



Handboek communicatie bij werkzaamheden en bereikbaarheid

Voor (weg)werkzaamheden en bouwactiviteiten in de openbare ruimte door externe partijen

November 2024

Inhoudsopgave

Inleiding.....	3
Doel.....	3
Goed om vooraf te weten	4
<i>Voor wie is dit handboek?</i>	<i>4</i>
<i>Hulp nodig?</i>	<i>4</i>
<i>Rolverdeling</i>	<i>4</i>
<i>Hoe werkt dit handboek?</i>	<i>4</i>
Algemene uitgangspunten voor communicatie	5
Hoe communiceren wij met de doelgroepen?	5
Een communicatieplan maken	5
<i>Doel</i>	<i>5</i>
<i>Doelgroepen analyse.....</i>	<i>6</i>
<i>Bepaal de kernboodschap</i>	<i>6</i>
<i>Kanalen kiezen</i>	<i>6</i>
<i>Planning</i>	<i>7</i>
<i>Participatie.....</i>	<i>7</i>
<i>Evaluatie</i>	<i>7</i>
<i>Tips om mee te nemen in je communicatie.....</i>	<i>7</i>
<i>Tips voor het schrijven van een brief.....</i>	<i>8</i>
Checklist	9

Inleiding

In Hollands Kroon zijn we altijd bezig met het verbeteren van de openbare ruimte. We richten straten en buurten (opnieuw) in en we passen het riool en de wegen aan. Daarmee zorgen we voor goede infrastructuur en een openbaar gebied, zoals parken, groenvoorzieningen, plantsoenen, die klaar is voor de toekomst. De werkzaamheden hebben altijd impact op inwoners, bedrijven en instellingen in onze gemeente. Zij hebben doorgaans begrip voor het werk in de openbare ruimte, als ze tijdig en goed geïnformeerd zijn en weten waar ze terecht kunnen met vragen. Goede communicatie is daarom essentieel.

Dit handboek is bedoeld voor externe partijen, zodat zij tijdig kunnen nadenken over de impact van de werkzaamheden in de openbare ruimte. Het biedt richtlijnen voor de benodigde communicatie en participatie, zodat deze goed voorbereid en uitgevoerd kunnen worden.

Doel

Het doel van dit handboek is om ervoor te zorgen dat we duidelijk, transparant en uniform communiceren bij projecten die gaan over werkzaamheden in de openbare ruimte. Dit handboek zorgt voor:

- een duidelijke, herkenbare en volledige boodschap;
- optimale inzet van de beschikbare communicatiemiddelen en -kanalen;
- een heldere rolverdeling voor alle betrokken partijen;
- het tijdig opstellen van een communicatieplan.

Goed om vooraf te weten

Voor wie is dit handboek?

Dit handboek is bestemd voor externe partijen die betrokken zijn bij werkzaamheden in de openbare ruimte in opdracht van de gemeente Hollands Kroon.

Hulp nodig?

Heb je hulp nodig bij één van de in dit handboek benoemde acties of hulpmiddelen? Neem dan contact op met je contactpersoon binnen de gemeente.

Rolverdeling

Bij de uitvoering van een project, wordt de communicatie vaak gedaan door de aannemer. Belangrijk is om duidelijke afspraken te maken wie welke deze communicatie doet. Dus waarover communiceer jij wel en niet. En waarover communiceert de gemeente? En passen jullie participatie toe en zo ja, hoe? Of doet de gemeente dit? Maak goede afspraken en vergeet niet de rol van eventuele onderaannemers te benoemen.

Hoe werkt dit handboek?

Het handboek geeft handvaten voor communicatie bij werkzaamheden in de openbare ruimte. De mate van communicatie hangt af van de grootte van het project. Wanneer er onderhoud moet worden gepleegd is de communicatie minder uitgebreid dan wanneer er een herinrichting gaat plaatsvinden. Dit geldt ook voor de participatie. Soms voldoet alleen een brief, soms een paar brieven om de inwoners te voorzien van updates en soms moet er een heel participatietraject worden opgestart.

Algemene uitgangspunten voor communicatie

Het opstellen van de communicatieaanpak gebeurt in de definitiefase van het project

Communicatie over een project begint lang voor de start van de uitvoering. Dus voor de schop de grond in gaat, moet de omgeving op de hoogte zijn van wat, waarom, wanneer en hoe het gaat gebeuren en waar zij rekening mee moeten houden. Ook kunnen zij in veel gevallen meedenken (participeren). Het is belangrijk hier in de definitiefase al een plan voor te maken.

Bij Hollands Kroon werken we met de participatieladder. Deze ladder kent 4 verschillende niveaus, namelijk: meeweten, meedenken, meedoen en meebeslissen. Meer hierover vind je op hollandskroon.nl/participatie. Participatie is maatwerk. Afhankelijk van de duur en de impact van het project op de omgeving, moet worden vastgesteld welk participatieniveau passend is. Elke fase van het project kan een ander niveau van participatie vereisen.

Hoe communiceren wij met de doelgroepen?

Duidelijk en toegankelijk en altijd in taalniveau B1. Daarbij staat de impact van het project op de omgeving centraal – niet per se het project zelf. Dus tegen welke hinder loopt de omgeving aan? En hoelang duurt dat? En wanneer krijgen ze meer informatie en/of waar kunnen zij dit (online) vinden?

Als berichten naar de omgeving verstuurd worden, is het belangrijk om met je contactpersoon af te stemmen wie de afzender is. Wanneer jullie de afzender zijn, zorg er dan altijd voor dat de rol van de gemeente duidelijk wordt vermeld.

Een communicatieplan maken

Bij het maken van een communicatieplan, neem dan de volgende onderdelen mee:

Doel

Een project heeft altijd een doel. Denk aan een veiliger weggebruik, betere doorstroming of meer parkeerplaatsen. Maar, wat wil je bereiken met de communicatie over dit project? Dit kan zijn:

- Het informeren van inwoners, bedrijven en instellingen over de werkzaamheden, de planning en de eventuele verkeershinder.
- Het verminderen van vragen en zorgen bij gebruikers, aan- en omwonenden.
- Etc.

Doelgroepen analyse

Breng in kaart wie allemaal te maken krijgen met de werkzaamheden. De belangrijkste doelgroepen kunnen zijn:

- **Inwoners** (directe en indirecte omwonenden)
- **Ondernemers** (en winkeliers in het werkgebied)
- **Weggebruikers** (autoverkeer, fietsers, openbaar vervoer)
- **Hulpdiensten** (brandweer, politie, ambulance)
- **Scholen en maatschappelijke instellingen** (in de omgeving)
- **De gemeente**
- **Andere overheden** (of instanties als zij betrokken zijn)

Maak een inschatting hoe zij denken over het project of het onderwerp. Vraag dit eventueel na bij je contactpersoon. Aan de hand hiervan kun je het beste bepalen welke communicatie nodig is. Verwacht je dat mensen positief, negatief of neutraal zijn? Waaruit blijkt dat? Denk hierbij aan meldingen, bezwaren of andere werkzaamheden in de buurt waarop gereageerd is. Vragen mensen al heel lang om een aanpassing of komt dit voort uit een eigen analyse en weten inwoners hier nog niks vanaf? Pas je manier van communiceren dus aan op de doelgroep en het sentiment. Houdt er hierbij rekening mee dat het sentiment gedurende een project kan veranderen. Als dit verandert, pas dan ook de communicatie aan.

Bepaal de kernboodschap

Wat is het belangrijkste wat de ontvanger moet weten? Dit is de kernboodschap. Ga bij het opstellen van deze boodschap uit van de behoefte van de doelgroep:

- Wat gaat er gebeuren?
- Wat betekent dit voor mij?
- Waarom is dit nodig?
- Wat heb ik eraan op lange termijn?

Kanalen kiezen

Kies de middelen en kanalen die de doelgroepen bereiken. Hierbij een aantal voorbeelden:

- Bijeenkomsten
- De Bouwapp
- Bouwbord
- Huis-aan-huis brieven
- E-mail
- Gemeentelijke website hollandskroon.nl
- Sociale media
- Advertentie(s) in lokale media (offline/online)
- Nieuws en/of persberichten: Voor bredere media-aandacht

- Informatieborden en omleidingsborden: Direct ter plaatse van de werkzaamheden
- Keukentafelgesprekken

Planning

Maak een communicatieplanning. Wanneer moet wat worden gecommuniceerd?

- **Voor de start van de werkzaamheden:** Communiceer ruim van tevoren over de startdatum, duur en de verwachte overlast. Dit geeft inwoners en ondernemers tijd om zich voor te bereiden.
- **Tijdens de werkzaamheden:** Communiceer proactief over de voortgang. Bij wijzigingen maar ook wanneer alles volgens planning verloopt. Wanneer je deze verstuurd is afhankelijk van de duur van je project. Doe dit sowieso bij vertragingen en mijlpalen. Zorg ervoor dat inwoners weten bij wie ze terecht kunnen als ze zelf tussendoor vragen of zorgen hebben.
- **Na de werkzaamheden:** Informeer over de afronding, hoe zijn de werkzaamheden verlopen en bedank de inwoners voor hun geduld en begrip. Geef de inwoners de gelegenheid om feedback te geven over hoe zij het hebben ervaren. Hiervan kunnen we leren in volgende projecten.

Participatie

Het college wil op alle essentiële onderwerpen dat inwoners (en/of andere doelgroepen) kunnen meedenken en/of meedoen met de plannen voor ons worden uitgevoerd. Afhankelijk van de grootte van het project, is het raadzaam een participatieplan te schrijven hiervoor. De volgende overwegingen kun je meenemen in je plan:

- Bij welke fases in het project mogen inwoners participeren? Kies per fase een participatieniveau.
- Hoe mogen zij participeren? Oftewel, welke vraag of vragen stellen we per fase aan de doelgroep?
- Als doelgroep(en) mogen meedenken, hoe gaan zij dit dan doen? Oftewel, op welke manier mogen zij hun ideeën, zorgen, vragen met ons delen? En is dit fysiek en/of online. Beschrijf hoe dit plaats gaat vinden.

Evaluatie

Wij vinden het belangrijk dat inwoners feedback kunnen geven over de manier van communiceren. Dit zorgt ervoor dat wij hiervan kunnen leren. Zorg ervoor dat inwoners deze feedback op een toegankelijke manier kunnen delen.

Tips om mee te nemen in je communicatie

Ga het gesprek aan

Door persoonlijk in gesprek te gaan met de omgeving kun je meer begrip creëren voor elkaars standpunt. Wees daarom toegankelijk, empathisch, vriendelijk en begrijpelijk. Soms kun je niet meteen antwoord geven op een vraag. Geef dan aan dat je het uitzoekt en hierop terugkomt. Wacht hier niet te lang mee; dit kan namelijk averechts werken.

Tips voor het schrijven van een brief

- Hou het kort en bondig. Hoe meer informatie, hoe meer kans dat iemand informatie over het hoofd ziet.
- Teksten moeten duidelijk en begrijpelijk zijn en moeten goed afgestemd zijn op de lezer. Eenvoudig Nederlands is hiervoor de standaard. Schrijf daarom altijd op taalniveau B1.

Gebruik duidelijke koppen. Koppen zorgen voor overzicht in een brief. Door in de koppen de belangrijkste informatie te zetten, kan de lezer in een paar seconden al de belangrijkste informatie lezen.

- Zet in de koppen waarover de alinea gaat.
Bijvoorbeeld: **Wij gaan uw straat herinrichten.**
Of **De werkzaamheden starten op 18 oktober.**
Daaronder vertel je dan wat dit betekent voor de lezer.
- Door te schrijven van uit jezelf of het bedrijf maak je de communicatie persoonlijker. Schrijf daarom zoveel mogelijk in de ik- en wij-vorm. Gebruik 'ik' als je zelf iets doet. Schrijf 'wij' voor het bedrijf.
- In de afbeelding hiernaast is een voorbeeld brief te zien.

Onderwerp: **Schrijf hier de kern van de brief. Bijvoorbeeld: Binnenkort gaan wij uw riool vervangen.**

Beste **inwoner/aanwonenden van.../ ondernemer,**

Binnenkort gaan er werkzaamheden plaatsvinden in uw **straat/omgeving**. In deze brief leest u meer over wat er gaat gebeuren, waarom dit nodig is en wat dit voor u betekent.

Wat gaat er gebeuren?

[Beschrijf hier duidelijk wat de werkzaamheden inhouden. In de kop van deze alinea kun je het belangrijkste benoemen. Bijvoorbeeld: **Wij gaan het riool vervangen in uw straat** en vervolgens zet je de uitleg in deze alinea.]

Waarom zijn deze werkzaamheden?

[Leg kort en duidelijk uit waarom de werkzaamheden gaan plaatsvinden, bijvoorbeeld om de veiligheid te verbeteren, om overlast te voorkomen of om de buurt te verfraaien.]

De werkzaamheden starten op datum

Het is handig om de startdatum in de kop van deze alinea te zetten. Dit maakt het meteen duidelijk voor de lezer. Leg hierbij uit wat de verdere planning is. **Wij verwachten dat de werkzaamheden.....**

Wat verwacht je van de lezer?

In deze alinea vertel je wat het betekent voor de lezer. Hoeveel last krijgen ze? Wat moeten ze doen? **Hoe zit het met de bereikbaarheid van hun straat/dorp?**

Als digitale gemeente ontvangen wij uw post graag via post@hollandskroon.nl.
Brievenbuspost en pakketten kunt u sturen naar postbus 8, 1760 AA Anna Paulowna.

Contact
www.hollandskroon.nl
T 088 - 321 50 00

Social Media
[facebook.com/hollandskroon](https://www.facebook.com/hollandskroon)

Overige gegevens
BNG Algemeen NL82 BNGH 028.51.52.785
BIC: BNGHNL2G

Checklist

Hieronder staat een checklist. Deze kun je langsgaan om te kijken of je alles hebt gedaan. Communicatie is maatwerk. Het kan zijn dat bepaalde punten voor jouw project niet van toepassing zijn.

- ☐ Er is een aanspreekpunt. Bij wie kunnen inwoners, bedrijven en/of instellingen terecht met hun vragen?
- ☐ Er is een heldere rolverdeling. Wie doet wat?
- ☐ De planning is duidelijk. Niet alleen voor het project zelf, maar ook wat betreft de communicatie en participatie.
- ☐ Alle doelgroepen zijn in kaart gebracht. Ben je niemand vergeten mee te nemen in je communicatie?
- ☐ Het sentiment is in kaart gebracht. Wat voor impact heeft het project op de omgeving en hoe reageert de omgeving daarop?
- ☐ Het communicatieplan is gemaakt.
- ☐ Er is bedacht hoe en via welke weg er gecommuniceerd gaat worden
- ☐ De berichten staan klaar om gedeeld te worden.
- ☐ De kaders voor de participatie zijn duidelijk.
- ☐ Er is nagedacht over de evaluatie/terugkoppeling.