

Communicatieplan

Herindeling Westerkwartiergemeenten

Fier op/naar het Westerkwartier



Oktober 2016

Inhoud

	Pag.
Inleiding	3
1. Communicatiedoelstelling	5
1.1 Doelstelling	5
1.2 Externe communicatie	5
1.3 Interne communicatie	7
2. Doelgroepen	9
2.1 Doelgroepen extern	9
2.2 Doelgroepen Intern	9
3. Organisatie van de communicatie	11
4. Kosten	12
4.1 Kostenraming 2016-2019	12
Bijlage 1: Overzicht externe communicatiemiddelen	13
Bijlage 2: Overzicht interne communicatiemiddelen	16
Bijlage 3: Communicatieplanning	19

Inleiding

In het Westerkwartier bereiden wij ons voor op een gemeentelijke herindeling per 1 januari 2019. Om het proces hier naartoe in goede banen te leiden, spelen de organisatie, inhoud en uitvoering van de communicatie een belangrijke rol. Het gaat om een continu proces van interactie tussen en dialoog met inwoners, medewerkers en bestuurders van de vier gemeenten, gericht op het vormgeven van de nieuwe gemeente Westerkwartier.

Communicatie dient er voor te zorgen dat er sprake is van positieve beeldvorming, vertrouwen, participatie, begrip en creativiteit. Het is voor de succesvolle voortgang in het traject van belang dat we alle partijen en daarmee ook de inwoners, bedrijven en instellingen gelijktijdig hierbij betrekken en consistent informeren over het hoe en waarom van het fusieproces en waar we naar toe gaan. De nieuwe gemeente dient een plek te krijgen in de hoofden en harten van de inwoners, medewerkers en bestuurders.

Inhoud

In dit plan staat beschreven hoe we de externe en interne communicatie over de herindeling inrichten. We hebben een aantal doelstellingen en uitgangspunten opgenomen waaraan de communicatie tijdens het herindelingsproces dient te voldoen. Verder zijn in dit plan de doelgroepen, communicatiemiddelen en -activiteiten en communicatieplanning opgenomen.

Een herindeling is een dynamisch proces. Waar nodig actualiseren we het plan tijdens het proces en passen we het aan de (nieuwe) ontwikkelingen en trends aan. Zo nodig stellen we aparte en praktische communicatieplannen op.

“Wij willen een moderne overheid die kansen biedt aan burgers” (deelnemer W-500 bijeenkomst juni 2016)

Fasen

Het herindelingstraject bestaat uit drie fasen. Dit communicatieplan richt zich vooral op de eerste twee fasen.

Fase 1 Januari 2016 – januari 2019

Tijdens deze fase is het belangrijk het proces van de herindeling te verduidelijken en de meerwaarde van de herindeling te communiceren. We besteden aandacht aan de inrichting en werking van de nieuwe gemeente.

Fase 2 Medio 2017– januari 2019

Nadat de naam gemeente Westerkwartier is vastgesteld, laten we een nieuwe huisstijl ontwikkelen. Vervolgens stellen we de nieuwe gemeente voor en presenteren we de nieuwe naam, het nieuwe logo en de huisstijl.

Fase 3 Na 1 januari 2019

Na de herindeling leggen we het accent op het functioneren van de nieuwe gemeente. Wat verandert er? De voorbereidingen hiervoor starten al in het najaar van 2018.

Fasen communicatie herindeling



Fase 1 en 2 lopen deels parallel aan elkaar. Hierbij speelt in fase 1 vooral de communicatie over de herindeling en in fase 2 gaan we steeds meer in op de voorbereidende activiteiten voor de nieuwe gemeente. De communicatie-inzet stemmen we ook af op de planning in het Plan van Aanpak ‘Samen werken aan/in de gemeente Westerkwartier’.

We betrekken de medewerkers en de externe doelgroepen zoveel mogelijk bij het verloop van het herindelingstraject. We willen de doelgroepen zo motiveren mee te denken en mee te groeien in het proces naar de nieuwe gemeente.

Later in het externe proces verschuift de focus naar het positioneren van de nieuwe organisatie in de regio met een eigen imago. Ook ligt het accent dan op een goede voorbereiding van onze inwoners, ondernemers en organisaties op de nieuwe gemeente en eventuele consequenties voor hen.

Voor de diverse deelplannen (zoals nieuw gemeentelogo, verkiezingen, herplaatsing medewerkers stellen we, waar nodig, in samenwerking met betrokken werkgroep/medewerkers aparte, praktische communicatieplannen op.

Periodiek maken we de balans op en kijken we of we onze doelstellingen halen en waar bijsturing nodig is.

1 Communicatiedoelstelling

1.1. Doelstelling

Als hoofddoelstelling geldt, dat alle doelgroepen goed geïnformeerd zijn over de te maken en gemaakte stappen in het herindelingsproces en wat de gevolgen daarvan zijn. Daarnaast willen we met onze communicatie doelgroepen betrekken bij en draagvlak creëren voor de maatregelen die nodig zijn voor een succesvolle herindeling. Betrokkenheid bij en vertrouwen in het proces resulteren in bereidheid tot medewerking en samenwerking met elkaar. Interactiviteit en ontmoetingen tussen inwoners, medewerkers en bestuurders dragen hier aan bij. Hier geven we dan ook op diverse manieren inhoud en uitvoering aan. Waarbij we initiatieven op dit vlak vanuit de inwoners, ondernemers en organisaties van harte omarmen en stimuleren.

Centraal

Bij onze informatie- en communicatie-inzet staan de begrippen actualiteit, proactief, interactief en gelijktijdigheid centraal:

1. Actualiteit

We streven ernaar de doelgroepen zo snel mogelijk te informeren en hen tijdig van de meest actuele informatie te voorzien.

2. Proactief

We spelen zoveel mogelijk in op de te verwachten communicatie- en informatiebehoefte van de doelgroepen en anticiperen in plaats van reageren.

3. Interactief

We geven de ruimte en tijd de doelgroepen actief en interactief te betrekken bij het herindelingsproces.

4. Gelijktijdigheid

Belangrijk is dat we doelgroepen van de vier gemeenten gelijktijdig informeren. Dit is vooral van belang bij de interne communicatie. Bestuurders en medewerkers dienen op hetzelfde moment over dezelfde informatie te kunnen beschikken.

1.2 Externe communicatie

Kernboodschap

In de externe kernboodschap onderstrepen we wat de noodzaak en de reden van herindeling zijn. De centrale boodschap is als volgt:

De herindeling zorgt voor een bestuurlijk sterke gemeente, in een streek die van oudsher een eenheid vormt. Deze gemeente is klaar voor de toekomst met moderne, kwalitatief goede, persoonlijke dienstverlening voor alle inwoners, instellingen en het bedrijfsleven.

Een wens die werd geuit op de W-500 over de toekomstige gemeente: **“Wij zijn de meest efficiënte gemeente met de hoogste kwaliteit van dienstverlening.”**

Burgerparticipatie

Tijdens het herindelingsproces betrekken we inwoners, ondernemers en vertegenwoordigers van maatschappelijke organisaties daar waar mogelijk en zinvol actief bij het proces. Daar waar mensen met ons meedenken, zorgen we ervoor dat we ook duidelijk laten zien wat we met hun bijdrage hebben gedaan. In de eerste fase in het proces (april/mei 2016) is een enquête gehouden onder een representatieve vertegenwoordiging van inwoners uit het Westerkwartier. Daarnaast heeft de raadsgroep in juni 2016 twee avonden over de toekomst van het Westerkwartier voor inwoners en maatschappelijke organisaties georganiseerd. Het doel van de inzet van deze communicatie-instrumenten is de betrokkenheid bij en het draagvlak voor de herindeling te vergroten.

We willen onze inwoners en maatschappelijke organisaties ook betrekken bij het vervolgproces herindeling. Dit doen we door het houden van enquêtes via een digitaal burgerpanel, dat we over diverse onderwerpen over de herindeling kunnen raadplegen. Verder organiseren we naar behoefte bijeenkomsten om inbreng te krijgen voor de verdere beleidsuitwerking. Ook bespreken we daarbij welke gevolgen de herindeling voor inwoners en maatschappelijke organisaties heeft en welke rol de nieuwe gemeente hierin heeft. Hierbij valt te denken aan dienstverlening, burger-/overheids-participatie en dorpenbeleid. Voor elk traject stellen we, waar nodig en relevant, met betreffende doelgroep(en) een communicatieplan op.



Foto's van de W-500 bijeenkomsten

Herkenbare huisstijl

We communiceren eenduidig en herkenbaar over de herindeling. Dat betekent dat de communicatiemiddelen die we inzetten, zoals de herindelingswebsite, advertenties, persberichten, brieven, enz. qua vormgeving en indeling logisch bij elkaar horen. Dit bevordert de herkenbaarheid en uniforme beeldvorming.

We maken de herindeling ook visueel door, nadat de naam gemeente Westerkwartier is vastgesteld, een huisstijlboek te laten ontwikkelen inclusief een nieuw logo. Hiervoor stellen we een subwerkgroep in. De nieuwe huisstijl voeren we door voor alle communicatiemiddelen die we inzetten voor de herindeling. Zo is in één oogopslag duidelijk, dat de inhoud over de herindeling van de Westerkwartergemeenten gaat. Tot die tijd gebruiken we de logo's van de vier afzonderlijke gemeenten in alfabetische volgorde in combinatie met vier puzzelstukjes met daarin de namen van de vier gemeenten.



Identiteit en imago

In de communicatieactiviteiten tijdens het herindelingsproces besteden we intensieve 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. De identiteit en het imago van het Westerkwartier zijn samen te vatten in DNA: Dichtbij de inwoners, Nieuwsgierig en Ambitieuus. De werkgroep draagt in de communicatie eveneens het DNA van het Westerkwartier uit. Het is van belang om als één gemeente naar buiten te treden.

Zie voor een overzicht van de in te zetten externe communicatiemiddelen bijlage 1 en voor de planning bijlage 3

“De grootste schat, leit hier aan dis kaant stad. De grootste schat leit hier, ien't Grunneger Westerketier.” (Volkslied Westerkwartier door Gert Sennema)

1.3 Interne communicatie

Voor de interne communicatie zetten we zo veel mogelijk bestaande middelen in. Deze middelen zijn bekend bij de medewerkers en werken effectief om informatie over te dragen en om meningen en ideeën van medewerkers te horen. Het is van belang dat in de communicatie genoeg ruimte is voor inbreng van betrokken medewerkers. De veranderingen door de herindeling zijn voor hen groot en zij hebben waardevolle ervaring en kennis van de doelgroepen. Met de inzet van deze interne communicatiemiddelen willen we bereiken, dat collega's en bestuurders over dezelfde relevante informatie kunnen beschikken en zo met één stem naar buiten kunnen treden. Ook willen we hiermee bereiken, dat ze nadenken over wat de herindeling voor hen betekent. Daarnaast willen we ze betrekken bij het proces, prikkelen om na te denken over en bewust maken van de veranderingen die op ons afkomen.

Kernboodschap

In de interne kernboodschap onderstrepen we welke kansen herindeling biedt voor medewerkers. De centrale boodschap is als volgt:

Het herindelingstraject is een proces, dat medewerkers nieuwe kansen en uitdagingen biedt om bij te dragen aan de ontwikkeling van een moderne en een toekomstbestendige gemeente.

Samenwerken

Medewerkers werken al samen en gaan tijdens het herindelingsproces nog meer samenwerken in ambtelijke werkgroepen en/of subwerkgroepen. Het Plan van Aanpak voor het inrichten van de nieuwe organisatie is een belangrijk document voor het interne proces. Het is belangrijk dat de werkgroepen bij de start de juiste verwachtingen hebben over wat hun taak is en wat er van hun wordt verwacht. De kans is groot dat medewerkers die zitting hebben in een werkgroep beter op de hoogte zijn van de ontwikkelingen. Belangrijk is dus om ervoor te zorgen dat alle medewerkers continu aangesloten blijven bij het proces. Hierbij is bijvoorbeeld extra aandacht nodig voor de buitendienst.

Overtuigen

Het is van belang om vanuit het bestuur, naar zowel medewerkers als inwoners, nut en noodzaak van de herindeling te communiceren. Hiervoor is het aangaan van dialoog met elkaar van groot belang. Mensen een 'stem' geven en 'zich gehoord' laten voelen, dragen bij aan een positieve beeldvorming van de nieuwe gemeente.

Draagvlak

De herindeling schept een grotere fysieke afstand, een social intranet Westerkwartierbreed compenseert dat deels door een kleinere digitale afstand. Door onderlinge interactie op social intranet over de uitkomsten van de diverse werkgroepen wordt intern meer draagvlak gecreëerd. Interne risico's zoals onrust bij medewerkers, cultuurverschillen en rolonduidelijkheid worden op die manier zoveel mogelijk beperkt. Bovendien krijgen medewerkers zo de kans om actief te bouwen aan de nieuwe gemeente. De aanwezige capaciteit van de eigen organisatie wordt dan optimaal benut. Verder kunnen medewerkers elkaar zo beter leren kennen.

Zie voor een overzicht van de in te zetten interne communicatiemiddelen bijlage 2 en voor de planning bijlage 3.

“De herindeling biedt mooie kansen voor het optimaliseren van onze dienstverlening en het door ontwikkelen van talent!” (uit: interne nieuwsbrief mei 2016)

2 Doelgroepen

2.1 Doelgroepen extern

De inwoners van het Westerkwartier zijn de primaire doelgroep. Bedrijven en instellingen informeren en betrekken we in eerste instantie op dezelfde manier als de inwoners. Wanneer nodig kunnen we op grond van afgeleide doelstellingen afwijkende doelgroepen benoemen. Dit voorziet in de mogelijkheid bijzondere doelgroepen in het communicatieproces ook apart te benaderen. Daarnaast zijn de media een belangrijke externe doelgroep. In eerste instantie de plaatselijke/regionale media en vervolgens de landelijke media. Ook andere (overheids)instellingen behoren tot de externe doelgroep.

De externe betrokkenen zijn onderverdeeld in de volgende doelgroepen:

- Inwoners (we houden rekening met inwoners die niet digitaal ingesteld zijn en daar waar nodig maken we onderscheid in bepaalde doelgroepen zoals jongeren en ouderen)
- Dorps- en wijkverenigingen
- Ondernemers en overkoepelende organisaties
- Maatschappelijke organisaties (zoals woningbouwverenigingen, schoolbesturen, cliëntenplatforms)
- Partnerinstellingen (waaronder: Novatec, ISD Noordenkwartier, CJG)
- Andere overheden (waaronder: buurgemeenten, Provincie, Waterschap, Prolander, Regio GA, Veiligheidsregio, politie, GGD)
- Partnergemeenten
- Pers
- Leveranciers

Inwoners

De huidige gemeenten hebben de volgende aantallen inwoners per 1 januari 2016, verdeeld over 38 kernen:

Groote gast:	12.123
Leek:	19.478
Marum:	10.311
Zuidhorn:	18.733
Totaal	60.645

Wat bij beide bijeenkomsten sterk naar voren kwam, is dat iedereen zich Westerkwartierder voelt en de toekomst van dit mooie gebied graag samen vorm wil geven. (uit: verslag W-500 bijeenkomsten juni 2016)

2.2 Doelgroepen Intern

De interne communicatie richt zich primair op de medewerkers en bestuurders van de vier gemeenten. De interne doelgroepen zijn:

- medewerkers
- collegeleden
- raadsleden
- raadsgroep
- stuurgroep

- projectgroep
- werkgroepen
- ondernemingsraden en georganiseerd overleg

Verdeling bestuurders en medewerkers per gemeente op 24 juni 2016:

	Medewerkers	Collegeleden	Raadsleden	Babsen
Grootegast	108	4 (momenteel 3)	15	2
Leek	135	4(momenteel 3)	17	5
Marum	60	4	15	3
Zuidhorn	138	4	17	8
Totaal	441	16	66	18
Totaal geheel	541			

Betrokkenheid van bestuur

De vier gemeenteraden hebben een cruciale rol in de besluitvorming over de herindeling. De raden hebben een kaderstellende en controlerende rol. Ook staan de raadsleden als vertegenwoordigers van de inwoners midden in de samenleving. Zij vormen een belangrijke schakel tussen de inwoners en de colleges. Daarom dienen de raden voortdurend op de hoogte te zijn van het verloop van het herindelingsproces. De betrokkenheid van de gemeenteraden bij onderwerpen voor de nieuwe gemeente wordt gerealiseerd via de raadsgroep.

“Laten we zo’n avond als vanavond van tijd tot tijd blijven doen! Luister naar de inwoners, inspraak van inwoners en blijf als gemeenten aftasten wat de prioriteiten zijn en wat de hete hangijzers zijn.” (deelnemer W-500 bijeenkomst juni 2016)

3 Organisatie van de communicatie

De stuurgroep Westerkwartier, bestaande uit collegeleden en secretarissen van de vier gemeenten, is eindverantwoordelijk voor de communicatie. De voorzitter van de stuurgroep, Bert Swart, is de woordvoerder voor alle communicatie.

De voorzitter van de werkgroep Communicatie (Eric Paré, gemeentesecretaris Grootegast) is verantwoordelijk voor het deelplan communicatie. De werkgroep communicatie bestaat uit Eric Paré en de communicatieadviseurs van de vier gemeenten: Joost Tanasale (Grootegast), Agnes van Ulsen (Leek), Hissy Brouwer (Marum) en Martien van der Laan (Zuidhorn) en Rick Jan Hielkema, trainee communicatie herindeling.

Onderling hebben zij de taken verdeeld en zetten zij deze uit bij de overige communicatiemedewerkers en webmasters binnen de vier gemeenten.

Wanneer herindelingsonderwerpen behandeld worden in de colleges/raden, stemt de werkgroep Communicatie met de griffiers af wie waarover berichten verstuurt. De lijn is: communicatie over de herindeling gaat in principe via de werkgroep, tenzij hier in overleg van wordt afgeweken.

Richtlijnen

Communicatie naar buiten vindt alleen plaats via de stuurgroep. Hierbij treedt de voorzitter op als woordvoerder;

- de communicatie vanuit de stuurgroep wordt elke vergadering vastgelegd. Enerzijds is elk voorstel voorzien van een communicatieafspraken, anderzijds worden per vergadering afspraken gemaakt over wat we communiceren. Daarbuiten communiceren we niet inhoudelijk over het project;
- de stuurgroep informeert de media over het proces. Tussentijdse vragen beantwoordt de voorzitter van de stuurgroep;
- de vier gemeenten fuseren op basis van gelijkwaardigheid. Dit betekent voor de communicatie dat de inhoud van de informatie van de vier gemeenten hetzelfde moet zijn en bovendien gelijktijdig en gelijkvormig aan alle betrokken doelgroepen worden gecommuniceerd.

4 Kosten

4.1 Kostenraming

De kosten voor de communicatiemiddelen zijn hieronder in een **indicatieve** begroting uitgewerkt. Dit betreft de inzet van communicatiemiddelen in de periode 2016-2019. De uiteindelijke kosten hangen af van hoe vaak we welke communicatiemiddelen inzetten. Onderstaande opsomming is een eerste ruwe inventarisatie van middelen en schatting van kosten.

Kostenraming in- en externe communicatie herindeling				
Omschrijving	2016	2017	2018	Totaal
Opstellen communicatieplan	10.000	0	0	10.000
Organisatie personeels- bijeenkomsten (incl. org. dag)	20.000	30.000	40.000	90.000
Intranet en internet, social media	25.000	25.000	25.000	75.000
Huisstijl	0	0	50.000	50.000
Website	0	0	50.000	50.000
Totale kosten	55.000	55.000	165.000	275.000

Bijlage 1: Overzicht externe communicatiemiddelen

We willen duidelijk met inwoners, bedrijven en instellingen communiceren over de gemeentelijke herindeling en hen betrekken bij het tot stand komen van de nieuwe gemeente. Hiervoor kunnen we verschillende middelen inzetten.

- **Gemeentepagina/advertenties**

In de lokale nieuwsbladen publiceren we op de gemeentepagina of via een advertentie een afzonderlijke rubriek met nieuws over de herindeling. Ook publiceren we speciale edities van de gemeentepagina waarin we uitleggen waarom de gemeenten fuseren en hoe het proces er uitziet. De informatie uit de advertenties komt ook in het digitaal Gemeenteblad.

- **Digitale nieuwsbrief**

In de digitale nieuwsbrief plaatsen wij nieuws over de herindeling. Belangstellenden kunnen hierop een gratis e-mailabonnement nemen.

- **Informatiekrant**

Om alle inwoners uitgebreid te informeren over de (gevolgen van) de herindeling verspreiden we huis-aan-huis een informatiekrant. Het ligt voor de hand deze informatiekrant in de eindfase van het herindelingsproces te verspreiden mede als aankondiging van de gemeenteraadsverkiezingen, maar als de behoefte er is, kunnen we in een eerdere fase een extra informatiekrant uitbrengen.

- **Social media**

In lijn met het gezamenlijke social mediabeleid in het Westerkwartier zetten we ook social media in tijdens het herindelingsproces. We maken hiervoor een apart twitteraccount en Facebookpagina aan waar we nieuws en weetjes over de herindeling met de volgers delen. Daarnaast bieden deze media de mogelijkheid de interactie aan te gaan met inwoners en kunnen deze een rol spelen in de burgerparticipatie. Zo kunnen we oriënterende vragen op twitter of facebook stellen om definitieve vragen vast te stellen voor het burgerpanel. Als tijdens het herindelingsproces andere social media populair worden, dan spelen we hierop in. Tot slot is het van belang via social media informatie over de herindeling tot ons te nemen en te analyseren, zodat we weten wat er leeft onder de inwoners. Voor het monitoren gebruiken we de analyses van Coosto.

- **App**

We willen één applicatie laten ontwikkelen om alle gemeentezaken te regelen. Deze app kan persoonlijke meldingen en pushnotificaties geven. Web-content kan hierop verschijnen om burgers te informeren over bekendmakingen en meldingen.

- **Herindelingswebsite**

Op de website herindeling.westerkwartier.nl plaatsen wij belangrijke documenten, nieuws en achtergrondinformatie over de herindeling. Deze informatieve website bouwen we tijdens het herindelingsproces steeds verder uit. Op de afzonderlijke gemeentesites wordt in de regel geen informatie over de herindeling geplaatst, maar gelinkt naar deze centrale website. De site kunnen we eventueel gebruiken om vragen te stellen of om de stemming onder de bewoners te peilen.

- **Nieuwe gemeente website**
Later in het proces wordt toegewerkt naar een nieuwe website voor de gemeente Westerkwartier www.westerkwartier.nl. Dit is vooral een dienstverlenende website.
- **Flyer**
In een flyer leggen we in duidelijke taal het hoe en waarom van de herindeling uit. Deze kunnen we uitdelen bij de gemeentebalies en tijdens markten en evenementen.
- **Filmpje(s)**
In een korte film/commercial leggen we het hoe en waarom van de herindeling uit en vooral wat Westerkwartierders met elkaar verbindt. Daarnaast laten we korte filmpjes maken van bekende Westerkwartierders die vertellen hoe zij tegen de nieuwe gemeente aankijken. Deze gebruiken we voor de website en social media.
- **Bijeenkomsten**
Om betrokkenheid te creëren en inwoners de mogelijkheid te geven in het proces te participeren, organiseren we verschillende interactieve bijeenkomsten.
- **Burgerpanel**
Wij hebben een representatieve enquête gehouden onder inwoners van het Westerkwartier. Hiervoor is per gemeente een steekproef gedaan uit de Basisregistratie Personen. Van de respondenten geeft 37% aan via enquêtes betrokken te willen blijven bij de herindeling. Via het onderzoek hebben 927 inwoners aangegeven mee te willen doen aan het burgerpanel. Van deze respondenten hebben we een e-mailadres ontvangen. Door het burgerpanel onder te brengen bij een onafhankelijk onderzoeksbureau wordt de privacy van de inwoners die deelnemen aan het panel gewaarborgd. De komende periode gebruiken we om nog meer deelnemers te werven via social media, advertenties, persberichten en de website. Het burgerpanel gaan we vervolgens gemiddeld vier keer per jaar inzetten om inwoners te bevragen over diverse onderwerpen. Het eerstvolgende onderwerp leggen we in het najaar voor. De onderwerpen en vragen die we uitzetten bij het burgerpanel bespreken we vooraf met de werkgroep/beleidsafdeling die er over gaat. Dit kunnen bijvoorbeeld onderwerpen zijn die al aan de orde zijn geweest in de gehouden enquête, waar we het burgerpanel verder op door willen vragen, zoals Wonen en leefomgeving, Zorg en Welzijn, Veiligheid, Onderwijs, Dienstverlening, Burgerinitiatieven en een nieuwe website. Voor wat betreft de planning van enquêtes kijken we of we de onderwerpen kunnen laten aansluiten op de planning van het Plan van Aanpak voor de inrichting van de nieuwe organisatie.
- **Interviews stakeholders**
Bekende Westerkwartierders vragen we naar hun mening over de herindeling. Deze vorm van sociale bewijskracht gebruiken we ter illustratie bij de herindelingscommunicatie in de krant, op de website en social media.
- **Deelname aan lokale beurzen**
Om inwoners nader te informeren en de gelegenheid te geven met ideeën voor de nieuwe gemeente te komen, kan deelname aan beurzen in de regio als de FamilieDoeDagen in Leek en Ei Ei Westerkwartier jaarlijks worden overwogen.
- **Persberichten/persbijeenkomsten**
Bij belangrijke beslissingen of momenten stellen we persberichten op voor de media. Deze berichten plaatsen we ook op de website, social media en in de gemeentebladen. Als het om zaken gaat die een grote impact kunnen hebben, organiseren we persbijeenkomsten.

Daarnaast kunnen we de media periodiek bijpraten over de stand van zaken van het herindelingsproces. Ook monitoren we wat in de media staat over de herindeling.

- **Volkslied Westerkwartier**

Er is al een (onofficieel) volkslied voor het Westerkwartier, dat we ter opluistering van diverse bijeenkomsten kunnen inzetten.

- **Informatiepunt (infodesk)**

Inwoners en andere belangstellenden kunnen vragen stellen door een mail te sturen naar de infodesk (communicatie@westerkwartier.nl).

- **Brieven**

Formele relaties die veranderen door de herindeling lichten we per brief toe.

- **Persoonlijk contact**

Het is onontbeerlijk om in een complex traject oog en oor voor elkaar te hebben en persoonlijk contact te houden. Dat gaat ook op voor contact met zowel inwoners, ondernemers en overige externe partijen.

Externe communicatiematrix

In onderstaande matrix zijn de middelen gekoppeld aan de doelgroepen. Zo is eenvoudig te zien welk middel we voor welke doelgroep inzetten.

Doelgroep → Middel ↓	Inwoners	Dorps- en wijkverenigingen	Ondernemers	Maatschappelijk e organisaties	Partnerinstelling en	Andere overheden	Partnergemeent enen	Pers	Leveranciers
Herindelingswebsite	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Gemeentewebsite Westerkwartier									
Advertenties/Gemeentebld	x	x	x	x					
Persberichten	x	x	x	x	x	x		x	
Bijeenkomsten	x	x	x	x					
Enquête	x								
Burgerpanel	x								
Social media	x	x	x	x				x	
Informatiekrant	x	x	x	x	x	x			
Officiële bestuurlijke stukken	x	x	x	x		x		x	
Folders/Brochures e.d.	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Filmpjes	x	x	x	x					
Beurzen	x	x	x	x					
Infodesk	x	x	x	x	x	x		x	x
Brief						x	x		x
Persoonlijk contact	x	x	x	x	x			x	x
Externe nieuwsbrief	x	x	x	x	x	x			

Bijlage 2: Overzicht interne communicatiemiddelen

We willen duidelijk met de medewerkers en bestuurder communiceren over de gemeentelijke herindeling. Hiervoor zetten we verschillende middelen in. Hieronder een overzicht van de in te zetten middelen.

- **Gezamenlijk (social) intranet**

Het intranet gebruiken we om medewerkers van de vier gemeenten actief op de hoogte te houden over de herindeling. Hiervoor zetten we één gezamenlijk intranet in, waar medewerkers van alle vier gemeenten toegang tot hebben en waarop ze informatie kunnen vinden over het herindelingsproces en de projectorganisatie: nieuws, actualiteiten, persberichten, achtergrondinformatie, vergaderdata, documenten, verslagen, presentaties, enz. De bedoeling is over te gaan op een social intranet, om de dialoog met elkaar aan te gaan en als opmaat naar de samenvoeging van organisaties. Voor de ontwikkeling van het social intranet is een werkgroep ingesteld.

- **Interne nieuwsbrief**

Periodiek geven we een interne nieuwsbrief uit om de medewerkers en bestuurders te informeren over de herindeling en te voorzien van achtergrondinformatie. De nadruk ligt op de fusie van de vier gemeenten en de gevolgen voor de medewerkers. De nieuwsbrief plaatsen we op het (social) intranet. Waar nodig printen we de nieuwsbrief en verspreiden deze (bijv. op de werkplaatsen).

- **Interne bijeenkomsten**

Een veranderingsproces maakt veel los bij medewerkers. Zij kunnen zich onzeker voelen over hun rol in het proces en over de toekomst (Heb ik straks nog een baan? Of een baan passend bij mijn wensen/ambities?). Een herindeling is een complex proces, waar bij aanvang nog niet overal een antwoord op te geven is. Het is goed om continu de dialoog met elkaar te blijven zoeken. Medewerkers moeten de kans krijgen in een vertrouwde omgeving zorgen en/of vragen aan te kaarten. Kleinschalige (lunch)bijeenkomsten die in de eigen gemeente worden georganiseerd, kunnen hieraan bijdragen. Het biedt de kans wat dieper met elkaar in te gaan op wat het veranderingsproces precies teweegbrengt en hoe hier het beste mee om te gaan in het dagelijks functioneren.

- **Werkoverleg**

De reguliere afdelings- en teamoverleggen zijn bij uitstek momenten om de medewerkers bij te praten over de stand van zaken van de herindeling en waarin ook hun reactie en input gevraagd kan worden. Door dit onderwerp als vast agendapunt mee te nemen, krijgen ze informatie over de belangrijkste besluiten, blijven ze op de hoogte van de tussentijdse stappen en is er aandacht voor het proces.

- **E-mail**

Eventuele nieuwsflitsen of uitnodigingen versturen we per mail, zodat iedereen deze informatie rechtstreeks ontvangt. Informatie die we per mail verzenden, plaatsen we ook altijd op intranet.

- **Gezamenlijke start herindeling**

Voor de medewerkers kunnen we een symbolisch startsein geven van de fusie van de vier gemeentelijke organisaties. Dit is een mooi moment om alle medewerkers op één plek samen te

brengen en betrokkenheid en motivatie te creëren.

- **Plannen, uitwerkingen en notities van de werkgroepen**
De opgestelde plannen, uitwerkingen en notities van de diverse werkgroepen zijn beschikbaar voor medewerkers op intranet.
- **Officiële bestuurlijke stukken**
Officiële bestuurlijke besluiten en nota's zoals de kadernotitie, strategische visie, herindelingsadvies, enz. zijn beschikbaar voor medewerkers op intranet.
- **Publicaties/advertenties/folders**
Publicaties, advertenties, folders, enz. die we plaatsen en uitgeven voor inwoners plaatsen we ook op social intranet, zodat medewerkers weten wat we extern communiceren.
- **Informatiepunt (infodesk)**
Medewerkers kunnen zelf ook vragen stellen door een mail te sturen naar de infodesk (communicatie@westerkwartier.nl).
- **Persoonlijk contact**
Onmisbaar in een complex traject als dit is oog en oor voor elkaar en persoonlijk contact te houden zowel bestuurders en medewerkers onderling en met elkaar.
- **Medezeggenschapsraden**
De BOR en BGO hebben een eigen deel op het intranet om nieuws en verslagen op te communiceren. Voor de inhoudelijke invulling hiervan zijn zij zelf verantwoordelijk.
- **Ambassadeurs**
Leden van de stuur- en projectgroep zijn ambassadeurs voor het herindelingsproces. In die zin hebben zij een voorbeeldfunctie voor alle medewerkers, bestuurders en raadsleden in de vier gemeenten. Medewerkers die zitting hebben in een werkgroep zijn goed aangehaakt bij het herindelingsproces en fungeren ook als ambassadeur van dit proces naar de overige medewerkers.

Interne communicatiematrix

In onderstaande matrix zijn de communicatiemiddelen gekoppeld aan de doelgroepen. Zo is eenvoudig te zien welk middel we voor welke doelgroep inzetten.

Doelgroep →				
Middel ↓	Raadsleden incl. griffiers	Collegeleden	Medewerkers	OR/GO/BOR
Social intranet		X	X	X
Nieuwsbrief	X	X	X	X
Interne bijeenkomsten		X	X	
Bijeenkomst medewerkers Westerkwartier		X	X	X
Werkoverleg			X	
Mail	X	X	X	X
Gezamenlijke start		X	X	
Notities/plannen werkgroepen	X	X	X	X
Officiële bestuurlijke stukken	X	X	X	X
Publicaties/advertenties/folders	X	X	X	
Infodesk		X	X	
Persoonlijk contact	X	X	X	X

Bijlage 3: Communicatieplanning

In onderstaande planning schema staat wanneer we in ieder geval communiceren en welk middel we daarvoor inzetten. Daarnaast wordt (vooral intern) ook vanuit de deelprojecten gecommuniceerd. De lijn is: de deelprojectleider is verantwoordelijk voor het aanleveren van informatie en wordt daarbij eventueel ondersteund door een communicatieadviseur, die in de werkgroep Communicatie zit. De globale planning ziet er als volgt uit (onder voorbehoud, data kunnen wijzigen):

Periode	Communicatie middel	Boodschap	Interne doelgroep	Externe doelgroep	Uitvoering
Continu	Website	Website aanvullen met raadsstukken		Inwoners, ondernemers, organisaties, pers	Marjan Sijperda/Rick
Continu	(gezamenlijk) intranet	Actuele informatie/stand van zaken/besluiten/plannen/relevante documenten	Bestuurders en medewerkers		Wg communicatie
Continu	Coosto	Monitoring social media	Werkgroep communicatie		Eltjo/Rick/Joost
2016					
Juli	Nieuwsbrief, website, social media,	Interviews stakeholders		Inwoners, ondernemers, organisaties, pers	Rick
5 juli	Website, advertentie, gemeentebblad, persbericht, social media	Resultaten van enquête en burgerparticipatie en vervolg		Inwoners, ondernemers, organisatie en pers	Griffie iom wg communicatie
23 augustus	Persbericht/website/gemeentebblad/social media	Colleges vaststelling herindelingsontwerp		Inwoners, ondernemers, organisaties, pers	SO
19 – 25 september	Persbericht/website/gemeentebblad/social media	Raadscommissie herindelingsontwerp		Inwoners/ondernemers/organisaties/pers	Griffie
Eind september	Interne nieuwsbrief	Actuele informatie/stand van zaken	Bestuurders en medewerkers		Rick/Vincent
Oktober	Website	Interview stakeholder		Inwoners/ondernemers/organisaties/	Rick
Eind oktober	Persbericht/website/social media	Fotowedstrijd "mijn mooiste plekje in de gemeente"		Inwoners	Rick

Begin nov	Interne nieuwsbrief	Actuele informatie/stand van zaken	Bestuurders en medewerkers		Rick/Vincent
November	Website	Interview stakeholder		Inwoners/ ondernemers/ organisaties/	Rick
Najaar	Communicatieplan	Opstellen vervolggcommunicatie	SSW		Wg communicatie
Najaar	Special/ midweek	Special verspreiden in heel Westerkwartier met terugblik en human interest		Inwoners/ ondernemers/ organisaties/ pers	Wg communicatie
Eind november	Interne nieuwsbrief	Actuele informatie/stand van zaken	Bestuurders en medewerkers		Rick/Vincent
December	Persbericht/ website/gemeenteblad/social media	Uitkomsten volksraadpleging Middag-Humsterland communiceren	Allen	Allen	Wg communicatie
December	Website	Interview stakeholder		Inwoners/ ondernemers/ organisaties/	Rick
Eind december	Interne nieuwsbrief	Actuele informatie/stand van zaken	Bestuurders en medewerkers		Rick/Vincent
2017					
Januari	Persbericht/ website/gemeenteblad/social media	Vaststelling herindelingsontwerp in raden (en verzenden provincie)		Inwoners/ ondernemers/ organisaties/ pers	Griffie
Januari	Flyer	Flyer burgerpanel		Inwoners	Wg communicatie
Januari	Social intranet	Start social intranet. Promotie en uitleg hiervan.	Medewerkers		Eltjo/Joost (en projectgroep)
Januari	Interne bijeenkomst Wk-verband	Kennis maken, verbinden evt. Arno vd Heijden vragen.	Medewerkers vier gemeenten, zo'n 450 personen		SO en wg Communicatie (andere collega's bij betrekken)
Januari	Externe nieuwsbrief	Actuele informatie/stand van zaken		Inwoners, ondernemers, organisaties	Wg communicatie
Januari	Burgerpanel	Start eerste burgerpanel		Inwoners	Wg communicatie/ Enigma
Eind januari	Interne nieuwsbrief	Actuele informatie/stand van zaken	Bestuurders en medewerkers		Rick/Vincent
Februari/maart	Persbericht/ website/gemeenteblad	Ter inzage legging herindelingsontwerp door	Allen	Allen	SO

	ntebblad/social media	colleges			
Eind februari	Interne nieuwsbrief	Actuele informatie/stand van zaken	Bestuurders en medewerkers		Rick/Vincent
Voorjaar	Bijeenkomsten	Personeelsbijeenkomsten over plan van aanpak herindeling	Bestuurders/medewerkers		
Voorjaar	Bijeenkomst	Sessie met dorpsverenigingen en dorpscoördinatoren		Dorpencoördinatoren ism ambtelijke wg burgerparticipatie	Wg communicatie
Voorjaar	Kalender/flyer	Informatie over de herindeling	Bestuurders en medewerkers		Wg communicatie
Voorjaar		Vanaf 2017 tot 2019 communicatiebeleid synchroniseren (representatie, bekendmakingen, etc.)	Allen	Allen	
Voorjaar	Folder	Folder over de herindeling: waarom gaan we herindelen?		Inwoners/ondernemers/organisaties	Wg communicatie
13 – 19 maart	Website	Raadscommissie herindelingsadvies		Inwoners/ondernemers/organisaties/pers	Griffie
Eind maart	Interne nieuwsbrief	Actuele informatie/stand van zaken	Bestuurders en medewerkers		Rick/Vincent
April	Persbericht	Colleges vaststellen raadsvoorstel herindelingsadvies		Inwoners/ondernemers/organisaties/pers	SO
April	Festivals/ evenementen	Stand over de herindeling, bijv. op FamilieDoeDagen, Runderland, etc.		Inwoners/ondernemers/organisaties	Wg communicatie/ bestuurders
Eind april	Interne nieuwsbrief	Actuele informatie/stand van zaken	Bestuurders en medewerkers		Rick/Vincent
Mei	Gemeentebblad	Raad vaststellen herindelingsadvies		Inwoners/ondernemers/organisaties/pers	Griffie
Mei	Social media	Herindelingsadvies naar GS		Inwoners/ondernemers/organisaties/pers	Griffie
Vanaf mei 2017	Huisstijl	Ontwerpen huisstijl gemeente Westerkwartier, inclusief logo, wapen, vlag, gemeenteborden, bedrijfskleding, bedrijfsauto's	Allen	Allen	Wg communicatie

		en ketting burgemeester			
Eind mei	Interne nieuwsbrief	Actuele informatie/stand van zaken	Bestuurders en medewerkers		Rick/Vincent
Tweede helft 2017		Kiezen beoogd gemeentesecretaris en griffier		Inwoners/ ondernemers/ organisaties/ pers	
Tweede helft 2017	Gemeente website	Nieuwe gemeente website Westerkwartier	Allen	Allen	
Eind juni	Interne nieuwsbrief	Actuele informatie/stand van zaken	Bestuurders en medewerkers		Rick/Vincent
Eind juli	Interne nieuwsbrief	Actuele informatie/stand van zaken	Bestuurders en medewerkers		Rick/Vincent
Eind augustus	Interne nieuwsbrief	Actuele informatie/stand van zaken	Bestuurders en medewerkers		Rick/Vincent
Voor 1 september	Intranet/ persbericht/ website/social media	GS geven zienswijze en stuurt ontwerp door naar minister van BZK		Inwoners, ondernemers, organisaties, pers	GS
Eind september	Interne nieuwsbrief	Actuele informatie/stand van zaken	Bestuurders en medewerkers		Rick/Vincent
Eind oktober	Interne nieuwsbrief	Actuele informatie/stand van zaken	Bestuurders en medewerkers		Rick/Vincent
Eind november	Interne nieuwsbrief	Actuele informatie/stand van zaken	Bestuurders en medewerkers		Rick/Vincent
Eind december	Interne nieuwsbrief	Actuele informatie/stand van zaken	Bestuurders en medewerkers		Rick/Vincent
2018					
Voor 1 januari	Intranet/persbericht/website/social media	Minister besluit of een wetsvoorstel wordt voorgelegd aan ministerraad	Allen	Allen	
Januari	Intranet/website/Social media	Start rubriek 'Westerkwartierders'	Bestuurders en medewerkers	Inwoners, ondernemers, organisaties, pers	Rick
Eind januari	Interne nieuwsbrief	Actuele informatie/stand van zaken	Bestuurders en medewerkers		Rick/Vincent
Eind februari	Interne nieuwsbrief	Actuele informatie/stand van zaken	Bestuurders en medewerkers		Rick/Vincent
Maart	Persbericht/website/social media	Communiceren dat er geen gemeenteraadsverkiezingen zijn		Inwoners, ondernemers, organisaties, pers	Wg communicatie
Eind maart	Interne	Actuele informatie/stand van	Bestuurders en		Rick/Vincent

	nieuwsbrief	zaken	medewerkers		
Voorjaar	Intranet/persbericht/website /social media	Na akkoord ministerraad voorleggen aan Raad van State voor advies		Inwoners, ondernemers, organisaties, pers	
Voorjaar	Intranet/persbericht/website /social media	Wetvoorstel wordt behandeld in Eerste en Tweede Kamer		Inwoners, ondernemers, organisaties, pers	
Voorjaar	Gemeentemagazine/flyer/voorlichtingscampagne	Communicatie over nieuwe gemeente	Allen	Allen	Wg communicatie
Voorjaar	Tour	Tour organiseren om de nieuwe gemeente te ontdekken. Gevoel voor het Westerkwartier ontwikkelen	Bestuurders en medewerkers		Wg communicatie/ personeelsvereniging
Voorjaar	Rondritten	Kennismakingsritten door het Westerkwartier		Inwoners	Wg communicatie/ beleidsmw. toerisme
Eind april	Interne nieuwsbrief	Actuele informatie/stand van zaken	Bestuurders en medewerkers		Rick/Vincent
Eind mei	Interne nieuwsbrief	Actuele informatie/stand van zaken	Bestuurders en medewerkers		Rick/Vincent
Eind juni	Interne nieuwsbrief	Actuele informatie/stand van zaken	Bestuurders en medewerkers		Rick/Vincent
Eind juli	Interne nieuwsbrief	Actuele informatie/stand van zaken	Bestuurders en medewerkers		Rick/Vincent
Eind augustus	Interne nieuwsbrief	Actuele informatie/stand van zaken	Bestuurders en medewerkers		Rick/Vincent
Eind september	Interne nieuwsbrief	Actuele informatie/stand van zaken	Bestuurders en medewerkers		Rick/Vincent
Eind oktober	Interne nieuwsbrief	Actuele informatie/stand van zaken	Bestuurders en medewerkers		Rick/Vincent
November	Katern steekkrant/Intranet/persbericht /website/social media	Gemeenteraadsverkiezingen		Inwoners, ondernemers, organisaties, pers	Werkgroep Communicatie
Eind november	Interne nieuwsbrief	Actuele informatie/stand van zaken	Bestuurders en medewerkers		Rick/Vincent
December	Afscheid oude gemeenten, bestuurders,	Afscheid per gemeente	Bestuurders en medewerkers	Inwoners, ondernemers, organisaties,	Elke gemeente voor zich

	medewerkers			pers	
Eind december	Interne nieuwsbrief	Actuele informatie/stand van zaken	Bestuurders en medewerkers		Rick/Vincent
2019					
1 januari		Start gemeente Westerkwartier	Allen	Allen	