

Hieronder de communicatiespeerpunten voor 2020, gevolgd door een inhoudelijke onderbouwing van de diverse keuzes die zijn gemaakt in de communicatie in de gemeente Bergen.

### **Communicatiespeerpunten 2020, gericht op 'nieuw vertrouwen'**

*Wat doet team Communicatie in Bergen en wat gaat het team doen*

- **Communicatie lokaal**
  - Sinds februari 2020 werken de communicatieadviseurs op een vaste locatie (het 'nieuwspunt') in het gemeentehuis. Dit betekent dus fysiek dichtbij het bestuur. De lokale focus versterkt het contact met het bestuur en de lokale kennis. De lokale strategische communicatieadviseur kan met zijn/haar lokale kennis samen met de bestuursadviseur, het college en andere betrokkenen een gerichte communicatiestrategie opstellen, gelinkt aan het formatieakkoord.
- **Samenwerking met gebiedsregisseurs**
  - De gebiedsregisseurs van de drie kernen staan dichtbij de inwoners. De samenwerking tussen communicatie en de gebiedsregisseurs wordt geïntensiveerd en gestructureerd om het contact en ervaringen met de inwoners te delen. Door deze input kunnen communicatieboodschappen beter, persoonlijker en gericht afgestemd worden.
- **Nieuwskamer: buiten naar binnen halen en binnen naar buiten brengen**
  - Webcare, het actief reageren op vragen en klachten van inwoners via onze eigen sociale mediakanalen, wordt al lange tijd gedaan. De Nieuwskamer is (opnieuw) in bedrijf. In de Nieuwskamer monitort een mediateam dagelijks- offline en online- wat er speelt en leeft in de gemeente. De Nieuwskamer (locatie Castricum) heeft dagelijks een korte lijn met de lokale communicatieadviseurs die weer contact hebben met de gebiedsregisseurs.
  - Het mediateam gaat (als pilot) met de inwoners in gesprek en reageert, ook op sociale media-accounts buiten de gemeentelijke accounts, opdat issues snel opgehelderd worden. Er valt bijvoorbeeld te denken aan platforms als 'je bent een derper als'.
  - In de organisatie wordt tweemaal per week een omgevingsoverzicht verspreid waarin de monitoring wordt samengevat, met een duiding daarbij. Op deze manier komt 'buiten' de organisatie 'binnen' en kunnen medewerkers en bestuur hun voordeel hiermee doen bij hun werkzaamheden.
- **Communicatie 'zenden' naar inwoners**
  - Communicatie maakt gebruik van de reguliere middelen zoals de Gemeentekrant of sociale mediakanalen, website en RTV80.
  - Om meer de persoonlijke verbinding met de inwoner te krijgen worden meer *persoonlijke* middelen ingezet. Middelen als videoboodschappen, vlogs, storytelling en nieuwsbrieven (zie ook kopje 'Gebruik communicatiemiddelen').
- **Communicatie over projecten**
  - Communicatie werd altijd al betrokken en ingezet bij projecten. Deze betrokkenheid vindt voortaan eerder plaats in het proces, dus de communicatie over het project ook.

- Op de website kan via 'buttons' doorgelikt worden naar informatie over de meest actuele dossiers.
- Manier van communiceren naar de inwoners verandert en/of wordt uitgebreid met meer beelden in de vorm van infographics, video en mogelijk nieuwsbrieven (zie ook kopje 'Gebruik communicatiemiddelen').
- **Communicatie over regels in gemeente:**
  - Er komt meer communicatie over *regels in de gemeente*. Wel met speciale aandacht voor de manier waarop hierover wordt gecommuniceerd (mogelijk met meer beeld) naar de inwoners (zie ook kopje 'Gebruik communicatiemiddelen').
- **Participatie**
  - Participatie werd al ingezet bij projecten. De *communicatie* naar de inwoners over participatietrajecten wordt uitgebreid en geïntensiveerd. Er wordt een participatietoolbox ingericht (via intranet) met slimme en gebruiksvriendelijke digitale tools die we kunnen inzetten voor participatie.
- **Gebruik communicatiemiddelen: vernieuwen, verbeteren en uitbreiden**
  - Communicatie maakt gebruik van de reguliere middelen. Hier komt vernieuwing, verbetering en uitbreiding.
  - **Gemeentekrant:** een nieuwe vormgeving zodat deze meer aandacht trekt. Er komt meer ruimte voor beeld en persoonlijke verhalen. Klachten over de huis-aan-huis verspreiding van de papieren versie van de gemeentekrant, die in het Bergens Nieuwsblad (oplage 10.200) en in Contact (oplage 6.600) is opgenomen, zijn en worden besproken met uitgever Rodi Media. De uitgever kampt met een wisselend bestand van bezorgers en heeft – na aanhoudende klachten – een nieuw klachtensysteem opgezet sinds 2020 waarbij de klager altijd terugkoppeling ontvangt.  
Een alternatief is dat de gemeentekrant wekelijks op naam bezorgd wordt (in plaats van huis-aan-huis). Wij hebben een offerte aangevraagd bij Rodi Media voor deze bezorging. Rodi Media is een uitgeverij, drukkerij en verspreidingsorganisatie. Rodi verzorgt de Gemeentekrant momenteel voor gemeente Bergen, van opmaak tot bezorging. De kosten van op naam bezorgen zijn hoog. Offertes liggen tussen de € 170.000 euro en € 290.000 per jaar. Daarnaast kleven er nog veel nadelen aan, waardoor dit nog niet als een goede oplossing kan worden gezien.

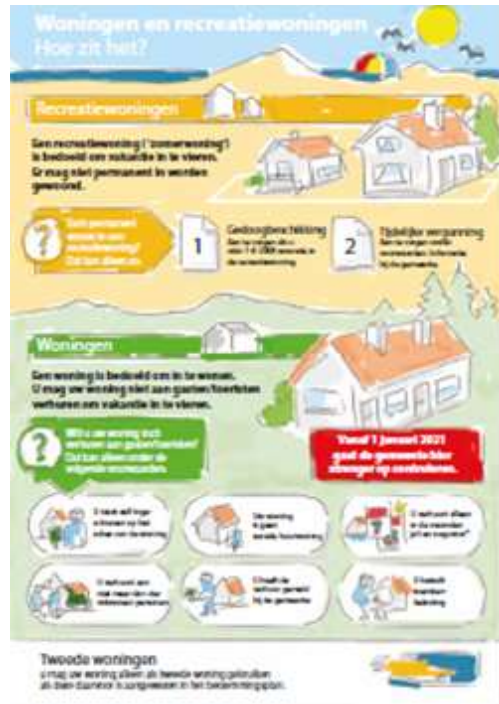
De digitale versie van de Gemeentekrant is opgenomen in de wekelijkse 'Flessenpost' (25.000 abonnees) en wordt naar zo'n 750 inwoners digitaal verstuurd via de e-mail.

Er wordt een start gemaakt met een krant speciaal voor de kinderen in de gemeente Bergen. Dit naar succesvol voorbeeld uit Rotterdam dat al gevolgd is door bijvoorbeeld Alkmaar en Heerhugowaard.

- **Nieuwsbrief:** onderzocht wordt of er handige tools zijn die AVG-proof zijn waarmee gebruiksvriendelijke nieuwsbrieven gemaakt kunnen worden.
- **Video:** er komt een *videopilot*. Over bepaalde onderwerpen gaan we video's opnemen op een 'storytelling'-wijze en delen via de social media. Video's spreken inwoners aan omdat het persoonlijker is.
- **Infographics:** team Communicatie werkt met infographics. Dit is een informatieve illustratie: een afbeelding die informatie uitbeeldt en verklaard. Door het gebruik hiervan bereik je een grotere groep inwoners omdat het

eenvoudiger en sneller leest dan een lange tekst. Het gebruik van infographics gaan we uitbreiden. Een voorbeeld van een infographic over de regels rond verhuur van woningen is bijgevoegd.

o



o

## 1. Van informeren naar dialoog – strategische keuzes

De burgerpeiling van 2019 in gemeente Bergen geeft – naast een aantal prachtige scores - aan dat het vertrouwen van de inwoners in de gemeente Bergen lager is dan gemiddeld in Nederland.



Figuur 1: waarstaatjegemeente.nl

In het bijzonder de punten 'de gemeente doet wat ze zegt' en 'de gemeente stelt zich flexibel op' scoren laag. Uit de vragenlijsten blijkt dat de inwoners de gemeente het liefste als partner willen zien, maar de gemeente voornamelijk als normerend wordt ervaren. Team Communicatie zet – bij dit actieplan – vooral in op het aangaan van de dialoog in plaats van alleen informeren. In een overleg met het College van B&W in Bergen op 10 december 2019 werd er gediscussieerd over de vraag of er niet vaker een kwetsbare, persoonlijke kant getoond kan worden van de gemeente en het gemeentewerk. Kunnen fouten worden toegegeven en er publiekelijk excuses voor worden gemaakt? Kan het webcareteam ook op sociale media een actieve rol spelen? Op dit moment is de gemeente actief op Facebook en Instagram. De gemeente reageert niet op berichten die op andere Facebooksites worden geplaatst of op andere sociale media, ook al gaan ze over onderwerpen van de gemeente of zelfs over de ambtenaren van die gemeente. Ook zijn we geen partij bij Twitterfeeds over onze gemeente. Team Communicatie wil met een actief Social Mediabeleid gaan experimenteren met een actievere houding op de sociale media.

## 2. Van informeren naar dialoog – middelen

### Nieuwskamer

De Nieuwskamer is de fysieke- en virtuele plek waar het nieuws van- en over de BUCH-gemeenten bij elkaar komt. Deze krijgt een extra impuls. Er wordt gewerkt aan een opzet, waarbij de Nieuwskamer elke werkdag duiding geeft aan het nieuws van en over de BUCH-gemeenten. Via inzet van slimme software is het maken van analyses makkelijker.

Het Mediateam in de Nieuwskamer brengt dagelijks in beeld welke vragen er leven over (taken van) de gemeente Bergen, hoe men over de gemeente, het werk, en de ontwikkelingen binnen Bergen denkt en schrijft.

Op basis van dit omgevingsbeeld beschrijft het Mediateam de relatie met de buitenwereld, inventariseert het de behoefte aan aanvullende informatie, beantwoordt het concrete vragen, past eigen berichtgeving aan op de gesignaleerde wensen, en adviseert beleidsmedewerkers en bestuurders over hoe te handelen, naar buiten te treden, of de strategie aan te passen. Daarbij differentieert het Mediateam per doelgroep en per karakter van het medium. Voor het reageren op ontwikkelingen werken de medewerkers (Mediateam) in de Nieuwskamer nauw samen met de (beleids)medewerkers, gebiedsregisseurs en managers in de organisatie en de bestuurders.

De Nieuwskamer is het regie- en aanjaagpunt voor 'webcare'. De Nieuwskamer geeft bestuur en organisatie inzicht in welke berichten en discussies rondgaan in online en offline media over gemeentelijke thema's. Zowel binnen de gemeente, als regionaal of zelfs nationaal. Dat doen we aan de hand van media(omgevings)-analyse.

De Nieuwskamer kan de organisatie op maat en op aanvraag ondersteunen bij specifieke omgevingsanalyse. Het concept Nieuwskamer werkt zowel vanuit een fysieke centrale locatie (Nieuwskamer, Castricum) als vanuit een Nieuwspunt in de gemeente Bergen. Daarmee wordt de vindbaarheid, bereikbaarheid en samenwerking binnen de organisatie vergroot.

### **Storytelling**

In toenemende mate gebruikt team Communicatie het vertellen van verhalen om de dialoog aan te gaan, zowel on- als offline. Mensen en verhalen hebben meer effect in de communicatie dan statistieken of lange teksten; beeld zegt meer dan duizend woorden. Dit komt tot uiting door meer gebruik van beeld (foto of film), door vaker inwoners en collega's aan het woord te laten en door zo nu en dan een menselijkere / kwetsbare kant te laten zien. Beurtelings zijn in het afgelopen jaar de leden van het College geïnterviewd door Flessenpost TV. Afhankelijk van het bereik van deze video's kan dit worden gecontinueerd in 2020. De eerste initiatieven met een vloggende wethouder waren positief. Ook heeft de burgemeester een gefilmde kerst-/nieuwjaarsboodschap uitgesproken.

### **Pers**

Het pershalftuur vindt structureel elke veertien dagen plaats en is bedoeld om over meer onderwerpen van gedachten te wisselen dan sec (geschreven) persberichten.

Het college werkt op dagelijkse basis ruimhartig mee aan alle persvragen en aan alle mediaverzoeken. Ter voorbereiding hierop worden mediatrainingen aangeboden.

### **Gemeentekrant**

De gemeentepagina wordt iedere week uitgegeven in plaats van – eerder - eens in de twee weken. De pagina wordt integraal opgenomen in de wekelijkse digitale 'Flessenpost' nieuwsbrief. Het bereik van de Flessenpost betreft zo'n 25.000 digitale abonnees. Tot dusver is de link van de wekelijkse Gemeentekrant 1.243 aangeklikt; het bereik van de Gemeentekrant wordt hiermee dus vergroot. De Flessenpost deelt de Gemeentepagina ook via Facebook.

In 2020 wordt gewerkt aan een nieuwe vormgeving van de Gemeentekrant, zodat deze ook meer de aandacht trekt en meer overeenkomt met de website en andere communicatie uitingen van gemeente Bergen. Er wordt gebruikgemaakt van meer beeld (zie boven) en meer persoonlijke verhalen. Ook zet het college in op een wekelijkse digitale Nieuwsbrief van de gemeente Bergen gericht op mensen die niet de Gemeentekrant lezen maar voornamelijk het nieuws digitaal tot zich willen nemen. Hier kan men zich op abonneren.

Met uitgever Rodi Media van het Bergens Nieuwsblad wordt vaak overlegd over de klachten rond de bezorging. Inmiddels zijn er weer vaste bezorgers en is er een beter klachtensysteem, waarbij elke klager ook terugkoppeling krijgt. Het bezorgen van huis aan huis bladen door een partij als bijvoorbeeld PostNL zou het jaarlijkse budget voor Communicatie ruim overstijgen. Er zal een start gemaakt worden met een krant speciaal voor de kinderen in de gemeente Bergen. Dit naar succesvol voorbeeld uit Rotterdam dat al gevolgd is door bijvoorbeeld Alkmaar en Heerhugowaard.

### ***Ambassadeurs aan het woord***

In de gemeentekrant, op de website en op sociale media komen vaker inwoners, ondernemers en collega's aan het woord. Inwoners die verslag doen van een participatietraject bijvoorbeeld. Het kan hier gaan om het delen van succesverhalen maar nadrukkelijk ook om de vraag wat er meer kan en welke suggesties er daarvoor zijn. De algemene 'ontmoeting met de inwoners' wordt door allerlei locatiebezoeken van het college verdiept. Dit staat uiteraard nog los van ontmoetingen met inwoners en ondernemers over specifieke onderwerpen. In november 2019 startte het college met halfjaarlijkse bijeenkomsten met nieuwe inwoners van de gemeente. De eerste editie was succesvol. De tweede editie heeft in februari 2020 plaatsgevonden in de brandweer Kazerne aan de Landweg in Bergen en was ook een succes. De uitnodiging voor de bijeenkomsten was in de vorm van een kleurrijk vormgegeven kaart.

### ***Crossmedia (mix online / offline)***

In toenemende mate vult team Communicatie middelen als folders, papieren uitnodigingen, georganiseerde inwonersbijeenkomsten aan met digitale communicatie. Via de Nieuwskamer worden mogelijkheden voor online enquêtering (gericht op postcodegebieden bijvoorbeeld) of andere vormen van online participatie ingezet.

De website wordt doorontwikkeld. Voor actuele vraagstukken wordt een dossier op de website geplaatst met alle relevante en beschikbare stukken. Voorbeelden hiervan zijn de dossiers Verkoop vastgoed, Handhaving recreatiewoningen en Verhuur woonhuizen voor recreatie. Vaak is de homepage niet het kanaal waarop men binnenkomt. Vaker zoekt men op Google of op de zoekbalk van de website zelf. De medewerkers van de Webredactie verbeteren continu de pagina's zodat de zoekmachine(s) de pagina's beter kunnen lezen en categoriseren. BUCH-breed wordt een softwarepakket aangeschaft waarmee alle pagina's van de website continue kunnen worden gemonitord. Hiermee wordt duidelijk welke pagina's het vaakst worden bezocht. Ook worden spelfouten en kapotte hyperlinks geïdentificeerd. Tot slot worden er ook synoniemen voor moeilijke termen aangedragen om het door de overheid voorgeschreven B1-schrijfniveau aan te kunnen houden.

De toegankelijkheid van de site wordt vergroot door een voorleesfunctie. De optie om een aparte pagina voor de raad aan te maken (zoals bijvoorbeeld van de gemeente De Ronde Venen) wordt in 2020 bekeken en besproken met de raad.



Figuur 2 [www.bergen-nh.nl](http://www.bergen-nh.nl)

### 3. Van informeren naar dialoog – link naar participatie

Communicatie is strategisch partner voor participatietrajecten, bijvoorbeeld door de inzet van een digitaal platform. Nog dit jaar wordt een participatietoolbox opgeleverd met daarin diverse participatiemogelijkheden. In de tussentijd bereidt team Communicatie diverse nieuwe online participatiemogelijkheden voor.

### 4. Couleur locale team Communicatie

Vanaf januari 2020 werkt team Communicatie weer meer gemeente- in plaats van domeingericht. Op deze manier krijgt de zogenaamde *couleur locale* weer alle ruimte, een uitdrukkelijke wens van het bestuur. Per januari 2020 heeft de gemeente Bergen daarom weer een vaste communicatieadviseur. Hierdoor zijn de lijnen tussen bestuur en team communicatie korter, kan er sneller geschakeld worden en is de *couleur locale* meer gewaarborgd. De strategisch communicatie adviseur stelt samen met de bestuursadviseur, het College en andere betrokkenen een communicatiestrategie op gelinkt aan het formatieakkoord. Daarna zal de strategisch communicatie adviseur ervoor zorgen dat de afgesproken lijn wordt vastgehouden en waar nodig bijgesteld.