



**Activiteitenplan  
communicatie ReBo**

## Voorwoord

***Wij zijn, als gemeenten Reeuwijk en Bodegraven, inmiddels actief bezig om op verschillende fronten met elkaar samen te werken. Het traject van heden tot de volledige ambtelijke samenwerking gaan we zorgvuldig met communicatie begeleiden. In het Operationeel plan, opgesteld door de ReBo-projectgroep, is dit onderwerp al aan de orde gekomen. De passage uit het operationeel plan over communicatie vormt de basis van dit activiteitenplan. In dit plan komen verder de communicatiemiddelen aan de orde waarmee we de doelstellingen uit het communicatiegedeelte van het Operationeel plan willen behalen.***

*Allereerst in het kort iets over het ReBo-logo en de vormgeving van de communicatie-uitingen in het algemeen, daarna gaan we dieper in op de gekozen middelen. Het laatste onderdeel (pagina 5) van dit activiteitenplan omvat een middelenmatrix. Hierin vindt u naast de gekozen middelen de doelgroep(en), de frequentie, de beoogde participatierol en tot slot het bijbehorende kostenplaatje.*

## Verantwoording

Dit activiteitenplan is opgesteld onder verantwoording van de ReBo-projectgroep.

November 2007

## 1. Doelstelling<sup>1</sup>

Als hoofddoelstelling voor communicatie geldt dat alle doelgroepen goed geïnformeerd dienen te zijn over de stand van zaken in het fusieproces. Daarnaast is het belangrijk om draagvlak te creëren voor de maatregelen die genomen moeten worden voor een succesvolle fusie. Betrokkenheid en vertrouwen in het proces resulteert in bereidheid tot medewerking en samenwerking met elkaar.

Om de doelgroepen goed te informeren, wordt een continue informatiestroom op gang gebracht. Bij deze informatiestroom staan drie begrippen centraal: Actualiteit, pro-actief en gelijktijdig informeren.

Met actualiteit wordt bedoeld dat gestreefd wordt de doelgroepen zo snel mogelijk te informeren en hen van het meest actuele nieuws te voorzien. Pro-actief staat voor een houding die de projectorganisatie aanneemt: waar mogelijk wordt ingespeeld op de te verwachten informatiebehoefte van de doelgroepen en wordt geanticipeerd in plaats van gereageerd. Gelijktijdig is vooral belangrijk voor de interne communicatie. We hebben te maken met twee gemeenten: bestuurders en medewerkers van de beide gemeenten moeten op hetzelfde moment over dezelfde informatie kunnen beschikken.

Hieronder volgt een inventarisatie van de doelgroepen die betrokken zijn bij het fusieproces.

Extern	Intern
Inwoners	Gemeenteraden
Ondernemers	ReBo-commissie
Maatschappelijke organisaties	Stuurgroep/colleges
Verenigingen	Projectgroep
Media	Projectbureau
Provincie Zuid-Holland	Ambtelijke werkgroepen
Eerste en Tweede Kamer	Politiek-bestuurlijke werkgroepen
Burgemeenten	BGO
Overige overheden	BOR
Samenwerkingsverbanden	Management
	Medewerkers

### Communicatie met verschillende doelgroepen

#### ***Inwoners, ondernemers, maatschappelijke organisaties en verenigingen***

Bij aspecten van de fusie die voor deze doelgroepen van bijzonder belang zijn zullen daarbij passende middelen van informatievoorziening en participatie worden ingezet. De werkgroepen dienen dit in hun eigen werkplan op te nemen. Te denken valt bijvoorbeeld aan het informeren en/of raadplegen van klantengroepen in het kader van het dienstverleningsconcept.

#### ***Media***

De lokale pers is een belangrijke intermediair in de communicatie naar inwoners. De gemeenten hebben hen nodig om hun inwoners goed te kunnen informeren. Rondom de besluitvorming over externe onderwerpen zal de pers dan ook actief worden geïnformeerd.

<sup>1</sup> Deze paragraaf is overgenomen van paragraaf 1.5 in het operationeel plan.

### ***Bestuurlijke partners***

Voor de bestuurlijke partners als provincie en buurgemeenten en samenwerkingsorganen is gerichte communicatie aan de orde als de fusievoorbereiding consequenties heeft voor het bestuurlijk handelen van de twee gemeenten (bijvoorbeeld samenwerking op bepaalde onderdelen).

### ***De gemeenteraden, de commissie ReBo en de Colleges van B&W***

De beide gemeenteraden nemen een belangrijke plaats in binnen het proces. Zij moeten immers de voortgang en het succes van de samenwerking kunnen toetsen zodat op basis hiervan besluiten genomen kunnen worden over gezamenlijk beleid en over een bestuurlijke fusie. De gezamenlijke commissie ReBo maakt deel uit van de projectorganisatie, maar ook de gemeenteraden zelf zullen zo goed mogelijk 'mee genomen' worden in het proces. Per moment zal in de projectgroep worden afgestemd wanneer wat verstuurd wordt, zodat er geen verschil in tijdstip van ontvangst zal zijn. Bekendmaking van zaken die de gemeenteraden aangaan, verloopt via de griffiers.

### ***Projectorganisatie***

Voor de communicatie binnen de Projectorganisatie wordt een systeem van verslaglegging van Stuurgroep, Projectgroep en Werkgroep opgezet dat erop gericht is eenieder binnen de projectorganisatie op de hoogte te houden van de ontwikkelingen en voortgang. Daarnaast zal een overall-planning worden opgezet en bijgehouden aan de hand waarvan onderling inzicht in werkzaamheden en voortgang en samenhang kan worden gegeven en waarop acties kunnen worden gebaseerd.

### ***Medezeggenschap***

Met de medezeggenschaporganen (BGO en BOR) worden aparte afspraken gemaakt omtrent de informatievoorziening. De leden hiervan worden in ieder geval aangesloten op het systeem van verslaglegging van Projectgroep en Stuurgroep (en desgewenst werkgroepen). Daarnaast zal per onderwerp waarover overleg plaatsvindt een afspraak inzake communicatie worden gemaakt.

### ***Management***

De leidinggevenden hebben de taak om zo veel mogelijk signalen uit de organisatie op te vangen en deze terug te koppelen naar de projectgroep. Hierbij kan het gaan om onduidelijkheden maar ook om nieuwe ideeën en enthousiaste plannen. De fusie wordt een vast agendapunt voor werkoverleg. Het management heeft een belangrijke ondersteunende rol in het fusieproces door de inzet van medewerkers en op onderdelen van hun eigen uren en competenties.

### ***Medewerkers***

Een deel van de medewerkers zal direct betrokken worden bij de werkgroepen en de onderliggende projectstructuur. Zij worden in ieder geval betrokken in de informatievoorziening binnen de projectorganisatie. Daarnaast zullen veel medewerkers geen directe of slechts beperkte bijdrage in directe zin leveren aan de werkzaamheden voor de fusie. De veranderingen als gevolg van de fusie bieden (soms op termijn) kansen voor medewerkers. Te denken valt aan kansen om het eigen werk professioneler vorm en inhoud te kunnen geven of met meer collega's te kunnen delen zodat het beter georganiseerd kan worden, maar soms ook aan kansen voor de eigen loopbaan. De veranderingen kunnen echter ook leiden tot onduidelijkheid of onzekerheid onder medewerkers. Dit kan ongewenste effecten hebben op de motivatie, het gedrag en het werk van medewerkers. In de communicatie zal gezocht worden naar een balans tussen enerzijds het laten zien van kansen en mogelijkheden, en anderzijds het erkennen en bespreekbaar maken van onzekerheden.

## 2. Instrumenten

### Lay-out

#### *Logo*

Tot nu toe spreken wij over ReBo, als het gaat om de samenwerking. Deze aanduiding is een werknaam. Om de communicatie over ReBo herkenbaar te maken hebben we een logo ontwikkeld dat deze samenwerking symboliseert. Om deze herkenbaarheid te waarborgen gebruiken we dit logo in alle interne communicatie-uitingen.



Als we extern communiceren, dan doen we dit als de gemeente Reeuwijk en de gemeente Bodegraven, niet onder de naam 'ReBo'. Dat betekent dat we beide gemeentelijke logo's gebruiken. Burgers en ondernemers staan straks nog steeds aan het loket van de gemeente Bodegraven of van de gemeente Reeuwijk, niet van de gemeente ReBo. De werknaam en het logo hebben we wel geïntroduceerd, om te verduidelijken wat er met ReBo bedoeld wordt. In veel stukken is tenslotte wel gebruik gemaakt van deze term en van het logo. De gemeenteraden gebruiken ook de term ReBo.

#### *Vormgeving*

Aan de hand van het nieuw ontworpen logo hebben we voor de eerste editie van een de ReBo-nieuwsbrief een ReBo-vormgeving laten ontwerpen. Deze eigen vormgeving ondersteunt het logo bij het geven van herkenbaarheid aan alle ReBo-uitingen. Tot nu toe hebben we deze vormgeving gebruikt voor de digitale en papieren nieuwsbrieven. Het is de bedoeling dat ook de andere uitingen en communicatiemiddelen voorzien worden van deze vormgeving om zo ook weer een stuk herkenbaarheid te creëren..

### Communicatiemiddelen

#### *Nieuwsbrief*

Een gangbaar communicatiemiddel in onze organisaties is een nieuwsbrief. Inmiddels is er ook een ReBo-nieuwsbrief verschenen die verspreid is onder alle medewerkers en bestuurders. Aan de hand van het logo hebben we een format voor de ReBo-nieuwsbrief laten ontwikkelen, waardoor de nieuwsbrief geheel in ReBo-stijl is vormgegeven. Het is de bedoeling ongeveer één keer per kwartaal een ReBo nieuwsbrief uit te doen gaan.

De nieuwsbrief kan op papier en digitaal (ook wel nieuwsflits genoemd) verschijnen.

Een papieren nieuwsbrief heeft onze voorkeur als het gaat om de attentiewaarde (de ontvanger heeft daadwerkelijk iets in handen, trekt meer de aandacht). Een digitale nieuwsbrief vergt minder tijd en geld en is snel verstuurd (per mail) naar alle ontvangers; binnen 1 seconde staat hij bij iedereen in zijn mailbox.

Afhankelijk van de situatie en van het nieuws kunnen we dus kiezen voor een digitale of een papieren nieuwsbrief.

#### *Intranet*

Het intranet gebruiken we als 'database' voor alle ReBo-informatie. Al het nieuws en alle relevante stukken over de samenwerking zetten we op een eigen ReBo-'pagina', zodat iedereen dit op ieder

moment kan bekijken. De actuele nieuwtjes plaatsen we ook op de homepage zodat het nieuws direct zichtbaar is bij het openen van intranet. Er kan dan doorgeklikt worden naar de ReBo-pagina. Omdat intranet nog niet voldoende is ingebed en daardoor voornamelijk als ondersteunend communicatiemiddel gebruikt kan worden is het van belang om bij belangrijk nieuws de medewerkers ook via bijvoorbeeld een mail te attenderen op de nieuwe informatie.

### *Werkoverleg*

Iedere afdeling heeft frequent afdelingsoverleg. Vanuit de directie kunnen ReBo-gerelateerde berichten ingebracht worden tijdens deze afdelingsoverleggen. Hetzij via de afdelingshoofden, hetzij door een bezoek aan de afdelingsoverleggen afzonderlijk door bijvoorbeeld een projectgroeplid. Het werkoverleg biedt de mogelijkheid voor medewerkers om hun ideeën te uiten.

### *Personeelsbijeenkomsten*

Een personeelsbijeenkomst draagt bij aan het 'wij' gevoel onder de medewerkers. Afhankelijk van het doel van de bijeenkomst kunnen we korte en langere personeelsbijeenkomsten beleggen en kunnen we bepalen welke medewerkers hierbij aanwezig moeten zijn. Zo zijn alle medewerkers in juni een hele dag bijeen geweest bij wijze van 'aftrap' voor de samenwerking tussen Reeuwijk en Bodegraven.

Een personeelsbijeenkomst kan ook kort duren. Bijvoorbeeld voor een korte maar zeer belangrijke mededeling van de directie.

#### *- Ontbijtbijeenkomst*

Tijdens de eerste personeelsbijeenkomst is er veel gebeurd en gezegd. We vinden het belangrijk om hieraan een vervolg te geven. Samenwerken betekent niet alleen kennismaken maar ook elkaar beter leren kennen. Een ontbijtbijeenkomst hoeft niet lang te duren, maar houdt wel het 'wij' gevoel in stand en zorgt ervoor dat het contact tussen de medewerkers van beide gemeenten onderhouden wordt. Daarnaast kunnen we dit moment ook gebruiken om bijvoorbeeld vanuit de directie een belangrijke mededeling te doen.

#### *- Sportdag*

Een meer informele vorm van een personeelsbijeenkomst. Medewerkers (en directie!) leren elkaar op een andere, persoonlijke, manier kennen. Sport en spel draagt bij aan teambuilding (Reeuwijkse en Bodegraafse medewerkers in één team).

### *Werkbezoeken*

Tijdens de personeelsbijeenkomst in juni werd door de medewerkers zelf al voorgesteld om collega's in dezelfde functie bij de andere gemeente een dag te bezoeken. Op deze manier kunnen de medewerkers, die in de toekomst hoogstwaarschijnlijk zullen samenwerken, elkaar beter leren kennen en kunnen ze ervaren hoe verschillend (of juist niet) de werkwijze is in vergelijking met hun eigen werkwijze. Misschien kunnen de krachten direct gebundeld worden en kunnen er, zonder veel moeite, op korte termijn al verbeterlagen gemaakt worden in werkwijze.

### *Vragenbus / ideeënbus*

Het kan zijn dat medewerkers hun leidinggevende of de directie niet durven te benaderen voor een vraag of een idee over de samenwerking. Een anonieme vragen- of ideeënbus in bijvoorbeeld de kantine biedt die mensen wel de mogelijkheid om hun ei kwijt te kunnen. Vragen moeten natuurlijk wel beantwoord worden. We kunnen dat doen door bijvoorbeeld een 'vraag en antwoord' pagina op intranet.

### *Gemeentepagina's*

De gemeentepagina's in het Bodegraafs Nieuwsblad en in de Kijk op Reeuwijk kunnen ruimte bieden voor ReBo-nieuws. In week 35 plaatsten wij een eerste publicatie over ReBo in beide kranten.

### *Overleg met OR'en*

Dat de OR maximaal betrokken wordt, spreekt voor zich en staat ook beschreven in het Operationeel plan.

### *Internet*

Op [www.bodegraven.nl](http://www.bodegraven.nl) en [www.reeuwijk.nl](http://www.reeuwijk.nl) plaatsen wij het ReBo-nieuws dat voor externe doelgroepen van belang is. Beide websites krijgen een ReBo-pagina (zie intranet).

### *Extranet*

De gemeente Bodegraven beschikt over een raadsinformatiesysteem dat hetzelfde werkt als intranet, maar dan bestemd voor raadsleden. Nieuws en documenten over ReBo wordt ook hier op een ReBo-pagina geplaatst en zo nodig ook op de homepage. Raadsleden worden regelmatig geattendeerd op het extranet. De Reeuwijkse raadsleden worden op de hoogte gehouden via het intranet van Reeuwijk.

### *Persberichten*

We versturen gezamenlijk pro-actief persberichten als daar aanleiding toe is. De tekst wordt uiteraard door beide directies gezien alvorens te versturen. We houden gelijktijdigheid van versturen in de gaten. Ook de raad ontvangt de persberichten per e-mail.

### *Persbijeekomsten*

Een persbijeekomst kan een krachtig middel zijn om de samenwerking ook visueel neer te zetten; beide gemeentesecretarissen aan tafel om een overeenkomst te ondertekenen en toe te lichten. Ook hier vinden we het belangrijk om stil te staan bij de doelgroep: is er nieuws dat interessant is voor burgers, ondernemers en maatschappelijke instellingen?

### *Themavel*

Het themavel hebben we in Reeuwijk ingevoerd in 2007 en met een frequentie van eens in de twee maanden informeren we de Reeuwijkse burger over allerhande gemeentelijke zaken. Soms is het onderwerp actueel, andere keren gebruiken we het themavel om inwoners te informeren over (lopende) gemeentelijke diensten zoals het burgerinitiatief of DigiD. Het themavel is een fullcolour nieuwsbrief van een tweezijdige A4. Met het themavel beogen we extra attentie te genereren voor een bepaald onderwerp. Ook in Bodegraven kunnen we dit middel introduceren.

## Tijdsplanning en budget

Communicatiemiddel	Doelgroep	Tijdstip/frequentie	Participatierol	€ ±
Nieuwsbrief	Medewerkers met colleges en gemeenteraden	Ongeveer eens per vier maanden	Informeren	Per keer 700
Nieuwsflits	Medewerkers met colleges	Wanneer nodig	Informeren	*
Intranet	Medewerkers met colleges, gemeenteraadsleden gemeente Reeuwijk	Continu (database-functie)	Informeren	*
Werkoverleg	Medewerkers	Regelmatig	Raadplegen	*
Personeelsbijeenkomsten	Medewerkers	Regulier: 1x per jaar Ontbijt: 1x per jaar Sportdag: 1x per jaar (april 2008)	Raadplegen	5.000 7.000 10.000
Werkbezoeken	Medewerkers	Iedere afdeling minstens 1x	Adviseren	*
Vragen/ideeënbus	Medewerkers	Continu	Adviseren	*
Overleg OR'en	OR'en	Eens per twee maanden	Adviseren	*
Gemeentepagina's	Inwoners, bedrijfsleven, maatschappelijke	Iedere maand een (klein) artikel over de voortgang	Informeren	Binnen budget communicatie
Extra advertentie in h-a-hbladen	Inwoners, bedrijfsleven, maatschappelijke organisaties	Wanneer er iets bijzonders te vertellen is; eerstvolgende aanleiding: uitvoering Strategisch	Informeren	Voor beide pagina's samen 400 per keer
Internet	Inwoners, bedrijfsleven, maatschappelijke	Continu (database-functie)	Informeren	*
Extranet	Gemeenteraadsleden gemeente Bodegraven	Continu (database-functie)	Informeren	*
Persberichten	Lokale en regionale pers (als intermediair)	Ad hoc, bij mijlpalen of ander nieuws	Informeren	*
Persbijeenkomsten	Lokale en regionale pers (als intermediair)	Eens per kwartaal	Informeren	100 per keer
Themavel	Inwoners, bedrijfsleven, maatschappelijke	Eens per half jaar	Informeren	2.000 per keer
<b>* Interne personeelskosten</b>				