

Communicatieplan
Vernieuwing Sociaal Domein
Gemeente Tynaarlo

Opdrachtgever Gemeente Tynaarlo



Juli 2014

Inleiding

Voor iedereen verandert er iets, nu of in de toekomst! Onder deze noemer zijn we vorig jaar gestart met de communicatie naar onze inwoners en cliënten over de vernieuwing in het sociaal domein. Het beeld dat we daarbij voor ogen hadden en hebben is de keukentafel: een tafel, die uitnodigt om aan te gaan zitten en in gesprek te gaan met elkaar (gemeente, hulpverleners, cliënten).

De communicatie tijdens de eerste inwonersavonden eind 2013 was breed en algemeen ingestoken. Doel was en is steeds mensen meenemen op onze weg, stap voor stap naar de nieuwe realiteit. We bouwden de website op met basisinformatie, hebben af en toe berichten gepubliceerd, en hebben een digitale nieuwsbrief in het leven geroepen om betrokkenen en geïnteresseerden op de hoogte te houden van de ontwikkelingen.

De realiteit begint nu, in het tweede kwartaal van 2014, steeds nadere invulling te krijgen. Besluitvorming door Tweede en Eerste Kamer over Jeugdhulp, Wmo 2015 en de Participatiewet maken dat zaken nu steeds concreter worden. De roep om heldere communicatie en 'hoe alles nu echt gaat worden' wordt des te vaker gehoord. Waar hebben we het nu precies over met elkaar?

De gemeente krijgt nieuwe taken op maatschappelijk gebied:

- Rijksoverheid decentraliseert taken op het gebied van Wmo, Jeugdhulp, werk en inkomen.
- Rijksoverheid wil daarmee zorg dichterbij de burger brengen
- Rijksoverheid voert een bezuiniging door
- Invoeringsdata waren steeds onzeker, maar komen nu dichterbij en worden concreter

In dit document komen de volgende onderdelen aan bod:

- Centrale boodschap en strategie
- Communicatieaanpak
- Planning

Inhoudsopgave

Deel I Centrale boodschap en strategie

1. Centrale boodschap
2. Integrale toegang
3. Tone of voice en woordvoering
4. Communicatiestrategie

Deel II Communicatieaanpak

1. Uitgangspunten
2. Doelgroepen
3. Doelen
4. Middelen

Deel III Planning

1. Communicatiekalender
2. Organisatie van de communicatie

Deel I Centrale boodschap en strategie

1.1 Centrale boodschap

De centrale boodschap van de vernieuwing in het sociaal domein is drieledig: eigen kracht, samen, een gezin, een plan een regisseur.

- *Eigen kracht*

Bij de vernieuwing van het sociaal domein is een beweging zichtbaar naar meer eigen verantwoordelijkheid en 'eigen kracht' van inwoners. Het sociale netwerk zal een grotere rol spelen en de rol van gemeente en professionele organisaties wordt kleiner. Zorg wordt in de nieuwe situatie gezien als een vangnet. We gaan dus uit van de eigen kracht van mensen.

- *Samen*

De vernieuwing realiseren wij als gemeente niet alleen, dat doen we samen met inwoners, maatschappelijke organisaties, zorgaanbieders, bedrijfsleven. Ook in de communicatie over de plannen maken we gebruik van intermediairs.

- *Een gezin, een plan, een regisseur*

Uitgangspunt is: steeds heldere lijnen en duidelijkheid voor cliënten en inwoners. Transparantie over verantwoordelijkheden en taken. Dat betekent dat we steeds uitgaan van 1 plan en zo min mogelijk verschillende hulpverleners over de vloer.

De formulering van de boodschap is steeds van groot belang. Als veel mensen zich zorgen maken over de komende veranderingen, dan is erkenning van die zorg een belangrijk aanknopingspunt voor contact. Het is belangrijk associaties op te roepen die voor een positieve grondhouding zorgen, die herkenbaar en duidelijk zijn en aansluiten bij de waarden van de doelgroep.

1.2 Integrale toegang

Tynaarlo is een van de gemeenten die integrale toegang tot hulpverlening wil bieden: 3 Sociale teams staan klaar voor inwoners en cliënten. De teamleden pakken alle hulpvragen op sociaal-maatschappelijk gebied op. Daarnaast leggen zij contacten in de dorpen en dragen zij de centrale boodschap uit naar de buitenwereld. De teams bestaan uit medewerkers van de gemeente Tynaarlo (Wmo consulenten), medewerkers van Trias (maatschappelijk werk) en medewerkers van Noordermaat (welzijn). Specialistische vragen worden doorgezet naar experts.

Voor de Sociale teams geldt een eigen communicatieplan dat is gebaseerd op de uitgangspunten van het college, ieder met een eigen invulling en kleur. De teams krijgen handvatten om zelfstandig hun communicatietaken uit te zetten en kunnen daarnaast steeds een beroep doen op de betrokken communicatieadviseur. Goede afstemming wordt wederzijds steeds georganiseerd. De Sociale teams hebben hun eigen kleuren en huisstijl.

1.3 Tone of voice en woordvoering

In de teksten hebben we een positieve en actieve vorm van communicatie. We spreken met en vanuit respect over onze cliënten en benaderen ze daarin gelijkwaardig. Woordvoering over de implementatie en zorgtaken (werk in uitvoering) ligt bij het college. De werkzaamheden in de sociale team vallen onder regie van de gemeente. De verantwoordelijkheid voor de communicatie daarmee ook.

1.4 Communicatiestrategie

- Positioneren van de gemeente vanuit de eigen verantwoordelijkheden nu en na 1 januari 2015;
- Samenwerken met betrokken partners, vormen van coalities in het vinden van gezamenlijke belangen tussen de betrokkenen;
- Persoonlijke benadering van cliënten, zoveel mogelijk via intermediairs;
- Heldere, duidelijke, positieve taal in communicatie.

2.1 Communicatie-uitgangspunten

- **Informereren**

Er is nog geen volledige duidelijkheid over het hoe, wat, met wie en wanneer van de drie decentralisaties. Er moet in korte tijd veel worden ontwikkeld en er moeten veel besluiten worden genomen. Daarom is het essentieel dat betrokken doelgroepen zo goed als mogelijk geïnformeerd worden over het proces, de planning en de inhoud. Zowel interne als externe doelgroepen hebben behoefte aan regelmatige informatie over de stand van zaken.

- **Partijen betrekken bij beleidsvorming**

Tijdige en regelmatige informatievoorziening is de basis. Daarnaast willen wij organisaties en inwoners betrekken bij de beleidskeuzes en hen laten meedenken.

- **Gericht op gedragsbeïnvloeding**

Het stimuleren van de eigen kracht van inwoners en de integrale aanpak door de gemeente van problemen zijn beleidsuitgangspunten die een andere houding en gedrag vereisen van alle betrokken partijen – van inwoners en cliënten, van gemeenteambtenaren en van professionals uit maatschappelijke en zorgorganisaties. De communicatie is dan ook gericht op gedragsbeïnvloeding. Daarbij ligt de nadruk op gewenst gedrag, op zo'n manier dat mensen zich kunnen identificeren met degenen die het voorbeeldgedrag vertonen. Het voorbeeldgedrag wordt de norm. Dit gegeven (mensen inspireren) is belangrijk bij het formuleren van boodschappen.

- **Begrip tonen voor emoties**

Zowel medewerkers van de gemeente zelf, als cliënten en professionals van uitvoerende organisaties kunnen te maken krijgen met nadelige gevolgen van de veranderingen. Mogelijk maken zij zich daar bij voorbaat zorgen over. Het is belangrijk dat de gemeente begrip toont voor deze emoties en ze benoemt. Maar tegenover de mogelijk verliespunten staat ook winst door kwaliteitsverbetering; ook dat aspect verdient aandacht. Soms wil de ontvanger de boodschap ook niet begrijpen. Of zoekt een zondebok en wijst naar de gemeente. Dit alles kan leiden tot negatieve media-aandacht.

- **Regionale samenwerking**

Voor de communicatie geldt hetzelfde als voor de uitvoering van het beleid: 'lokaal wat lokaal kan, en regionaal wat regionaal moet of beter is'. Op het gebied van jeugdzorg vindt er afstemming plaats met de communicatieadviseur van de gemeente Assen, die vertegenwoordigd is in de Drentse Pilot Jeugd. Regionale afstemming van de communicatie over de Participatiewet en Wmo vindt plaats op initiatief van de verantwoordelijke beleidsmedewerkers. In het geval van de Participatiewet vindt afstemming plaats met de gemeenten Assen en Noordenveld (Samenwerking Drentse Aa gemeenten). Communicatie over dit onderwerp wordt daarnaast afgestemd met de communicatieafdelingen van de ISD en Alescon. In het geval van Wmo vindt afstemming plaats met de gemeenten Assen, Noordenveld, Aa en Hunze en Midden-Drenthe.

- **Transparantie en positionering**

Ook al zitten we nog midden in het proces van veranderen, ook nu al is het positioneren van belang. We voeren een open gesprek met inwoners, maatschappelijke organisaties, zorgaanbieders, bedrijfsleven, raad en ander overheden over de nieuwe gezamenlijke te vormen balans. We zijn transparant zodat we worden ervaren als een betrouwbare

partner. We communiceren vanuit de eigen specifieke rol en weten die van de andere betrokken partijen.

Een nadere uitwerking voor hoe om te gaan met calamiteiten na 1 januari 2015 vindt na de zomer plaats. Daarbij maken we gebruik van van de nota: Handreiking *Handvatten voor gemeenten Communicatie en afstemming bij een calamiteit*. Deze handreiking van VNG is geschreven voor de veranderingen in de Jeugdzorg en biedt een goede basis voor alle 3 Decentralisaties. Concreet gaat dan het om afspraken over het melden van calamiteiten, het delen van informatie en de afstemming over externe communicatie (richting gemeenteraad, media en inspectie). Gemeenten en instellingen kunnen hiermee goed voorbereid zijn op de (bestuurlijke) gevolgen van calamiteiten. De handreiking is opgesteld met behulp van expertise vanuit verschillende gemeenten, inspectie, juristen en de VNG.

2.2 Communicatiedoelgroepen

Hieronder een overzicht van de belangrijkste doelgroepen en hun invloed, standpunten en belangen. Als bijlage (bijlage I) is een volledig overzicht van de doelgroepen toegevoegd.

Communicatiedoelgroep <i>invloed</i>	Standpunten en belangen
intern	
Beleidsmedewerkers en wmo consulenten <i>meeweten</i> <i>meedenken</i>	Medewerkers hebben behoefte aan duidelijkheid over wat er verandert en wanneer. Voor beleidsmedewerkers en in het bijzonder consulenten kan er veel veranderen; dat kan de werkplek zijn of de werkwijze, maar misschien is hun rechtspositie, hun baan, wel in het geding. Dat houdt hen bezig. Ze willen gewoon plezier houden in hun werk. Dat wekplezier hangt voor een groot deel af van de vraag of ze goede zorg kunnen bieden aan hun cliënten en of die tevreden zijn – en ze maken zich zorgen over of dat nog wel mogelijk blijft. Ze vinden het belangrijk dat beleid op basis van en in samenspraak met de praktijk wordt ontwikkeld, zodat het beleid uitvoerbaar is Voor beleidsmedewerkers is het belangrijk de veranderingen te weten, omdat dit van invloed kan zijn op hun werk (preventief).
gemeenteraad <i>meeweten</i> <i>meebeslissen</i>	De eerste taak van de gemeenteraad is erop toezien dat de gemeente haar wettelijke taken uitvoert en binnen de begroting blijft. De raad maakt zich zorgen over de (financiële) mogelijkheden van de gemeente om de nieuwe taken goed uit te voeren en de zorg voor inwoners goed te regelen. Kostenbesparing is nodig, maar de raad wil ook graag een kwaliteitsslag maken. Hij vindt klantvriendelijkheid en een laagdrempelige toegang voor inwoners tot ondersteuning belangrijk, want dat stemt inwoners tevreden. Hij heeft nog veel vragen bij de uitvoering, heeft niet volledig zicht op het hele veld en heeft vooral veel informatie nodig om beslissingen te kunnen nemen over de drie decentralisaties. De raad maakt zich zorgen of Tynaarlo wel voldoende beleidsvrijheid heeft; als kleine gemeente is ze

	immers afhankelijk van samenwerking in de regio.
college <i>meeweten</i> <i>meebeslissen</i>	<p>Het college van B&W moet en wil bezuinigingen realiseren, maar zo veel mogelijk met behoud van kwaliteit. Het vindt de uitgangspunten van 'één gezin, één plan' en de toegang via sociale teams erg belangrijk. Uitgangspunt is om de dienstverlening zo dichtbij mogelijk te houden. Toch is samenwerking in de regio ook nodig, want sommige zaken kan Tynaarlo als kleine gemeente niet bieden. Het college heeft net als de gemeenteraad veel informatie nodig om beslissingen te kunnen nemen. Ook al zit de gemeente nog midden in het proces van veranderen, ook nu al is het positioneren van belang. Het college neemt de zorgtaken niet over van de professional, maar is verantwoordelijk voor de kwaliteit. Het is partner in en beheerder van het budget voor het sociaal domein. Het college draagt dit vanuit de context van de door het rijk overgedragen nieuwe taken en budgetten. Vanuit deze rollen voert het College een open gesprek met inwoners, maatschappelijke organisaties, zorgaanbieders, bedrijfsleven, raad en ander overheden over de nieuwe gezamenlijke te vormen balans. Het college is transparant zodat hij wordt ervaren als een betrouwbare partner.</p>
extern	
cliënten <i>meeweten</i> <i>meedenken</i>	<p>De meeste cliënten – alle inwoners die gebruik maken van huidige voorzieningen op het gebied van jeugdzorg, AWBZ, Wmo en werk en inkomen – die gewend waren aan bepaalde voorzieningen, willen het recht daarop behouden. In het algemeen willen ze erbij (blijven) horen, hun gevoel van eigenwaarde behouden. Ze willen de regie over hun leven blijven houden en zo veel en zo lang mogelijk zelfstandig blijven, ook als er minder geld beschikbaar is. Dat kan onder meer met ondersteuning uit hun omgeving, van mantelzorgers en vrijwilligers. Zij maken zich zorgen wat de nieuwe taken bij de gemeenten voor hen persoonlijk betekent en of de gemeente voldoende expertise heeft om goed te kunnen inschatten wat hun probleem is.</p>
Ouders, familie, mantelzorgers <i>meeweten</i> <i>meedenken</i>	<p>Veel ouders, familie en mantelzorgers van cliënten voelen de druk toenemen: wanneer cliënten minder zorg en ondersteuning van professionals krijgen, moeten zij meer hulp bieden. Niet iedereen kan en wil dat opbrengen. Individuele vrijheid om zelf te bepalen hoeveel zorg en ondersteuning ze bieden en wanneer, is voor veel van hen belangrijk. Zij maken zich zorgen over de teruggang van de zorg en ondersteuning van hun familielid en over het feit dat mensen langer thuis moeten wonen. Mantelzorgers geven de grenzen van hun inzet aan.</p>
Zorgaanbieders en maatschappelijke	<p>Zorgaanbieders en maatschappelijke en</p>

<p>welzijnsorganisaties (uitvoerende organisaties) <i>meeweten</i> <i>meedenken</i> <i>meedoen</i></p>	<p>welzijnsorganisaties willen goede zorg en ondersteuning blijven bieden aan hun cliënten en onderschrijven de wens tot kwaliteitsverbetering. Ze maken zich zorgen of dat wel kan met (zo veel) minder geld – want er is dan minder inzet van professionele zorg en meer zorg door vrijwilligers en mantelzorgers. Ze vragen zich af of beroep op het eigen netwerk in deze tijd van individualisering wel mogelijk is. Maar ze zijn ook bezig met het organisatiebelang: het gaat om behoud van personeel en behoud van vestigingen. Hun vraag is: hoe lever ik kwaliteit voor een lagere prijs, hoe krimp ik de organisatie in. Elke organisatie heeft eigen expertise en vindt het veelal zonde als die verloren gaat. Ze willen doorgaans betrokken zijn bij de diagnosestelling. Ze vragen zich af of de gemeente voldoende expertise heeft om een goede diagnose te stellen. Ze juichen een integrale toegang door de gemeente toe.</p> <p>Veel organisaties voelen zich nu in een concurrentiepositie gedrongen ten opzichte van elkaar en ten opzichte van de gemeente. De gemeente wil dat ze onderling goed samenwerken en hun aanbod vernieuwen op een manier waar de gemeente mee gebaat is. Vooral diensten en producten gericht op preventie zijn belangrijk.</p>
<p>Maatschappelijke partners (scholen, politie, huisartsen e.d.) <i>meeweten</i> <i>meedenken</i> <i>meedoen</i></p>	<p>Maatschappelijke partners hebben een belangrijke rol in signalering en preventie van problemen en in doorverwijzen. De gemeente wil die rol versterken en verwacht daarom dat deze partners meer investeren in samenwerking met elkaar en met de gemeente. Dan kunnen ze kennis en informatie, en ook verantwoordelijkheden delen. Die samenwerking kost ze meer (overleg) tijd, maar als het goed is, is hulp dan in een vroegtijdig stadium mogelijk en voorkomt het escalatie.</p> <p>Ze vinden het goed dat eigen kracht wordt gestimuleerd, maar vragen zich ook af of iedereen dat aankan.</p> <p>Politie: samenwerkingspartner voor sociaal team, OGGZ netwerk en Veiligheidshuis.</p> <p>Huisartsen: hebben doorverwijsfunctie en -bevoegdheid voor jeugdzorg. Huisartsen hebben geen historie in samenwerking met gemeenten. Sociale teams kunnen huisartsen ontlasten. De gemeente zoekt toenadering en samenwerking. En wil op het gebied van Jeugd afspraken maken over de doorverwijzingen die de huisarts doet; hier samenwerking en onderlinge afstemming tot stand brengen</p>
<p>Inwoners Tynaarlo <i>meeweten</i></p>	<p>Veel inwoners redden zich prima en hebben de gemeente niet nodig. Maar in principe is iedereen een potentiële cliënt en iedereen kan te maken hebben of krijgen met familie, vrienden of burens met problemen. Dan is het voor iedereen goed om te weten wat de gemeente doet op het gebied van hulpverlening en ondersteuning, en</p>

	<p>hoe ze dat doet. Voor veel mensen is de drempel om hun problemen bespreekbaar te maken hoog, door schaamte bijvoorbeeld. Soms zien mensen zelf niet in dat ze problemen hebben. De drempel wordt lager door de integrale toegang: een hulpvrager hoeft maar één keer zijn verhaal te doen.</p> <p>Anderzijds verwacht de overheid/ het landelijke beleid meer inzet van inwoners, om naasten te helpen of te helpen signaleren als het met iemand niet goed gaat. Voorwaarde hiervoor is elkaar kennen, sociaal contact, sociale samenhang. Ook hierop zal beleid en communicatie gericht moeten zijn.</p>
<p>Organisaties die (deels) met vrijwilligers werken <i>meeweten</i> <i>meedenken</i></p>	<p>Veel organisaties die uitsluitend met vrijwilligers werken – verenigingen met name - zijn bang dat vrijwilligers overbelast worden en dat de gemeente hun concurrent wordt op het gebied van vrijwilligerswerving. De gemeente wil immers dat meer mensen vrijwilligerswerk gaan doen om de ondersteuning en zorg te bieden die wegbezuinigd wordt. Organisaties die bijna uitsluitend met professionals werken, zijn bang dat gemeenten hun taken gaat overnemen en door vrijwilligers laat doen. Dat betekent verlies van banen en verlies van kwaliteit. Maar ze zijn wel deskundig op het gebied van begeleiding en ondersteuning van vrijwilligers en hebben de gemeente dus wat te bieden. Organisaties die zowel met professionals als vrijwilligers werken, vinden de eigenkracht-visie van de gemeente positief. Al deze organisaties hebben belang bij een voldoende aantal vrijwilligers, bij een goede taakverdeling tussen vrijwilligers en professionals, en bij goede begeleiding, intervisie en supervisie van vrijwilligers.</p>
<p>(potentiële) vrijwilligers en mantelzorgers <i>meeweten</i> <i>meedenken</i></p>	<p>Huidige vrijwilligers en mantelzorgers voelen zich onder druk gezet om meer te doen dan ze al doen. Het moet dan wel heel aantrekkelijk en gemakkelijk worden gemaakt om meer te doen. Mensen willen de vrijheid hebben om te bepalen of ze vrijwilligerswerk gaan doen of mantelzorgers worden, en zo ja, elk vrijwilligerswerk en hoeveel uur. Ondersteuning van huidige en potentiële vrijwilligers en mantelzorgers is dan ook erg belangrijk, liefst op maat. Dat kan in een groep of 1 op 1, of allebei. Ook waardering is belangrijk</p>
<p>Media <i>meeweten</i> <i>meedelen</i></p>	<p>Op dit moment hebben de verschuivingen van zorgtaken van rijk naar gemeenten en de veranderingen en bezuinigingen al veel media aandacht. Vaak is de berichtgeving negatief. Om hier enige grip op te krijgen moeten media actief worden meegenomen in het proces. Media hebben de rol van het meedelen van informatie. Door ze uit te nodigen voor bijeenkomsten waar de gemeente in gesprek is met externe partijen en inwoners, luisteren ze mee in de maatschappij op een moment dat de gemeente zelf ook aan tafel zit. Worden ze meegenomen in het proces van veranderen. Hierdoor kan ook bij deze</p>

	doelgroep meer begrip ontstaan. Het gaat dan vooral om de lokale en regionale media. In de communicatieplanning moeten daarom perscontacten een eigen plek krijgen. Het kan daarbij ook gaan om specifieke persconferenties.
--	--

2.3 Communicatiedoelen

- Doelgroepen zijn op de hoogte van de vernieuwingen in het sociaal domein
- Doelgroepen voelen zich erkend in hun zorgen en emoties over de veranderingen
- Inwoners en instellingen/bedrijven weten welke bijdrage van hen verwacht wordt in de nieuwe situatie en zijn bereid die bijdrage te leveren.

2.4 Communicatiemiddelen

In de communicatie over de veranderingen in het sociaal domein maken we zo veel mogelijk gebruik van de bestaande in- en externe communicatiemiddelen. Daarnaast is aanvulling met enkele specifieke middelen gewenst.

Middelen interne communicatie

Voor de interne communicatie zetten we zoveel mogelijk bestaande middelen in. Deze middelen zijn bekend bij de medewerkers en werken effectief om informatie over te dragen en om meningen en ideeën van medewerkers te horen. Het is van belang dat in de communicatie genoeg ruimte is voor inbreng van betrokken medewerkers. De veranderingen zijn (ook) voor hen groot en zij hebben waardevolle ervaring en kennis van de doelgroepen. Middelen die we inzetten:

- (afdelings- en team-) overleggen en werkgroepen.
Dit zijn bij uitstek de momenten waarin de betrokken medewerkers de laatste stand van zaken gegeven wordt over de ontwikkelingen rond de drie decentralisaties en deelonderwerpen en waarin ook hun reactie en input gevraagd.
- intranet
Op de intranet staat informatie over ontwikkelingen binnen de drie decentralisaties, zodat medewerkers dit terug kunnen lezen. Hier worden ook successen gedeeld.
- Inzicht (personeelsblad)
Een geschikt middel voor achtergrondartikelen over de Sociale teams en doorontwikkeling CJG.
- Presentaties bestuur en management
Om het College van B&W en het MT van de gemeente Tynaarlo ook mee te nemen in de grote veranderingen door de drie decentralisaties en hen richting te geven in de keuzen, geven de projectgroepen presentaties over de drie decentralisaties.

Communicatiemiddelen gemeenteraad

De gemeenteraad speelt een belangrijke rol in de drie decentralisaties. De gemeenteraad moet de richting aangeven en de kaders stellen in de huidige fase van beleidsontwikkeling voor de drie decentralisaties. Om ervoor te zorgen dat de gemeenteraad deze rol zo goed mogelijk kan vervullen, zetten we de volgende communicatiemiddelen in:

- Nieuwsbrief 3 D's (digitaal)
Om raadsleden op de hoogte te houden van de ontwikkelingen (lokaal, regionaal en landelijk), pilots en besluiten binnen de 3 D's zijn we in november 2013 gestart met een digitale nieuwsbrief. Deze nieuwsbrief is niet alleen voor raadsleden bedoeld, maar ook

voor alle professioneel betrokken medewerkers van maatschappelijke organisaties en geïnteresseerden die zich tijdens bijeenkomsten in (hebben) kunnen schrijven op de mailinglist.

- Raadswerkgroep 3 D's
De Raadswerkgroep treedt op als klankbord van de gemeenteraad. De bijeenkomsten zijn 1 keer per maand en hebben een informeel karakter.
- Raadsinformatiebijeenkomsten specifiek voor 3 D's
Regelmatig vinden er raadsinformatiebijeenkomsten plaats met telkens één of meer onderwerpen van de 3 D's.

Communicatiemiddelen externe communicatie

Ook voor de externe communicatie zetten we zoveel mogelijk bestaande communicatiemiddelen in, omdat deze de vertrouwde weg naar de doelgroep vinden:

- Website
Op de website staat in de fotocarrousel een gemakkelijk herkenbare ingang naar informatie over de 3D's (en de Sociale teams) → 'Zorg, arbeidsmarkt en jeugdhulp na 1 januari 2015'

gemeente Tynaarlo

Home Wonen en leven Werken en leren Ondernemen Gemeente Bezoek Tynaarlo Digitaal loket

U bent hier: [Home](#) >

Zorg, arbeidsmarkt en jeugdhulp na 1 januari 2015
[Lees verder](#)

Zoeken
Vul hier uw zoekopdracht in

Direct naar

1. [Afspraak maken](#)
2. [Nieuwsarchief](#)
3. [Bestemmingsplannen](#)
4. [Evenement organiseren](#)
5. [Melding leefomgeving](#)
6. [Veelgestelde vragen: Zorg, arbeidsmarkt en jeugdhulp na 1 januari 2015](#)

Onder het kopje 'Direct naar' staat een link naar de veel gestelde vragen Zorg, arbeidsmarkt en jeugdhulp na 1 januari 2015. Daarnaast is de pagina bereikbaar via de tabbladen 'Wonen en leven' en 'Werken en leren'.

- Gemeentegids
Voorop de nieuwe gemeentegids staat de tekst 'Nieuwe taken gemeente: Zorg, arbeidsmarkt en jeugdhulp', met een verwijzing naar de pagina waar informatie staat over de veranderingen in het sociaal domein.
- Gemeentepagina
Op de gemeentepagina plaatsen wij aankondigingen van openbare raadsinformatieavonden/ inspraak/ verschijning van de informatiekranten.
- Social media

Twitter en facebook worden o.a. ingezet om de nieuwsbrief te delen en inwoners te voorzien van gerichte informatie m.b.t. de 3 D's.

- **Persberichten en persbijeenkomsten**
Bij belangrijke mijlpalen worden persberichten verspreid. Dit in afstemming met de samenwerkende gemeenten. Wanneer we de media uitgebreider willen informeren en de kans willen geven om vragen te stellen, dan wordt er een persbijeenkomst georganiseerd. Dit wordt in principe zoveel mogelijk tijdens de al georganiseerde maandelijkse persbijeenkomst van het college gedaan.
- **Organiseren van interviews**
Dit kan met bestuurders maar ook met het sociale team. Media krijgen de mogelijkheid om betrokkenen te interviewen
- **Brieven aan cliënten**
Zodra de gegevens van cliënten bij de gemeente Tynaarlo bekend zijn, worden gerichte brieven gestuurd om cliënten op de hoogte te stellen van de situatie en het vervolg.

Communicatiemiddelen adviesraden

De Wmo adviesraad en de WWb-WSW Cliëntenraad worden betrokken bij de ontwikkelingen rondom de decentralisaties. Om ervoor te zorgen dat de adviesraden hun rol zo goed mogelijk kunnen vervullen, worden er regelmatig informerende presentaties gegeven tijdens de algemene vergaderingen.

Daarnaast zetten we een aantal nieuwe communicatiemiddelen specifiek in:

Inwoners

- **Informatiekrant**
In juni is een informatiekrant gestuurd naar alle inwoners. Een tweede krant verschijnt in november.

Professionals van uitvoerende organisaties en maatschappelijke partners

- **Digitale nieuwsbrief drie decentralisaties**
Voor raadsleden en professionals van uitvoerende organisaties en maatschappelijke partners, om hen op de hoogte te houden en betrekken bij ontwikkelingen op lokaal en regionaal niveau, zo mogelijk gekoppeld aan ontwikkelingen op landelijk niveau. De nieuwsbrief geeft bijvoorbeeld informatie over integrale toegang, de sociale teams, besluiten rond regionale samenwerking en wetgeving. De eerste nieuwsbrief is in oktober 2013 verschenen.
- **Bijeenkomsten voor informatie, uitwisseling en samenwerking**
Er vinden regelmatig bijeenkomsten plaats om de professionals te informeren en hen om input en ideeën te vragen. Er is aandacht voor (toekomstige) samenwerking. Voorbeelden: Netwerkoeverleg Participatie (met zorgaanbieders), bijeenkomsten met huisartsen.

Cliënten en/of verzorgers

- **Klantenarena's**
Niet alleen de input van professionals is van belang bij het ontwikkelen van beleid, juist ook cliënten en verzorgers kunnen hun ervaringen en meningen inbrengen. Voor de gemeente Tynaarlo verzorgt Zorgbelang Drenthe bijeenkomsten. In september

2013 is een bijeenkomst geweest met mensen met een beperking die begeleiding en/of dagbesteding ontvangen. In september 2014 vindt een bijeenkomst plaats met jongeren die jeugdhulp ontvangen. Goede timing is belangrijk bij deze bijeenkomsten: de deelnemers moeten voldoende informatie hebben of krijgen en er moeten voldoende vragen aan hen zijn.

Deel III Planning

3.1 Communicatiekalender

In bijgevoegde communicatiekalender (bijlage II) is op grond van nu bekende mijlpalen en bijzondere gebeurtenissen per maand ingevuld welke communicatieacties moeten of kunnen worden uitgevoerd. Naarmate meer mijlpalen, bijzondere gebeurtenissen of bijzondere momenten bekend zijn, kan de kalender preciezer worden ingevuld. In de kalender is terug te zien dat veel middelen en activiteiten zijn bedoeld om doelgroepen te informeren, maar dat er ook activiteiten zijn om informatie te halen en input te vragen.

Deze planning is een voorlopige. De uiteindelijke behandeling van stukken is afhankelijk van:

- a) De voortgang en inhoud van de behandeling van de wetsvoorstellen en AMvB's in het parlement.
- b) De regionale samenwerking (de mate waarin de bijzonder ambitieuze planning daar gehaald wordt in zowel voorbereiding als in regionale bestuurlijke afstemming).

3.2 Organisatie van de communicatie

- **Samenwerking**

Dit communicatieplan is ontwikkeld door intensieve samenwerking tussen de projectleider, beleidsmedewerkers en de communicatieadviseur, allemaal betrokken bij de drie decentralisaties. Ook de uitvoering van dit communicatieplan is alleen mogelijk door nauwe samenwerking van al deze medewerkers. Alleen wanneer alle betrokken medewerkers de kernboodschappen, de communicatie-uitgangspunten en de communicatiekalender als leidraad nemen, kunnen we de communicatiedoelen bereiken.

- **Samen mijlpalen benoemen en benutten**

De beleidsontwikkeling rond de drie decentralisaties is een dynamisch proces, waarin continu ingespeeld moet worden op landelijke, regionale en lokale ontwikkelingen. Dit betekent dat het van groot belang is dat de projectleiders en beleidsmedewerkers de 'mijlpalen' en belangrijke communicatiemomenten in de beleidsontwikkeling benoemen, uitwisselen en benutten voor communicatie naar de verschillende doelgroepen. De communicatiekalender zoals die er nu ligt moet continu worden aangevuld en bijgesteld.

- **Verantwoordelijkheden**

Op hoofdlijnen zijn de verantwoordelijkheden als volgt verdeeld:

Projectgroep/projectleider:

- Up-to-date houden van de planning en deze delen met communicatieadviseur;
- Informatie geven over mijlpalen en belangrijke momenten en besluiten aan communicatieadviseur, zodat zij hierover kan adviseren over de inzet van communicatie;
- Inhoud bepalen van nieuwsberichten en deze bespreken met de communicatieadviseur (wisselwerking);

- Inhoud bepalen van bijeenkomsten met professionals / cliënten / inwoners en deze bespreken met de communicatieadviseur;
- Inhoud bepalen voor andere communicatiemiddelen zoals brieven, folders en deze bespreken met de communicatieadviseur.

Communicatieadviseur:

- Overzicht houden van alle communicatie via de overall communicatiekalender;
- Up-to-date houden van de website;
- Nieuwsberichten schrijven voor de digitale nieuwsbrief, internet, intranet en gemeentelijke pagina op basis van input vanuit projectgroep;
- Adviseren over opzet bijeenkomsten & (mede) organiseren van bijeenkomsten;
- Ontwikkelen van communicatiemiddelen als brieven, informatiekraant, folders, etc. op basis van input projectgroepleden.

- **Praktische organisatie**

De projectgroep heeft het onderwerp communicatie als vast onderwerp in hun tweewekelijkse overleg. De communicatieadviseur is bij dit onderdeel van het overleg aanwezig. Daarbij wordt de communicatiekalender geactualiseerd en aangevuld, en worden op basis van de communicatiekalender afspraken gemaakt over de uitvoering van de communicatie-acties en middelen. Aandachtspunt is of de communicatie van de afzonderlijke decentralisaties en opgaven goed op elkaar zijn afgestemd. En of er optimaal gebruik wordt maken van gezamenlijk optrekken in communicatie naar gezamenlijke doelgroepen.

Naast dit overleg, vindt er een wekelijks overleg plaats tussen de projectleider en de communicatieadviseurs.

