

ONDERZOEKEN

Anders communiceren

28

VNG
MAGAZINE
2020

COMMUNICATIEAFDELINGEN HEBBEN HET VEEL DRUKKER GEKREGEN DOOR DE CORONACRISIS. MAAR OOK **ANDERE DOSSIERS** VRAGEN AANDACHT, ZOALS DE OMGEVINGSWET.



**Maatschap
voor**

Communicatie

Lees het onderzoek van de Maatschap voor Communicatie via bit.ly/rapportMvC.

Twee recente onderzoeken wijzen op het groeiende belang van overheidscommunicatie. Maatschap voor Communicatie, een communicatieadviesbureau uit Utrecht dat zich richt op het publieke domein, boog zich in een september verschenen rapport over het belang van communicatie bij participatietrajecten. En onderzoeker en communicatiespecialist Renata Verloop keek samen met de VNG en beroepsorganisatie Logeion naar de gevolgen van de coronacrisis op de gemeentelijke communicatieteams. Maatschap voor Communicatie concludeert dat de afdelingen kansen laten liggen bij participatietrajecten. De Omgevingswet verandert de manier waarop gemeenten omgaan met dergelijke projecten: inwoners moeten met de nieuwe wet al in een vroegtijdig stadium betrokken worden bij ontwikkelingen in de leefomgeving, zegt adviseur Remmert van Haaften. Hij deed het onderzoek samen met collega Frithjof de Haan, partner bij het bureau. ‘De Omgevingswet onderstreept dat de gemeente dat aan het begin moet doen, zodat die betere plannen en besluiten kan maken. Dat betekent dat je echt te rade moet gaan bij de belanghebbenden, om draagvlak verdienen. De vrijblijvendheid is eraf.’

VERSNIPPERD

De rol van de communicatieafdeling is in dit participatieproces van belang, zegt De Haan. ‘Participatie is bij de gemeente van iedereen en dus van niemand. We zagen dat gemeenten hier versnipperd mee omgaan. Soms ligt het bij de inhoudelijke projectleider, soms bij communicatie.’

Waar zou het moeten liggen?

De Haan: ‘De plek is niet zo belangrijk, zolang het maar een samenspel is tussen de inhoudelijk verantwoordelijke en de communicatieafdeling. Wij zien in ieder geval zelf dat de communicatieafdelingen kansen laten liggen. Ze beperken zich vaak tot middeleninzet en richten zich minder op de strategie en aanpak. Gemeenten zijn nu nog wat te angstig om naar buiten te gaan. De communicatieafdeling kan dan helpen om de blik naar buiten te richten. Door participatie krijg je betere oplossingen. De expertise bij inwoners is namelijk vaak groot.’

Die houding, zegt Van Haaften, moeten gemeenten serieus nemen. ‘Als je dat als projectleider niet doet, is een project gedoemd te mislukken. Communicatie moet daar op wijzen, maar weet ook



hoe je zo'n gesprek voert en hoe je de juiste mensen kunt bereiken. Zo versterk je het luisterend oor van de gemeente.'

CORONA

De coronacrisis stelt ook nieuwe eisen aan burgerparticipatie. Bijeenkomsten met inwoners in een zaaltje kunnen niet meer, en dus vormen digitale bijeenkomsten nu vaak het startpunt. Van Haaften: 'Voorheen zagen we dat veel beroepsparticipanten, vaak gepensioneerd, al die zaaltjes afliepen, en dat jongeren dat veel minder doen. Dat zien we nu veranderen: je ziet andere doelgroepen online. Nu wordt er vaak op gewezen dat niet iedereen digitaal vaardig is, maar in die zaaltjes werd nooit gezegd dat daar jongeren werden uitgesloten. De coronacrisis geeft een boost aan de innovatie van participatietrajecten.' Dat ziet ook Renata Verloop. Zij is zelfstandig communicatiedeskundige en onderzocht de gevolgen van de coronacrisis op de gemeentelijke communicatieafdelingen. 'Digitaal werken heeft een impuls gekregen. Daarmee gaat ook het contact met inwoners versneld online. Dat zien communicatieprofessionals bij gemeenten als een kans.'

Verloop deed in 2018 al onderzoek naar de manier waarop gemeenten hun communicatieafdelingen georganiseerd hebben. Afgelopen mei bracht ze de impact van het coronavirus op de afdelingen in kaart. In oktober werd het onderzoek herhaald, in samenwerking met de VNG en Logeion, de brancheorganisatie voor communicatiespecialisten.

Gemeenten zijn sinds het uitbreken van de coronacrisis een steeds groter beroep gaan doen op hun afdelingen communicatie, concludeert Verloop. Bij drie-

kwart van de onderzochte gemeenten is de werkdruk van de communicatieteams door de crisis toegenomen. Vier op de vijf teams hebben het veel drukker dan normaal, tot soms zelf extreem druk. Bijna twee derde van de gemeenten zet daarom extra mensen in.

WERKDruk

En die aanhoudende werkdruk is een punt van zorg. Onder meer de onzekerheid over de duur van de coronacrisis speelt een rol. Maar ook het feit dat andere inhoudelijke dossiers in de knel komen, leidt tot extra werkdruk, constateert Verloop. 'In het voorjaar was er veel begrip voor het feit dat er vanwege corona even geen tijd was voor andere zaken. Nu is dat begrip er veel minder. Bestuur en organisatie verwachten dat ook andere zaken worden opgepakt.' De communicatieafdelingen moeten daarom duidelijke prioriteiten stellen, zegt Verloop.

De communicatie over corona is ook nog eens complex, constateert Verloop. Gemeenten uiten zorgen over het afnemende draagvlak voor het beleid, en over de toenemende polarisatie. 'En de maatregelen veranderen steeds. Dat is lastig voor communicatieafdelingen. En teams moeten steeds creatiever zijn: het inzetten van de burgemeester voor een filmpje, is nu wel uitgewerkt.'



Renata Verloop

Lees het onderzoek van Renata Verloop via bit.ly/rapportRV.

'Gemeenten moeten aan de bak'

