

GEMEENTE BUREN



Strategisch communicatieplan 2023-2026

juni 2023



Voorwoord



Nieuwe collegeleden in een nieuwe bestuursperiode, vernieuwingen binnen de organisatie om onze ambities als gemeente te realiseren én een woelige tijd -ook communicatief gezien- door onder meer een pandemie, hack en vluchtelingencrisis. Na een aantal jaren van vooral 'doorgaan', hebben we vanaf het najaar 2022 de tijd genomen om 'stil te staan' bij ons communicatiebeleid.

Stilstaan met het college, MT, binnen verschillende domeinen en het team communicatie. Want wat wordt van communicatie verwacht, waar ligt de focus en hoe kan communicatie bijdragen aan onze opgaven en ambities?

De input die is opgehaald in diverse gesprekken en sessies geven, samen met onder meer het coalitieakkoord, het toekomstprofiel van Buren en de visie op dienstverlening, richting aan onze communicatiewaarden: hoe willen we communiceren?

Daaruit volgen de strategische uitgangspunten voor onze communicatie.

De maatschappelijke opgaven die grote impact hebben op onze inwoners, vormen de basis voor onze communicatieprioriteiten. Dit zijn de onderwerpen en thema's waar we communicatief gezien het accent op willen leggen in de bestuursperiode tot 2026.

College van burgemeester en wethouders
Maurik, juni 2023

Inhoud

Voorwoord

1. Proces naar het strategisch communicatieplan	2
2. Buren vernieuwt: ambities en ontwikkelingen	8
3. Communicatiewaarden	12
4. Communicatiestrategie	13
5. De rol van communicatie	19
6. Wat willen we communiceren?	21
7. Doelgroepen en –middelenmatrix	27
8. Organisatie van de communicatie	28

Bijlage 1: Werkwijze omgaan met de pers

Bijlage 2: Werkwijze social media

1. Proces op weg naar het strategisch communicatieplan

← Team Communicatie →

15 november en 6 december 22
Themasessies: inventarisatie huidige taken a.d.h.v. tijdsmodel. Huidige taken versus communicatieprioriteiten

december/januari:
Ophalen prioriteiten vanuit organisatie

Ontwikkeling communicatieplannen voor duurzaamheid, woningbouw, sociaal domein

januari 23
Themasessies: waar zijn we van? En welke taken horen daarbij?

Hoe komen we daar? Eerste implementatie-acties voor team

maart 23
Vertaling communicatie-prioriteiten en -waarden naar team.

maart 23
Opstellen concept strategisch communicatieplan

Afronding social mediabeleid - werkwijze omgaan met de pers - handboek communicatie

april/mei 23
Implementeren nieuwe werkwijze

Factor C-training

Waar gaan we voor?

Waar staan we voor?

Communicatie-prioriteiten en -waarden

Ontwikkeling communicatievisie en -strategie

Definitieve communicatievisie en -strategie

oktober 22
Gespreksronde college

16 november 22
BOT-sessie college: communicatieprioriteiten en -waarden

december 22:
Gespreksronde: aanscherpen communicatieprioriteiten

februari 23
Focusdagen: wat voor een organisatie willen we zijn?

maart 23
Afstemming communicatieprioriteiten -waarden college en MT

maart 23
Bespreken concept strategisch communicatieplan (BOT-sessie)

Mei/juni 23
Bespreken communicatieplan met MT.
Vastelling plan door college.
Informeren raad en organisatie.

← College B&W en MT →

Rode draad opgehaald bij College B&W



"Communicatie moet in het hoofd en hart van alle medewerkers zitten"



"We hebben behoefte aan een strategisch communicatieagenda"

"Waar willen we van zijn? Welke taken en opgaven? Wat zijn de grote lijnen? Inwoners moeten herkennen waar de gemeente voor staat en gaat"

"Niet alles is even belangrijk. We moeten samen prioriteiten stellen en bepalen waar we in onze communicatie op focussen"



"We willen dat communicatie eerder aan tafel zit."



"We hebben bij opstellen van beleid of bij het opstarten van projecten al behoefte aan communicatieadvies over boodschap, timing, etc."

"We missen betrokkenheid van communicatieadviseurs bij politiek sensitive onderwerpen"



"Participatie is steeds meer onderdeel van het werk van projectteams. De communicatieadviseur heeft daarin een adviserende rol"



"Communicatie is nu niet strategisch. Het is ad hoc, pleisters plakken, reactief..."



"Als bestuur, raad en organisatie willen we beter gaan samenwerken. Dat willen we ook terugzien in onze communicatie"

"Hebben we wel voldoende en de juiste capaciteit in huis bij een crisis?"



Ervaringen team communicatie

"De waan van de dag regeert."

"Het inhoudelijke teamgevoel bij communicatie is een gemis."



*"Wie bepaalt?
Wie is opdrachtgever?"*



*"We worden te laat betrokken.
Veel uitvoering en weinig advies."*



*"Onze inzet wordt vaak
gewaardeerd
door collega's."*

*"Wie het hardst
roept...."*



*"Veel ad-hoc,
weinig te plannen."*



*"Welk werk hoort wel en
niet bij een
communicatieadviseur?"*

HOE?

Communicatiewaarden

- Vertaling van (kernwaarden) organisatie en bestuur naar communicatiestijl van de gemeente.

WAT?

Communicatieprioriteiten

- Maatschappelijk opgave die bestuurlijke prioriteit heeft, wordt ingevuld met concrete maatregelen of projecten én grote impact heeft op inwoners. Communicatie kan bijdragen aan het realiseren van de opgave.

2. Gemeente Buren vernieuwt: ambities en ontwikkelingen

De gemeente Buren werkt bestuurlijk, organisatorisch én in haar dienstverlening richting inwoners volop aan vernieuwing. De ambities en actuele ontwikkelingen vormen -samen met de input uit de sessies- de basis voor dit strategisch communicatieplan.

Hierna volgt een overzicht van uitgangspunten uit verschillende visiedocumenten en plannen die van belang zijn voor onze communicatiewaarden en -strategie.



Toekomstprofiel Buren 2040: 'Samen sterk in de regio', juni 2021

- Het toekomstprofiel van Buren schetst het beeld van een gemeente die werkt aan een duurzame toekomst. Alles is gericht op *groei* en *bescheiden bruis* met behoud van *'het Burense Cultuurhistorische landschap'*.
- In de toekomstoriëntatie fase 2 en *'Samenwerken aan de toekomst van Buren, 29 maart 2022'* wordt nadere invulling gegeven aan het toekomstprofiel. Fase 3 wordt opgestart.

Coalitieakkoord 2022-2026 'Samen voor het Buren van morgen'

- Een nieuwe manier van (samen)werken aan de toekomst: gemeenteraad, college, ambtelijke organisatie, inwoners, bedrijven en verenigingen trekken gezamenlijk op
- Toekomstvisie en -profiel van Buren
- Verdere uitvoering van kerngericht werken

**Coalitie-
akkoord**

**Toekomst-
profiel
Buren 2040**

Visie op dienstverlening en het uitvoeringsplan dienstverlening, januari 2023

- Persoonlijk en digitaal werken
- Snel en correct werken
- Dichtbij werken (kerngericht)

Visie kerngericht werken, 2020-2023

- Inwoners en gemeente werken samen als partners (inwonersparticipatie)
- Inwonersinitiatieven krijgen ruimte
- We leveren maatwerk naar de kernen

Bijlage: Handreiking inwoners- en overheidsparticipatie

Op basis van zes stappen geven we vorm aan inwonersparticipatie binnen verschillende projecten. Deze stappen zijn gebaseerd op Factor C, een communicatiemethode ontwikkeld door de Rijksoverheid.

**Visie
dienst-
verlening**

**Kerngericht
werken 2.0**

Traject participatie 2023

- Ontwikkeling van een Burense visie op inwonersparticipatie en vernieuwing van de participatieverordening
- Participatie heeft een duidelijke link met kerngericht werken. Samen vormen ze een belangrijke nieuwe manier van werken voor de organisatie.

In het kader van de organisatieontwikkeling zijn ambtenaren in een serie focusdagen aan de slag gegaan met storytelling op weg naar andere manieren van werken, december - maart 2023

- 'Intern beginnen, is extern winnen'
- Vijf interne waarden zijn benoemd: plezier, betekenis, betrokkenheid, verbinding, resultaat
- Storytelling: het delen van persoonlijke verhalen laat zien dat we trots zijn op het werken bij Buren

**Ontwikkeling
Participatie-
beleid**

**Organisatie-
ontwikkeling**

3. Communicatiewaarden

Uit de sessies met het college en de diverse visiedocumenten komt een aantal communicatiewaarden naar voren die belangrijk zijn voor onze gemeente:

- Samenwerking vormt de basis
We maken samen keuzes, iedereen kan meedenken en meedoen, we stimuleren elkaar en luisteren naar elkaar
- Kerngericht werken 2.0
We werken dichtbij onze inwoners, we leveren maatwerk naar onze kernen
- Transparantie en vertrouwen
We zeggen wat we doen en doen wat we zeggen, we werken aan onderling vertrouwen en aan het vertrouwen van onze inwoners
- Zichtbaar en toegankelijk
We zijn goed vindbaar, we werken persoonlijk en digitaal

A word cloud containing various communication values. The words are arranged in a cluster, with some larger and more prominent than others. The colors of the words are red, orange, and yellow.

stimuleren
zorgvuldig toekomstgericht
kerngericht
nieuwsgierig
transparant betrouwbaar
samenwerking zichtbaar
samen
eerlijk sociaal open

4. Communicatiestrategie

Wat betekenen deze waarden voor onze communicatiestrategie?
We komen tot de volgende vijf uitgangspunten voor communicatie:

COMMUNICATIE:

...zit in het
hart van
onze
organisatie

...gaat hand
in hand met
participatie

...is open en
oprecht

...sluit aan
bij de
beleving van
inwoners

...verbindt
en komt tot
leven
dankzij
verhalen

1. Communicatie zit in het hart van onze organisatie

We willen in samenwerking met inwoners, en met de raad als hun vertegenwoordiging, keuzes maken voor beleid. Dat betekent dat onze communicatie erop gericht is om hen te betrekken bij de vorming van beleid. We zetten communicatie in om de betrokkenheid bij het beleid of projecten die daaruit voortkomen te vergroten. En om te zorgen dat zoveel mogelijk inwoners goed geïnformeerd zijn. Daarvoor is het belangrijk dat communicatieadviseurs al vroeg bij de ontwikkeling van beleid of een project meedenken en adviseren over communicatie én participatie. Dat helpt in ons streven om *begrijpelijk beleid te maken, in plaats van beleid achteraf begrijpelijk maken*.

→ **Communicatie krijgt een meer strategische positie in de beleidsontwikkeling.**

→ **We zetten Factor C in, een methode voor communicatie bij omgevings- en opgavegericht werken**

[Factor C: in vijf stappen van opgave naar communicatieaanpak](#) | [Factor C](#) | [CommunicatieRijk](#)

Communicatie is van iedereen

Een groot deel van het werk van een beleidsadviseur of projectmanager bestaat uit communicatie.

Factor C helpt ook hen om beter, communicatief beleid te ontwikkelen. Ook andere ambtenaren hebben in hun dagelijks werk te maken met communicatie; van het schrijven van een raadsvoorstel tot een bewonersbrief.

→ **De communicatieadviseurs helpen de organisatie communicatiever te maken.**

COMMUNICATIE:

...zit in het
hart van
onze
organisatie

...gaat hand
in hand met
participatie

...is open en
oprecht

...sluit aan
bij de
beleving van
inwoners

...verbindt
en komt tot
leven
dankzij
verhalen

2. Communicatie en participatie gaan hand in hand

Samen keuzes maken en iedereen kan meedenken en -doen; belangrijke uitgangspunten voor inwoners- en overheidsparticipatie. In 2023 krijgt participatie verder vorm met de ontwikkeling van participatiebeleid.

Het betrekken van en de dialoog met inwoners vraagt een uitnodigende, stimulerende en open communicatiestijl. Bovendien is communicatie belangrijk zowel *in* als *over* het participatieproces. Communicatie helpt bij het ‘managen van de verwachtingen’. Want hoe ziet het participatieproces eruit, waarover kan een inwoner precies meedenken, in welke mate, wat wordt/is er met de input gedaan (terugkoppeling) en waarom?

→ ***Participatie vraagt vooraf een goede voorbereiding. De communicatieadviseurs hebben hierin een adviserende rol en kunnen daarbij putten uit verschillende werkvormen vanuit Factor C.***

COMMUNICATIE:

...zit in het
hart van
onze
organisatie

...gaat hand
in hand met
participatie

...is open en
oprecht

...sluit aan
bij de
beleving van
inwoners

...verbindt
en komt tot
leven
dankzij
verhalen

3. Onze communicatie is open en oprecht

Werken aan vertrouwen onder inwoners vraagt om openheid, eerlijkheid en oprechtheid in onze communicatie én in ons handelen. Daarbij is het belangrijk om te werken met kernboodschappen en een consistent verhaal.

Ook hier geldt: communicatie is van iedereen. Alle bestuurders en ambtenaren hebben hierin een verantwoordelijkheid, waarbij de communicatieadviseurs aanjagers zijn.

We communiceren niet alleen over successen, maar zijn ook eerlijk over zaken die anders lopen, over dilemma's en over besluiten die niet voor iedereen goed nieuws zijn.

→ ***We denken zorgvuldig na over onze kernboodschap en bereiden die voor.***

→ ***We hebben oog voor toekomstige ontwikkelingen.***

→ ***Bij contacten met de pers adviseren en ondersteunen de communicatieadviseurs het bestuur. Leidraad daarbij is het document 'Werkwijze omgaan met de pers' (bijlage 1)***

→ ***Voor het college organiseren we een mediatraining.***

COMMUNICATIE:

...zit in het
hart van
onze
organisatie

...gaat hand
in hand met
participatie

...is open en
oprecht

...sluit aan
bij de
beleving van
inwoners

...verbindt
en komt tot
leven
dankzij
verhalen

4. Onze communicatie sluit aan bij de beleving van inwoners*

(*ondernemers, maatschappelijke organisaties)

We sluiten in onze communicatie aan bij wat er leeft onder inwoners en in de kernen. Daarmee dragen we bij aan de verbinding en samenwerking tussen de gemeente en onze inwoners.

Taalgebruik, stijl en de keuze voor communicatiekanalen en –middelen stemmen we zoveel mogelijk af op specifieke doelgroepen en/of de kernen.

→ ***Voor het kerngericht communiceren zijn de kernregisseurs belangrijke gesprekspartners voor de communicatieadviseurs.***

→ ***Voorstel: data gedreven werken***

Door gebruik te maken van data kunnen we onze communicatie en participatie gericht inzetten en goed aansluiten op de belevingswereld van inwoners. Een hulpmiddel bij het datagericht werken is bijvoorbeeld het toepassen van leefstijlsegmentatie. We doen nader onderzoek naar de verschillende tools die hiervoor op de markt zijn.

COMMUNICATIE:

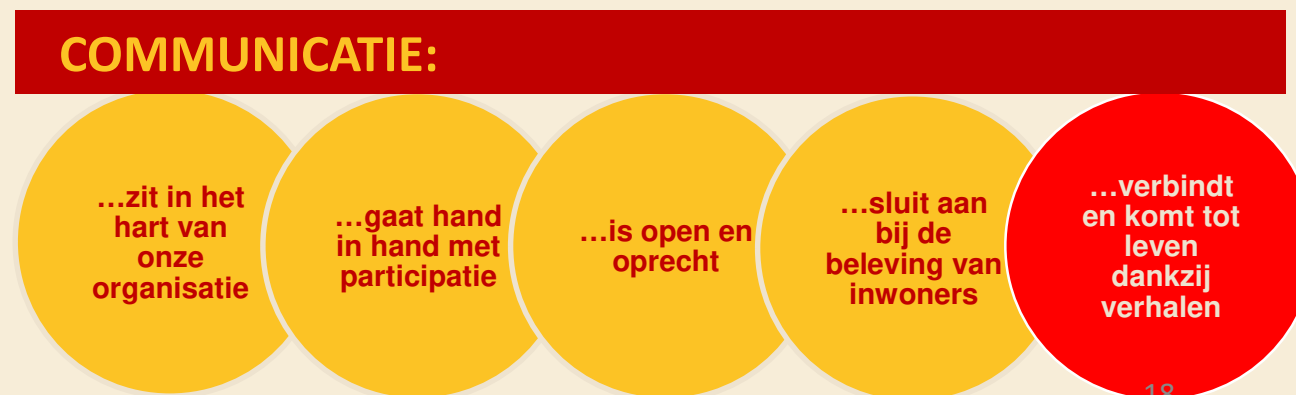


5. Onze communicatie verbindt en komt tot leven dankzij verhalen

Storytelling is 'hot'. Tijdens de focusdagen in de organisatie, hebben medewerkers volop verhalen met elkaar gedeeld. Resultaat: trots op werken bij gemeente Buren. Een goed voorbeeld van de kracht van (persoonlijke) verhalen! Verhalen creëren verbondenheid tussen mensen én tussen mensen en de organisatie.

In gesprekken met het college komt de behoefte naar voren om verhalen in te zetten voor het uitleggen van beleidskeuzes. Een overkoepelend verhaal vanuit het college helpt om de vele ambities, grote opgaven en het toekomstprofiel van Buren goed en begrijpelijk over het voetlicht te brengen. Daarbij geven de *persoonlijke* verhalen van de collegeleden kleur aan het verhaal.

- ***Een koepelverhaal van het college draagt bij aan het tot leven brengen van ons beleid en de toekomstvisie van Buren. Bovendien geeft het inzicht in de (persoonlijke) drijfveren van de bestuurders en draagt zo bij aan authenticiteit (open en oprecht) en persoonlijke communicatiekracht van de bestuurders.***
- ***We stellen voor het college een compact storytelling traject voor. Vanuit persoonlijke verhalen komen we tot een koepelverhaal voor het college dat verwoordt wat voor een gemeente Buren wil zijn.***



5. De rol van communicatie

De communicatiestrategie vraagt om een verschuiving van de rol die communicatie binnen de gemeente vervult. De 'ideale' afdeling kent zes rollen:

Strateeg: strategisch gesprekspartner bestuur/management en bepaalt hoe communicatie helpt om organisatiedoelen te bereiken en wat daarvoor primair moet gebeuren

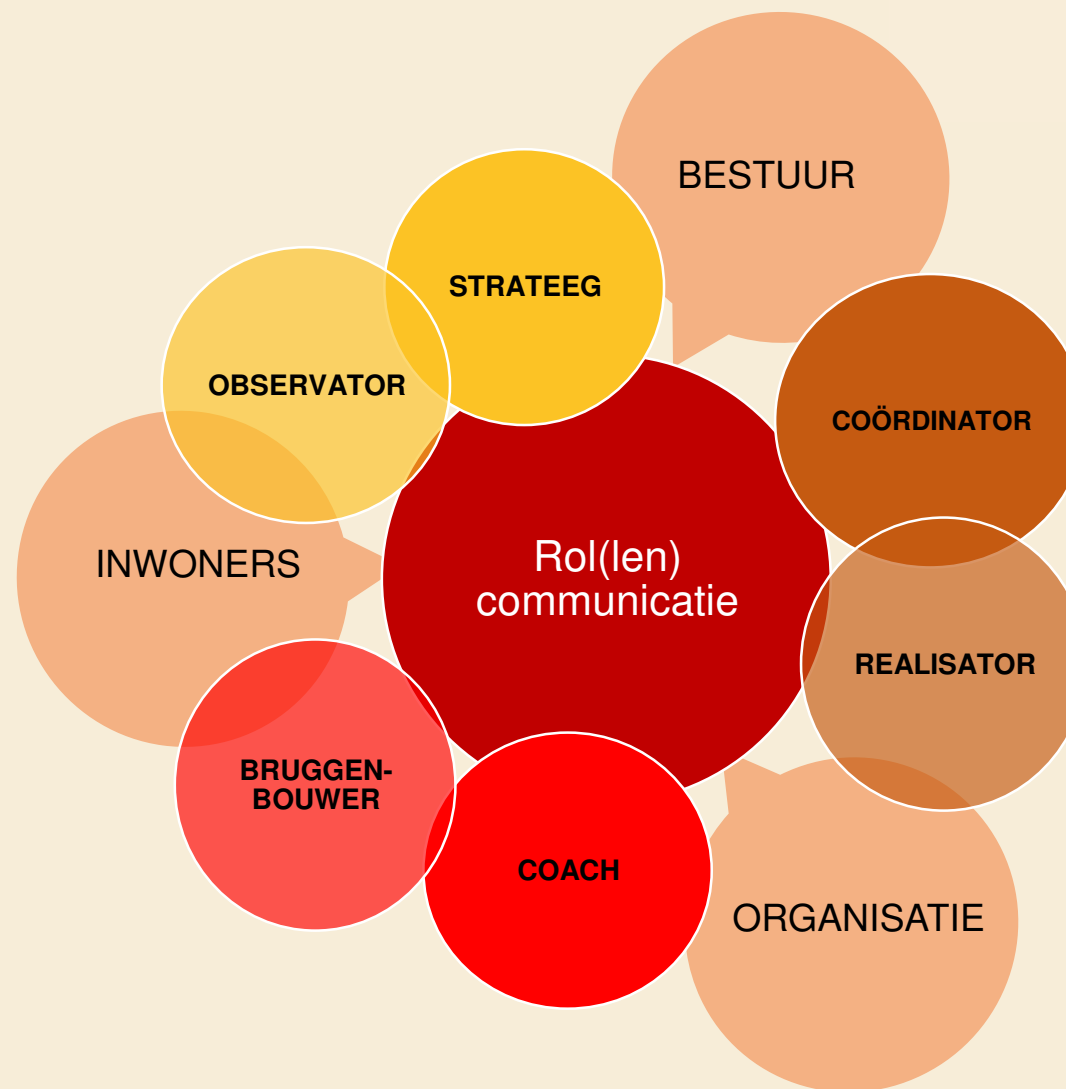
Observer: ontwikkelt venster op de wereld: monitort in pers, online en offline omgevingen wat speelt in de samenleving, op eigen werkterrein en bij doelgroepen

Bruggenbouwer: verbindt de binnen- en buitenwereld en is zo gangmaker en hoeder van dialoog en co-creatie

Coach: coacht medewerkers en helpt zo de organisatie om communicatierol op zich te nemen

Realisator: maakt communicatieproducten of faciliteert anderen hierbij om dit doel- en doelgroepgericht en met kwaliteit te doen

Coördinator: vertaalt missie en visie van de organisatie naar een merkbeleid en passende huisstijl en maakt werk van corporate communicatiekanalen



Gewenste rol team communicatie

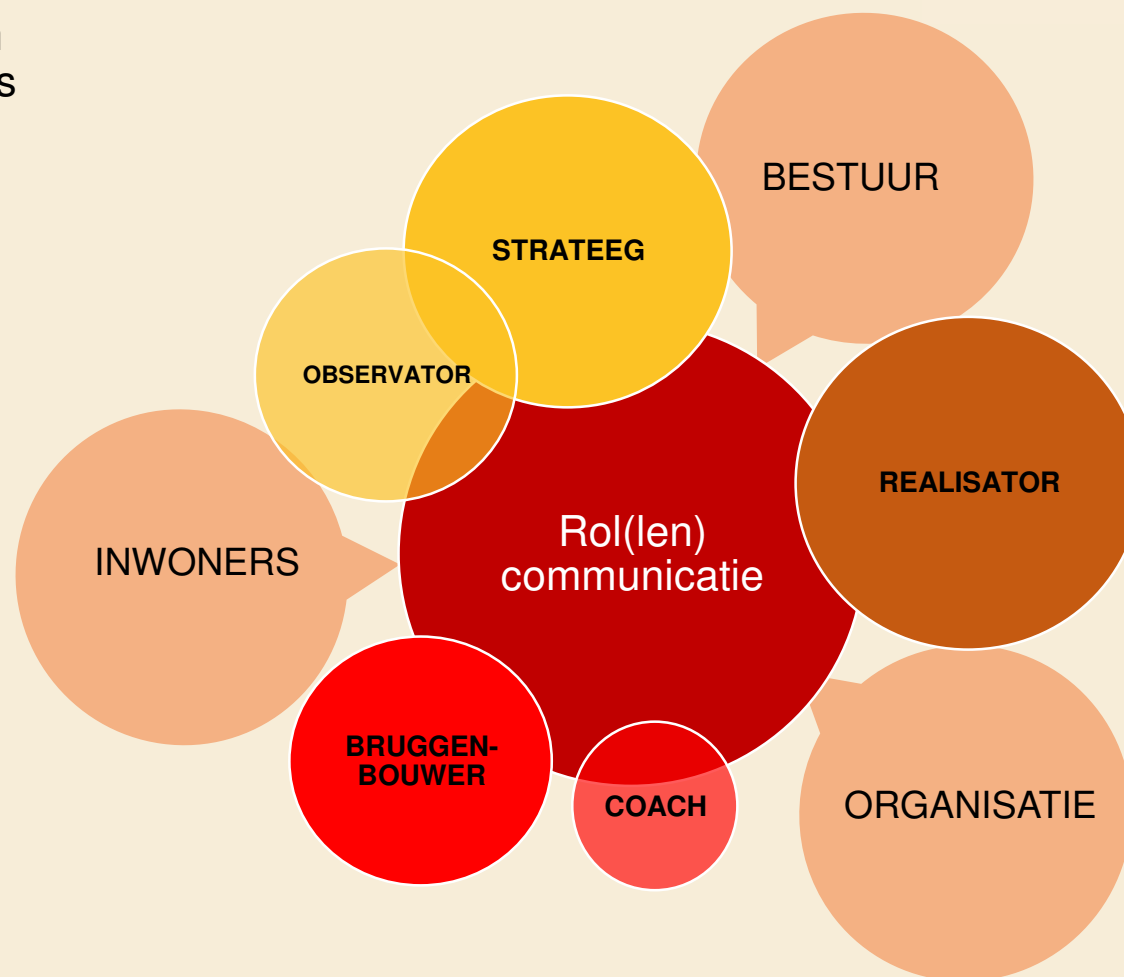
Gezien de omvang van de gemeente Buren en het team communicatie, wordt aan onderstaande rollen in meer of mindere mate invulling gegeven. De ambitie is toe te groeien naar een meer strategische adviesrol.

De rol van **strateeg** met aandacht voor communicatieprioriteiten. Daarbij is het team ook (deels) verantwoordelijk voor de uitvoering in de rol van **realisator**.

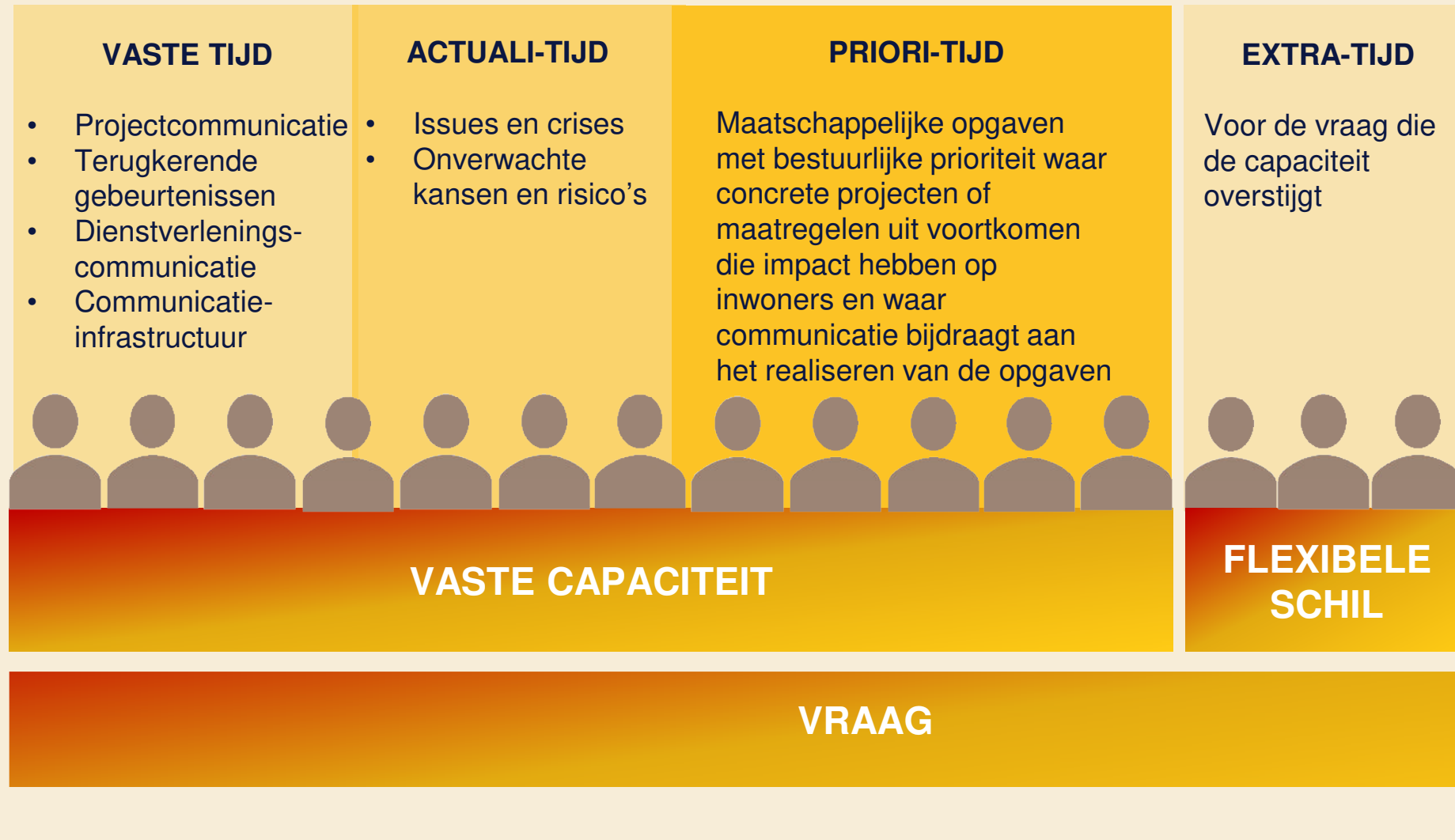
Als **bruggenbouwer** adviseert communicatie bij participatietrajecten.

De **coachende** rol helpt om meer collega's goed uit te rusten met communicatieve skills, waardoor we toewerken naar een communicatieve organisatie.

De rol van **observator** wordt incidenteel vervuld bij met name crisisachtige onderwerpen. We willen die rol verder laten groeien met de ontwikkeling van een newsroom.



6. Wat willen we communiceren?



Vaste Tijd

Projectcommunicatie

- Wegwerkzaamheden (GVP)
- Ruimtelijke projecten
- Groen projecten
- Bedrijfsbezoeken/economie
- Opvang vluchtelingen
- Interne communicatie organisatie-ontwikkeling

Dienstverleningscommunicatie

- Aanbod sociaal domein
- Kerngericht werken
- Dienstverlening gemeente

Terugkerende gebeurtenissen

- Financiën/begroting
- Evenementen zoals nieuwjaarsreceptie, Koningsdag, lintjesregen, vrijwilligersprijzen, etc.
- Officiële handelingen/optredens/bezoeken bestuurders

Beheer communicatie infrastructuur

- Gemeentenieuws
- Social media
- Website
- Raadsjournaal
- Intranetpagina communicatie
- Huisstijl

Actuali-Tijd



Issues, crisis en onverwachte kansen en risico's

- Incidenten van handhaving & veiligheid
- Onverwachte persvragen
- Piket Veiligheidsregio Gelderland-Zuid
-

Priori-Tijd

Maatschappelijke opgaven met bestuurlijke prioriteit...	...waar concrete projecten/ maatregelen uit voortkomen...	...die impact hebben op inwoners en/of ondernemers...	...en waar communicatie bijdraagt aan het realiseren van de opgaven.
Woningbouwopgave (Martine de Bas)	• Invulling woningbouwprogramma	• Voldoende passende en betaalbare woningen voor inwoners Buren. Meer sociale huur.	• Inzicht geven in uitdagingen en aanpak woningtekort • Informeren over en betrekken bij woningbouwplannen per kern
Duurzaamheid: energie- en warmtetransitie, klimaatadaptatie en circulaire economie (Martine de Bas)	• Besparen en isoleren • Aardgasvrij verwarmen • Opwek duurzame energie • Energiearmoede • Klimaatadaptatie • Circulaire economie	• Iedereen kan bijdragen aan behalen klimaatdoelen Actueel: hoge energierekening.	• Gedragsbeïnvloeding voor duurzamer gedrag • Intern: duurzaamheid inbedden binnen gemeentelijke organisatie
Sport en beweging (Martine de Bas)	• Ontwikkeling integraal sportbeleid (2023)	• Goed voor ontmoeting, ontspanning, gezond leven → vitale inwoners	• Communicatie/participatie rond ontwikkeling sportbeleid en belang ervan uitdragen

Priori-Tijd

Maatschappelijke opgaven met bestuurlijke prioriteit...	...waar concrete projecten/ maatregelen uit voortkomen...	...die impact hebben op inwoners en/of ondernemers...	...en waar communicatie bijdraagt aan het realiseren van de opgaven.
Beleidsontwikkeling Inwonersparticipatie (Monique Bettink-Pierik)	• Ontwikkeling participatiebeleid (2023)	• Ruimte en mogelijkheden voor inwonersinitiatieven en participatie	• Communicatie in én over participatieproces rond de ontwikkeling van beleid
Transformatie sociaal domein (Monique Bettink-Pierik)	• (Financiële) maatregelen en kortere wachtlijsten → hulp voor wie het hardste nodig heeft.	• Meer inzet van voorliggende voorzieningen door partners	• Informatievoorziening rond veranderingen in voor inwoners
Ontwikkeling omgevingsplan buitengebied (Pieter Neven)	• Vormt basis voor projecten en plannen in het buitengebied	• Effect op inrichting woon- en leefomgeving inwoners	• Communicatie in én over participatieproces tbv ontwikkeling omgevingsplan
Vastgoed en accommodaties (Karl Maier)	• Vaststellen accommodatiebeleid door raad • Huisvestingsplannen gemeente	• Bij eventueel vertrek gemeente uit 'kasteel' plannen voor herontwikkeling tot woningen	• Pro-actief communiceren ontwikkelingen rondom plannen gemeentehuis

Priori-Tijd

Maatschappelijke opgaven met bestuurlijke prioriteit...	...waar concrete projecten/ maatregelen uit voortkomen...	...die impact hebben op inwoners en/of ondernemers...	...en waar communicatie bijdraagt aan het realiseren van de opgaven.
Recreatie en toerisme (Karl Maier)	Visie recreatie en toerisme gaat in uitvoering: gebiedsontwikkeling eilanden van Maurik en steenfabriek	Gebiedsontwikkeling ligt gevoelig onder inwoners en belangengroeperingen	- Inwoners betrekken bij planvorming en omgevingsprogramma - Pro-actief communiceren over stappen die we zetten
Toekomstoriëntatie (Hans Martijn Ostendorp)	Als gemeente werken we aan fase 3 van de toekomstoriëntatie		
Kunst en Cultuur beleid (Monique Bettink-Pierik)	Beleid ontwikkelen in Q3 2023: wacht op capaciteit		

7. Doelgroepen en –middelenmatrix

Communicatie- middelen //////////////////// Doelgroepen	Website	Intranet	Gemeente- nieuws in het Kontakt	Facebook Instagram	Twitter	LinkedIn	Raadsjournaal/ Raadsinformatie brief/flitsbericht	Persberichten	Nieuwsbrief duurzaamheid	Lokale media in kernen
Inwoners	X		X	X	X				X	X
Georganiseerde inwoners	X		X	X	X				X	X
Partners	X		X	X	X	X			X	
Media	X				X			X		
Medewerkers	X	X								
Gemeenteraad	X						X	X		

8. Organisatie van de communicatie

Met het oog op de meer strategische inzet van communicatie, komen we tot de volgende taken voor de communicatieadviseurs:

Beleidsmatig

- Advisering bij participatie
- Ontwikkeling communicatiestrategie beleid/projecten (prioriteiten)
- Advisering bij inzet communicatiemiddelen
- Communicatieadvisering bestuurders
- Onderhouden perscontacten volgens 'Werkwijze omgaan met de pers'
- Bewaking van het vastgestelde communicatiebeleid
- Bewaking/(her-)ontwikkeling van de huisstijl

Uitvoerend

- Ontwikkeling, coördinatie en eindredactie van in- en externe communicatiemiddelen, on- en offline
- Beheer social media accounts gemeente volgens 'Werkwijze social media' (bijlage 2)

Een nieuwe rol voor de communicatieadviseurs

Dit strategische communicatieplan en de rollen die daarin zijn geschetst voor de communicatieadviseurs, vragen een andere manier van werken. Van aan de 'achterkant en in de waan van de dag opereren' naar proactief en in een vroeg stadium meedenken en het adviseren van beleidsadviseurs, bestuurders en projectmanagers. En van 'u vraagt wij draaien' naar het coachen van collega's in de uitvoering van communicatie.

De rol samengevat:

- Vooraan in proces meedenken over krachtenveld, risico's, participatie, kernboodschap (Factor C)
- Focus: anderen in positie brengen om hun werk goed te doen
- Communicatie is van iedereen: skills ontwikkelen
- Sparringpartner en communicatieadviseur van bestuur en collega's
- Sturing en regie van communicatieafdeling op communicatietrajecten
- Flexibiliteit om te anticiperen op ontwikkelingen

Het team moet nog groeien in deze rol en is daar al volop mee bezig. Dit vraagt logischerwijs tijd.