

Communicatieplan

Waalwijk Omgevingswet-proof

Invoeringsfase



Documentinformatie			
Document:	Communicatieplan Waalwijk Omgevingswet-proof, invoeringsfase (bijlage C bij Plan van aanpak Waalwijk Omgevingswet-proof)		
Versie:	1.0		
Datum:	10 okt 2019		
Auteur:	Harm Hensen (CSTR) en Maaïke Clijsen (TREW)		
Goedgekeurd door:	College van burgemeester en wethouders d.d. 20 aug 2019 Raad d.d. 10 okt 2019		
Zaak:	2019-002194		
Versiebeheer			
Datum	Versie	Auteur	Omschrijving van de aanpassing
3 apr 2019	0.5	Harm Hensen	Concept na raadsprogramma en workshop co-creatie projectgroep
7 aug 2019	0.8	Maaïke Clijsen	Concept afgestemd op plan van aanpak
12 aug 2012	0.9	Harm Hensen	Concept na akkoord portefeuillehouder voor college- en raadsbehandeling
10 okt 2019	1.0	Idem	Definitieve versie na vaststelling door raad

Inhoudsopgave

1. Waarom dit communicatieplan?.....	4
1.1 Aanleiding: invoering Omgevingswet.....	4
1.2 Doel: communicatiestrategie Waalwijk Omgevingswet-proof	4
1.3 Opdracht: algemene aanpak communicatie	4
2. Hoe de communicatie aanpakken?	5
2.1 Communicatievisie: vanuit het hart van het project.....	5
2.2 Communicatiedoelstelling: gebruiker centraal.....	5
2.3 Communicatie-uitgangspunten: iedereen doet mee	5
2.4 Doelgroepen: extern en intern.....	6
2.5 Communicatie-strategie: maatwerk per doelgroep	6
2.5.1 Externe communicatie	7
2.5.2 Interne communicatie	8
3. Wat is nodig voor de communicatie?	9
3.1 Kernboodschap.....	9
3.2 Communicatiemiddelen	9
3.2.1 Externe middelen en kanalen	9
3.2.2 Interne middelen en kanalen	9
3.3 Communicatiekalender	10
3.4 Aansturing en coördinatie communicatie	10
3.5 Huisstijl	10
3.6 Communicatiebudget.....	11
3.7 Vervolg.....	11

1. Waarom dit communicatieplan?

1.1 Aanleiding: invoering Omgevingswet

We gaan verhuizen! Niet letterlijk maar wel figuurlijk door de komst van de Omgevingswet in 2021. Dat betekent een bundeling van alle wet- en regelgeving op het gebied van de fysieke leefomgeving. In deze wet staan instructies hoe we ons gemeentelijke omgevingswet-huis moeten inrichten en gebruiken. Ook zijn er vele opties waar we als gemeente zelf een keuze over mogen maken. Als gemeente Waalwijk zijn we daarom een project gestart zodat ons huis op tijd 'Omgevingswet-proof' is. Daarom is een plan van aanpak uitgewerkt voor de invoeringsfase tot en met 2021. Dit communicatieplan is daarvan een bijlage.

1.2 Doel: communicatiestrategie Waalwijk Omgevingswet-proof

Doel van het rijk met de Omgevingswet is een eenvoudiger en eenduidiger stelsel van het omgevingsrecht met een balans tussen zekerheid en dynamiek. Met als motto: meer ruimte voor ontwikkeling met waarborgen voor kwaliteit.

Doel van dit project is de gemeente Waalwijk Omgevingswet-proof te maken, dat wil zeggen klaar te maken voor de inwerkingtreding van de Omgevingswet in 2021. Dat betekent het stapsgewijs uitbouwen van een solide basis (stappen), via verschillende invalshoeken (sporen) en via interne en externe partners (samenwerking). Daarnaast gaan we ook meteen aan de slag om kennis en ervaring te verkrijgen (doen).

Doel van dit communicatieplan is het vastleggen van een communicatiestrategie voor de invoeringsfase tot en met 2021 om Waalwijk Omgevingswet-proof te maken. Het is een levend plan en wordt aangescherpt als dit nodig blijkt door interne en/of externe factoren. Het communicatieplan wordt waar nodig later aangevuld voor de vervolgfase 2022-2028 en de lijnfase vanaf 2029 als de Omgevingswet compleet is ingevoerd.

1.3 Opdracht: algemene aanpak communicatie

Het rijk heeft de uitvoeringsregelgeving van de Omgevingswet nog niet klaar. De volledige impact van de Omgevingswet is daarom nog niet duidelijk. Met veel onderdelen kunnen we vooruitlopend hierop al aan de slag. Daarom dit communicatieplan voor de algemene aanpak van de invoeringsfase tot en met 2021 dat we indien nodig bijstellen. Dit project gaat verder uitgewerkt worden in 4 deelprojecten (beleid, regels, anders werken en digitaal). Per deelproject zal een aparte aanvullende communicatieparagraaf worden uitgewerkt.

2. Hoe de communicatie aanpakken?

2.1 Communicatievisie: vanuit het hart van het project

Er gaat veel veranderen met de komst van de Omgevingswet. Voor inwoners en ondernemers die een vergunning gaan aanvragen, maar zeker ook voor de collega's binnen de gemeente Waalwijk. De Omgevingswet vraagt een andere manier van denken en een andere manier van werken. Veel meer de gebruikers van de fysieke leefomgeving centraal stellen. Daarom van communicatie achteraf naar communicatie vanuit het hart van het project.

Inwoners en ondernemers zullen in mindere mate moeten wennen aan de nieuwe Omgevingswet. Hoe vaak komt het bijvoorbeeld voor dat meneer Janssen uit Sprang-Capelle een dakkapel wil plaatsen? We moeten ervoor zorgen dat de inwoners en ondernemers die hiermee in aanraking komen goed geïnformeerd worden op het moment dat ze er behoefte aan hebben.

2.2 Communicatiedoelstelling: gebruiker centraal

Het externe communicatiedoel is om inwoners en ondernemers duidelijk te maken dat de gebruiker van de fysieke leefomgeving meer centraal komt te staan. Op verschillende manieren, bijvoorbeeld:

- Omgevingsloket: er is straks nog maar één loket. Zowel voor een vergunningencheck, het aanvragen van een vergunning als informatie over de van toepassing zijnde regels.
- Omgevingsdialoog: via participatie bij initiatieven en vergunningaanvragen. Hierbij gaat het om het horen en zorgvuldig afwegen van de belangen van de direct betrokkenen bij het initiatief.

Het interne communicatiedoel is ook bestuurlijk en ambtelijk duidelijk te maken dat bij het behandelen van initiatieven de gebruiker van de fysieke leefomgeving meer centraal komt te staan. Daarnaast hen te betrekken bij inhoud en proces van de implementatie van de Omgevingswet binnen de gemeente Waalwijk. De Omgevingswet raakt direct of indirect alle bestuurders en afdelingen.

2.3 Communicatie-uitgangspunten: iedereen doet mee

We hanteren we in onze communicatie een aantal uitgangspunten die zijn afgeleid van een centraal uitgangspunt uit het plan van aanpak: met vertrouwen via samenwerking meedoen. Gelet op bovenstaande visie en doelstelling hanteren we de volgende daarvan afgeleide communicatie-uitgangspunten:

- In onze externe communicatie zetten we inwoners en ondernemers centraal. De boodschap past bij de ontvanger en komt op het juiste moment voor de gebruiker.
- Het creëren van draagvlak staat centraal voor de interne communicatie. De Omgevingswet komt er sowieso. Wij willen samen met bestuur en ambtenaren die

het in hun werkzaamheden raakt ervoor zorgen dat het project binnen de planning tot een succesvolle implementatie zal leiden.

- Verder willen wij in de communicatie betrouwbaar zijn. Wij komen onze afspraken na en communiceren over wijzigingen.
- Ook willen wij open en transparant zijn. Open en transparant zijn wij door eerlijk te zijn en verwachtingen goed te managen. Dat betekent duidelijkheid over de doelen die de overheid verplicht is om te behalen en doelen waarin nog speelruimte zit.
- Ook communiceren wij begrijpelijk, zoveel mogelijk zonder vakjargon, tijdig en eenduidig.
- Participatie is een belangrijke pijler onder de Omgevingswet. Constructief samenwerken met inwoners en ondernemers zorgt ervoor dat duidelijk is waar de behoeftes liggen. De juiste verwachtingen scheppen draagt bij aan een soepel proces.

2.4 Doelgroepen: extern en intern

Binnen het project onderscheiden we onderstaande doelgroepen.

Extern:

- Samenleving (inwoners, ondernemers, instellingen)
- Ketenpartners (bv. rijk, provincie, regio, waterschap, OMWB)

Intern:

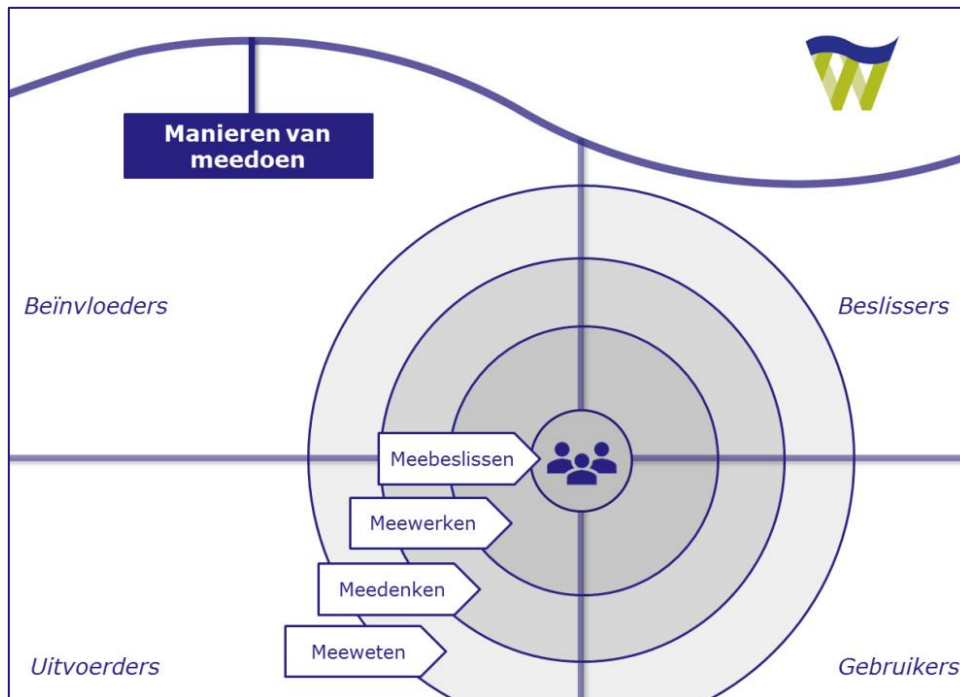
- Bestuurlijk (raad, college)
- Ambtelijk

2.5 Communicatie-strategie: maatwerk per doelgroep

De strategie is per doelgroep op hoofdlijnen opgesteld. Door middel van de methode Factor C wordt dit verder uitgekristalliseerd (zie kader). Denk hierbij aan het formuleren van kernboodschappen, stakeholderanalyses enzovoorts. Tijdens het project wordt de strategie verder uitgeschreven waarbij iedereen op een bepaalde manier meedoet (zie afbeelding). Naast de voorgestelde strategie wordt ook de landelijke communicatiestrategie rondom de Omgevingswet in de gaten gehouden en gebruikt om de strategie bij de desbetreffende doelgroepen te vormen.

Factor C

Factor C is een manier van werken die helpt om in alle fases van een traject strategisch aan de slag te gaan met communicatie. Op ieder moment stel je de vraag: wat willen we bereiken, met wie en hoe? Om dan de afweging te maken welke rol communicatie heeft, en welke middelen worden ingezet. En natuurlijk welke woorden of beelden dan geschikt zijn. Factor C is bij uitstek geschikt voor projecten en programma's waar omgevingsgericht of opgavegericht gewerkt wordt: hoe sla je de brug naar de ander?



2.5.1 Externe communicatie

Algemeen

Participatie is een belangrijke pijler onder de Omgevingswet. Vroegtijdig samenwerken vergroot de kwaliteit van oplossingen en zorgt ervoor dat verschillende perspectieven, kennis en creativiteit direct op tafel komen. Participatie is maatwerk. Daarom schrijft de wet niet voor HOE de participatie moet plaatsvinden. Per participatietraject wordt gekeken hoe de communicatie bij dat traject het best kan worden benut en worden ingezet.

Inwoners

Inwoners zullen in mindere mate moeten wennen aan de nieuwe Omgevingswet. Het ligt niet voor de hand dat het merendeel van de inwoners meerdere keren in hun leven, laat staan ieder jaar, te maken hebben met het aanvragen van een vergunning die valt onder de Omgevingswet. We moeten ervoor zorgen dat de inwoners op het moment dat ze dit proces ingaan goed geïnformeerd worden. De informatievoorziening en communicatie moet dus goed zijn op het moment dat deze specifieke inwoner er behoefte aan heeft.

Dit neemt niet weg dat er geen algemene communicatie rondom dit project zal plaatsvinden. De basisvoorzieningen als de website en het Klant Contact Centrum moeten optimaal zijn voorbereid. Er wordt geen focus gelegd op de veranderingen, maar er wordt juist concreet (en aan de hand van voorbeelden) uitgelegd hoe het nú allemaal werkt. Niet alleen de situatie van een aanvrager komt hierbij aan bod, maar ook de situatie van omwonenden en eventuele belanghebbenden bij een aanvraag.

Ondernemers

Ook bij ondernemers geldt dat er niet aan een stuk aanvragen worden gedaan die vallen onder de Omgevingswet. Ondernemers zullen er echter vaker te maken mee krijgen dan inwoners. Ondernemers weten veelal de weg naar de gemeente goed te vinden, al dan niet via een adviseur. Zo is er voor ondernemers een bedrijfscontactfunctionaris van de gemeente Waalwijk aangesteld. Via deze bedrijfscontactfunctionaris worden de bedrijven ook meegenomen en geïnformeerd.

Ketenpartners

Ook andere overheden krijgen allemaal te maken met de invoering van de Omgevingswet. Het is van belang dat wij als gemeente daarbij goed met de andere overheden samenwerken zodat we zo veel mogelijk communiceren als één overheid.

2.5.2 Interne communicatie

Bestuurlijk

Raad en college zijn vaak de beslissers als het aankomt op het vaststellen van beleid en regels. Zij zijn op verschillende momenten betrokken bij verschillende soorten besluiten in het traject. Het is daarom essentieel dat zij goed geïnformeerd blijven en zich geëngageerd (blijven) voelen bij het project. Zodat zij het juiste verhaal kunnen vertellen. Dit zorgt voor een goede verspreiding van de boodschap en draagvlak in de samenleving.

Ambtelijk

De leden van de stuurgroep, regiegroep en projectgroepen zijn de vaandeldragers van het project en communiceren actief en officieel over het project. Zij zijn op verschillende momenten betrokken bij verschillende werkzaamheden in het project. Het is belangrijk dat zij goed geïnformeerd blijven en zich geëngageerd (blijven) voelen bij het project. Zodat zij ook het juiste verhaal weer door kunnen vertellen. Dit zorgt voor een goede verspreiding van de boodschap in de direct betrokken teams en creëert draagvlak binnen deze teams.

De collega's die daarnaast direct nodig zijn om implementatie van de Omgevingswet tot stand te laten komen worden, bereikt door de leden van de regiegroep en projectgroepen. De juiste collega's worden op het juiste moment op een persoonlijke manier benaderd door de projectgroep om zo de betrokkenheid te waarborgen.

Collega's die niet direct nodig zijn, worden gedurende het project op hoofdlijnen geïnformeerd. Van deze groep wordt verder geen directe actie verwacht, dus blijft het bij periodiek informeren over de status en mijlpalen binnen het project Waalwijk Omgevingswet-proof.

3. Wat is nodig voor de communicatie?

3.1 Kernboodschap

Met de Omgevingswet bundelt de overheid de regels voor de leefomgeving in 1 wet. Iedere gemeente moet een 1 omgevingsvisie maken waarin ze rekening houdt met de verschillende belangen in een gebied. In plaats van meerdere bestemmingsplannen komt er 1 omgevingsplan. Er komt voor inwoners en ondernemers 1 omgevingsloket voor het digitaal aanvragen van een vergunning en het verkrijgen van informatie over vergunningen en regels. Belangrijkste doel van de wet is dat de 'gebruiker' van de leefomgeving meer centraal komt te staan.

Het is nu nog te vroeg in het project om al een uitgekristalliseerde kernboodschap te formuleren voor alle deelprojecten. Gedurende het project wordt per deelproject met Factor C-sessies bovenstaande kernboodschap indien nodig verder gespecificeerd.

3.2 Communicatiemiddelen

Om de doelen en strategie te kunnen inzetten maken we gebruik van communicatiemiddelen.

We maken onderscheid tussen de middelen die we moeten ontwikkelen en de kanalen die we kunnen gebruiken. Hieronder een overzicht van de verschillende kanalen en middelen. Per doelgroep worden de middelen zorgvuldig geselecteerd.

3.2.1 Externe middelen en kanalen

- Gemeentewebsite www.waalwijk.nl
- Gemeentepagina in Weekblad van Waalwijk
- Facebook
- LinkedIn
- Begrotingsapp

3.2.2 Interne middelen en kanalen

- Intranet nieuwsberichten
- Intranet berichten op tijdlijn van projectleden
- Aparte groep op intranet voor projectleden en geïnteresseerden
- Narrowcasting (interne schermen)
- Inlogscherm computers
- Placemat bedrijfsrestaurant
- Begrotingsapp

Per deelproject worden de communicatiemiddelen verder aangevuld.

3.3 Communicatiekalender

De communicatiekalender is een overzicht met mijlpalen voor communicatie. In de kalender staat welke communicatiemiddelen wanneer en voor welke doelgroep worden ingezet. De kalenderonderdelen zijn flexibel en worden waar nodig met het project verschoven of zelfs achterwege gelaten. De onderstaande kalender bevat nu nog alleen een aantal onderdelen voor het algemene project. Gedurende het project wordt deze kalender steeds geactualiseerd en aangevuld. Ook vanuit de deelprojecten.

Datum	Doelgroep	Boodschap	Kanalen
Maandelijks (kwartaal vóór en na inwerkingtreding)	Samenleving -inwoners -ondernemers	Uitleg veranderingen	Gemeentepagina, Gemeentewebsite, sociale media
Wekelijks (kwartaal vóór en na inwerkingtreding)	Samenleving -inwoners -ondernemers	Korte uitleg onderdeel van maandpagina	Gemeentepagina, Gemeentewebsite, sociale media
Driemaandelijks	Ketenpartners	Statusupdate	Gemeentewebsite
Driemaandelijks	Bestuurlijk -raad -college	Statusupdate	Raadsinformatiebrief of bestuurdersbrief
Halfjaarlijks	Bestuurlijk -raad -college	Uitleg veranderingen	Raads- /collegebijeenkomst
Driemaandelijks	Ambtelijk -iedereen	Statusupdate	Intranet
Maandelijks	Ambtelijk -direct betrokkenen	Uitleg specifieke verandering	Intranet groep Omgevingswet of bijeenkomst

3.4 Aansturing en coördinatie communicatie

De communicatie wordt in de voorbereidingsfase aangestuurd en uitgevoerd door, en/of onder coördinatie van, team Communicatie samen met de projectleider Omgevingswet. Zij zijn trekker in deze fase. De mijlpalenkalender is daarbij de leidraad. Communicatie is een gezamenlijke verantwoordelijkheid.

3.5 Huisstijl

Voor het project zal geen aparte huisstijl worden opgesteld. De huisstijl van de gemeente Waalwijk is leidend en zal gebruikt worden. Als er een bepaalde stijl wordt gebruikt in de eventuele landelijke campagne zal hier ook gebruik van worden gemaakt voor de herkenbaarheid. Wel wordt vooral intern het logo Waalwijk Omgevingswet-proof toegevoegd waar mogelijk.



3.6 Communicatiebudget

Voor het onderdeel communicatie is in ieder geval budget nodig voor het uitvoeren van de communicatiekalender van paragraaf 3.3. Het schema hierna is daarvoor een globale kostenraming, exclusief uren. Het schema bevat dus niet de kosten die nodig zijn voor specifieke communicatie voor de deelprojecten. Deze kostenraming is onderdeel van de financiering zoals opgenomen in het organisatiedocument als bijlage bij het plan van aanpak.

Onderdeel	Budget	Toelichting
Website	10.000,-	
Diverse video's en visuals	5.000,-	
Themapagina's Weekblad van Waalwijk	2.500,-	
Social media	5.000,-	Facebook, Instagram, LinkedIn en/of Twitter campagnes
Drukwerk	500,-	Bv. posters
Banner	500,-	Bv. bij raads- en participatiebijeenkomsten
Organisatie bijeenkomsten	2.500,-	Bv. voor raad of ambtelijk
Onvoorzien	4.000,-	
Totaal	30.000,-	

3.7 Vervolg

Tijdens de uitvoering van dit project wordt regelmatig gekeken of de aanpak moet worden bijgesteld. Aan het eind van de looptijd van dit plan volgt een evaluatie.