

## Startnotitie Ridderkerk, goed in beeld

Versie 0.5  
Openbaar

Datum 04-04-2011

**wat willen we bereiken?**  
(doel)

Doel:

Zorgen voor een positief gevoel over Ridderkerk, een bewustzijn van identiteit, inclusief een gevoel van trots.

Dat houdt onder meer in:

1. inwoners die trots zijn op de gemeenschap
2. inwoners die trots zijn op bestuur en gemeentelijke organisatie
3. bestuur en gemeentelijke organisatie die trots zijn op Ridderkerk als organisatie en als gemeenschap
4. een goed imago van bestuur en gemeentelijke organisatie bij externe partners

Afgeleid doel:

Zorgen voor een organisatie en bestuur die:

1. bewust zijn van de manier waarop het eigen handelen de beeldvorming beïnvloedt
2. bewust zijn van de mogelijkheden om actief beeldvorming te beïnvloeden
3. actief bezig zijn met het zoeken naar beeldvorming bij anderen

Doelgroepen zijn onder anderen:

- de gemeenschap Ridderkerk (inwoners, maatschappelijke organisaties en bedrijven van Ridderkerk)
- raads- en collegeleden van Ridderkerk
- medewerkers van de ambtelijke organisatie van Ridderkerk
- de externe partners van Ridderkerk
- de medewerkers uit de netwerken van Ridderkerk
- ...

Subdoelen zijn:

1. verkennen en beïnvloeden van de omgeving
2. stimuleren bewustwording van eigen beeld/betekenisgeving bij de doelgroepen

stimuleren van uitwisseling van beelden/betekenisgeving (bijv. door ontwikkeling van infrastructuur van betekenisgeving van de partijen).

**wat gaan we daarvoor doen?**  
(resultaat)

Fasering:

1. onderzoek:
  - welk beeld we als gemeenschap, organisatie en bestuur willen uitstralen? hoe willen we bekend staan?
  - welke beelden over Ridderkerk bestaan (o.a. uit diverse onderzoeken)
  - langs welke weg deze beelden ontstaan
  - welke collegeleden, raadsleden, medewerkers Ridderkerk in welke netwerken vertegenwoordigen
  - welke inwoners van belang zijn voor de verhalen over Ridderkerk
  - .....
2. opzet actieprogramma, met specifieke aandachtspunten als:
  - prioriteit van doelgroepen en activiteiten
  - netwerken

- samenwerkingsverbanden
  - relatiemanagement
  - representatie (bestuurlijk en ambtelijk)
  - huisstijl
  - profilering / imago
  - rol (social) media
  - identiteit, waarden en overtuigingen van de organisatie
  - vaardigheden, gedrag van de organisatie
  - infrastructuur van betekenisgevingsprocessen (instrumenten, gelegenheden, evenementen,....)
3. collegevoorstel inclusief budgettering
  4. uitvoering actieprogramma
  5. evaluatie en overdracht aan staande organisatie

Sfeer van het actieprogramma:

- aansluiten bij bestaande initiatieven, acties, onderzoeken, netwerken, en plannen door het te toetsen aan:
  - o structuurvisie
  - o cultuurhistorische route
  - o bestuurskrachtmeting
  - o visie participatie
  - o etc.
- zo min mogelijk uitwerking uitbesteden aan externe partijen, zoveel mogelijk de partijen die het betreft actief betrekken: dieper, meer eigen, op natuurlijker manier, minder bedacht...
- activiteiten bestaan uit een mix van strategische, abstractere maatregelen en snelle concrete successen zoals verbetering van communicatie- en presentatiemiddelen.
- instrumenten zijn erop gericht om:
  - o de omgeving te verkennen en te analyseren zoals:
    - de maatschappelijke kansen en bedreigingen
    - de politieke kansen en bedreigingen in relevante overheden (bijv. analyse van netwerken rondom bepaalde thema's, consequenties van beslissingen van andere overheden)
  - o betekenisgeving over Ridderkerk te kunnen faciliteren

**waarom is het nodig?** (probleem)

We willen Ridderkerk goed in beeld hebben. Vanuit het verleden was er door allerlei oorzaken een negatief beeld van Ridderkerk ontstaan. Onderzoeken zoals bestuurskrachtmeting en 'Waar staat je gemeente?' hebben op dat moment het beeld gevormd. Inmiddels zijn we verder, maar er is nog steeds veel te winnen. We beseffen dat er iets moet gebeuren op het gebied van beeldvorming in Ridderkerk.

De organisatie heeft een gevoel van 'doe maar gewoon', er heerst nog geen cultuur van trots. Opvallend is dat het inzicht in een bewust gebruik van netwerken beperkt is. De aanleiding voor onze contacten is bovendien meestal formeel / functioneel / inhoudelijk / vanuit vakportefeuilles. Dat is prima maar ze zouden nog meer benut kunnen worden wanneer buiten de functionele aanleiding er ook meer ruimte zou zijn voor de ontmoeting zelf. Een nadere kennismaking en verder verdiepen in elkaars problematiek op het bewuste thema (niet alleen de formele top van de ijsberg, maar ook de 'stille waarden' onder het wateroppervlak).

Enerzijds dragen we daardoor weinig successen uit, anderzijds krijgen we met moeite verhalen van buiten de organisatie de organisatie in. In een organisatie die van buiten

naar binnen (klantgericht), van achter naar voren (procesgericht) wil werken is dat een gemis.

Bovendien is het gebruik van media traditioneel, vaak gericht op zenden van een

geplande boodschap in plaats van het mogelijk maken van (spontane) beeldvorming en betekenisgeving zoals in netwerken en groepen plaats vindt. Netwerken en groepen van raadsleden, medewerkers, scholieren, partners, collega's uit buurgemeenten die in hun gesprekken met inwoners, familieleden, vakbroeders, of ... de betekenis van Ridderkerk bepalen.

**waarom moet het juist nu?**  
(aanleiding)

- Bestuurskrachtmeting en onderzoeksuitkomsten 'Waar staat je gemeente?'
- Binnen het huidige college en directie is behoefte aan dit project.
- Samenwerkingsvormen nemen steeds concretere vormen aan waarbij medewerkers ook fysiek vaker op andere plekken zijn (bijv BAR-samenwerking).
- Binnen de ontwikkeling van proces gestuurd werken, is meer aandacht gekomen voor sturing over de traditionele organisatorische grenzen heen. Er zijn meer verbanden
- Technisch gezien is spontane, informele betekenisgeving in groepen beter mogelijk geworden (social media, intra- en internetmogelijkheden)
- Vanuit de afdelingen is steeds meer behoefte aan communicatieondersteuning die centraal niet voldoende kan worden geboden.

**waar moeten we op letten?** (risico's en neveneffecten)

Risico's

- Capaciteit projectleider indien niet voldoende tijd kan worden vrijgemaakt
- Project kleeft aan enkele personen (speeltje van ....)
- Onduidelijke relatie tot team communicatie (wie doet wat?)
- Capaciteit van team communicatie
- Draagvlak medewerkers blijkt te laag
- Vaardigheden medewerkers lijken onvoldoende aanwezig
- Er wordt geen budget ter beschikking gesteld

Neveneffecten

- Er ontstaat een duidelijker beeld van de relatie tussen verleden, heden en toekomst van Ridderkerk (een constante factor, de identiteit (?) van Ridderkerk)
- Ook het imago als werkgever wordt op deze wijze beïnvloed

**wat hoort niet bij dit project?**  
(afbakening)

Het project is niet bedoeld als etalage/pr-campagne voor het collegeprogramma.

**planning**

Globale stappen	Activiteit	Datum
Startnotitie		Mrt 2011
Projectplan		Apr 2011
Uitvoering		Mei 2011 – apr 2013
Evaluatie		Mei -2013

**wie doet er mee?**  
(participatie)

Afhankelijk van het beoogde resultaat kan worden bepaald wie gaan meedoen en meedenken: vanuit de organisatie, vanuit samenwerkingspartners, participatieplatforms en vanuit de gemeenschap.

**communicatie**

De informatie over het project wordt tussentijds verstrekt aan:  
- bestuurlijk opdrachtgever (wethouder Dokter)  
- ambtelijk opdrachtgever (gemeentesecretaris Nienhuis)  
- college van B&W  
- organisatie  
(het uiteindelijke communicatieplan volgt in het projectplan)

**evaluatie**

Nb

**wat hebben we voor het project nodig?**  
(randvoorwaarden)

Capaciteit:

1. projectleider/trekker/inspirator	2 dagen per week
2. bestuurlijk opdrachtgever	2 uur per maand
3. ambtelijk opdrachtgever	2 uur per maand
4. projectleden	nmb
5. team communicatie	nmb

Geld:

Het benodigde budget voor het projectplan kan pas worden bepaald zodra het projectplan is opgesteld en goedgekeurd. Voorlopig wordt een vooraankondiging van dit budget als wens nieuw beleid opgenomen in de kadernota 2012. Zodra het projectplan is opgesteld zal het aan college en raad worden voorgelegd.

**heeft het project draagvlak?**  
(haalbaarheid)

Het project heeft in deze fase draagvlak vanuit de politiek (college B&W) en directie en past binnen ontwikkelingen van samenwerking (zoals BAR). Het draagvlak vanuit de organisatie moet nog blijken. We schatten in dat door te vertrekken vanuit bestaande initiatieven, we zullen werken aan gewenste oplossingen. Rekenen op draagvlak binnen de organisatie is dan realistisch.

Technisch gezien is het haalbaar, aangezien er geen nieuwe, onbekende technieken nodig zijn. Wel is het zo dat bestaande technieken (bijv internet/intranet) op een nieuwe manier kunnen worden ingezet (bijvoorbeeld crowdsourcen).

Haalbaarheid qua middelen is een zorg: met name op gebied van geld en tijd.

Geld: het project is niet begroot en er zal budget beschikbaar moeten worden gesteld.

Tijd: de projectleider heeft nu een fulltime takenpakket. Indien het project wordt gestart zal binnen het takenpakket ruimte voor 2 dagen per week gezocht moeten worden.

Deze ruimte kan worden gevonden in de vacatureruimte voor de managementtrainee.

Afdeling: Wijkbeheer

Ambtenaar: E. Killi

Datum: 04-04-2011

Opdrachtgever: Henk Dokter  
(beslisser-s): de gemeenteraad