

COMMUNICATIEPLAN REGIO DEAL OOST-GRONINGEN

1 december 2020

Dit communicatieplan is geschreven voor alle communicatieadviseurs,-medewerkers, projectleiders en het programmateam van de Regio Deal Oost-Groningen.

Wat is de Regio Deal?

Oost-Groningen is een krachtige regio met actieve en zelfstandige inwoners. Toch staat de leefbaarheid onder druk. De cijfers van de Brede Welvaart laten zien dat Oost-Groningen een stuk lager scoort dan het Nederlands gemiddelde. Met de Regio Deal Oost-Groningen zetten wij ons samen met het Rijk in om de leefbaarheid van de regio te versterken. Door in te zetten op goede opleidingen, meer kans op werk, goede voorzieningen, het verbeteren van de gezondheid en het behouden van een mooie woonomgeving.

De Regio Deal Oost-Groningen is een meerjarige samenwerking tussen het Rijk, de provincie Groningen en de zes Oost-Groninger gemeenten: Midden-Groningen, Oldambt, Pekela, Stadskanaal, Veendam en Westerwolde. Samen investeren zij 30 miljoen euro in de regio over een periode van 4 jaar (van 2020 tot en met 2023). De Regio Deal sluit aan op bestaande initiatieven met een regionaal karakter.

Strategisch communicatieframe

De basis van deze communicatieaanpak is het strategisch communicatieframe (zie bijlage 1). Deze is opgesteld door het programmateam van de Regio Deal in samenwerking met een strategisch communicatieadviseur. Het communicatieframe gaat in op de interne en externe situatie, de communicatiedoelgroepen, ambitie en aanpak.

Uitgangspunten communicatie Regio Deal

1. Regio Deal Oost-Groningen is verantwoordelijk voor goede en eenduidige communicatie over de Regio Deal op programmaniveau. Ze ondersteunt de partners en projecten in hun communicatie over de Regio Deal.
2. Er is een website voor de Regio Deal gemaakt: www.regiodealoostgroningen.nl. Op deze website staat algemene informatie over de Regio Deal: wie doen er mee, hoeveel geld is er mee gemoeid, wat houdt het programma op hoofdlijnen in en hoe werkt de besluitvorming. Daarnaast is er voor elk project binnen de Regio Deal een projectpagina.
 - a. Deze projectpagina's zullen, waar kan, worden gelinkt aan bestaande websites van organisaties die verantwoordelijk zijn voor de uitvoering van het desbetreffende project.
 - b. Ook andersom: Alle partners verwijzen in communicatie over projecten die mede mogelijk worden gemaakt door de Regio Deal naar de website van de Regio Deal.
 - c. Op de website worden nieuwsberichten over de Regio Deal geplaatst. *Dit wordt voor 18 december 2020 gerealiseerd.*
3. Zowel bestuurlijke als ambtelijke trekkers en uitvoerders van de projecten zijn ambassadeur van de Regio Deal. Zij hebben een actieve rol in de communicatie met hun achterbannen (waaronder colleges en raden) en regionale media.
4. In de communicatie over de Regio Deal worden de communicatiespelregels (Bijlage 2) Regio Deal gevolgd, inclusief verplichtingen vanuit het Rijk.

5. Er wordt een Toolkit (Bijlage 3) ontwikkeld met een kernboodschap en middelen die door de partners kunnen worden ingezet in de communicatie over de Regio Deal. *Dit wordt voor 18 december 2020 gerealiseerd.*
6. Er wordt zoveel mogelijk gebruik gemaakt van de bestaande kanalen om een communicatie infrastructuur op te bouwen.

Algemene communicatiedoelen

- Draagvlak creëren voor de aanpak onder de partners.
- Partners verbinden aan het programma, de projecten, de ambities van de Regio Deal en daarmee de regio Oost-Groningen.
- Bestuurders, samenwerkingspartners en inwoners laten zien wat er met het geld van de Regio Deal gebeurt.
- Bestuurders, samenwerkingspartners en inwoners laten zien dat we uitgaan van bestaande projecten en samenwerkingen. Vanuit de Regio Deal versterken we deze projecten en samenwerkingen en bouwen we deze verder uit en/of verbinden we deze met elkaar.
- Bestuurders en partners op de hoogte brengen van de besluitvormingsprocessen en organisatiestructuur.
- Gevoel van trots en saamhorigheid creëren onder de partners.

Wie zijn onze doelgroepen?

Binnen de Regio Deal hebben we te maken met verschillende type stakeholders. We hebben deze onderverdeeld in de verschillende doelgroepen. Bij iedere doelgroep past een andere focus en communicatieaanpak.

- **Deelnemende overheden:** De overheden die met elkaar de Regio Deal hebben ondertekend moeten we verbonden moeten houden met het programma. Dit zijn de stuurgroep Regio Deal, het programmateam Regio Deal, beleidsadviseurs, ministerie LNV, colleges van B&W en gedeputeerde staten Provincie Groningen.
→ We informeren over de voortgang van het programma en de projecten. Hiervoor maken we gebruik van de nieuwsbrief, twitteraccount, website, bijeenkomsten en presentaties binnen de organisaties.
- **Samenwerkingspartners:** Onder partners verstaan wij de organisaties die een belangrijke rol hebben in de uitvoering van de projecten. Het zijn de partners waarmee we intensief samenwerken.
→ We informeren over de voortgang van het programma en de projecten. Hiervoor maken we gebruik van de nieuwsbrief, twitteraccount, website.
- **Inwoners:** Profiteren van de projecten die bij hen in de buurt plaatsvinden. Inwoners hebben geen rechtstreeks contact met De Regio Deal.
→ We informeren inwoners daarom via bestaande kanalen (sociale media accounts van de overheden en samenwerkingspartners, regionale mediaplatformen, gemeente pagina's) over de concrete projecten die plaatsvinden bij hen in de buurt. Het programma an sich is minder interessant voor hen.

Slogan

De slogan: *Van Leefbaarheid naar Toekomstkracht* kan worden gebruikt om de term Regio Deal Oost-Groningen kracht bij te zetten.

Kernboodschap

Met de Regio Deal Oost-Groningen brengen we de basisleefbaarheid op orde en zetten we stappen naar de toekomst. We brengen een ontwikkeling op gang die Oost-Groningers helpt gezond(er) te leven en te blijven investeren in hun eigen ontwikkeling. We investeren in goed onderwijs, passende werkgelegenheid en een gezonde leefstijl. Daarbij investeren we in de kwaliteit van de fysieke woonomgeving in onze regio; in de woningvoorraad en de openbare ruimte.

Communicatie op programmaniveau en projectniveau

Binnen de communicatie over de Regio Deal maken we onderscheid tussen communicatie op programmaniveau en op projectniveau:

Programmaniveau

Over de voortgang van de Regio Deal, als programma, wordt door het programmteam Regio Deal gecommuniceerd. Informatie hierover is voornamelijk interessant voor de deelnemende overheden en samenwerkingspartners. Het programmteam zal +/- 4 keer per jaar een persbericht schrijven over de voortgang van het programma.

Projectniveau

De meeste aandacht laten we uitgaan naar de 'concrete' projecten binnen de Regio Deal. De projecten in de Regio Deal zijn over het algemeen regionaal van karakter. Er zijn projecten die eerst lokaal worden gestart, in de vorm van een pilot, om vervolgens uitgerold te worden over de rest van de regio. De communicatie op projectniveau zal via bestaande kanalen van overheden en samenwerkingspartners verlopen.

Regionaal: Communicatie over projecten met een regionaal karakter vindt plaats op regionale schaal.

Lokaal: Communicatie over projecten die een lokale impact hebben zal door de desbetreffende gemeente en samenwerkingspartner worden opgepakt. Communicatie over een dergelijk project vindt plaats op lokale schaal.

Rollen en verantwoordelijkheden

Voor de communicatie over de Regio Deal gaan we uit van bestaande communicatiekanalen van de deelnemende overheden en samenwerkingspartners en de communicatiemiddelen van het programmteam Regio Deal. Op het gebied van communicatie zullen we, mede daarom, nauw samenwerken met de verschillende organisaties. We maken daarom onderscheid in de verschillende rollen en verantwoordelijkheden binnen de communicatie over de Regio Deal.

Programmteam Regio Deal Oost-Groningen

Eindverantwoordelijk voor de communicatie op programmaniveau en de toepassing van het communicatieplan door de betrokken partijen.

Programmamanagers op de pijlers

Betrekken van stakeholders in het veld en van bestuurders en ambtenaren binnen de desbetreffende pijler.

Bestuurlijke trekkers van de Regio Deal (stuurgroep Regio Deal)

Informeren en betrekken van eigen achterbannen, zoals raden, colleges.

Projectleiders

Projectleiders werken nauw samen met de communicatieadviseur van des betreffende gemeente(n). Projectleiders houden de communicatieadviseur op de hoogte van start, voortgang en (eind)resultaten binnen het project. Projectleider levert hiervoor content aan. Projectleider stemt communicatiemomenten/-vormen af met de betrokken stakeholders.

Partners / Stakeholders

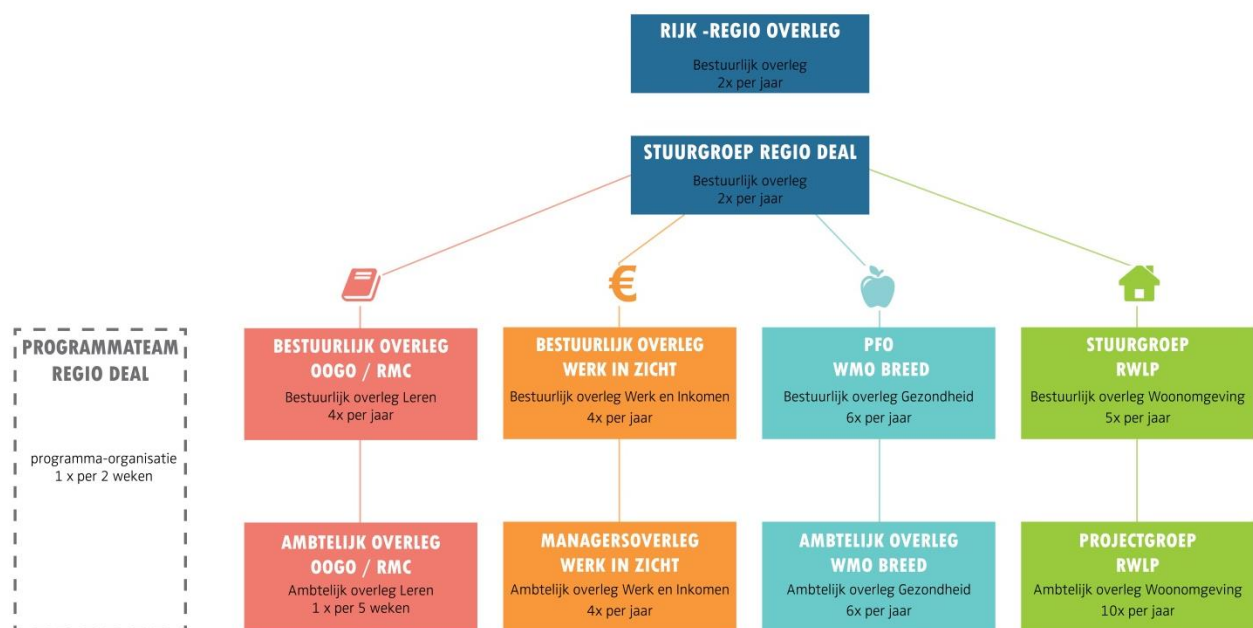
Informeren en betrekken van eigen achterbannen. Leveren in overleg met projectleiders content aan over desbetreffend project.

Communicatieadviseurs van deelnemende overheden

Ondersteunen het programmteam Regio Deal, projectleiders in het intern (binnen de organisatie) en extern verspreiden van persberichten, nieuwsberichten over het programma en de projecten. Het programmteam Regio Deal houdt de communicatieadviseurs via de mail en regionaal communicatieoverleg (4x per jaar) op de hoogte van de laatste ontwikkelingen.

Allen

Regelmatig delen van nieuws over de projecten via sociale media. Denk hierbij aan de start van een project, werkbezoeken, resultaten etc. Ze maken hierbij gebruik van ieder geval de #RegioDealOG.



Governanceschema Regio Deal Oost-Groningen

Jaarplanning

Middel	Doelgroep
Korte termijn 2020	
Huisstijl - Logo - Powerpoint sjabloon - Persbericht sjabloon - Kernboodschap	Alle
Infographic van programma	Deelnemende overheden en samenwerkingspartners
Website	Deelnemende overheden en samenwerkingspartners
Twitter	Deelnemende overheden en samenwerkingspartners
Nieuwsbrief	Deelnemende overheden en samenwerkingspartners
Intranetberichten	Deelnemende overheden
Nieuwsbericht	Samenwerkingspartners
Nulmeting huidige situatie	Deelnemende overheden en samenwerkingspartners
Middellange termijn 2022	
Verhalenserie	Alle
Nieuwsberichten op de site	Deelnemende overheden en samenwerkingspartners
Persberichten over projecten start & voortgang	Alle
Nieuwsbrief	Deelnemende overheden en samenwerkingspartners
Werkbezoeken	Deelnemende overheden en samenwerkingspartners
Bijeenkomsten	Deelnemende overheden en samenwerkingspartners
Lange termijn 2024	
Monitoring en evaluatie: wat hebben we bereikt	Alle

BIJLAGE 1. COMMUNICATIEFRAME

HAND EROP. SCHOUDEERS ERONDER. COMMUNICATIE STRATEGIE JULI - DEC 2020

EXTERNE SITUATIE

- Corona: invloed op maatschappelijke organisaties, waar we deel mee gaan doen. Regioleed neemt missie in ander.
- Regioleed als oplossing voor begrotingsproblemen
- online -tools steeds meer gebruikt
- nog weinig burgerparticipatie geweest
- gebruik mege-aardacht voor preventie: Als idee project bij start
- Regioleed is 1 van de vele interventies



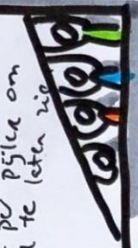
INTERNE SITUATIE

- programma krijgt steeds meer body
- communicatie werkgroep gestructureerd aan het werk
- door Corona minder fysieke ontmoetingen
- communicatie -adviseurs, gemeenten staan op afstand



VISIE

- beelden via iconen en herkenbare huisstijl
- toegankelijk
- nuancer in tijd van recessie
- Fysiek & Digitaal
- Gebuik 2 aansprekende projecten per pijler om regioleed te laten zien



AMBITIE

- positieve, energieke communicatie (bv. via inwoners)
- Focus op langetermijn
- verbinding tussen pijlers
- laten zien (+meerwaarde)



ITAKEHOLDERS

- maak en stakeholderanalyse per pijler
- enablers: stuurgroep, beleidsdivisies, programmatische, ministerie
- partners: colleges, raden, steden, Afdel, woonwijk, kerk
- vrienden van: maatschappelijke organisaties en bedrijven regio
- inwoners zijn eindgebruikers: profiteren van interventies, maar hebben geen rechtstreeks 'contact' met regioleed.



AANPAK

- communicatie aanpak per pijler (stakeholdermanagement)
- website vullen met verhalen -> geen focus op regioleed
- niet onder label 'regioleed' communiceren, wel 'powered by'
- laat samenwerking zien zodat partners, seen aanheiden
- zorg voor gestructureerde / regelmatige communicatie via plan
- onderbouw aanpak bij platform
- laat zien hoe regioleed zich verhoudt tot andere interventies
- ondersteun ontwikkeling bij contacten met inwoners vormen



RESONANCES

- projectmedewerkers ROLP
- inhuren creatie
- houd op agenda via werkgroep (1x p.m)
- reserves budget



ACCOUNTABILITY

- terreden stuurgroep
- gestructureerde communicatie
- verantwoordelijkheid bij projectmedewerkers + manager
- projectmedewerkers ondersteunen



MEI 2020

BIJLAGE 2. COMMUNICATIESPELREGELS

Basisregels

1. Het programmteam Regio Deal Oost-Groningen is verantwoordelijk voor een goede en eenduidige communicatie over de Regio Deal. Om alle partijen daarin te ondersteunen, is er een Toolkit samengesteld (Zie bijlage 3).
2. Contacten met de media over de Regio Deal worden altijd afgestemd met het programmteam Regio Deal Oost-Groningen, hiervoor kan contact worden gezocht met Anne Groenendijk a.groenendijk@rwlpl.nl / 06-20893226.
3. De deelnemende overheden en samenwerkingspartners zetten hun eigen communicatiemiddelen en -kanalen in en zorgen ervoor dat de communicatie zo goed mogelijk op elkaar afgestemd blijft.
4. In de communicatie over de projecten binnen de Regio Deal wordt duidelijk gemaakt dat deze projecten mede mogelijk zijn gemaakt door de Regio Deal Oost-Groningen; in woord en waar mogelijk met Regio Deal logo.
5. In de communicatie over de projecten binnen de Regio Deal wordt duidelijk gemaakt hoeveel geld er vanuit de Regio Deal in het project wordt gestoken.

Gebruik van logo

Voor de Regio Deal Oost-Groningen is een huisstijl ontwikkeld met onder andere een logo, iconen voor de pijlers, iconen voor de actielijnen. Het logo wordt gebruikt in alle communicatie-uitingen over de Regio Deal Oost-Groningen: presentaties, voortgangsrapportages, interviews en nieuwsberichten op je website en persberichten.



Naast je organisatielogo gebruik je in de communicatie over een project dat mede mogelijk wordt gemaakt door de Regio Deal dus altijd onderstaand logo van de Regio Deal.

Dit project is mede mogelijk gemaakt door:



Social Media

We moedigen de provincie, de zes gemeenten, partners, projectleiders, bestuurlijk trekkers en andere direct betrokkenen aan om activiteiten in het kader van de Regio Deal te delen via sociale media: Twitter, Facebook, Instagram en LinkedIn. Omdat het delen van hetzelfde bericht door verschillende partijen op hetzelfde moment niet goed is voor het bereik, volgen hieronder een aantal tips:

- De gemeente waarin het betreffende project plaatsvindt, maakt zelf content om te delen via de beschikbare social media kanalen. Tips hierbij zijn:
 - Maak het lokaal: wat betekent dit project voor de eigen inwoners?
 - Laat een bestuurder iets over het project zeggen door middel van een quote

- Gebruik passende afbeeldingen die de inhoud van het bericht versterken
- Tag de gemeenten die ook meedoen aan de Regio Deal (dan zien de volgers van die gemeenten het bericht ook meteen) en laat weten in hoeverre het betreffende project ook speelt in de andere gemeenten.
- Hetzelfde geldt voor de partners die een bijdrage leveren aan het project: maak zoveel mogelijk eigen content, want dat vergroot je bereik!.
- Als je niet bent getagd, kun je 'collega'-projecten liken of delen. Deel niet alleen het bericht zelf, maar schrijf een eigen inleiding erbij (maak het lokaal). En deel het bericht niet allemaal op hetzelfde moment, want dat is slecht voor je bereik. Maak afspraken over wie wat wanneer deelt, bijvoorbeeld via de groepsapp.
- Op Twitter en Instagram kun je hashtags gebruiken. Mogelijke hashtags zijn #RegioDealOG #bredewelvaart #leefbaarheid #oostgroningen #krachtvanderegio. LinkedIn kent ook hashtags, maar dat loopt nog niet echt storm. Probeer daarom om dit soort termen in de tekst op te nemen.
- Vanuit de Regio Deal worden berichten op Twitter geplaatst vanuit het account @RegioDealOG. Deze berichten kunnen worden gedeeld.

Contact met de media

Contacten met media s.v.p. afstemmen met het programmateam Regio Deal via Anne Groenendijk a.groenendijk@rwlp.nl. Denk bijv. aan een interview met een lokale krant of lokale tv zender, een artikel in een lokale, regionale of landelijke krant of een persbericht.

Persberichten

Persberichten over de Regio Deal op programmaniveau en op regionaal projectniveau worden via regiodealoostgroningen@rwlp.nl naar de regionale pers verstuurd. Hiertoe moet een perslijst worden samengesteld vanuit de verschillende contacten binnen de deelnemende overheden en samenwerkingspartners. *Dit wordt voor 18 december 2020 gerealiseerd.*

Persberichten over een lokaal project worden via de desbetreffende gemeente / samenwerkingspartner naar de lokale pers verstuurd.

Een persbericht over een project binnen de Regio Deal moet in ieder geval de volgende informatie bevatten:

- Naam van het project
- Wat houdt het project in
- Looptijd van het project
- Wat kost het
- Doelen die we willen behalen met het project
- Op welke doelgroep richt het project zich

De volgende alinea kan in elk persbericht worden gebruikt:

Regio Deal Oost-Groningen

[Naam project] wordt mogelijk gemaakt door Regio Deal Oost-Groningen. Regio Deal Oost-Groningen is een samenwerking tussen het Rijk, de provincie Groningen en de zes Oost-Groninger gemeenten. Zij investeren samen 30 miljoen euro met als doel om de leefbaarheid van de regio te versterken. Dit gebeurt door in te zetten op goede opleidingen, meer kans op werk, goede voorzieningen, het verbeteren van de gezondheid en het behouden van een mooie woonomgeving.

Oproep tot het maken van foto's en filmpjes

We vragen je (alle betrokken partijen bij de Regio Deal) om zoveel mogelijk foto's en filmpjes te maken in het uitvoeringstraject van de projecten en deze met ons te delen. Behalve voor je eigen communicatie zijn deze te gebruiken voor onder andere de website regiodealoostgroningen.nl, sociale media, voortgangsrapportages en monitoringsdoeleinden. Mocht je beeldmateriaal hebben gemaakt, deel deze dan met ons!

BIJLAGE 3. TOOLKIT

Er wordt een aparte pagina, binnen de website www.regiodealoostgroningen.nl, ingericht waarop onderstaande informatie te downloaden is. *Dit wordt voor 18 december 2020 gerealiseerd.*

Toolkit bestaat uit:

- Basisregels communicatie- zie spelregels
- Actieplan communicatie – Linken op de website
- Algemene informatie over de regio deal – zie website; linken naar:
 - Dealttekst
 - Infographic
 - Video regio deal
- Persberichten - linken aan de website
- Kernboodschap – linken aan website
- Huisstijl
- Beeldmateriaal
 - Logo's
 - Iconen