



Zeeweringen

Communicatiestrategie projectbureau Zeeweringen

2010 - 2015
PZST-P-09187 com

Datum januari 2010
Status definitief

	Inhoud	
1	Context	4
2	Sterkte-zwakteanalyse	9
3	Strategie	11
4	Doelstellingen	13
5	Doelgroepen	15
6	Boodschappen	18
7	Middelen	19
8	Evaluatie en kennisontwikkeling	23

Inleiding

Maatwerk. Elk dijkvak is anders. Dat is één van de belangrijkste uitgangspunten van deze communicatiestrategie. Dit plan beschrijft hoe projectbureau Zeeweringen, een samenwerkingsverband van Rijkswaterstaat, waterschap Zeeuwse Eilanden en waterschap Zeeuws-Vlaanderen, communiceert over de versterking van de dijken in Zeeland.

Doel van project Zeeweringen is het versterken van de Zeeuwse dijken in de periode 1997-2015. De dijken moeten bestand zijn tegen de zware golfslag van een storm die gemiddeld eens in de 4000 jaar voorkomt. Alles in de projectorganisatie is erop gericht dat deze planning wordt gehaald. Communicatie is hierin ondersteunend.

De communicatie van projectbureau Zeeweringen is gericht op de nieuwe inrichting van het dijktraject, de overlast die de werkzaamheden veroorzaken voor de omgeving en informatieverstrekking over het gehele project en het projectbureau.

Dit plan beschrijft de communicatiestrategie van projectbureau Zeeweringen voor de periode 2010-2015. De communicatiestrategie wordt per jaar vertaald naar concrete omgevingsplannen per dijktraject.

1 Context

1.1 Inhoud

Begin jaren 90 bleek uit een inventarisatie dat een groot deel van de steenbekleding op de Zeeuwse dijken niet voldeed aan de geldende veiligheidseisen. Dat vroeg om versterking van de steenbekleding op de waterkeringen: de dijken moeten sterk genoeg zijn om de kracht te weerstaan van een storm die gemiddeld eens in de in de 4000 jaar voorkomt.

De dijken zijn voor 90% in beheer van de Zeeuwse waterschappen. Voor de overige 10% draagt Rijkswaterstaat zorg. Voor de uitvoering van de dijkversterkingen is in 1997 het projectbureau Zeeweringen opgericht. Daarin werken Rijkswaterstaat, waterschap Zeeuwse Eilanden en waterschap Zeeuws-Vlaanderen samen.

De werkzaamheden zijn in 1997 begonnen bij de dijken langs de Westerschelde, waar de noodzaak het grootst was. In 2006 waren de eerste dijken langs de Oosterschelde aan de beurt. In totaal moet 325 km dijk worden versterkt.

Het project werkt met een strakke planning. Het afleveren van een goede, sterke dijk binnen de afgesproken termijn, is de kern van de opdracht. De staatssecretaris heeft in 2005 in de Tweede Kamer toegezegd dat het gehele project in 2015 klaar zal zijn. De eerdere planning ging uit van 2019. Het project werkt dus met een versnelling die goed mogelijk is, mits strak gepland.

1.2 Omgeving

1.2.1 *Interne omgeving*

Bij het projectbureau werken ongeveer 50 mensen van verschillende organisaties. Het gaat om vaste medewerkers van Rijkswaterstaat en de waterschappen, maar ook om inhuurkrachten van bijvoorbeeld ingenieursbureaus. Deels werken zij fulltime, deels parttime. Ook is het gebruikelijk dat medewerkers op externe locaties werken. Hierdoor is het niet vanzelfsprekend dat iedereen altijd goed op de hoogte is van de voortgang van het project en de dingen die er spelen. Dat is wel nodig voor de uitvoering van hun eigen werk.

Rijkswaterstaat en de waterschappen zijn organisaties met elk hun eigen cultuur en ontwikkelingen. Rijkswaterstaat staat bijvoorbeeld midden in de ontwikkeling om steeds meer werk bij marktpartijen uit te besteden. Daardoor werkt het projectbureau met 'innovatieve contracten'. Deze ontwikkelingen vragen om een andere manier van werken. Het projectbureau besteedt veel specifieke aandacht aan dit soort ontwikkelingen. Visie en ervaringen delen is een speerpunt in de communicatie, juist omdat mensen hun thuisbasis hebben bij diverse organisaties, en vooral voor de positionering van projectbureau Zeeweringen.

1.2.2 *Externe omgeving*

Het projectbureau heeft te maken met veel externe partijen, zoals overheden, belangenorganisaties en omwonenden. De communicatie kenmerkt zich door een sterke ontvangergerichtheid. Het projectbureau stelt de communicatiestroom af op de doelgroep: wat wil de ontvanger weten? Vaktaal is hierbij getransformeerd tot begrijpbare, dagelijkse taal.

Vóór aanvang van de werkzaamheden vindt uitgebreid overleg plaats met verschillende externe partijen. De afdeling communicatie stelt elk jaar per dijktraject een omgevingsplan op. Hierin staat beschreven hoe en wanneer richting welke partijen gecommuniceerd moet worden over welke onderwerpen.

De noodzaak van de dijkversterkingen is nagenoeg bij alle externe partijen bekend en geaccepteerd. Overleg met de omgeving is daarom met name van groot belang voor het halen van de doelstelling: afronding van het project in 2015. Hiervoor is overeenstemming over de aanpak van de werkzaamheden essentieel; weerstand zou kunnen leiden tot vertraging.

Naast uitvoering van de kerntaken komt het projectbureau soms tegemoet aan specifieke wensen uit de omgeving. Zo worden er bijvoorbeeld voorzieningen aangelegd voor recreanten, of speciale materialen gebruikt die een hogere esthetische uitstraling hebben. Elk verzoek wordt afzonderlijk besproken en afgewogen.

Het projectbureau bereidt de werkzaamheden voor en stelt een plan op. Dit plan wordt ter inzage gelegd. Wie wil, kan een zienswijze indienen, waarop het plan nog kan worden gewijzigd. Na definitieve goedkeuring start de aanbesteding, en vervolgens het werk.

Concreet kent het projectbureau de volgende externe doelgroepen (zie voor een volledig overzicht hoofdstuk 5):

Overheden

Het projectbureau heeft te maken met diverse overheidsinstanties op verschillend niveau. Provincie Zeeland is bevoegd gezag en geeft vergunningen af in het kader van de Natuurbeschermingswet (Nb-wet). Daarnaast is zij bevoegd gezag in het kader van de Wet op de waterkering en verleent vanuit die goedkeuring aan dijkverbeteringsplannen. Met provincie vindt ten aanzien van de Wet op de waterkering en de Nb-wet formeel en informeel overleg plaats.

Op uitvoeringsniveau heeft het projectbureau te maken met de plaatselijke gemeente. Deze geeft, waar nodig, bouw- en aanlegvergunningen af. Er vindt veel overleg plaats over praktische zaken. Veelal hebben gemeente concrete aanvullende wensen. Het projectbureau kijkt in hoeverre deze kunnen worden meegenomen tijdens de uitvoering. Op gebied van communicatie vindt jaarlijks overleg plaats met betrokken communicatieadviseurs.

Daarnaast heeft het projectbureau te maken met de overheid op ministerieel niveau. Het directoraat-generaal Water van het ministerie van Verkeer & Waterstaat is verantwoordelijk voor het op orde krijgen en houden van een duurzaam systeem. Het is dus belangrijk voor het projectbureau dat zij op de hoogte is van de werkzaamheden van het projectbureau, en de vooruitgangen die geboekt worden. Hetzelfde geldt voor de Staf directoraat-generaal van Rijkswaterstaat.

Natuur- en milieuorganisatie

De gebieden van de Westerschelde en de Oosterschelde zijn via de Natuurbeschermingswet aangewezen als speciale beschermingszones voor de Vogel- en Habitatrichtlijn. Dit vereist zorg voor flora, fauna en landschap bij de werkzaamheden. Vooral natuur- en milieuorganisaties als de Zeeuwse Milieufederatie en de Vogelbescherming zijn nauw betrokken bij de werkzaamheden van het projectbureau. Ook is er overleg met het bestuur van het Nationaal Park Oosterschelde, waarin nagenoeg alle belangenorganisaties vertegenwoordigd zijn.

De toon van de communicatie is tot op heden vooral 'we moeten er wettelijk aan voldoen', 'het is geen kerntaak van het projectbureau'. Toch zouden we sterker kunnen benadrukken dat het projectbureau niet alleen bezig is met veiligheid (techniek), maar ook oog heeft voor bijkomende zaken als natuur. We kunnen laten zien dat het ook voor ons niet de planning tegenover de natuur is, maar dat het allebei kan.

Pachters en (particuliere) eigenaren van dijken

In Zeeland zijn sommige dijken nog in particulier bezit. Vanuit het oogpunt van veiligheid zijn eigenaren verplicht werkzaamheden toe te laten op hun dijken. Er vindt overleg plaats om deze af te stemmen. Tijdens de werkzaamheden kunnen pachters niet op de dijk terecht. Omdat zij vaak voor hun bedrijfsvoering afhankelijk zijn van de dijk, moet ook hier overleg plaatsvinden.

Beroepsvisserij

Beroepsvissers en -kwekers exploiteren percelen vlak voor de dijk. Wanneer hier werkzaamheden plaatsvinden, geeft dit overlast. Het projectbureau informeert deze beroepsgroep hierover middels persoonlijke gesprekken. Primair doel is informatieverstrekking.

Scheepvaart

Op een aantal plaatsen (met name waar in havens wordt gewerkt) moet de scheepvaart op de hoogte zijn van de werkzaamheden, of er bij de doorvaart rekening mee houden. Hiervoor zijn overleggen met bijvoorbeeld havenmeesters het belangrijkste middel. Afstemming en informatieverstrekking zijn de primaire doelen.

Omwonenden

Het projectbureau zet een breed scala aan communicatiemiddelen in om omwonenden te informeren die geen direct belang hebben bij de werkzaamheden, maar wel met de gevolgen worden geconfronteerd. (zie voor een overzicht van de middelen hoofdstuk 7). Soms zijn omwonenden vertegenwoordigd in dorpsraden of bewonersverenigingen. In dat geval vindt overleg plaats met deze overkoepelende organen. Uitgangspunt in de communicatie richting omwonenden is informatieverstrekking: ze moeten weten wat hen te wachten staat.

Mensen die dicht langs de transportroutes of het projectgebied wonen, komen op basis van bepaalde criteria in aanmerking voor een zogenaamde nul-meting van hun pand of woning. Dat vraagt om afzonderlijke communicatie.

Toerisme

Zeeland trekt veel toeristen uit binnen- en buitenland. Het projectbureau houdt daar in zijn planning en aanpak rekening mee. Toerisme ondervindt met name hinder van afsluitingen: wandelaars, fietsers, ruiters, standbezoekers, sportvissers, pleziervaart en duikers kunnen tijdens de werkzaamheden niet in het dijktraject terecht. In de communicatie is het van belang dat deze mensen weten wanneer afsluitingen plaatsvinden en welke alternatieven er zijn. Voor de communicatie richting deze doelgroep zet het projectbureau een breed scala aan middelen in (zie hoofdstuk 7). Tevens vindt overleg met en eenzijdige communicatie richting overkoepelende organen plaats, zoals de Nederlandse Onderwatersportbond, VVV en routebureaus.

Horecagelegenheden en campings vragen vaak speciale aandacht. Deze hebben niet alleen te maken met overlast, maar mogelijk ook met inkomstenderving.

Organisatoren van evenementen

Op en rondom dijken vinden soms evenementen plaats zoals de kustmarathon of visserijdagen. Tijdens de werkzaamheden zijn de dijktrajecten afgesloten. Om zoveel mogelijk tegemoet te komen aan de omgeving, stemt het projectbureau de mogelijkheden, alternatieven of het tijdelijk stil leggen van de werkzaamheden af met organisatoren.

Marktpartijen

Projectbureau Zeeweringen is een belangrijke opdrachtgever. De versnelling in de planning van de werkzaamheden heeft geleid tot een groot aantal werken per jaar. In het jaar voorafgaand aan de werkzaamheden vindt de marktbenadering plaats middels een aankondiging op de aanbestedingskalender. Vervolgens wordt de aanbestedingsprocedure doorlopen.

Communicatie richting aannemers is vooral gericht op een goede afstemming: het moet duidelijk zijn dat communicatie primair de verantwoordelijkheid is van het projectbureau.

Vakgenoten

Projectbureau Zeeweringen heeft sinds 1997 veel deskundigheid opgedaan op het gebied van dijkversterkingen. Daarmee levert het een belangrijke bijdrage aan de kennisontwikkeling in het vakgebied in binnen- en buitenland. De projectmanager heeft een programma opgezet om ervoor te zorgen dat deze kennis en expertise niet verloren gaan (Kennisbehoud 2015).

Het projectbureau kent geen beleid voor het uitdragen van de deskundigheid. Presentaties en aanwezigheid bij bijvoorbeeld netwerkdagen worden zeer ad hoc opgepakt. Een meer structurele aanpak doet meer recht aan de goede naam van het projectbureau en de positionering van het projectbureau ten opzichte van andere organisaties op dit werkterrein.

Media

Projectbureau Zeeweringen krijgt veel belangstelling van de media. Journalisten weten ons te vinden en zijn geïnteresseerd in de wijze waarop de dijkversterking in Zeeland tot stand komt. Het projectbureau heeft een proactief beleid wat betreffende de uitzending van nieuwsberichten. Jaarlijks verschijnt bij start en einde van de werkzaamheden een persbericht. Daarnaast worden verschillende media of journalisten direct benaderd bij nieuwswaardige zaken. Voor de omgang met de media geldt een persprotocol.

1.3 Samenhang met andere projecten

Er zijn veel projecten en organisaties die raakvlakken hebben met project Zeeweringen. Het projectbureau volgt ontwikkelingen van de volgende projecten nauwgezet, opdat deze de strakke planning van het projectbureau niet verstoren:

- Landelijke Inventarisatie Steenzettingen (DWW)
- Herstelopgave voor de tweede verdieping van de Westerschelde
- Aanleg van de Westerschelde Container Terminal
- De herinrichting van voormalige veerhavens
- Project Climateproof Areas
- Project Zwakke Schakels
- Project handelshaven en jachthaven Breskens
- Project Sterkte en Belasting Waterkeringen
- Zandsuppleties
- Vooroeverbestortingen
- Project Zandhonger
- Zuidwestelijke Delta

2 Sterkte-zwakteanalyse

Dit hoofdstuk geeft een analyse van de sterke en zwakke punten van de communicatie van het projectbureau. Ook komen de kansen en bedreigingen aan bod (SWOT).

Sterk

- De noodzaak van dijkversterkingen is nagenoeg algemeen bekend en geaccepteerd.
- Het projectbureau heeft grote deskundigheid op gebied van dijkversterkingen.
- Binnen het project werken Rijkswaterstaat en de waterschappen goed samen.
- Het projectbureau straalt zelfvertrouwen uit.
- In zijn aanpak kent het project veel aspecten die het projectbureau in een positief daglicht zetten: oog voor de omgeving (mens, plant en dier), ruimte voor innovatie, ruimte voor specifieke wensen uit de omgeving, ruimte voor samenwerking met externe partijen.
- De afdeling communicatie is goed georganiseerd.
- Er is binnen de afdeling communicatie voldoende kennis en grote betrokkenheid.
- De afdeling communicatie heeft een groot scala aan communicatiemiddelen tot zijn beschikking, zowel traditioneel als digitaal.
- De afdeling communicatie heeft goede relaties met bureaus die technische ondersteuning bieden en ontwerpen verzorgen en freelancers.
- De communicatie is veelal ontvangergericht.

Zwak

- Er is te weinig aandacht voor de uiteindelijke effecten van de dijkversterking. Slechte communicatie over het definitief afsluiten van stukken dijk en het minder toegankelijk worden van bijvoorbeeld strandjes leidt tot een negatief beeld van het projectbureau.
- De afdeling communicatie is niet altijd op de hoogte van zaken die buiten op het werk spelen. De lijnen met sommige projectleiders moeten korter.
- Medewerkers van het projectbureau (projectleiders) zijn zich niet altijd bewust van de gevolgen van bepaalde acties.
- De nadruk ligt soms wat veel bij overlast.
- Een deel van de doelgroep omwonenden is ouder. Hierdoor zijn digitale communicatiemiddelen niet altijd geschikt.
- Interne communicatie is weinig structureel.
- De houding vanuit de betrokken communicatieadviseurs van Rijkswaterstaat en de waterschappen is veelal reactief. Er is ruimte voor meer meedenken.

Kansen

- Bij het project werken mensen van diverse organisaties. Om de interne profilering van het projectbureau te versterken kunnen deze medewerkers een ambassadeursrol vervullen.
- Gebeurtenissen als orkaan Katrina in de Verenigde Staten versterken de boodschap nut/noodzaak. Dit kan het draagvlak voor de werkzaamheden vergroten.
- Meer gestructureerde contacten met de media kan zorgen voor meer bekendheid.
- Het werk van het projectbureau brengt naast veiligheid veel andere positieve zaken met zich mee. Deze kunnen sterker worden uitgedragen.
- Vakcollega's (ook in het buitenland) zouden meer willen weten over de technische ontwikkelingen in het project. Dit versterkt de profilering van het projectbureau als deskundige organisatie.
- Er zijn meer projecten die naar buiten toe op elkaar lijken, elk met hun eigen profilering. Meer gezamenlijk optreden versterkt het beeld over de achterliggende problematiek. Met name het bieden van één loket kan het imago van de overheid (en dus het projectbureau) versterken.
- Het structureel uitdragen van het programma kennisbehoud ('Laat de kennis over zeeweringen stromen') kan bijdragen aan een versterking van de positionering van het projectbureau.

Bedreigingen

- Schade aan de dijken door 'gewone' stormen trekt de aandacht. We moeten bewaken dat berichtgeving daarover en over het werk van het projectbureau (storm van 1:4000) niet door elkaar gaan lopen.
- Het projectbureau gaat niet over klimaatsverandering, stijgende zeespiegel, zwaardere golven of iets anders.
- De noodzaak van het werk van het projectbureau wordt door omwonenden soms in twijfel getrokken.
- Bij de inzet van innovatieve contracten wordt niet voldoende nagedacht over de consequenties voor het communicatiebeleid.
- Soms wordt werk uitgevoerd dat niet binnen de scope van het projectbureau valt, maar daar wel aan gerelateerd is, zoals het opknappen van transportwegen. Communicatie rondom dit soort zaken ligt niet bij het projectbureau, maar straalt daar wel op af.
- De overlast van de werkzaamheden voor omwonenden kan groot zijn.
- Het verschil in organisatiecultuur en (communicatie)beleid van Rijkswaterstaat en de waterschappen leidt soms tot onduidelijkheid. Dit kan tot negatieve publiciteit voor het projectbureau leiden.

3 Strategie

De communicatie van het projectbureau is gericht op de nieuwe inrichting van het dijktraject, de overlast die de werkzaamheden veroorzaken voor de omgeving en informatieverstrekking over het gehele project en het projectbureau.

3.1 Communicatie over de nieuwe inrichting van het dijktraject

Door intensief overleg met betrokken partijen, zorgt het projectbureau ervoor dat werkzaamheden worden afgestemd, er zo min mogelijk overlast is, of alternatieven kunnen worden bekeken. Voor het bepalen van de mate en wijze van overleg, bestaat een aantal randvoorwaarden. De belangrijkste vragen zijn:

- Is er al commitment - ambtelijk, bestuurlijk en politiek?
- Hoeveel invloed kunnen de gesprekspartners nog uitoefenen?
- Hoe groot is de bereidheid van de potentiële deelnemers?
- Is het overleg noodzakelijk?

In overleg is de lijn: laten zien wat het projectbureau wil en kan doen voor mens, dier en plant; de mogelijkheden, maar ook de grenzen. De dialoog is belangrijk. Het is wezenlijk dat communicatie en omgevingsmanagement hier nauw samenwerken.

3.2 Communicatie over overlast

Voor de communicatie rondom de versterking van de dijkvakken geldt een algemene lijn. Veiligheid blijft de kern van de communicatie: de dijken zijn veilig genoeg om een gemiddelde storm het hoofd te bieden, maar voor de norm van 1:4000, de superstorm, moet de steenbekleding worden versterkt. Bij elk dijkvak begint de communicatie opnieuw. In de communicatie over overlast staat centraal wat het projectbureau doet om dit te minimaliseren: we nemen tal van maatregelen om zo weinig mogelijk verstoring te veroorzaken.

Voor communicatie over definitieve afsluitingen van stukken dijk of onderhoudswegen geldt het volgende: het projectbureau geeft de concrete maatregel aan met aanvulling dat deze is opgelegd door de beheerder (in geval van een beheersmaatregel) of de provincie (in geval van een maatregel in het kader van de Natuurbeschermingswet). We gaan zelf niet in op de reden van de maatregel, maar verwijzen daarvoor naar de verantwoordelijke partij.

De communicatie naar omwonenden is ontvangergericht en helder. Het projectbureau stelt daartoe elk jaar per dijktraject een omgevingsplan op. Hierin staat precies beschreven: de werkzaamheden en gevolgen (overlast) voor de omgeving, doelgroepen, middelen en planning met actiehouders. Op deze manier ontvang elke doelgroep precies de juiste informatie. We vertellen graag over het werk van projectbureau Zeeweringen, en er is veel over te vertellen. Maar niet alles is voor elke doelgroep relevant. Daarom maken we bewuste keuzes. Geen vaktaal, of termen uitleggen als het echt niet anders kan.

3.3 Communicatie over het project

De algemene communicatie straalt uit dat het projectbureau een professionele, betrouwbare organisatie is: de aanpak is deskundig en gedegen.

Het projectbureau heeft sinds 1997 veel deskundigheid opgedaan op het gebied van dijkversterkingen. Daarmee levert het een belangrijke bijdrage aan de kennisontwikkeling in het vakgebied in binnen- en buitenland.

De voorbereiding van de werkzaamheden vindt plaats in nauw overleg met betrokkenen in de omgeving. Bij het werk zorgt het projectbureau voor zo min mogelijk overlast.

Het projectbureau houdt beproefde werkwijzen vast, maar verkent ook nieuwe methoden, in zowel techniek als processen. We delen onze kennis over techniek en samenwerking graag met andere organisaties. Het projectbureau is een professionele opdrachtgever voor de markt.

Het projectbureau profileert zich als projectorganisatie van drie samenwerkende partijen. Waar nodig dragen we uit wat de rol van de verschillende organisaties in het project precies is. Zo kunnen de organisaties zich ook afzonderlijk profileren. Dat kan zeker als het gaat om het uitventen van de successen van het werk. We laten graag zien wat er dankzij de samenwerking mogelijk is, wat we al hebben gerealiseerd en wat de toegevoegde waarde is van het gezamenlijk optrekken.

3.4 Interne communicatie

Bij het projectbureau werken mensen van verschillende organisaties. Zij werken deels parttime en vaak op externe locaties. Hierdoor is het niet vanzelfsprekend dat iedereen altijd goed op de hoogte is van de voortgang van het project en de dingen die er spelen. Dat is wel nodig voor de uitvoering van hun eigen werk. Interne communicatie zorgt ervoor dat alle projectmedewerkers zo goed mogelijk op de hoogte zijn van nieuwe ontwikkelingen.

Daarnaast is interne communicatie gericht op procesbewaking. Het vastleggen van en communiceren over (extern) gemaakte afspraken zorgen ervoor dat de voortgang van het project niet in het geding komt.

Doelstellingen

De communicatiestrategie van projectbureau Zeeweringen kent een groot aantal doelstellingen. In dit hoofdstuk staat per doelgroep uitgewerkt wat het projectbureau met zijn communicatie wil bereiken.

Alle doelgroepen:

- weten waarom de werkzaamheden plaatsvinden;
- weten dat Zeeland niet acuut onveilig is, maar dat er een strenge norm is waaraan voldaan moet worden (1:4000);
- weten dat de dijkversterkingen worden uitgevoerd door projectbureau Zeeweringen, een samenwerkingsverband van Rijkswaterstaat, waterschap Zeeuws-Vlaanderen en waterschap Zeeuwse Eilanden;
- weten dat het bij het projectbureau gaat om *dijkversterking*, niet om kruinverhoging of stijgende zeespiegel;
- herkennen dat het projectbureau er alles aan doet om schade en overlast te beperken en waar nodig te compenseren.

Medewerkers van projectbureau Zeeweringen:

- zijn op de hoogte van ontwikkelingen binnen de projectorganisatie;
- kunnen deze ontwikkelingen plaatsen en ermee werken;
- zijn op de hoogte van relevante ontwikkelingen binnen Rijkswaterstaat en de waterschappen.

Overheden:

- kennen nut en noodzaak van dijkversterkingen in Zeeland en dragen die uit;
- kennen projectbureau Zeeweringen en de achterliggende organisaties, en weten daarin hun weg te vinden;
- zijn op de hoogte van de voortgang van het project;
- kennen planning en organisatie van de dijkversterking in hun eigen omgeving en kunnen er vragen over beantwoorden;
- herkennen in het projectbureau een professionele, deskundige organisatie;
- herkennen in het projectbureau een goede samenwerkingspartner en ondersteunen de samenwerking.

Belangenorganisaties:

- kennen projectbureau Zeeweringen en de achterliggende organisaties, en weten daarin hun weg te vinden;
- zien het projectbureau als goede gesprekspartner;
- weten wat zij van het projectbureau kunnen verwachten;
- zijn op de hoogte van de praktische beperkingen die de werkzaamheden aan de dijk met zich mee brengen;
- weten hoe ze kunnen inspelen op de werkzaamheden;
- weten de juiste projectbureamedewerkers te vinden voor afstemming hierover.

Omwonenden:

- weten waar en wanneer werkzaamheden plaatsvinden weten;
- weten wat er gaat gebeuren;
- weten ook wat dat gevolgen zijn voor henzelf;
- weten dat het projectbureau er alles aan doet om de hinder te minimaliseren;
- kennen maatregelen om de overlast te minimaliseren;
- weten bij wie ze terecht kunnen voor vragen, klachten, zienswijzen of suggesties;
- zijn op de hoogte van procedures betreffende inkomstenderving en nulmetingen;

Marktpartijen:

- zien projectbureau Zeeweringen als betrouwbare opdrachtgever;
- zien het projectbureau als opdrachtgever die innovatie stimuleert;
- zijn op de hoogte van de communicatiestrategie van het projectbureau en kennen het persprotocol.

Vakgenoten:

- zien projectbureau Zeeweringen als organisatie die zeer deskundig is op het gebied van steenbekledingen;
- herkennen de innovatieve werkwijzen van het projectbureau;
- weten bij vragen en opmerkingen de weg te vinden naar de juiste projectbureau medewerkers;
- zijn op de hoogte van vakinhoudelijke ontwikkelingen bij het projectbureau;
- zijn op de hoogte van de uitgebreide ervaring die het projectbureau heeft met regionale samenwerking en wat zij daaraan hebben.

Media:

- dragen door hun berichtgeving bij aan de profilering van het projectbureau;
- dragen door hun berichtgeving bij aan het inzicht in nut en noodzaak van de dijkversterkingen;
- dragen door hun berichtgeving bij aan kennisverspreiding over concrete werkzaamheden van het projectbureau (werk aan de dijken);
- zien het projectbureau als organisatie die deskundig is op het gebied van steenbekledingen en op innovatieve wijze werkt aan versterking van de Zeeuwse dijken.

4 Doelgroepen

4.1 Interne doelgroepen

Collega's projectbureau Zeeweringen
Rijkswaterstaat Zeeland
Waterschap Zeeuwse Eilanden
Waterschap Zeeuws-Vlaanderen

4.2 Externe doelgroepen

Overheden

Provincie Zeeland (waterdistrict)
Gemeenten
Ministerie van Verkeer & Waterstaat

Natuur- en milieuorganisatie

Nationaal Park Oosterschelde
Zeeuwse Milieufederatie
Staatsbosbeheer
Vogelbescherming
Stichting Natuur en Milieu
Natuurmonumenten
Milieudefensie
Het Zeeuwse Landschap

Toerisme

VVV

Fietsknooppuntennetwerk (Stichting Promotie en Marketing Zeeland Delta)
Stichting Wandelplatform
Federatie van Hengelsportverenigingen Zuidwest Nederland
Toeristen (uit binnen- en buitenland)
Wandelaars
Fietzers
Strandbezoekers
Eigenaren strandcabines
Strandpaviljoens
Strandexploitatie
Duikers Nederlandse Onderwatersportbond
Belgische Federatie voor Onderwateronderzoek en -Sport
Ruiters
Maneges
Horecagelegenheden
Campings
Recreatievaart
Sportvisserij
ANWB

Overige overkoepelende belangenorganisaties

Politie
Brandweer
Ambulance
Heemkundekringen
Archeologen

Pachters en (particuliere) eigenaren van dijken

Individuele eigenaren en pachters
Ambachttheerlijkheden

Omwonenden

Omwonenden
Aanwonenden transportroutes
Dorpsraden
Bedrijven
Onderwijsinstellingen
Ondernemersverenigingen
MKB organisaties
Bewonersverenigingen

Organisatoren van evenementen

Kustmarathon
Visserijdagen
Tour de France
Giro d'Italia
Regionale wielervedstrijden
Havenfeesten
Koninginnedag

Beroepsvisserij

PO Mosselcultuur
Particuliere vissers
Particuliere kwekers

Scheepvaart

Havenmeester

Marktpartijen

Aannemers
Ingenieurs- en adviesbureaus
Leveranciers van (innovatieve) materialen

Vakgenoten

Kennis- en onderzoeksinstituten
Universiteiten
Hogeschool Zeeland
Regionaal opleidingscentrum
Middelbare scholen

Media

Nationale media
Provinciale media
Regionale media

Vakmedia

5 Boodschappen

5.1 Kernboodschap

Op een aantal plaatsen in Zeeland is de dijk niet goed beschermd tegen zware golfslag. De steenbekleding van de dijken beschermt wel tegen een gemiddelde storm, maar is niet sterk genoeg om een storm te weerstaan die gemiddeld eens in de 4000 jaar voorkomt.

Sinds 1997 werken Rijkswaterstaat, waterschap Zeeuwse Eilanden en waterschap Zeeuws-Vlaanderen aan sterkere steenbekleding. Projectbureau Zeeweringen coördineert de uitvoering en zorgt ervoor dat de dijken zo snel mogelijk versterkt zijn. De laatste dijkvakken worden in 2015 afgerond.

Hoofdzaak voor het projectbureau is dus veiligheid. Maar het houdt bij zijn werkzaamheden ook rekening met de belangen van mens, dier en plant. Deze belangen zijn soms tegenstrijdig. Daarom doet het projectbureau veel moeite alle belangen te inventariseren en een gedegen afweging te maken. Dit alles binnen het kader van een strakke planning

5.2 Boodschap over het dijktraject

De boodschap over het dijktraject is toegespitst op de specifieke omstandigheden:

- een beschrijving van het dijktraject met een uiteenzetting van de verschillende belangen die er spelen;
- een beschrijving en planning van de werkzaamheden;
- gebiedskaart;
- de gevolgen voor de omgeving (overlast en permanente afsluitingen);
- een uiteenzetting van de maatregelen die het projectbureau treft om overlast te minimaliseren.

5.3 Boodschap voor omwonenden

De werkzaamheden zijn nodig om de bescherming tegen overstromingen te vergroten. Daarom vragen we uw begrip voor de overlast. Het projectbureau houdt bij de uitvoering van de werkzaamheden zo veel mogelijk rekening met omwonenden.

In alle communicatiemiddelen staan contactgegevens vermeld indien mensen vragen, opmerkingen of klachten hebben.

5.4 Boodschap voor belangenorganisaties

Het projectbureau heeft oog voor de belangen van de omgeving en heeft u nodig om te weten wat er leeft.

Het projectbureau hecht het grote waarde aan een goede samenwerking.

5.5 Boodschap voor marktpartijen en vakgenoten

Projectbureau Zeeweringen is een belangrijke opdrachtgever en biedt een podium voor innovatie. Het is steeds op zoek naar nieuwe methoden om de dijkversterking goed uit te voeren, zowel op technisch gebied als procesmatig.

6 Middelen

Het project heeft een duidelijke eigen huisstijl. Daarmee is een brede reeks communicatiemiddelen ontwikkeld.

6.1 Interne middelen

Projectbureau Zeeweringen kent een overlegstructuur met:

- Stafoverleg
- Rolhoudersoverleg
- Projectbureauoverleg
- Overleg werkgroep communicatie
- Ontwerpersoverleg
- Ecologenoverleg
- Bestuurlijk overleg

Binnen deze overleggen worden interne en relevante externe ontwikkelingen besproken en kennis overgedragen.

Tevens zijn er de volgende interne communicatiemiddelen:

Nieuwsblok

Het nieuwsblok verschijnt met grote regelmaat (echter niet op een vast tijdstip). Het is gericht op alle interne medewerkers in de breedste zin van het woord. Het wordt gebruikt voor terugmelding van verschillende overleggen en andere interne ontwikkelingen. Langere artikelen linken door naar een afgeschermd gedeelte van de website.

Digitale nieuwsbrieven (per dijktraject en berichten uit de media)

Projectbureau medewerkers kunnen zich ook abonneren op de externe digitale nieuwsbrieven. Hoewel de primaire doelgroep hiervan omwonenden is, kunnen medewerkers via dit middel ook op de hoogte blijven van de voortgang van de werkzaamheden.

Zeeweringenkrant

Twee keer per jaar verschijnt de Zeeweringenkrant. Die krant is voor de professionele externe omgeving van het projectbureau, maar speelt ook voor de interne communicatie een belangrijke rol. In de krant wordt geschreven over de voortgang van het project en ontwikkelingen in de samenwerking.

Projectbureau breed overleg

Eén maal per jaar bezoeken alle projectbureau medewerkers gezamenlijk een dijktraject. Dit bezoek is gericht op kennisoverdracht, binding en verdieping in verschillende (vak)gebieden.

Intranet

Rijkswaterstaat Zeeland beschikt over een intranet. Daarop staat ook informatie over en een link naar projectbureau Zeeweringen. Verder wordt het gebruikt voor publicatie van onze kranten. Ook beide waterschappen hebben een intranet. Deze worden echter niet aangewend om kennis over het projectbureau te verspreiden.

Mededelingenbord

Het projectbureau beschikt over een mededelingenbord. Het is bedoeld voor kennisgeving van praktische zaken voor medewerkers van het projectbureau die op kantoor bij het waterschap werken.

6.2 Externe middelen

Projectbureau Zeeweringen heeft structureel overleg met Provincie Zeeland in de vorm van Provincie- Projectbureau Zeeweringen overleg (PPZ-overleg). In dit ambtelijk overleg komen zaken aan de orde die betrekking hebben op wetgeving en vergunningen. Tevens wordt via deze weg provincie op de hoogte gehouden van de voortgang van het project.

Verder kent het projectbureau de volgende externe communicatiemiddelen:

Persbericht

Jaarlijks wordt in ieder geval bij de start (eerste kwartaal) en het einde (laatste kwartaal) van de werkzaamheden een persbericht uitgezonden. Tussentijds stuurt het projectbureau persberichten uit wanneer er sprake is van nieuwswaarde voor een grotere doelgroep. Voor het opstellen en uitzenden van een persbericht geldt een protocol.

Huis-aan-huiskrant

Huis-aan-huiskranten verschijnen twee maal per jaar, bij de start en bij het einde van de werkzaamheden. In principe verschijnen de huis-aan-huiskranten alleen bij dijktrajecten waar voldoende omwonenden zijn. De inhoud van de kranten is toegespitst op de dijktrajecten en is gericht op omwonenden.

Informatiebijeenkomst

Bij dijktrajecten met veel omwonenden en belanghebbenden vindt vóór aanvang van de werkzaamheden een informatiebijeenkomst plaats. Doel van de bijeenkomst is informatieverstrekking. Een enkele keer komen er nog kleine verzoeken vanuit de omgeving. Het projectbureau kijkt of hieraan voldaan kan worden. Insteek van de bijeenkomst is echter niet inspraak. Aankondiging van de informatiebijeenkomst geschiedt via advertenties, de eigen website, posters en een persbericht. De bijeenkomst vindt altijd plaats in de directe omgeving van het desbetreffende dijktraject.

Inloopmiddag

Een enkele keer zijn er niet voldoende omwonenden voor de organisatie van een officiële informatiebijeenkomst, maar te veel voor persoonlijke gesprekken. Dan wordt een informele inloopmiddag georganiseerd. Direct omwonenden ontvangen hiervoor een persoonlijke uitnodiging.

Foldermateriaal

Het projectbureau heeft een algemene folder waarin het zich kort en bondig voorstelt. De folder is geschikt voor alle doelgroepen. In toeristische dijktrajecten verzorgt het projectbureau verder folders voor toeristen en gasten van horecagelegenheden. Zo worden zij op de hoogte gesteld van de werkzaamheden en de gevolgen. De folders zijn desgewenst Duits- of Franstalig.

Persoonlijke gesprek

Het projectbureau voert persoonlijke gesprekken met belanghebbenden. Doel hiervan is tweeledig: informatieverstrekking over de werkzaamheden en de gevolgen daarvan, en informatie inwinnen over de omgeving en betreffende de wensen van de belanghebbende. Soms komen uit deze gesprekken specifieke wensen op gebied van faciliteiten of planning, Het projectbureau bekijkt per geval of het hieraan tegemoet kan komen.

Correspondentie

Met sommige doelgroepen geschiedt communicatie via brief en e-mail. Het gaat hierbij men name om overkoepelende organen die de belangen van bijvoorbeeld fietsers en beroepsvissers vertegenwoordigen. Daarnaast ontvangen direct omwonenden correspondentie betreffende nul-metingen en ter inzage leggingen.

Informatiebord

Het projectbureau plaatst bij elk werk in uitvoering borden met informatie over de werkzaamheden en de maatregelen die zijn getroffen om overlast voor de omgeving te minimaliseren. De informatieborden hebben vooral een functie voor omwonenden en recreanten. Afhankelijk van de omvang van het werk worden één tot drie borden geplaatst. Als de werkzaamheden klaar zijn, worden de borden weer weggehaald.

Bouwborden

Bij elk werk dat in uitvoering is plaatst de aannemer een bouwbord. Doel hiervan is aan passanten te tonen dat er gewerkt wordt.

Advertentie

Bij ter inzage leggingen en voor de aankondiging van informatiebijeenkomsten plaatst het projectbureau advertenties in regionale dagbladen. Het projectbureau bereikt op die manier een groot aantal omwonenden en belanghebbenden.

Website

Het projectbureau heeft een eigen website: www.zeeweringen.nl. Primaire doelgroep is direct omwonenden. Informatie op de website is ontvangergericht. Er staat met name concrete informatie over de werkzaamheden op, nieuws, aankondigingen van ter inzage leggingen en informatiebijeenkomsten. Bezoekers kunnen via een contactformulier op de website direct contact opnemen met het projectbureau.

Digitale Nieuwsbrief

Het projectbureau geeft digitale nieuwsbrieven uit, toegespitst per dijktraject. Geïnteresseerden kunnen zich hierop abonneren via de website. De nieuwsbrieven verschijnen met grote regelmaat, maar niet op een vast tijdstip: nieuwswaardigheid is leidinggevend. In de nieuwsbrieven wordt voornamelijk aandacht besteed aan de voortgang van de werkzaamheden.

Communicatiemiddelen van betrokken organisaties

Verder levert het projectbureau links en kopij voor communicatiemiddelen van externe betrokken partijen, zoals gemeenten. Op deze manier worden nog meer omwonenden bereikt.

Film

Het projectbureau heeft een film van 13 minuten. In de film wordt kort ingegaan op de achtergrond van het project, de manier van werken, samenwerking en aandacht voor de omgeving. De film wordt met name gebruikt ter introductie van het projectbureau bij bijeenkomsten.

Presentatie

Bij informatiebijeenkomsten presenteert het projectbureau zich aan de hand van een Power-Point presentatie. Hierin wordt kort aangegeven wat de werkzaamheden inhouden en wat de gevolgen zijn voor de omgeving. Ook bij andersoortige bijeenkomsten worden presentaties gehouden. Hiervoor mist nog een 'cafetariamodel' over het gehele project.

Banner

Het projectbureau beschikt over een verschillende banners. Deze worden ter informatie en aankleding gebruikt bij bijeenkomsten. De inhoud van de banners kan eenvoudig worden aangepast zodat brede inzet mogelijk is.

Relatiegeschenk

Ter profilering van heeft het projectbureau pennen, notitieblokjes en sleutelhangers in de huisstijl. Deze zijn geschikt voor alle doelgroepen.

Expositie

In het watersnoodmuseum heeft het projectbureau een vaste expositie. Bezoekers van het watersnoodmuseum komen op deze manier iets te weten over wat er wordt ondernomen om Zeeland langdurig te beschermen tegen het zee. Ook in Fort Ellewoutsdijk is een expositie. Daarnaast verzorgt het projectbureau waar mogelijk in kleinere ruimten tijdelijke exposities.

7 Evaluatie en kennisontwikkeling

Het projectbureau streeft in zijn communicatie naar ontwikkeling en vernieuwing. Hiervoor worden verschillende paden bewandeld.

7.1 Ontwikkeling middelen

Voor een eenduidige profilering van het projectbureau is een nieuwe huisstijl ontwikkeld die structureel in alle middelen is doorgevoerd. Ook zijn nieuwe middelen in het leven geroepen, zoals een digitale nieuwsbrief (intern en extern) en mededelingenbord.

In 2009 heeft de samenwerking met Hogeschool Zeeland, het Regionaal Opleidingscentrum en de lagere scholen een meer structurele aanpak gekregen. Jaarlijks vinden excursies voor leerlingen en studenten plaats. Daarnaast is het projectbureau bij sommigen vast onderdeel van het lespakket geworden. De disciplineleider kennis en innovatie speelt hier een grote rol in.

Eind 2009 is verder een start gemaakt met een pro-actievere houding richting de media. Doel is een betere relatie op te bouwen met regionale pers.

7.2 Evaluatie

Communicatie is als discipline onderdeel van de jaarlijkse evaluatie van het projectbureau. Daarnaast worden de communicatiemiddelen voortdurend kritisch bekeken. Daar waar verbeteringen mogelijk zijn, worden deze doorgevoerd. Momenteel is nog ruimte voor verbetering op het gebied van interne communicatie. Verder kunnen sommige middelen, zoals de presentatie, een verbeteringslag ondergaan.

In 2009 is de gehele communicatie binnen twee dijktrajecten geëvalueerd. Een marketingbureau heeft voor het projectbureau de doeltreffendheid van de externe communicatie onderzocht. De resultaten zijn ten tijde van het opstellen van deze strategie nog niet bekend. Eventuele verbeteringen zullen worden doorgevoerd.

In 2009 is ook de website van Zeeweringen kritisch bekeken door een extern bureau. Dit heeft geresulteerd in de ontwikkeling van een nieuwe site met de volgende verbeteringen: de huisstijl is duidelijk doorgevoerd; inhoudelijk is de website meer ontvangergericht; en op praktisch niveau is de site gebruiksvriendelijker.

Vragen die telefonisch en via de website binnenkomen vormen een belangrijke bron van informatie over het beeld van het project bij het brede publiek. Vragen, opmerkingen, klachten en de afhandeling ervan worden structureel geregistreerd. Jaarlijks vindt een evaluatie hiervan plaats.

Ten slotte wordt het aantal hits van de website bijgehouden, inclusief welke pagina's goed en minder goed bekeken worden. Ook vindt voortdurende monitoring van artikelen in de media plaats. Zo houdt het projectbureau de beeldvorming over het project en de werkzaamheden in de gaten