

Bijlage 8: Communicatieplan “ Toekomst Zwembaden “

Inleiding

Al geruime tijd wordt er in de gemeente gediscussieerd over de toekomst van beide zwembaden. Zwembaden De Schans en De Ganzewiel worden weliswaar door de plaatselijke bevolking gewaardeerd maar duidelijk is dat deze buitenbaden een substantiële belasting vormen voor de gemeentelijke financiën. Inmiddels is een aantal scenario's onderzocht:

1. Handhaven van de bestaande situatie: in stand houden van twee buitenbaden.
2. Instandhouding van één buitenbad en sluiting van het andere zwembad.
3. Realisatie van een nieuw stand alone binnenzwembad
4. Realisatie van een nieuw combinatie binnen/buitenbad
5. Sluiten van één buitenbad, het andere bad benutten voor het realiseren van een overdekt bad (overkappen) met daarnaast een (bestaand) buitenbad.
6. Andere modellen met wel/niet extra recreatieve voorzieningen.

Definitieve besluitvorming over de keuze voor een scenario vindt plaats in de raadsvergadering van oktober 2016.

Doelstellingen

Het doel is te komen tot acceptatie van het gekozen scenario voor een zwemaccommodatie in de gemeente, waarbij we vanaf de start van het project inzetten op burgerparticipatie. Subdoelstellingen zijn:

- De verschillende doelgroepen zijn op de hoogte van de ontwikkelingen rond de zwembaden
- Wij vragen de verschillende doelgroepen op onderdelen mee te denken. We nemen deze inbreng mee in de uitwerking van de plannen.
- De verschillende doelgroepen weten hoe zij op de hoogte kunnen blijven van nieuwe ontwikkelingen rond de zwembaden.
- Er is draagvlak bij de diverse doelgroepen voor de keuzes die gedurende het proces van initiatieffase tot realisatiefase worden gemaakt.

Strategie

Gemeente Geertruidenberg heeft transparantie en openheid hoog in het vaandel staan. Dit geldt vanzelfsprekend ook voor dit traject. Aangezien het een langlopend traject is, vraagt het om een diversiteit in aanpak. Afhankelijk van de fase zullen we andere doelstellingen en aandachtspunten hebben.

Het communicatietraject heeft een dynamische band met het verloop van het onderzoek en het scenario dat uiteindelijk wordt gekozen. We kunnen hierin de volgende fasen onderscheiden:

- Initiatieffase: voorbereidingsfase, vooronderzoek vijf scenario's
- Definitiefase: besluitvorming > keuze scenario, besluitvorming raad
- Ontwerp- en voorbereidingsfase: aanbesteding, bestemmingsplannen, schetsfase
- Realisatiefase: bouwen, inrichten en opleveren zwembad
- Beheerfase: evaluatie- en verbetertraject

Kernboodschap

We gaan SAMEN voor een goede zwemvoorziening in onze eigen gemeente!

Doelgroepen

Extern:

Inwoners algemeen
Belangengroepen zoals gehandicaptenplatform, wijk- en buurtverenigingen, speeltuincommissies,
Wmo-raad
Sportfondsen
Sportverenigingen
Scouting
Inwoners omliggende gemeenten
Omwonenden
Medewerkers sportfondsen

Intern:

College
Raad
DT/MT
Medewerkers verschillende clusters

Communicatie algemeen

Extern

Voor het draagvlak is het belangrijk om betrokkenen en belangstellenden al in een vroeg stadium te betrekken. Zo krijgen we het beste en meest gedragen resultaat. Iedereen die interesse heeft, moet de ontwikkelingen rond de zwembaden kunnen volgen. Ook moet er voldoende gelegenheid zijn in het proces om mee te denken en te reageren. De wijze waarop, kan per onderdeel en per fase verschillen.

In dit proces zit een aantal onzekere factoren. We houden daarom bij elke fase de publieke opinie en overige geluiden uit de omgeving nauwlettend in de gaten via ons webcare- programma Obi4wan. De communicatie wordt hierop aangepast.

We hebben te maken met een behoorlijke diversiteit in doelgroepen. We zullen hier in onze communicatie rekening mee moeten houden. Uitgangspunt is dat wij helder communiceren. Niet alleen in tekst, maar ook in beeld. Een goede communicatiemiddelenmix is van belang om de verschillende doelgroepen te bereiken. Communicatiekanalen die wij voor de algemene communicatie inzetten zijn: de gemeentepagina in De Langstraat, Facebookpagina, Twitter, digitale nieuwsbrief, themapagina op de website, enquête via Survey Monkey, themabijeenkomst met burgerpanel. Een heldere boodschap, verspreid via diverse kanalen zal uiteindelijk voor meer draagvlak zorgen onder de doelgroepen.

Naast de eigen kanalen vragen we ook om aandacht bij de lokale media: we organiseren persgesprekken, zorgen proactief dat de journalisten op de hoogte zijn. Bij mijlpalen zorgen we altijd voor extra publiciteit.

We zorgen ervoor dat belanghebbenden altijd geïnformeerd zijn voordat het 'grote publiek' de informatie krijgt. We denken hierbij aan bewonersbrieven, uitnodiging voor bijeenkomsten, viering van mijlpalen etc.

Intern

Ook onze interne doelgroepen mogen we niet vergeten. Het tijdig en goed informeren van college, presidium en raad is van essentieel belang om tot een gedragen oplossingsrichting te komen. Dit doen we via themabijeenkomsten voor college en raad in de aanloopfase naar besluitvorming. Het is belangrijk dat iedereen meegenomen wordt in het proces en dat we tijdig kunnen bijsturen waar nodig. Ook de ambtelijke organisatie wordt met regelmaat op de hoogte gebracht van nieuwe ontwikkelingen. Immers veel disciplines zijn betrokken bij het project. Daarnaast is een belangrijk deel van de medewerkers tevens inwoner en dus mogelijk ook bezoeker van de zwembaden. Wij zien hen als onze ambassadeurs.

Communicatie per fase

Concrete mijlpalen grijpen we aan om aandacht te schenken aan het zwembad en het openbaar gebied eromheen. We bekijken per stap (of mijlpaal) hoe we dit communicatief aanpakken en evalueren eraan wat goed was en wat we beter moeten doen. Iedere fase werken we uiteindelijk uit in een actieplan.

Initiatiefase

Dit is de voorbereidingsfase. Na bepaling van de specifieke opdracht voor de toekomst van de zwembaden richten we ons in deze fase op de beschrijving van de vijf scenario's. Deze zijn in overleg met het college en de raad bepaald.

Daarnaast zetten we in de initiatiefase een enquête uit onder de inwoners en er wordt een burgerpanel gevormd van vertegenwoordigers van diverse belangengroepen in de gemeente. De uitkomst van beide onderdelen wordt meegenomen in het advies aan de raad. De raad is op de hoogte van deze peilingen.

Bij de enquête vragen we deelnemers of zij op de hoogte gehouden willen worden of betrokken willen zijn bij de verdere ontwikkelingen rond het zwembad. Deze groep deelnemers kunnen we in de toekomst gebruiken als klankbordgroep. Ook kunnen we de e-mailadressen gericht gebruiken om belangstellenden te informeren over nieuwe ontwikkelingen, bijvoorbeeld via een digitale nieuwsbrief.

Overige communicatiemiddelen zetten we in zoals beschreven in het onderdeel 'Communicatie algemeen'.

Intern:

Er wordt een werkgroep geformeerd met een vertegenwoordiging vanuit diverse betrokken vakdisciplines. Waar nodig worden er ook andere collega's betrokken. Via intranet wordt de ambtelijke organisatie op de hoogte gehouden van ontwikkelingen.

Definitiefase

Mijlpalen in deze initiatiefasen zijn vooral procesmatig: besluitvorming van het college en de raad over scenario met daarbij de uiteindelijke keuze voor een scenario dat verder uitgewerkt wordt. We communiceren over de besluiten van college en raad. Na besluitvorming in het college organiseren we een persgesprek om het besluit toe te lichten. Vooraf is het besluit al bekendgemaakt aan de raad. De raad neemt het definitieve besluit over de zwembaden. We zorgen ervoor dat in de week na deze besluitvorming extra aandacht komt via de eigen kanalen. Ook plaatsen we kort na besluitvorming een themapagina over het zwembad in De Langstraat. Hier vertellen we ook hoe mensen op de hoogte kunnen blijven van alle nieuwe ontwikkelingen.

In deze fase zorgen we ervoor dat we in goed contact zijn met belanghebbenden, zoals omwonenden en belangengroepen. We gaan met hen in gesprek over concrete wensen en aandachtspunten rondom (ver)bouw en inrichting zwembad en directe omgeving. Door tijdig met hen in gesprek te gaan, zorgen we voor goede input voor de aanbesteding. Ook voorkomen we zo dat er 'ruis' ontstaat of dat problemen/aandachtspunten in een late fase pas naar boven komen.

We werken integraal aan de opzet van een plan van eisen. Er is in deze fase niet alleen aandacht voor de (ver)bouw van het zwembad, maar ook voor de omgeving. Denk hierbij aan verkeer, woonwensen, natuur, inrichting buitenruimte, technische wensen etc.

Ontwerp- en voorbereidingsfase

In deze fase vinden de aanbesteding, eventuele aanpassing bestemmingsplannen en schetsfase plaats voor de renovatie of bouw van een zwembad/de zwembaden volgens het gekozen scenario.

We communiceren over de wijze van aanbesteden en aanbestedingstermijnen. Dit is met name voor architecten/aannemers van belang.

We houden raad, inwoners, belanghebbenden en ambtelijke organisatie op de hoogte van de planning en nieuwe ontwikkelingen. Een mijlpaal is de gunning van de aanbesteding. Hierover communiceren we vanzelfsprekend, want dan wordt ook duidelijk voor welk ontwerp gekozen wordt.

Het is van cruciaal belang om hier omwonenden en belanghebbenden nauw te betrekken. Wij hebben hen gevraagd om mee te denken in de definitiefase. In de ontwerp- en voorbereidingsfase wordt alles concreter. We kunnen nu de belangengroepen vragen concreet mee te denken over de inrichting van het zwembad en het gebied eromheen. We maken tijdens 'samen aan tafel-sessies' gebruik van 3D-visualisaties, zodat men een goed beeld krijgt van het zwembad. Vooraf hebben we in de werkgroep bekeken waar wij de inbreng van belangengroepen nodig hebben. Over de inbreng van de belangengroepen wordt gecommuniceerd met de overige inwoners en met het college en de raad. Ook de ambtelijke organisatie wordt met regelmaat geïnformeerd over de ontwikkelingen.

Ook de inzet van algemene communicatiekanalen blijft in deze fase doorlopen. Daarnaast nodigen wij de pers uit bij een sessie.

Realisatiefase

Deze fase (vanaf september 2016) behelst het (ver)bouwen, inrichten en opleveren van het zwembad. Resultaten worden zichtbaar. Mijlpalen zijn bijvoorbeeld 'de eerste paal', 'de eerste steen', 'het hoogste punt'.

Om inwoners te betrekken posten we regelmatig nieuwe foto's op Facebook, Instagram en de website. Ook vragen wij inwoners mee te denken over een naam voor het zwembad. Hier verbinden wij een mooie prijs aan.

De belangengroepen vragen wij om onderdelen van het zwembad te testen, bijvoorbeeld op toegankelijkheid, kind vriendelijkheid etc. Wij maken praktische aanpassingen op detail op basis van deze inbreng.

Ook in deze fase maken wij gebruik van de algemene communicatiekanalen.

De officiële opening is het hoogtepunt in een reeks mijlpalen. We maken een speciaal moment van de opening.

Beheerfase: evaluatie- en verbetertraject

Ongetwijfeld komen er bij het gebruik van het zwembad nog kleine aandachtspunten naar voren. Wij vragen bezoekers actief om een reactie na een bezoek aan het zwembad en maken daar waar gewenst de nodige aanpassingen. Ook hierover wordt gecommuniceerd.