organisatie met training, kennisoverdracht, tools en handreikingen om participatie goed vorm te geven.

Hoe: We beginnen niet vanaf 'nul' en passen maatwerk toe. We deden al veel ervaring op en ontwikkelden tools en werkwijzen die een zorgvuldig participatieproces ondersteunen. Deze opgebouwde kennis en middelen gaan we uitbreiden, verfijnen en goed ontsluiten voor de hele organisatie. Onder meer via het centraal opleidingsaanbod en de te vormen werkgroep communicatie & participatie.

➤ Actie: Ingevulde communicatie- en participatieparagraaf verplicht voor organisatie

Wat: Een raadsvoorstel of college-advies is altijd voorzien van een ingevulde communicatie- en participatieparagraaf. Het bijbehorende budget voor communicatie en participatie wordt opgenomen in de financiële paragraaf van het voorstel.

Hoe: In deze paragraaf legt de auteur onderbouwd uit wie communiceert en ook wat, waarom, wanneer en hoe. Onderbouwd is aangegeven of en zo ja hoe er sprake is van participatie, wat de kaders zijn en hoe de resultaten worden gemeten en teruggekoppeld naar de raad en betrokkenen, eventueel met tussentijds de stand van zaken. We ontwikkelen een hulpmiddel dat de organisatie helpt om bij participatie een weloverwogen inschatting te maken. De auteur vraagt de betrokken communicatieadviseur om advies bij deze paragraaf. De afdelingsmanager parafeert bij akkoord. De Kwaliteitscommissie van de interne organisatie toetst.

Bijlage 3: Actieprogramma communicatief en participatief vaardige organisatie 2021/2022

- Actie: Faciliteren
Wat: We maken het medewerkers zo gemakkelijk mogelijk om communicatie en participatie integraal onderdeel te laten zijn binnen hun werk.
Hoe: Team communicatie ontwikkelt een 'communicatiemenu' met een duidelijk en zichtbaar ondersteuningsaanbod aan tools, handvatten, afwegingskader, formats en informatie.
- Actie: Kwaliteitshandvest actualiseren
Wat: We houden ons bestaande Kwaliteitshandvest (servicenormen) tegen het licht en actualiseren deze waar nodig.
Hoe: Team communicatie pakt deze actie op met betrokkenen en integreert deze in het communicatiemenu.
- Actie: Kennis vergroten en begeleiden van medewerkers
Wat: Door middel van workshops, training en begeleiding helpen we medewerkers om zich essentiële vaardigheden zo nodig (meer) eigen te maken om een communicatief en participatief vaardige medewerker te zijn en te blijven.
Hoe: Communicatie en Personeel & Organisatie (P&O) ontwerpen hiervoor een aanbod aan producten en diensten dat medewerkers op individueel niveau helpt om zodanig te handelen.
- Overzicht creëren
Wat: Aan de hand van een contentkalender brengen we in beeld welke mijlpalen en communicatiemomenten op de planning staan. Hiermee creëren we overzicht en betere planning en afstemming.
Hoe: De op te richten werkgroep communicatie & participatie ontwerpt een organisatiebrede contentkalender.
- Actie: Aandacht voor competenties
Wat: Bij de werving van nieuwe medewerkers is de competentie 'communicatief en participatief vaardig' een vast onderdeel.
Hoe: De manager is hiervoor verantwoordelijk en hier alert op. P&O heeft hierin een signalerende rol. In het introductieprogramma maken wij nieuwe medewerkers wegwijs in onze Visie op Communicatie & Participatie. We vertellen hen waar zij informatie en tools kunnen vinden en wijzen hen op de trainingsmogelijkheden. In de ontwikkelgesprekken bespreken de manager en de medewerker of er behoefte is aan extra kennis of vaardigheden op dit vlak.
- Actie: Team communicatie als expert integratie communicatie en participatie
Wat: Regierol communicatie bij team communicatie
Hoe: We optimaliseren de inzet van de communicatiemedewerkers voor de pijlers en zorgen ervoor dat de collega's in de organisatie in staat zijn in hun beleidstrajecten en projectplannen communicatief en participatief vaardig te handelen. De communicatieadviseurs hebben ieder een eigen aandachtsgebied: er is een adviseur

bestuur en een adviseur beleid. Ondersteunende en uitvoerende communicatieactiviteiten worden belegd bij de vaste communicatiemedewerkers of tijdelijke communicatiedeskundigen die via inhuur vanuit projecten werken. Dit onder regie van team communicatie. Team communicatie gaat intensiever samenwerken met het Klantcontactcentrum zodat we wendbaarder zijn en sneller en optimaler de communicatie en interactie kunnen vormgeven.

➤ Actie: Interne communicatie

Wat: Zorgvuldige inzet op goede interne communicatie tussen en met medewerkers.

Hoe: Het intranet blijft een centrale positie in de interne communicatie innemen, zeker bij hybride werken. Team communicatie voert het beheer en adviseert het lijnmanagement hoe zij het medium beter kan benutten.

➤ Actie: Benutten communicatiekracht in de organisatie

Wat: Vorming redactieteam en werkgroep

Hoe: We vormen een 'redactieteam online' en een 'werkgroep communicatie en participatie'. Hieraan nemen communicatiemedewerkers en contactpersonen per pijler deel. Op die manier benutten we de inhoud en vorm van online communicatie optimaal. Per pijler stemmen we de inhoud en vorm van communicatie en participatie met elkaar af en houden we elkaar scherp. Door te investeren in trainingen en het integreren van communicatie en participatie in onze taken, zorgen we gezamenlijk voor een sterkere en eenduidiger communicatie.

Bijlage 4: Actieprogramma positionering Neder-Betuwe 2021/2022

➤ Actie: Profilering blijft op de agenda

Wat: We zorgen ervoor dat profilering als onderwerp geborgd blijft binnen de organisatie.

Hoe: Dat gebeurt al. Bijvoorbeeld door het promoten en zichtbaar maken van recreatieve en toeristische activiteiten, activiteiten op het gebied van duurzaamheid en het faciliteren van economische ontwikkelingen en andere zaken. Daarmee laten wij zien wat Neder-Betuwe te bieden heeft. Daarnaast adviseert communicatie over de marketing- of lobbyaanpak bij specifieke vragen.

➤ Actie: Regionale profilering

Wat: We werken veel in regioverband samen; daarom positioneert Neder-Betuwe zich ook bij regionale initiatieven.

Hoe: Onze communicatie- en participatieadviseurs schuiven aan in relevante overleggen of werkgroepen. Via onze gemeentelijke website linken we naar websites van regionale positioneringsinitiatieven, onder andere:

- Regio Rivierenland

Voor samenwerking tussen de acht aangesloten gemeenten voor een sterke regio

en als overheidsonderdeel van:

- Fruit Delta Rivierenland

Voor inzet op de vijf O's: overheid, onderzoek, onderwijs, ondernemers en ondernemende burgers.

- Tree Centre Opheusden (TCO) en Agro Business Centre Opheusden (ABC) *voor de laanboomteelt (in samenwerking met de gemeenten Buren en Overbetuwe)*

Bijlage 5: Overzicht communicatie- en participatiemiddelen

Team communicatie biedt concernbreed een aantal communicatie- en participatiemiddelen aan. Dat betekent dat zij hierop de regie en redactie voeren, en/of de organisatie adviseren om hiervan zo effectief mogelijk gebruik van te maken. Overige communicatie- en participatiemiddelen dienen vanuit projectbudget te worden gefinancierd.

We onderzoeken of we voor meer doelgroepgerichte communicatie en meer omgevingsbetrokkenheid kunnen gaan werken met periodieke gebiedsgerichte nieuwsbulletins die we op papier verspreiden en mogelijk digitale nieuwsbrief voor inwoners. De haalbaarheid hiervoor wordt in Q4 van 2021 onderzocht.

Het standaard, organisatiebrede aanbod van communicatie- en participatiemiddelen bestaat uit:

	Doelgroep	Bijzonderheden
Website	Inwoners, bedrijven en organisaties	Toptaken website, digi-toegankelijk
Neder-Betuwe Magazine	Inwoners en bedrijven	4* per jaar, 9.000 stks huis aan huis bezorgd
Facebook	Inwoners	2.540 volgers
Gemeentepagina in Hét Gemeentenieuws	Inwoners	24.000 stks
LinkedIn	Bedrijven en potentiële werknemers	1.953 volgers
Twitter	Inwoners, ondernemers en journalisten	1.241 volgers
Instagram	Inwoners	778 volgers
Intranet	Medewerkers	150-185 medewerkers (incl. inhuur en stagiaires)
Online participatieplatform	Inwoners en initiatiefnemers	Budgetaanvraag 2022/23
Online monitoringstool	Bestuur en medewerkers communicatie, KCC, beleid en projectleiders	Budgetaanvraag 2022/23
Toolkit communicatie en participatie	Medewerkers	Aanbieden via intranet

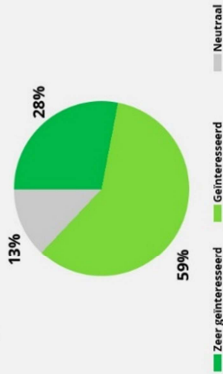
De vernieuwde website fungeert als centraal 'raadpleegmiddel' en op de social media kanalen lezen onze doelgroepen vooral nieuws.

In lijn met de online strategie, is het streven om het aantal social media volgers (Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram) te behouden, uit te bouwen en zo het bereik te vergroten. Dit doen we door relevante content te maken, in uitingen naar online kanalen te verwijzen zodat deze vaker worden geraadpleegd en indien nodig campagne te voeren voor meer bekendheid en zichtbaarheid.

Visie op communicatie & participatie in de gemeente Neder-Betuwe

In april 2021 deed de gemeente Neder-Betuwe een raadpleging onder inwoners over communicatie en participatie. Met deze inzichten actualiseert de gemeente haar 'Visie op Communicatie & Participatie'.

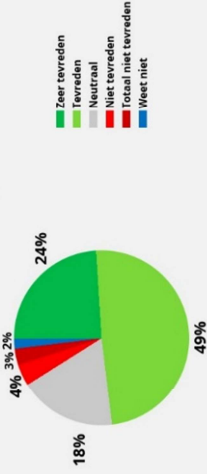
Interesse in berichten van de gemeente Neder-Betuwe?



Voorkeur ontvangen gemeente berichten

1. In de gemeentepagina in het huis-aan-huisblad Hét Gemeentenuws (63%)
2. Via Facebook van de gemeente (60%)
3. In het Neder-Betuwe Magazine (51%)

Tevredenheid over het laatste contact met een medewerker van het gemeentekantoor



Wens actieve betrokkenheid



Voorkeur van betrokken blijven

1. Mee te doen met een online vragenlijst/ onderzoek (81%)
2. Door naar een informatie- of inspraakavond te gaan (37%)
3. Of door mee te doen met een schriftelijke vragenlijst/ onderzoek (33%)

Thema's waar betrokken over blijven

1. Klimaat en duurzaamheid (49%)
2. Bestemmingsplannen, bouwen en verbouwen (48%)
3. Gezondheid, zorg en welzijn (41%)



Bijlage 7: Rollen bij participatie

	Initiatief bij	Rol gemeente	Rol initiatiefnemer
Burgerparticipatie	Gemeente	Zie 'rol initiatiefnemer' ->	Informeert samenleving Organiseert participatie
Initiatieven van derden (zoals projectontwikkelaars)	Initiatiefnemer(s)	Informeert samenleving Denkt mee	Informeert samenleving Organiseert participatie
Overheidsparticipatie	Samenleving	Informeert samenleving Stimuleert initiatiefnemer Werkt mee	Informeert samenleving Organiseert participatie

