

Coronacrisis: kans én bedreiging voor communicatieteams

Onderzoek naar de impact van de coronacrisis op communicatieteams
bij gemeenten en Veiligheidsregio's

mei/juni 2020

Waarom dit onderzoek?

Communicatieteams bij gemeenten en Veiligheidsregio's hebben het sinds het begin van de coronacrisis al flink druk. De drukte zal nog wel een tijd aanhouden. De vraag is dus: hoe redden de communicatieteams zich, welke behoefte hebben zij aan ondersteuning en zien zij andere communicatieopgaven voor dit jaar in de knel komen?

Logeion, beroepsvereniging voor Communicatie, en Renata Verloop, zelfstandig adviseur overheidscommunicatie, namen gezamenlijk het initiatief voor een onderzoek. Door dit onderzoek hebben we met elkaar inzicht gekregen hoe het gaat met de communicatieteams en welke extra ondersteuning zij nodig hebben tot eind van dit jaar. Dat helpt om het gesprek in de organisatie aan te gaan en te kijken waar kansen voor samenwerking liggen.

Resultaten van dit onderzoek zijn vrij beschikbaar, maar mogen uitsluitend worden gebruikt met de bronvermelding: ©2020 Logeion en Renata Verloop Advies & Management.

“Super dat jullie dit onderzoek houden. Ik hoop dat veel collega's het onderzoek invullen. Succes!”

“Goed dat jullie dit onderzoek doen. Interessant.”

“Fijn dit. Over een tijdje graag weer doen.”

”Wat goed dat jullie dit onderzoeken! Ik strijd al jaren voor meer formatie en krijg dat steeds niet. Hooguit af en toe wat tijdelijke inhuur. Nu zou het moment zijn om op basis van de resultaten van dit onderzoek een goede, objectieve onderbouwing voor deze jarenlange wens te krijgen. Ik zie uit naar de uitkomsten.”

Samengevat: Coronacrisis is kans én bedreiging voor communicatieteams bij de overheid

- Organisatie en bestuurders van gemeenten en Veiligheidsregio's doen een groot beroep op communicatieteams sinds het begin van de coronacrisis.
- De inzet en het resultaat van de communicatieteams worden meer gewaardeerd dan voor het begin van de crisis.
- Veel communicatieteams zien dat als een kans om de toegevoegde waarde van professionele communicatie te laten zien.
- Maar er zijn ook zorgen. Want veel teams draaien al maanden extra uren en de vermoeidheid begint toe te slaan. Hoe moet dat in de tweede helft van het jaar, als de crisisorganisatie wordt afgeschaald en het reguliere werk - ook wat nu is blijven liggen - ook weer opgepakt moet worden? En de crisis wellicht weer oplaait?
- Deze zorgen - in combinatie met mogelijke bezuinigingen - maken van de coronacrisis zowel een kans als een bedreiging voor communicatieteams bij de overheid.

Conclusie 1: Bij de meeste gemeenten en Veiligheidsregio's heeft Communicatie sinds de crisis een sterkere positie gekregen.

- De organisatie doet een groter beroep op Communicatie dan voor de crisis (bij gemeenten 70% en bij Veiligheidsregio's 91%).
- Het bestuur laat zich meer adviseren door Communicatie dan voor de crisis (bij gemeenten 38,6% en bij Veiligheidsregio's 45,5%).
- De organisatie laat zich meer adviseren door Communicatie dan voor de crisis (bij gemeenten 36,1% en bij Veiligheidsregio's 54,5%).
- De waardering voor de inzet van Communicatie is groter (bij gemeenten 63,1% en bij Veiligheidsregio's 72,7%).
- De waardering voor het resultaat van Communicatie is groter. (bij gemeenten 53,6% en bij Veiligheidsregio's 63,6%).
- De kritiek op Communicatie is minder (bij gemeenten 31% en bij Veiligheidsregio's 54,5 %)

Conclusie 2: De drukte houdt aan tot eind van het jaar en andere opgaven voor communicatie komen in de knel.

- 65,5% van de gemeenten besteedt de helft of meer van de capaciteit voor communicatie aan communicatie over corona, de Veiligheidsregio's 60 tot 100%.
- De meest extreme drukte is voorbij, maar de meerderheid van de communicatieteams verwacht dat het tot eind van het jaar drukker zal zijn dan normaal (waarbij de Veiligheidsregio's meer drukte verwachten dan de gemeenten).
- De teams huren veel extra capaciteit in (bij gemeenten huurt 60% extra in en de Veiligheidsregio's bijna allemaal) en werken zelf extra.
- De helft van de gemeenten heeft behoefte aan extra capaciteit (1 tot 2 fte), de meerderheid van de Veiligheidsregio's ook (gemiddeld 2 fte).
- Bij zowel gemeenten als Veiligheidsregio's komen andere opgaven voor Communicatie in de knel.

Conclusie 3: Communicatieteams zijn in control en/of in hun element, maar maken zich ook zorgen over aanhoudende werkdruk.

- De meeste communicatieteams zijn 'in control' of 'juist nu in hun element'. Bij zowel gemeenten als Veiligheidsregio's is ruim 1 op de 5 teams overbelast (en sommige dreigen dat te raken).
- De communicatieteams bij gemeenten noemen teamspirit en (digitale) samenwerking als de grootste leercurve in de afgelopen periode. Veiligheidsregio's noemen onder andere ook meer inzicht in de organisatie van de crisiscommunicatie.
- Als belangrijkste knelpunt tot eind van het jaar zien de communicatieteams - bij zowel de gemeenten als de Veiligheidsregio's - het reguliere werk dat weer moet worden opgepakt - naast een mogelijke opleving van de crisis. De aanhoudende drukte kan leiden tot overbelasting van de teams.

Conclusie 4: Communicatiemiddelen van de rijksoverheid worden door alle teams gebruikt.

- Alle gemeenten en Veiligheidsregio's gebruiken de communicatiemiddelen van de Rijksoverheid.
- Bijna alle gemeenten en Veiligheidsregio's gebruiken de Handreiking communicatieaanpak corona van de Rijksoverheid geheel of gedeeltelijk.
- De grote meerderheid van de gemeenten en een op de drie Veiligheidsregio's gebruikt ook communicatiemiddelen van andere partijen dan de rijksoverheid.
- Driekwart van de gemeenten heeft geen behoefte aan meer regionale of landelijke ondersteuning. Een aantal Veiligheidsregio's heeft dat juist wel.

Overige conclusies

- Tweederde van de gemeenten heeft behoefte aan meer kennis over online participatie en een op de vijf over digitaal samenwerken.
- 70% van de gemeenten doet geen peilingen/metingen onder inwoners over corona (en geeft ook niet aan dit van plan te zijn). Bij de veiligheidsregio's is dit ongeveer een derde. Bijna de helft doet dit wel en de rest is van plan dit te gaan doen.
- Een op de drie communicatieteams bij gemeenten en bijna de helft bij Veiligheidsregio's herkend dat er bezuinigd kan gaan worden op Communicatie. Bij gemeenten anticipeert een op de vijf daar al op, bij de Veiligheidsregio's een derde.

Aanbevelingen voor communicatieteams, bestuurders en opdrachtgevers:

- Organiseer kennisuitwisseling over de overgang van crisis- naar projectorganisatie en/of de normale organisatie. Er is behoefte om te weten hoe anderen dat doen. Dat gaat zowel over het afschalen van de crisisorganisatie als het oppakken van het reguliere werk.
- Maak samen stevige en duidelijke keuzes voor de inzet van communicatie in de tweede helft van het jaar. Niet alle achterstanden kunnen worden ingelopen – zeker niet als communicatie over corona aandacht blijft vragen.
- Voer het gesprek over de mogelijk impact van bezuinigingen op Communicatie, juist in een tijd waarin meer mensen een beroep zullen moeten doen op de overheid als gevolg van de crisis. Is het nodig ook op Communicatie te bezuinigen, stel je andere prioriteiten of ga je juist extra investeren in je communicatieteam?
- Organiseer uitwisseling van kennis en ervaring over online participatie – inhoudelijk is hieraan het meeste behoefte.

Respondent van een Veiligheidsregio:

“Presenteer de uitkomsten binnen gemeenten en veiligheidsorganisaties en ministeries zodat ze bewust worden dat we er nog niet zijn. Er is voorlopig nog veel werk te doen. We zitten nog niet eens in de nafase maar we doen nu alsof we kunnen gaan afronden. Hoe zit het met de tweede, derde piek? Het virus is er nog!”

Laten we als overheden blijven samenwerken, dat was onze kracht in de afgelopen maanden. Samenwerking met NKC ging goed. Hoe meer eenduidig communiceren hoe duidelijker het voor de mensen is. Wij willen samen met gemeenten de invulling van het tweede deel van het jaar gaan bespreken.”

Hoe is het met...

JOUW COMMUNICATIETEAM?



LOGEION

de nederlandse beroepsorganisatie
voor communicatieprofessionals

Renata Advies &
Management
Verloop

Wie deden mee aan het onderzoek?

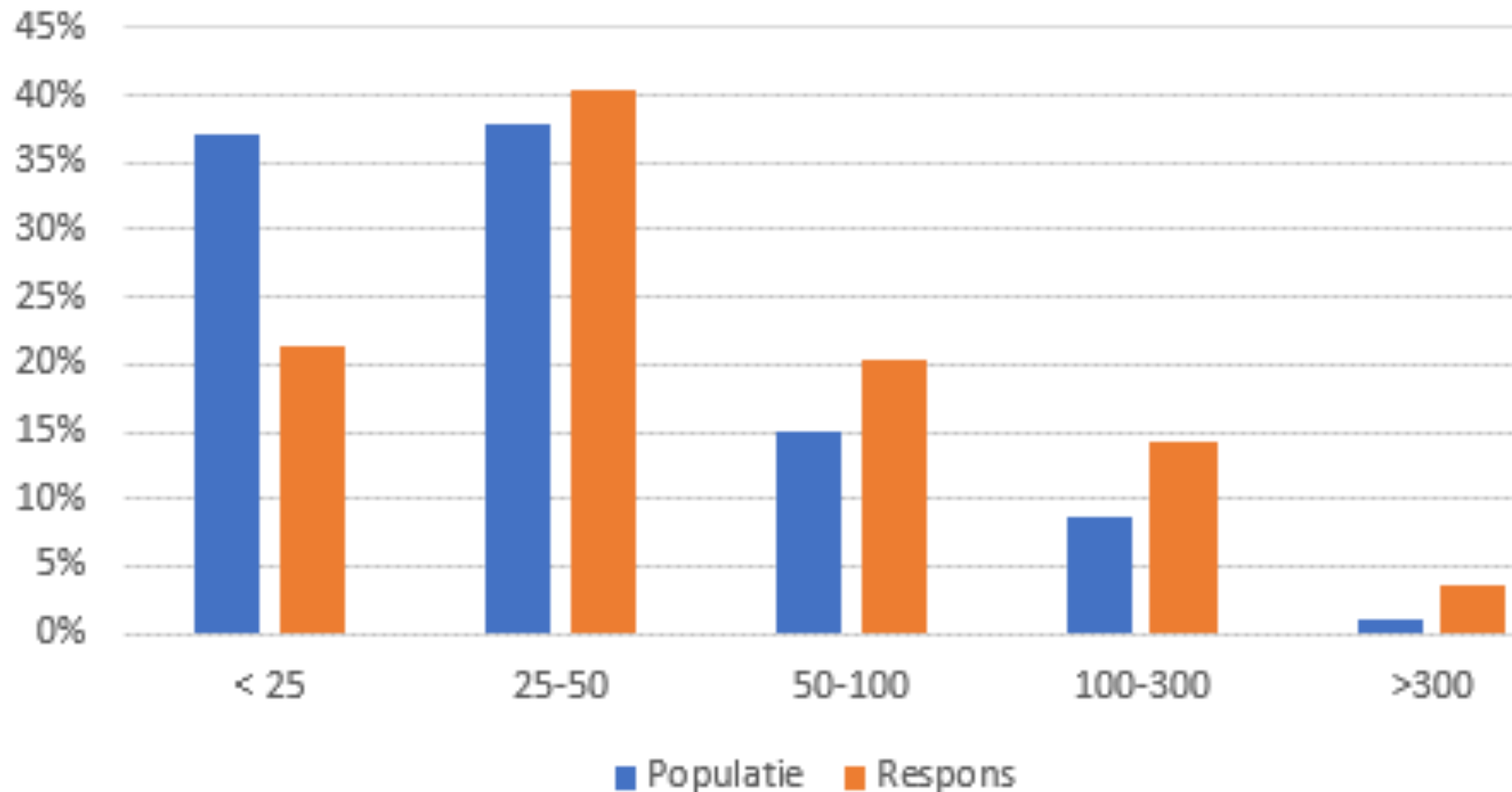
Het onderzoek is uitgevoerd tussen 25 en 29 mei 2020 en was primair gericht op hoofden, teamleiders en coördinatoren Communicatie van gemeenten en Veiligheidsregio's. In totaal deden 105 verschillende organisaties mee, waarvan:

- 84 gemeenten (dat is 24% van de in totaal 355 gemeenten in Nederland)
- 11 Veiligheidsregio's (dat is 44% van de in totaal 25 Veiligheidsregio's in Nederland)
- 10 andere (semi-) overheidsorganisaties (waaronder Rijksoverheid, waterschappen, CJG en GGD).

In deze rapportage worden de resultaten apart weergegeven van de deelnemende gemeenten en Veiligheidsregio's. De resultaten van de andere overheidsorganisaties zijn in deze rapportage buiten beschouwing gelaten.

Zowel kleine als grote gemeenten deden mee.

De kleinste gemeenten zijn iets ondervertegenwoordigd.



Rapportage gemeenten

- Wat is het effect van de crisis op de relatie tussen Communicatie en de organisatie?
- Hoe druk hebben gemeenten het met communicatie over corona?
- Wat is de impact van de crisis op de communicatieteams?
- Welke middelen van de rijksoverheid of derden gebruiken gemeenten in hun communicatie over corona?

Wat is het effect van de crisis op de relatie tussen Communicatie en de organisatie?

Bij 70% van de gemeenten doet de organisatie meer beroep op Communicatie dan voor de crisis.

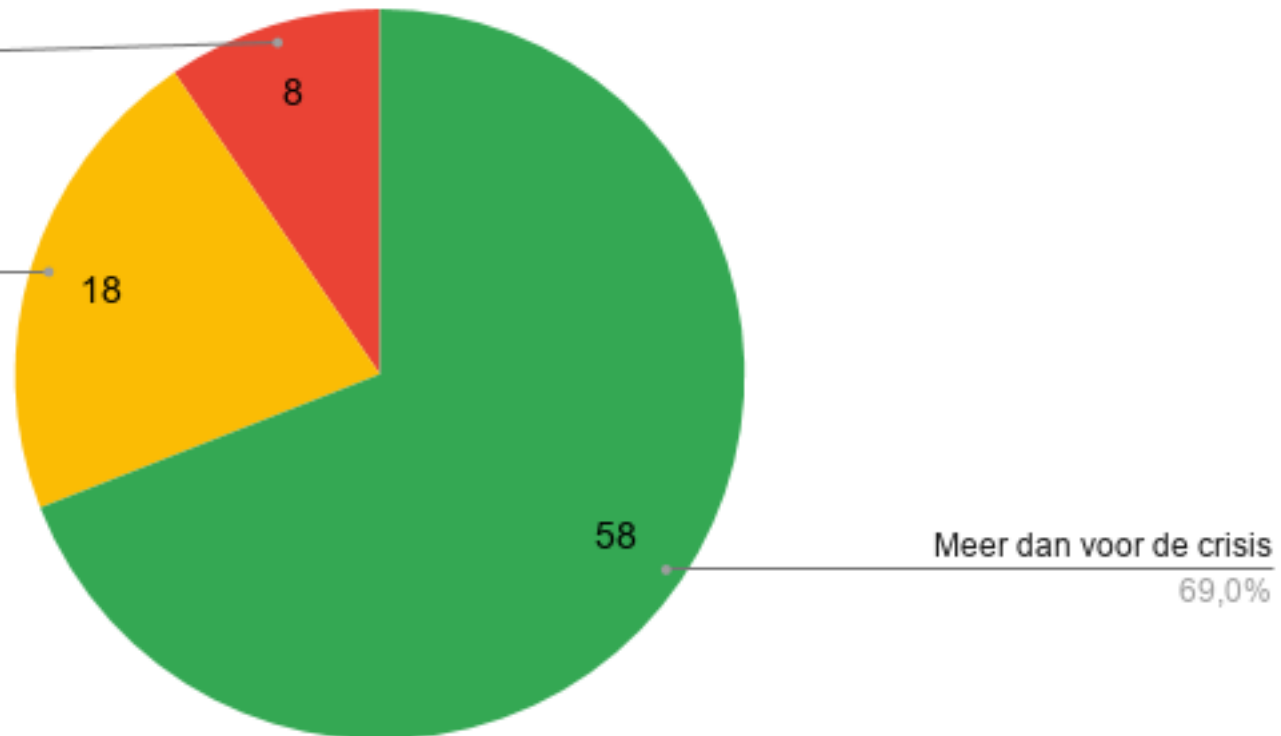
Doet de organisatie bij gemeenten een groter of minder groot beroep op Communicatie?

Minder dan voor de crisis

9,5%

Hetzelfde als voor de crisis

21,4%



Het bestuur van een op de drie gemeenten laat zich meer adviseren door Communicatie dan voor de crisis.

Laat het bestuur van gemeenten zich meer of minder door Communicatie adviseren dan voor de crisis?

Weet ik niet / niet van toepassing

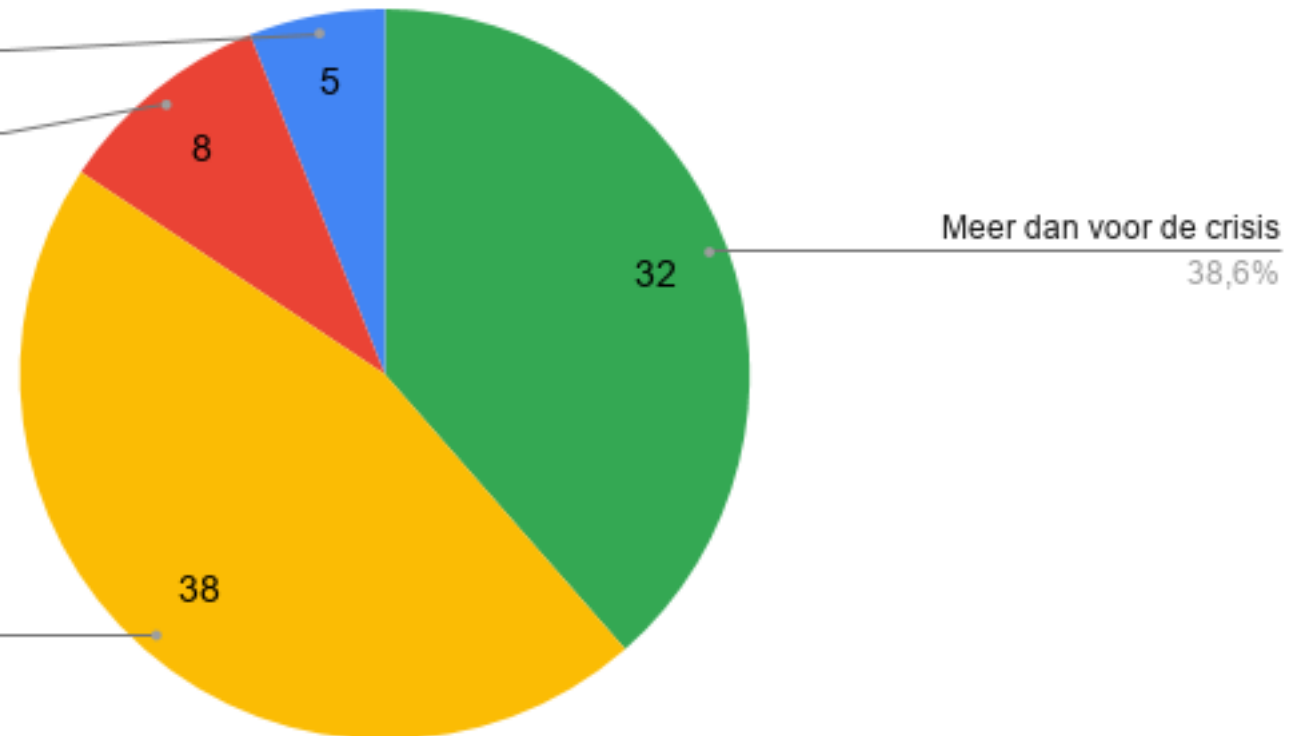
6,0%

Minder dan voor de crisis

9,6%

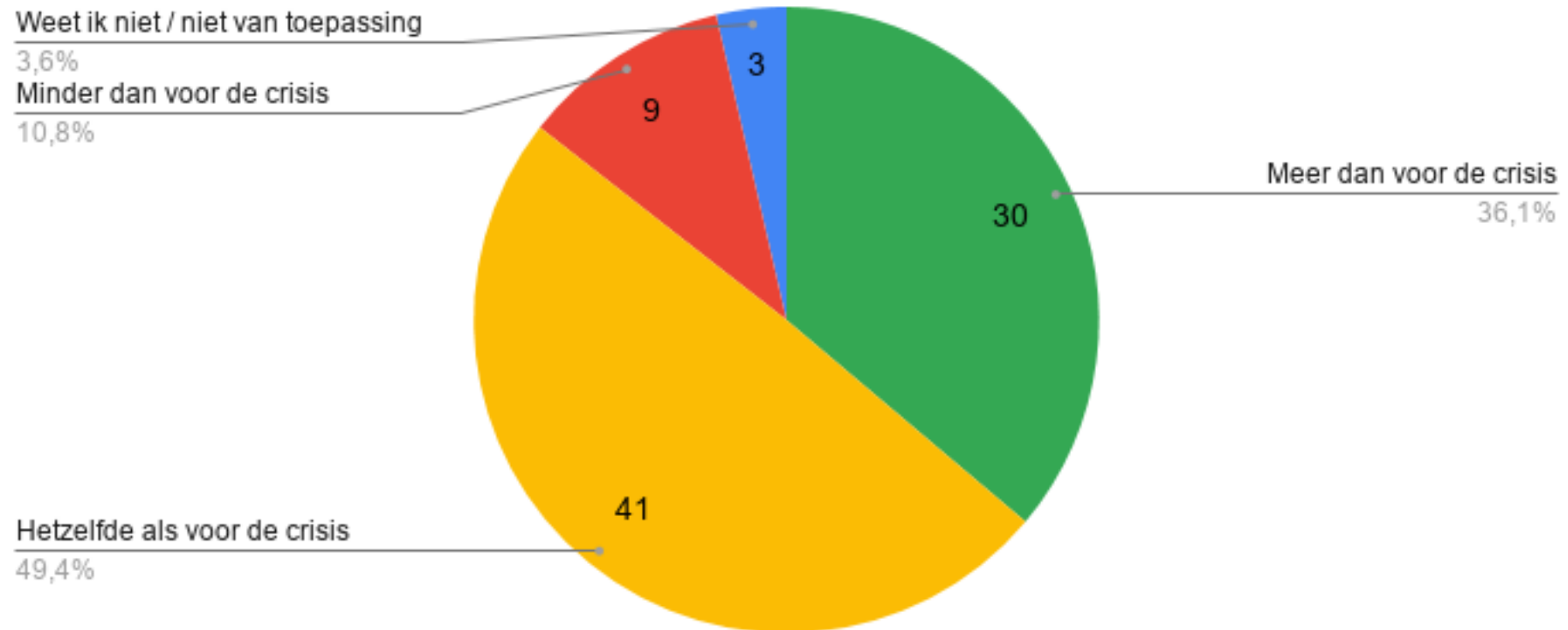
Hetzelfde als voor de crisis

45,8%



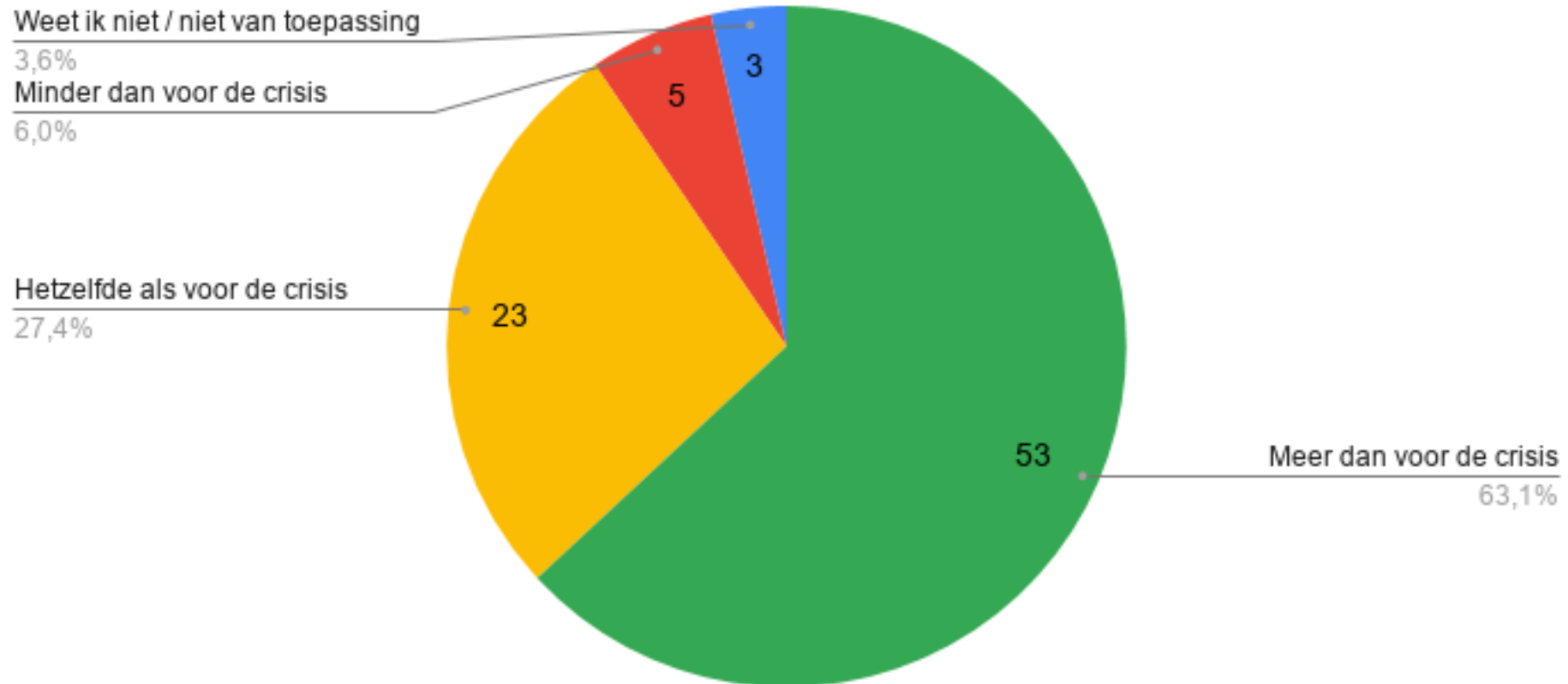
Ook de organisatie laat zich bij een op de drie gemeenten meer adviseren door Communicatie dan voor de crisis.

Laat de organisatie van gemeenten zich meer of minder door Communicatie adviseren dan voor de crisis?



Bij de meerderheid van de gemeenten is meer waardering voor de inzet van Communicatie dan voor de crisis.

Wat is op dit moment de waardering voor de inzet van Communicatie?



De waardering voor het resultaat van Communicatie is bij de helft van de gemeenten groter dan voor de crisis.

Wat is op dit moment de waardering voor het resultaat van Communicatie bij gemeenten?

Weet ik niet / niet van toepassing

7,1%

Minder dan voor de crisis

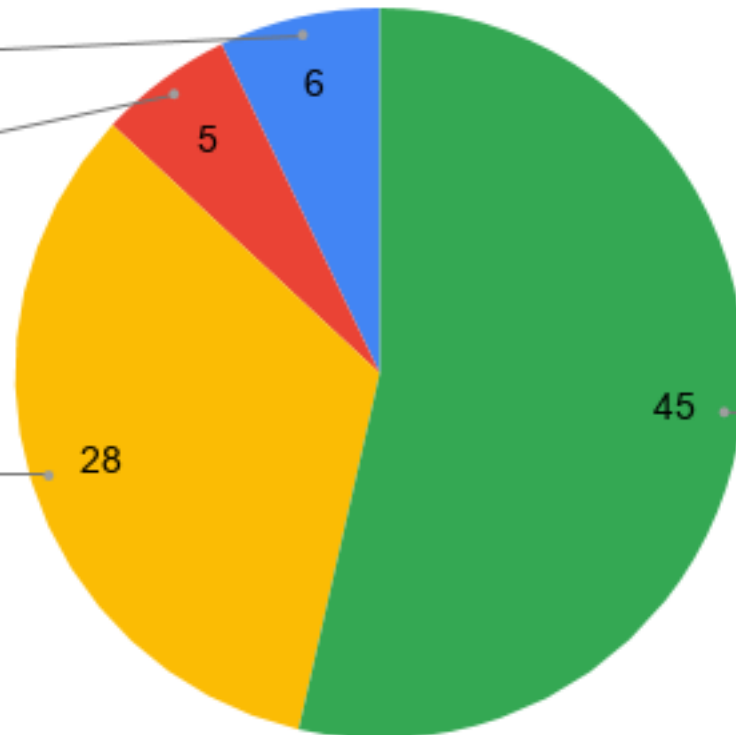
6,0%

Hetzelfde als voor de crisis

33,3%

Meer dan voor de crisis

53,6%

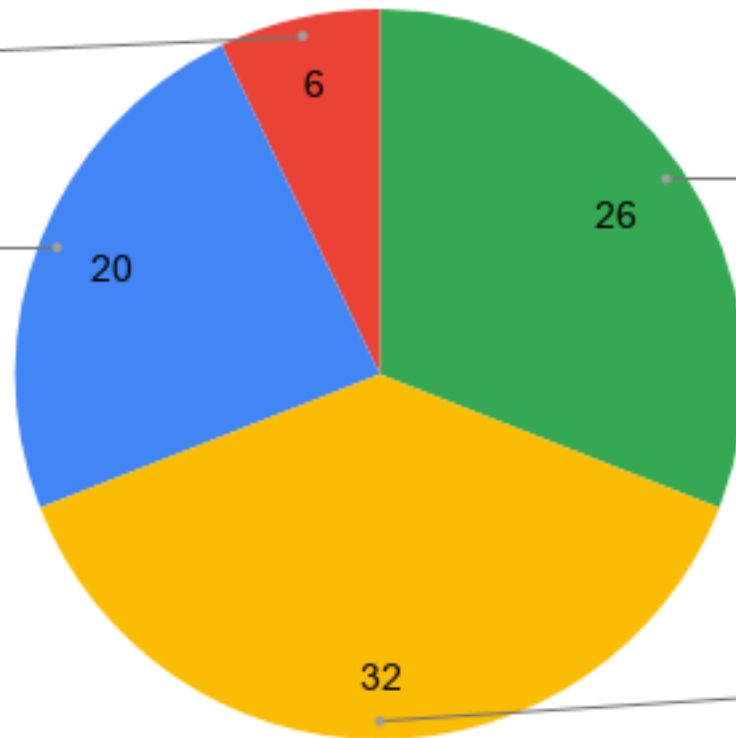


Bij een op de drie gemeenten heeft de organisatie minder kritiek op het team Communicatie dan voor de crisis.

Heeft de organisatie meer of minder kritiek op het team Communicatie bij gemeenten dan voor het begin van de crisis?

Meer dan voor de crisis
7,1%

Weet ik niet / niet van toepassing
23,8%



Minder dan voor de crisis
31,0%

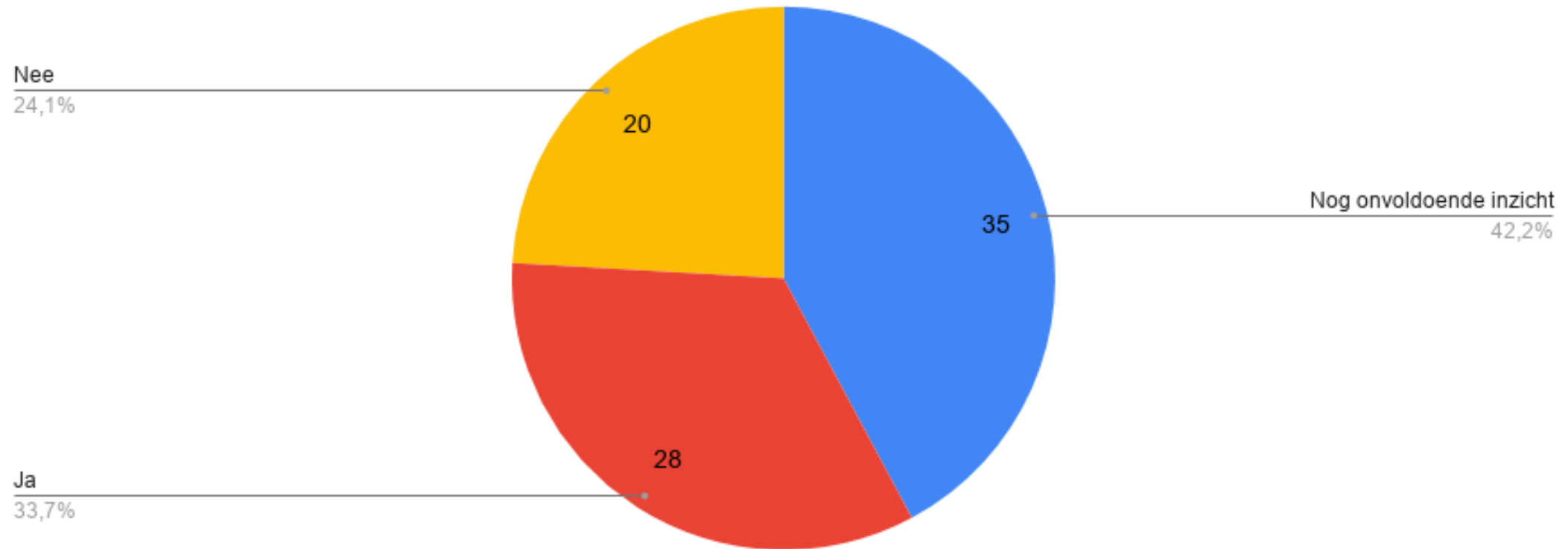
Hetzelfde als voor de crisis
38,1%

Welke kansen zien teams Communicatie bij gemeenten?

- Veel communicatieteams denken dat de toegevoegde waarde van Communicatie zichtbaar(der) is geworden door de crisis en dat goed is voor de positie in de organisatie (23 antwoorden).
- Daarnaast wordt het digitaal werken genoemd – zowel in de vorm van intern samenwerken als online contact met de samenleving (7 antwoorden).

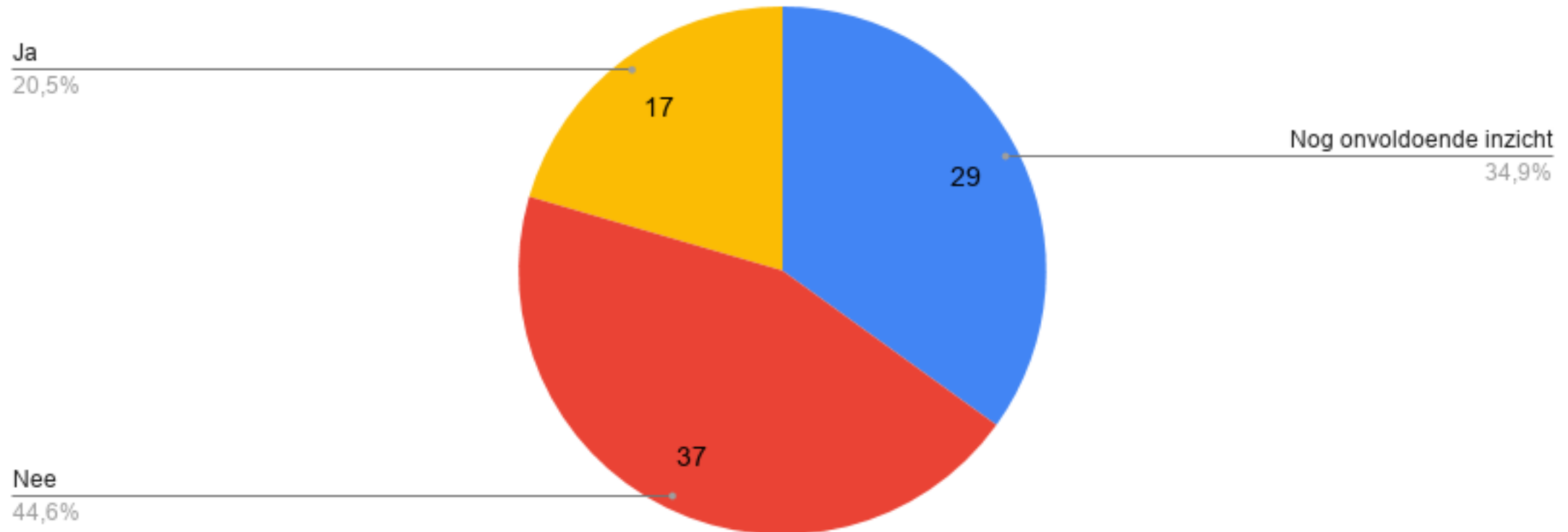
Een op de drie communicatieteams bij gemeenten herkend dat er bezuinigd kan gaan worden.

Herkennen teams Communicatie bij gemeenten dat de kans aanwezig is dat er bezuinigd moet gaan worden en communicatiebudgetten of -afdelingen onder druk komen te staan?



Een op de vijf communicatieteams bij gemeenten anticipeert al op eventuele bezuinigingen.

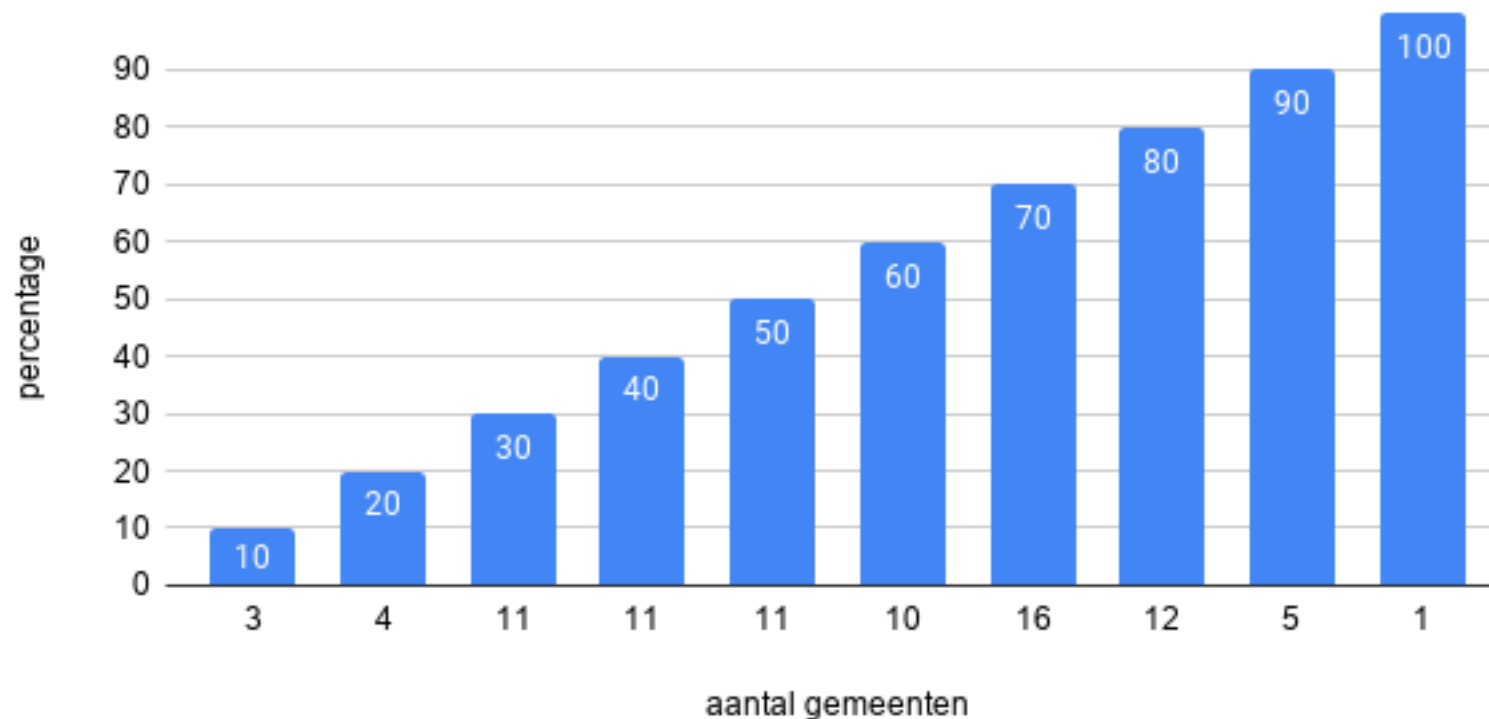
Anticiperen teams Communicatie bij gemeenten op de kans aanwezig is dat er bezuinigd moet gaan worden en communicatiebudgetten of -afdelingen onder druk komen te staan?



Hoe druk hebben gemeenten het met communicatie over corona?

65,5% van de gemeenten besteedt op dit moment de helft of meer van de communicatiecapaciteit aan corona.

Percentage communicatie-capaciteit dat gemeenten besteden aan communicatie over corona:



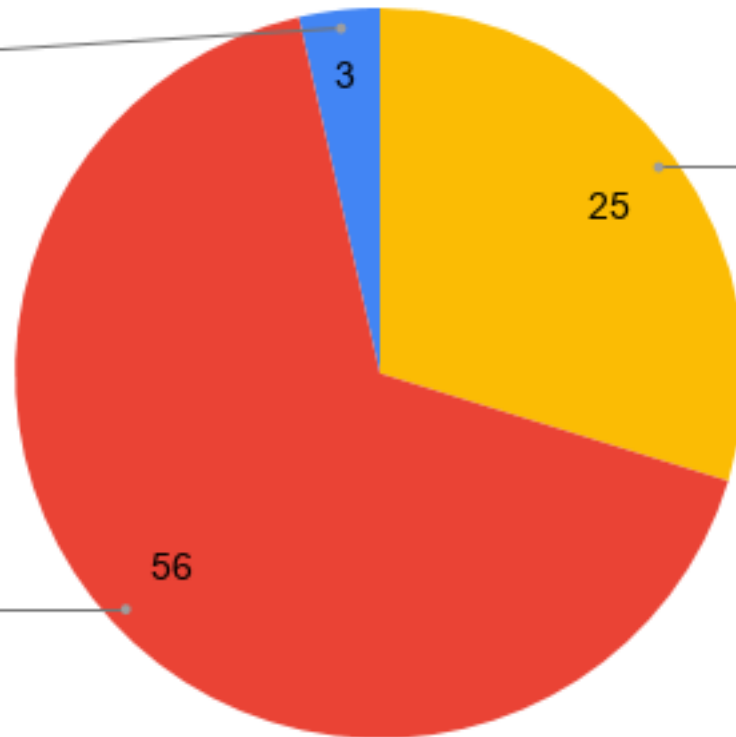
Tweederde van de communicatieteams bij gemeenten had het extreem druk vanaf het begin van de crisis.

Hoe druk was het voor communicatieteams bij gemeenten vanaf het begin van de crisis?

Iets drukker dan normaal
3,6%

Extreem druk
66,7%

Veel drukker dan
29,8%

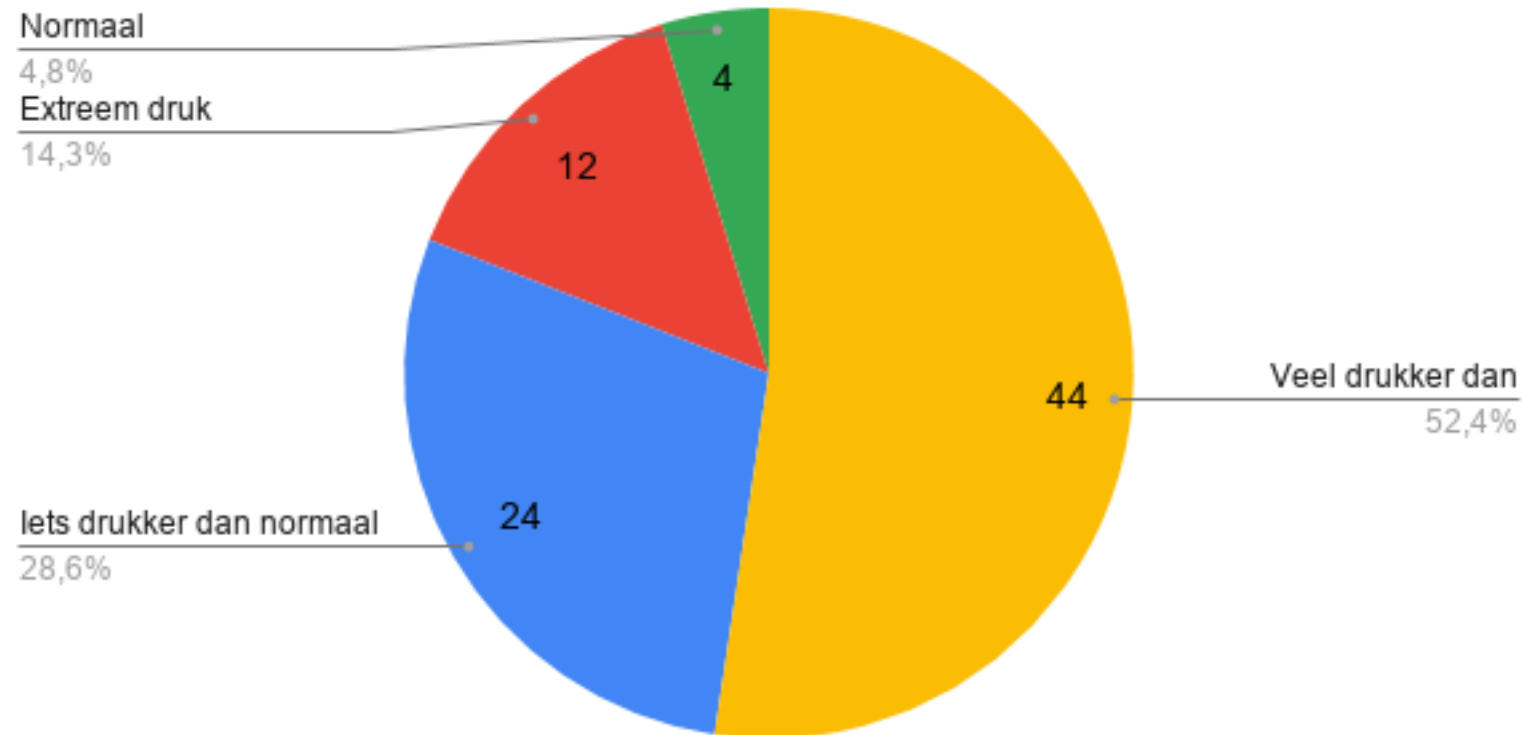


“We werken in crisisstructuur maar crisis heeft een nieuwe betekenis gekregen... het duurt voort en ik vraag me af hoe lang je nog in deze structuur moet en kunt werken? Dat is 24/7 beschikbaar zijn...”

“Piket loopt echt uit de hand voor kleine gemeente, bijna 24 uur standby met team van 3 fulltimers. Wat als wij op vakantie gaan en al onze overuren opnemen? Dan komt in de rest van het jaar de bedrijfsvoering in het geding.”

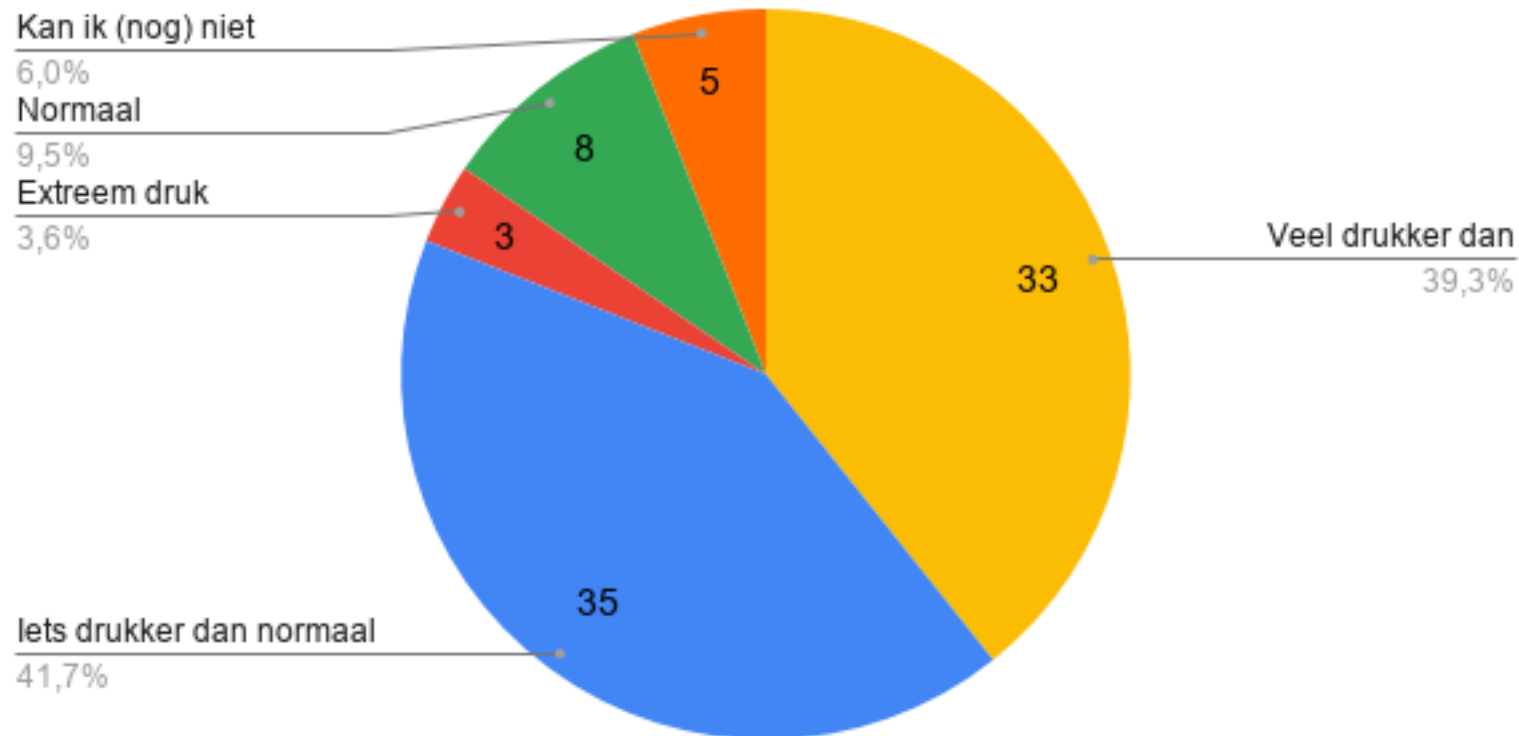
De extreme drukte bij gemeenten is nu afgenomen, maar de helft heeft het nog steeds veel drukker dan normaal.

Hoe druk hebben communicatieteams bij gemeenten het nu (eind mei)?



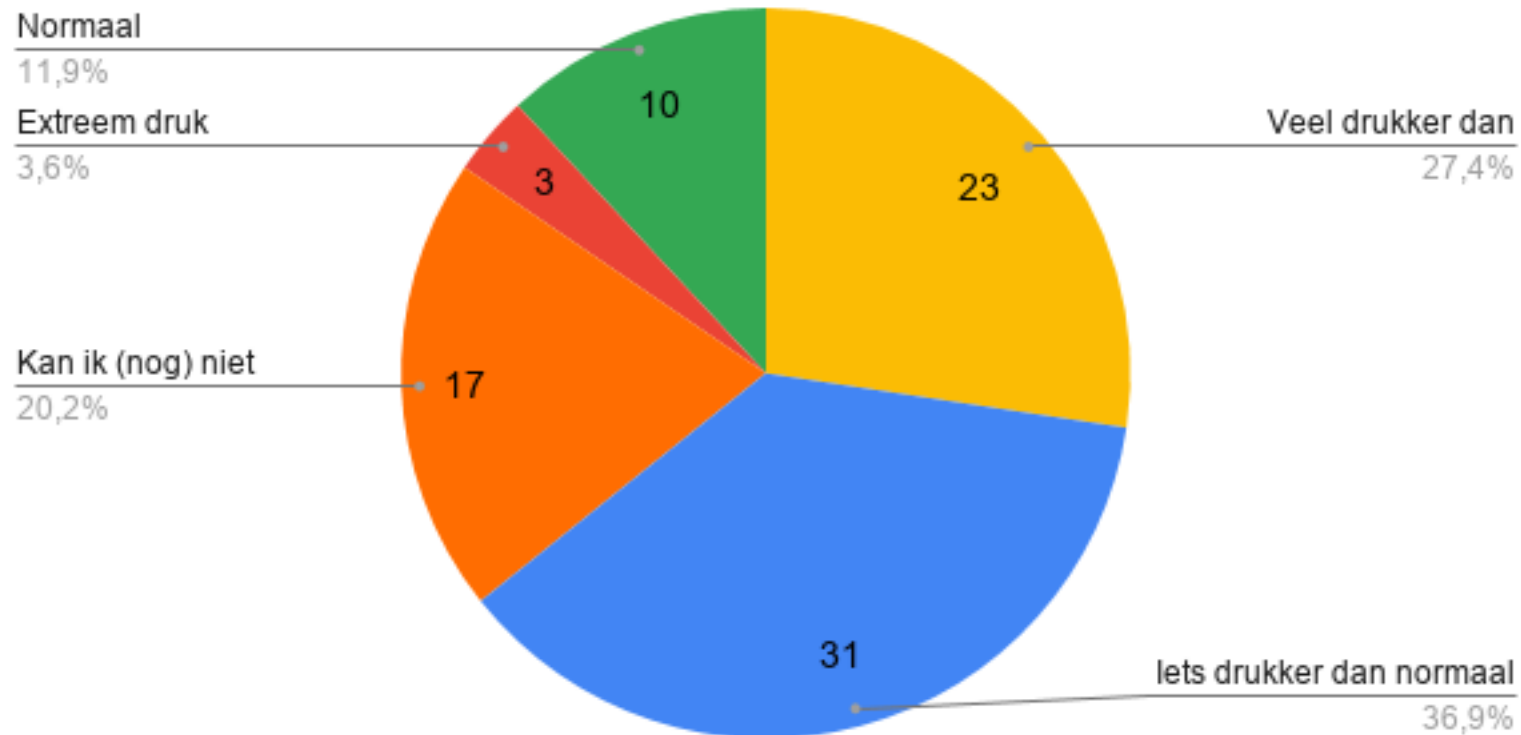
Tussen 1 juni en 1 september verwachten de meeste gemeenten dat het 'iets' tot 'veel' drukker dan normaal zal zijn.

Hoe druk verwachten communicatieteams bij gemeenten dat het tussen 1 juni en 1 september gaat worden?



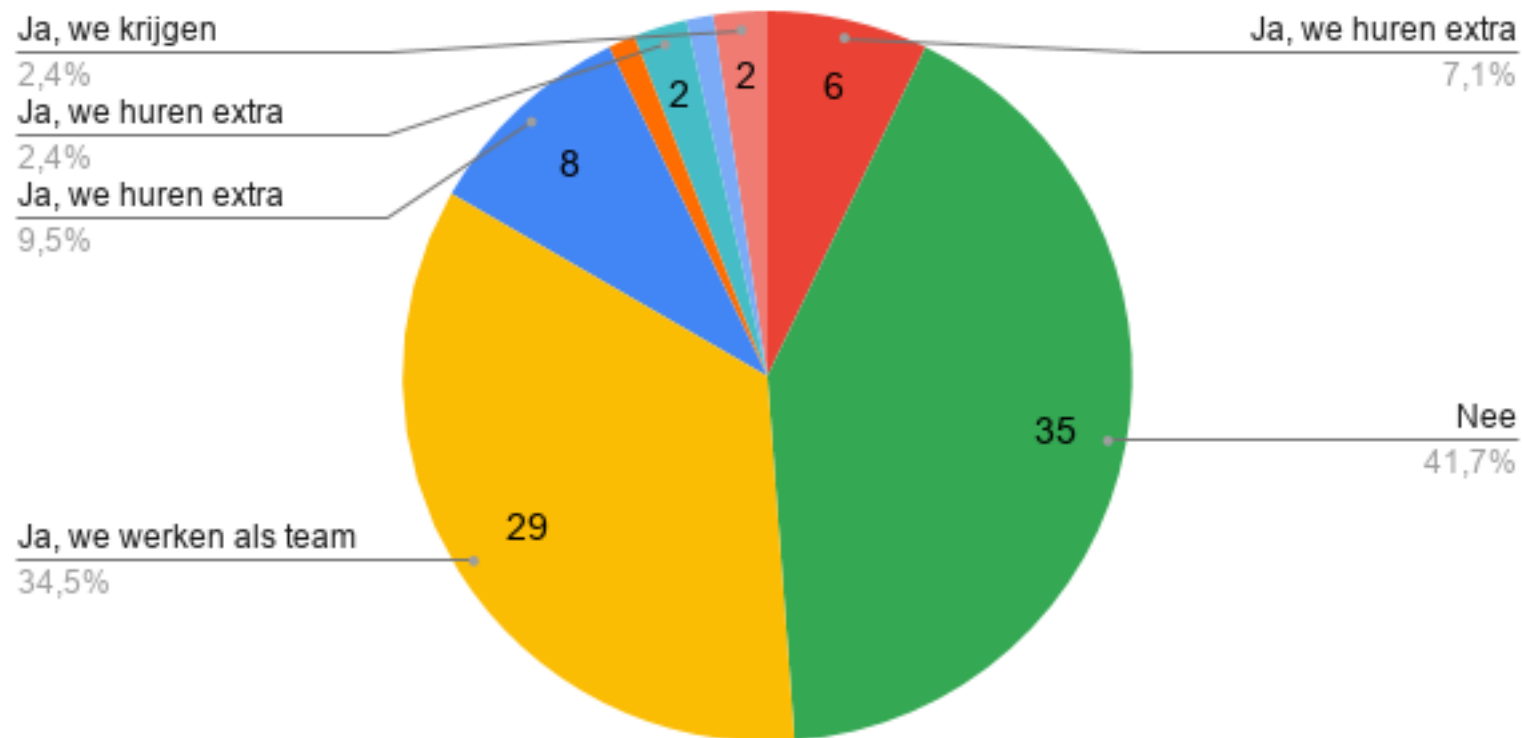
Een op de vijf gemeenten kan nog niet inschatten hoe druk het vanaf 1 september tot eind van het jaar zal zijn.

Hoe druk verwachten gemeenten dat het vanaf 1 september tot eind van het jaar zal zijn?



Bijna 60% van de communicatieteams bij gemeenten zet extra capaciteit in – ruim een derde van de teams werkt zelf extra uren.

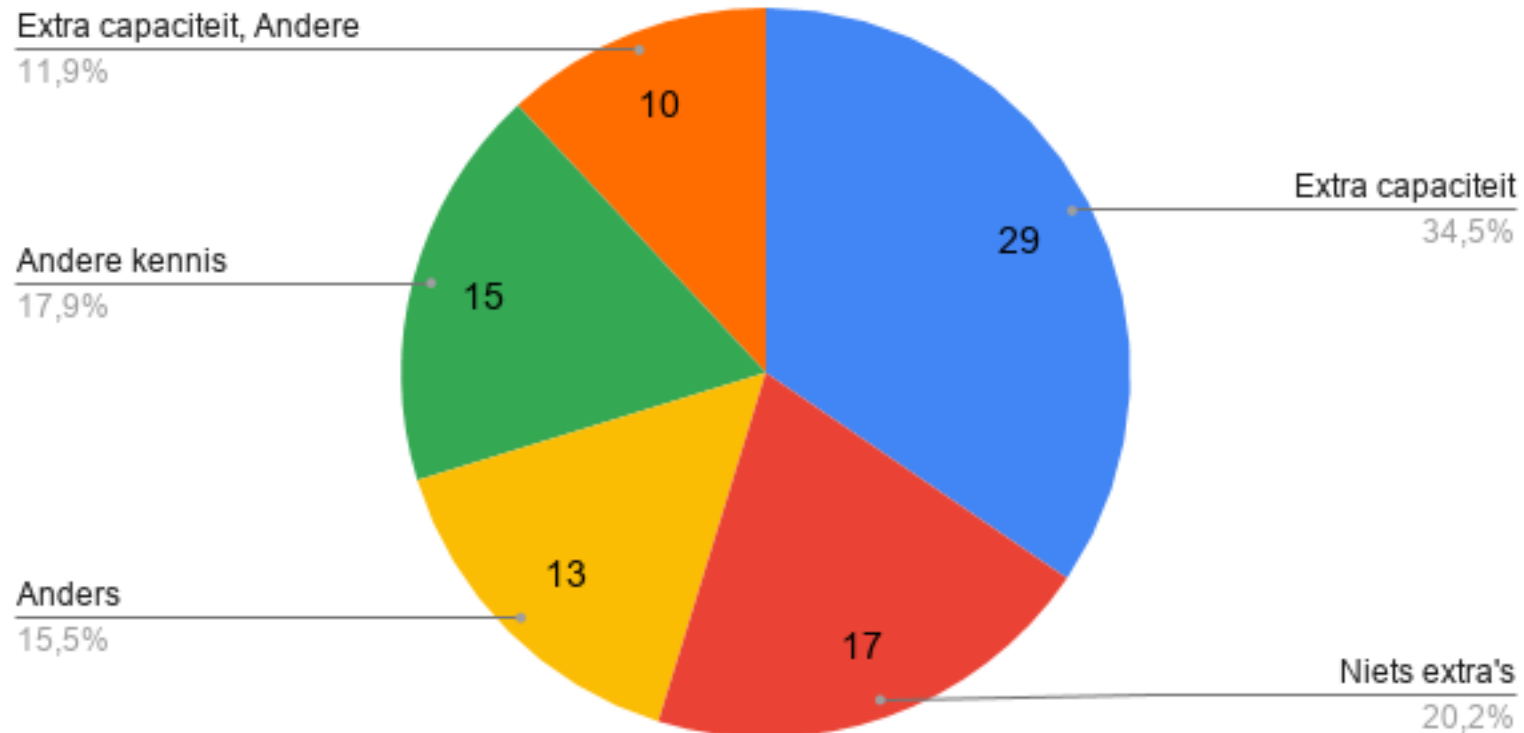
Zetten communicatieteams bij gemeenten extra capaciteit in voor communicatie?



- 41,7% zet geen extra capaciteit in
- 34,5 % werkt extra uren als team
- 7,1 % huurt extra capaciteit in
- 16,7% heeft een combinatie van extra inhuur / extra uren eigen team / ondersteuning door andere afdelingen

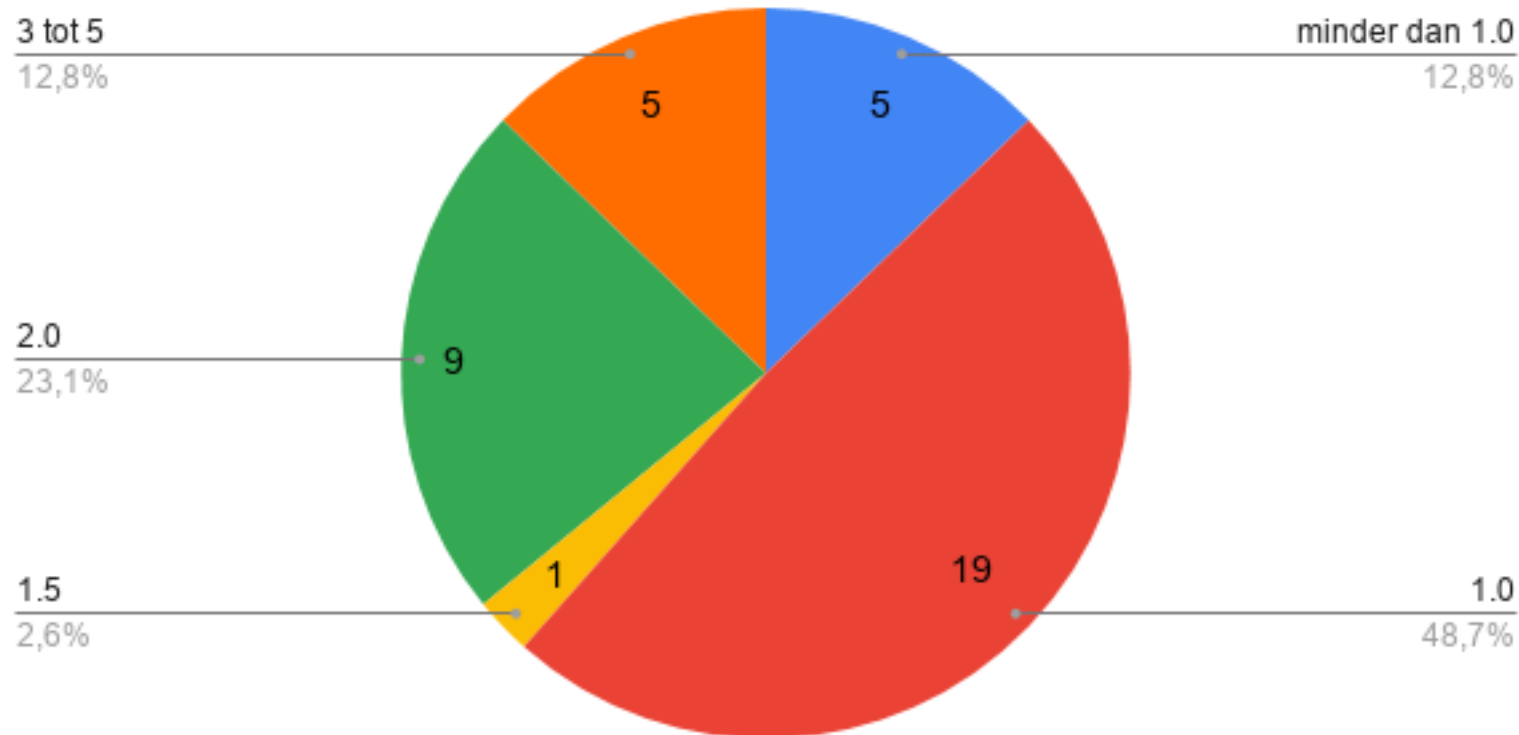
Bijna de helft van de gemeenten heeft behoefte aan extra capaciteit en bijna een derde aan andere kennis.

Waar hebben communicatieteams bij gemeenten behoefte aan tot eind van het jaar?



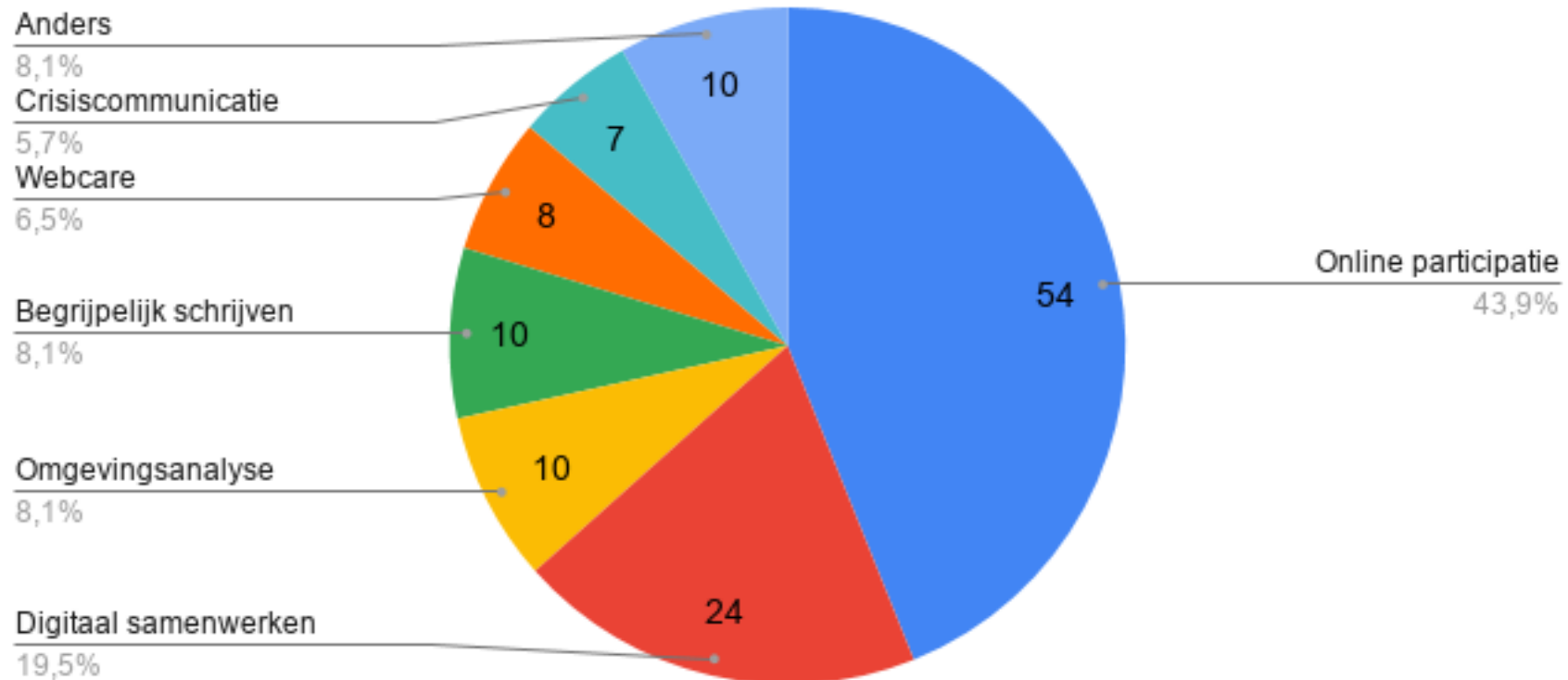
Als bij gemeenten behoefte is aan extra capaciteit, dan is dat meestal 1 of 2 fte.

Hoeveel extra fte hebben communicatieteams bij gemeenten nodig als ze behoefte hebben aan extra capaciteit?



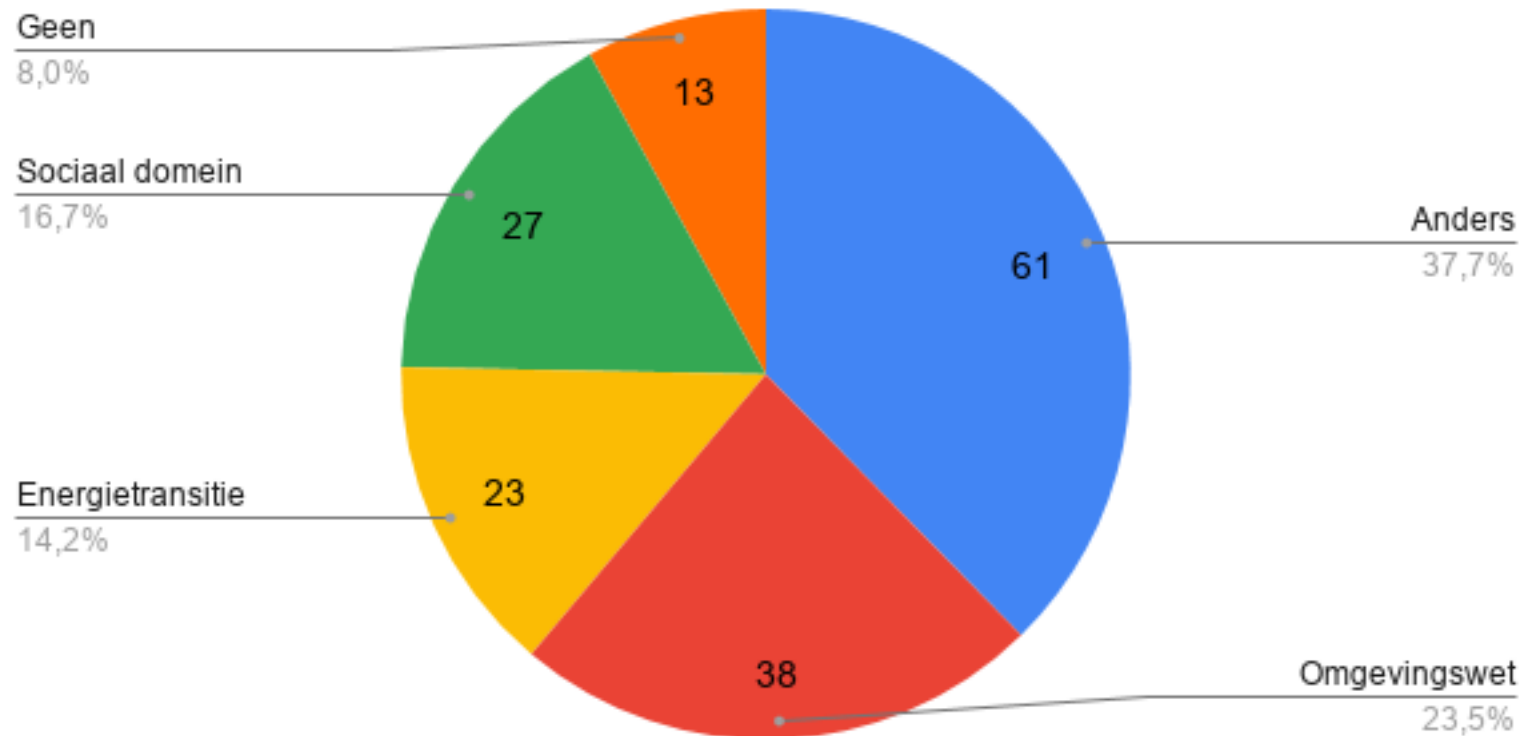
Er is bij gemeenten vooral behoefte aan kennis over online participatie en digitaal samenwerken.

Aan welke andere kennis hebben communicatieteams bij gemeenten behoefte?



Op alle fronten komen bij gemeenten andere opgaven voor communicatie in de knel.

Welke andere communicatie-opgaven komen bij gemeenten (vooral) in de knel tot eind van het jaar?



Welke andere opgaven komen in de knel?

- ‘Alle reguliere werkzaamheden’ en projectcommunicatie worden het meeste genoemd (15x).
- Opvallend is dat digitale toegankelijkheid en vernieuwing van de online dienstverlening door 10 gemeenten expliciet worden genoemd.
- Andere opgaven die worden genoemd zijn:
 - Participatie (6x)
 - Organisatie-ontwikkeling en interne communicatie (5)
 - Ontwikkeling communicatie (4x)
- Nog niet altijd duidelijk en sommige gemeenten verwachten een herprioritering van taken (7x).

Wat is de impact van de crisis op
communicatieteams bij
gemeenten?

Grootste zorg: hoe combineren we het andere werk met communicatie over corona?

- Het reguliere werk gaat door en er wordt een inhaalslag verwacht – hoe gaan we dat doen naast de communicatie over corona en een eventuele opleving van de crisis? (31 opmerkingen)
- 21 gemeenten zien als knelpunt de aanhoudende werkdruk en oververmoeidheid van het team.
- De crisis heeft ook impact op het functioneren als team (23 opmerkingen in totaal). Thuiswerken speelt daarbij zeker een rol.

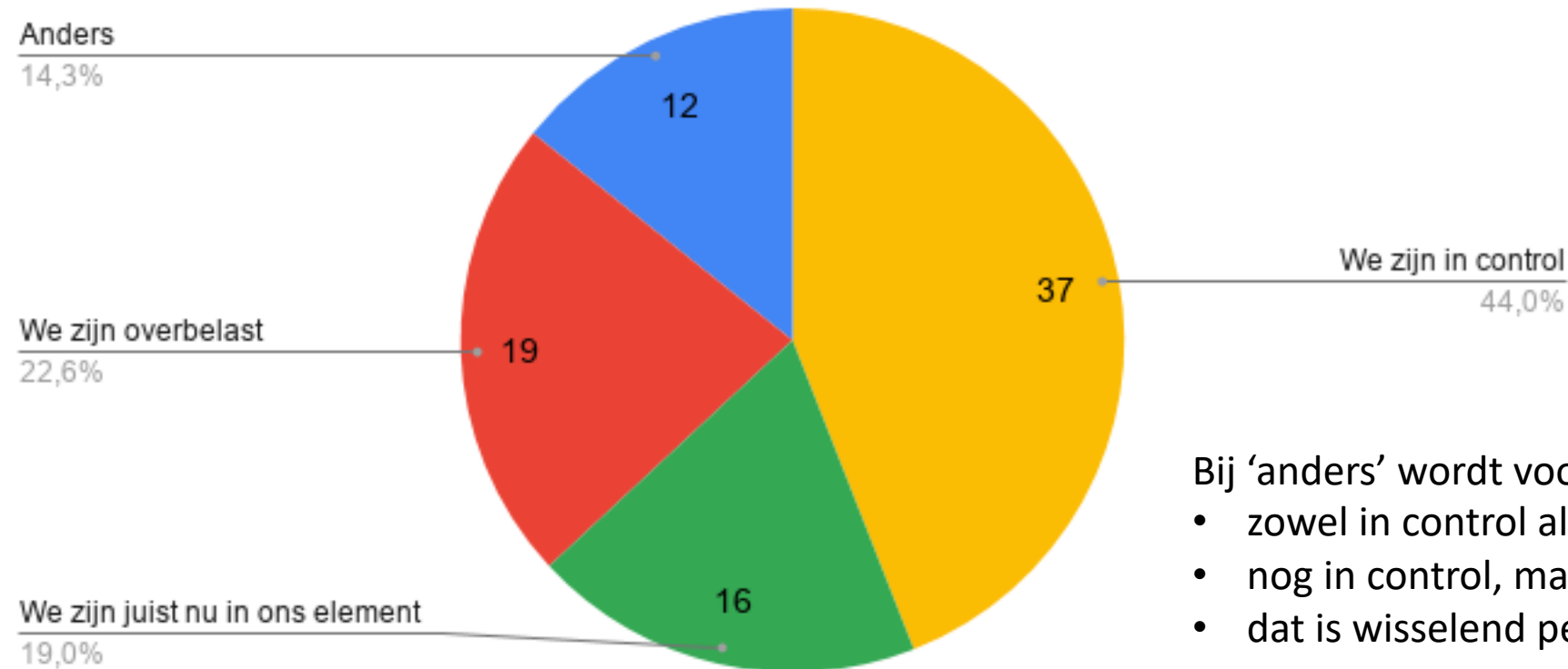
*“Uitgelopen / uitgestelde projecten
die dan met stoom en kokend water moeten doorgaan.”*

*“Volhouden. Het duurt lang.
Sommigen lopen op hun tandvlees.”*

*“Dat we geen fysiek teamoverleg meer hebben,
elkaar niet even in de wandelgang spreken en snel kunnen sparren.”*

Toch is de meerderheid van de teams Communicatie bij gemeenten in control of juist in hun element.

Hoe beschrijven teams Communicatie de stand van zaken in hun team ten opzichte van de huidige situatie?



Bij 'anders' wordt vooral genoemd:

- zowel in control als overbelast en in ons element
- nog in control, maar op het randje
- dat is wisselend per persoon

“We zijn in control, maar als we niet oppassen gaan we naar overbelast.”

“Moe, maar ook energie, trots en kansen voor communicatie of communicatieprocessen versneld in te zetten.”

*“Een combinatie. Er wordt veel gevraagd.
Dat maakt het leuk en we zijn over het algemeen in control.
Maar soms zijn er piekmomenten. Ook niet vreemd in communicatie.”*

Wat zien de communicatieteams bij gemeenten als grootste leercurve?

Impact op communicatieteams bij gemeenten is fors, maar samenwerking en teamspirit worden het meest genoemd als belangrijkste leercurve. En dat thuiswerken niet een obstakel hoeft te zijn om samen te werken.

“Dat we meer kunnen dan we dachten en als team heel sterk zijn, in 'nood' komt het erop aan en dat blijkt positief uit te pakken.”

“Dat thuiswerken niks afdoet aan onze effectiviteit, productiviteit en teamgevoel. We bellen en appen meer, maar elke dag tegenover elkaar zitten is niet nodig om goed te functioneren als team en als medewerker an sich.”

“Nog meer als team optrekken, voorheen waren we meer apart opererende professionals.”

Andere dingen die worden genoemd als belangrijke leercurve bij gemeenten:

- Belang van een goede taakverdeling en balans tussen werk en privé
- Kennis over het functioneren als crisisorganisatie
- Digitale vaardigheden in het team zijn snel toegenomen
- Positief effect op de positie van Communicatie in de organisatie
- Diverse vakinhoudelijke aspecten

En: *“Deze vraag begrijpt het merendeel van jullie respondenten niet.”*

*“Die opgaven gaan niet onveranderd door maar worden herzien.
Past zich aan aan de coronacrisis.”*

“Eigenlijk is onze inzet op alle andere dossiers minder dan we zouden willen. Je doet het hoognodige en vaak reactief. Je mist het dus om vooraan in het proces aan te haken: daar is simpelweg geen tijd voor.”

“Door extra beschikbare capaciteit kunnen de reguliere werkzaamheden weer voldoende worden opgepakt.”

Welke middelen van de rijksoverheid
of derden gebruiken gemeenten in
hun communicatie over corona?

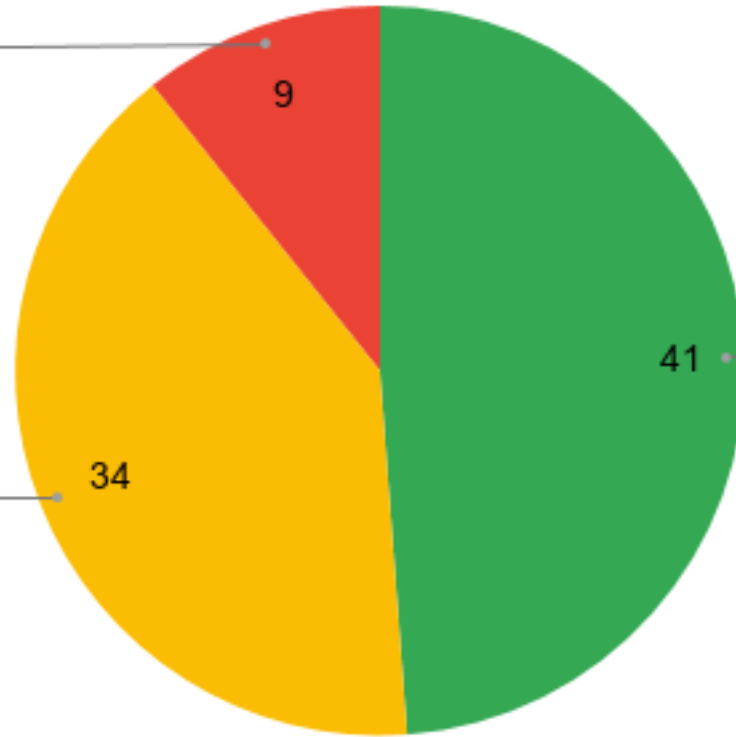
90% van de gemeenten gebruikt de Handreiking communicatieaanpak corona van de Rijksoverheid geheel of gedeeltelijk.

Gebruiken gemeenten de Handreiking communicatieaanpak corona van de Rijksoverheid?

Nee
10,7%

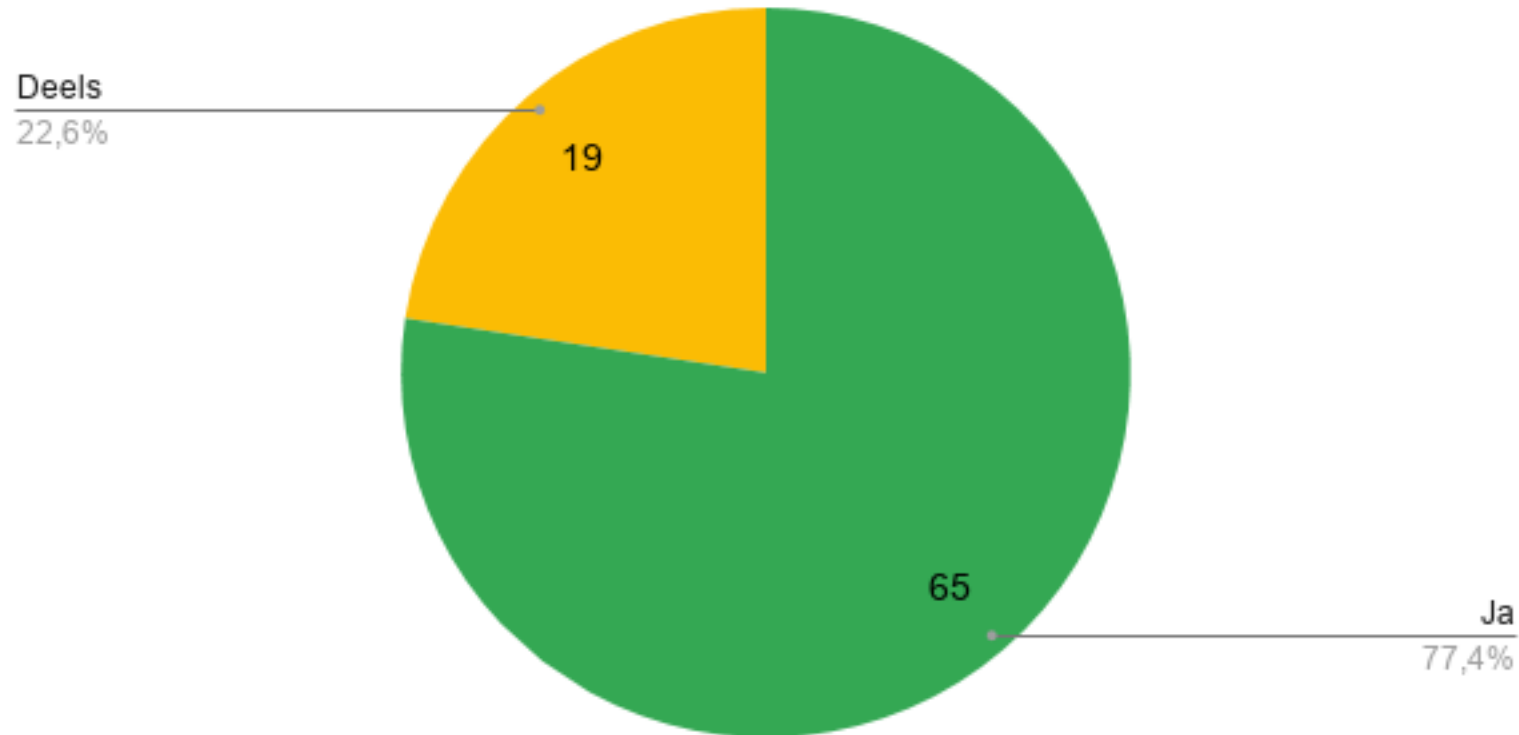
Deels
40,5%

Ja
48,8%



Alle gemeenten gebruiken de communicatiemiddelen van de Rijksoverheid.

Gebruiken gemeenten communicatiemiddelen van de Rijksoverheid?



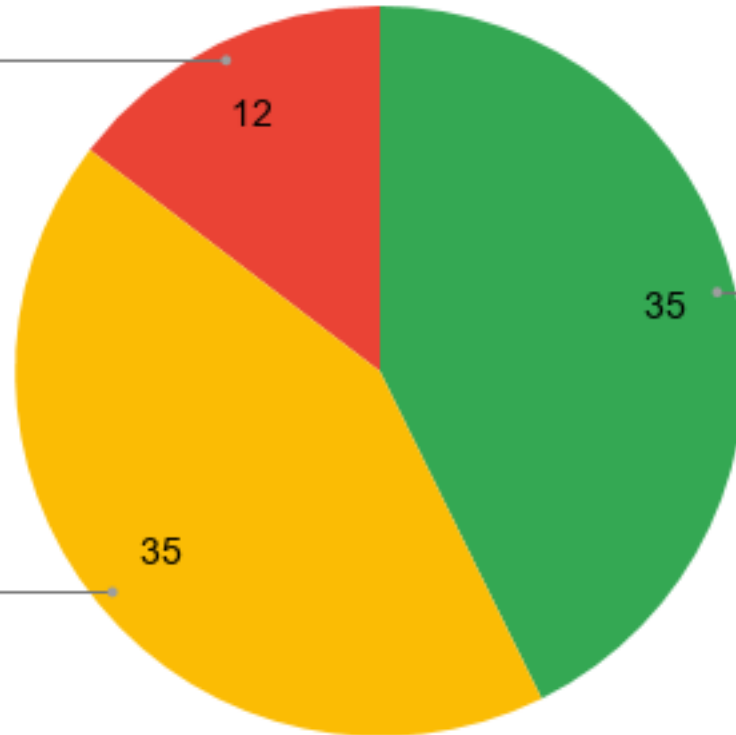
De grote meerderheid van de gemeenten gebruikt ook communicatiemiddelen van andere partijen dan de rijksoverheid.

Gebruiken gemeenten communicatiemiddelen van andere partijen?

Nee
14,6%

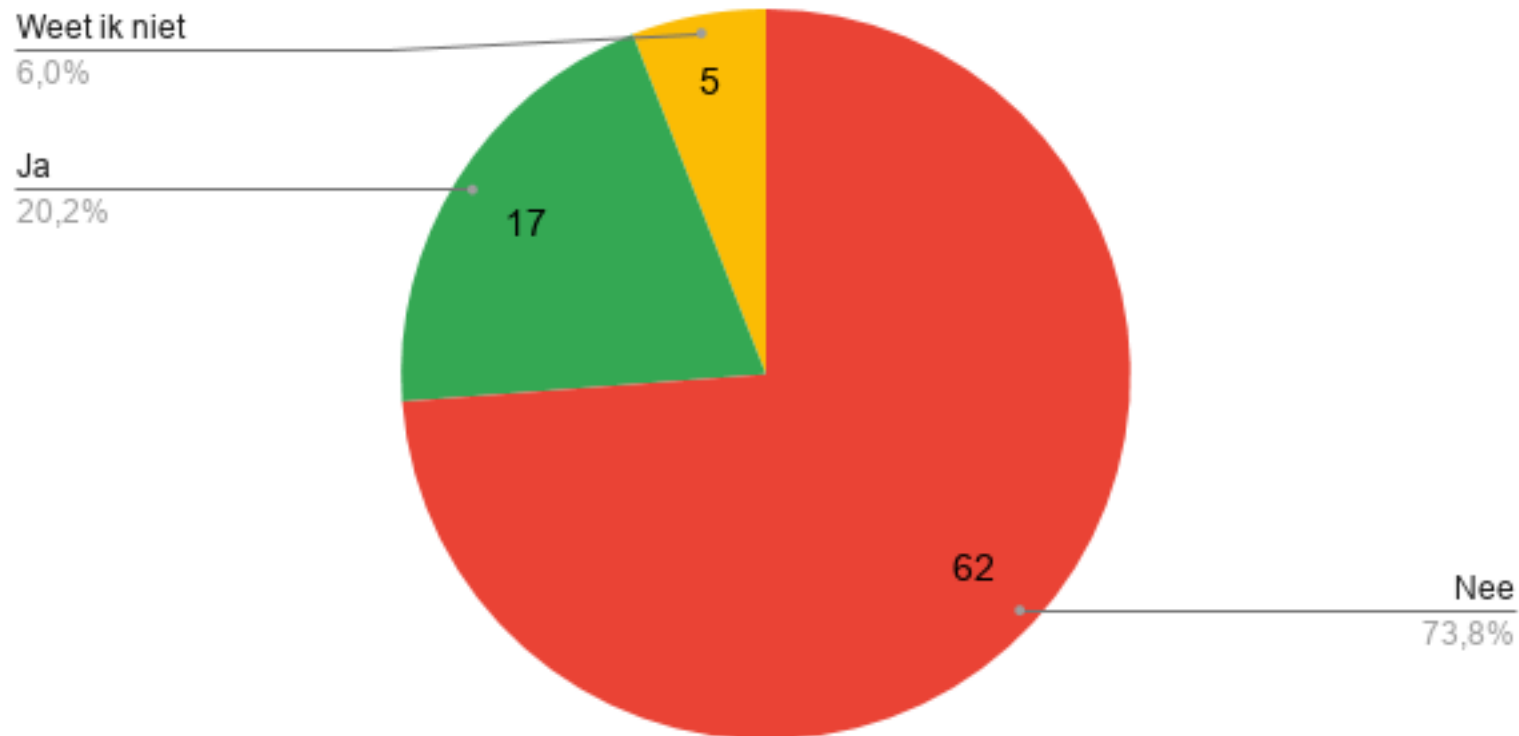
Deels
42,7%

Ja
42,7%



Driekwart van de gemeenten heeft geen behoefte aan meer regionale of landelijke ondersteuning.

Hebben gemeenten behoefte aan meer regionale of landelijke ondersteuning op het gebied van communicatie?



Welke middelen maken gemeenten zelf?

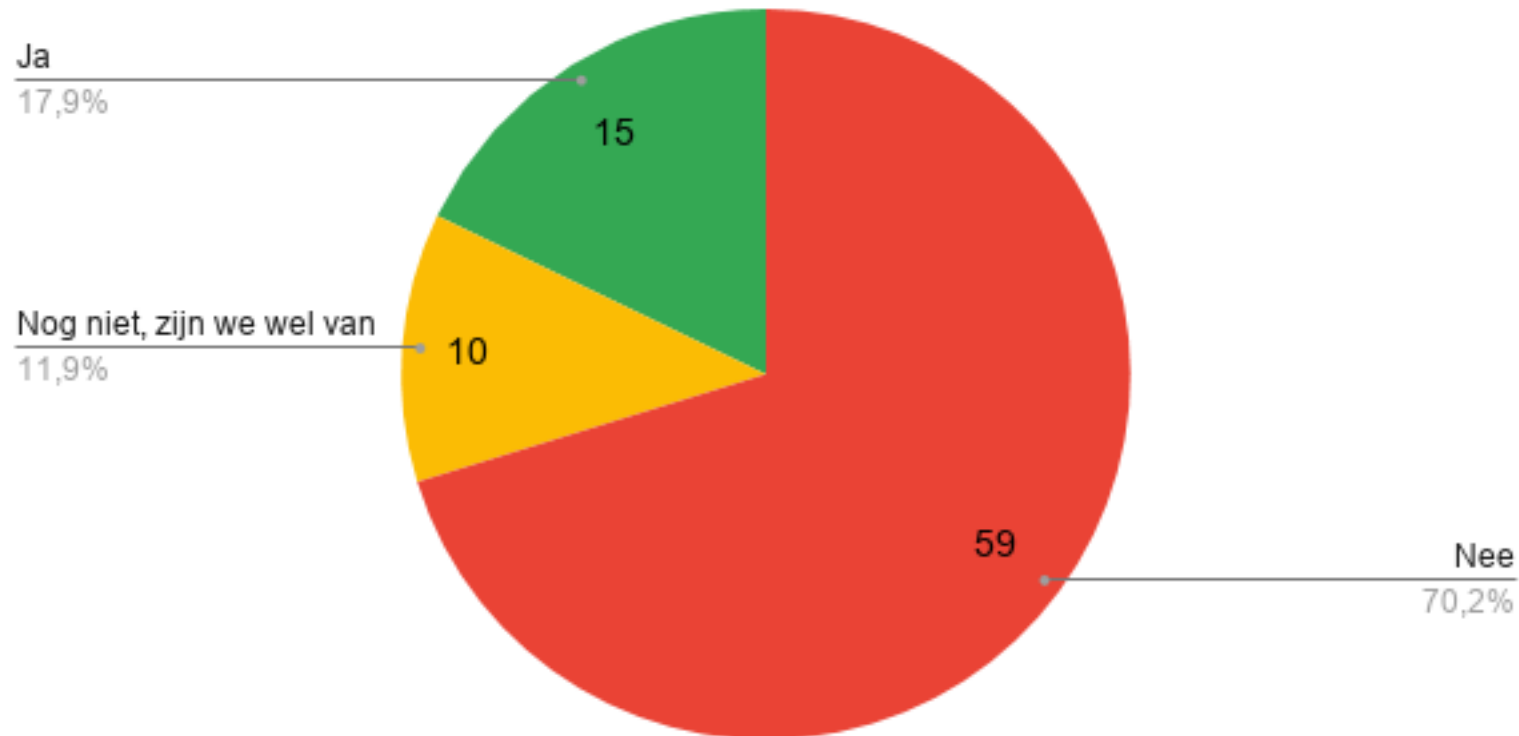
Gemeenten gebruiken vooral de communicatiemiddelen van de rijksoverheid.

- Een deel van de gemeenten passen deze wel aan de lokale situatie aan en/of maken specifiek lokale content (19x)
- Voorbeelden van wat gemeenten daarnaast zelf maken:
 - Brieven of andere middelen voor specifieke doelgroepen (bijvoorbeeld ondernemers)
 - Interne communicatiemiddelen
 - Berichten van bestuurders
 - Borden of posters voor gebruik in de openbare ruimte (bijv. strand, zwembad, hal gemeentehuis).

“We gebruiken de middelen over de maatregelen van het Rijk en passen die aan op lokale situatie. Voor de lange termijn is er veel onduidelijk. Communicatie daarover met elkaar en met de samenleving gaat vooral lokaal. Dat is niet zozeer in middelen maar meer in strategie.”

70% van de gemeenten doet geen peilingen/metingen onder inwoners over corona

Doen gemeenten peilingen/metingen onder inwoners over corona?



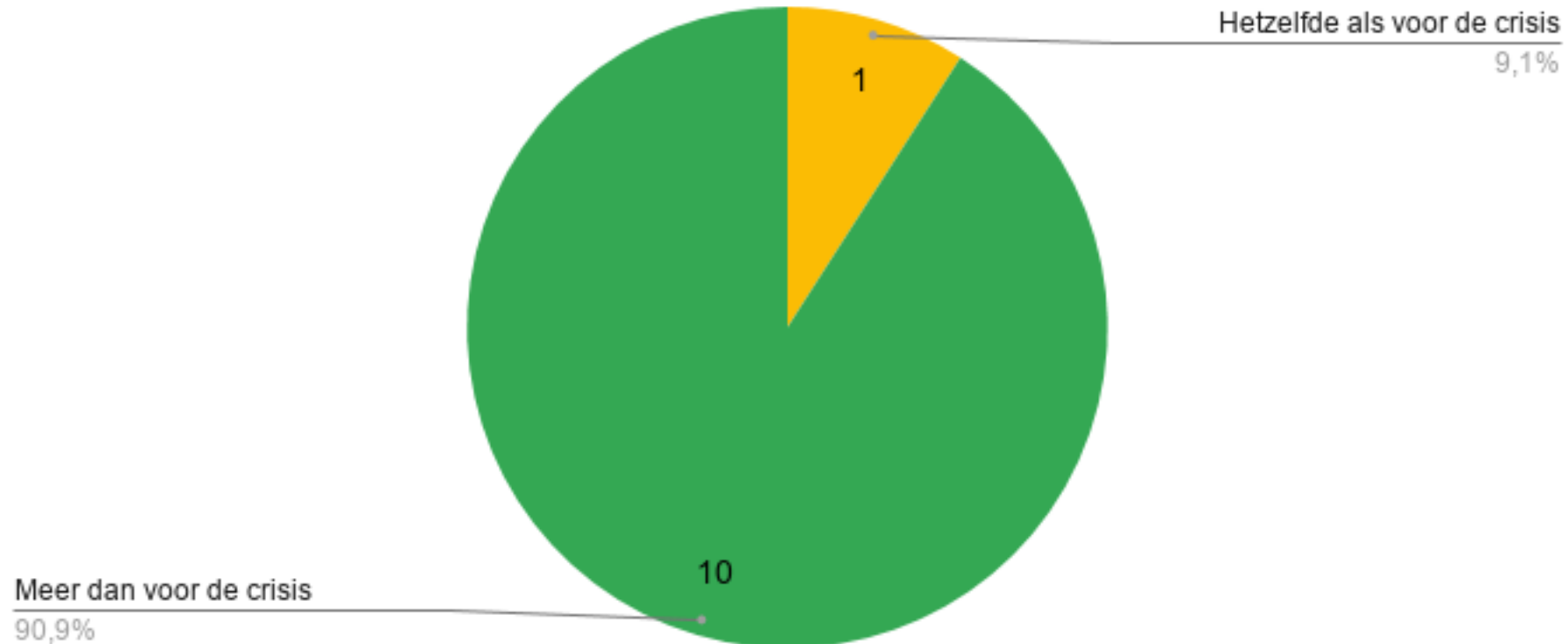
Rapportage Veiligheidsregio's

- Wat is het effect van de crisis op de relatie tussen Communicatie en de organisatie?
- Hoe druk hebben Veiligheidsregio's het met communicatie over corona?
- Wat is de impact van de crisis op de communicatieteams?
- Welke middelen van de rijksoverheid of derden gebruiken Veiligheidsregio's in hun communicatie over corona?

Wat is het effect van de crisis op de relatie tussen Communicatie en de organisatie?

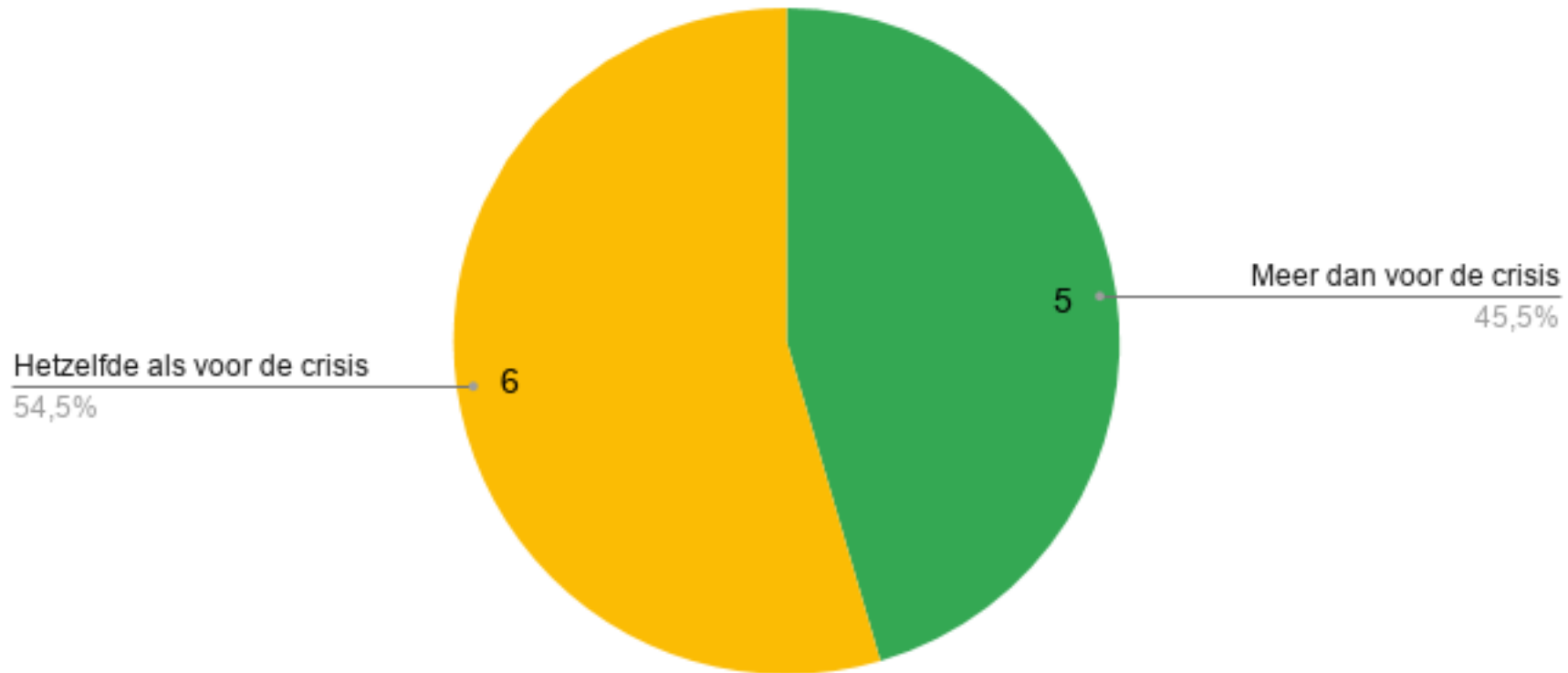
Bij bijna alle Veiligheidsregio's doet de organisatie een groter beroep op het team Communicatie.

Hoeveel beroep doet de organisatie op de communicatieteams van de Veiligheidsregio's?



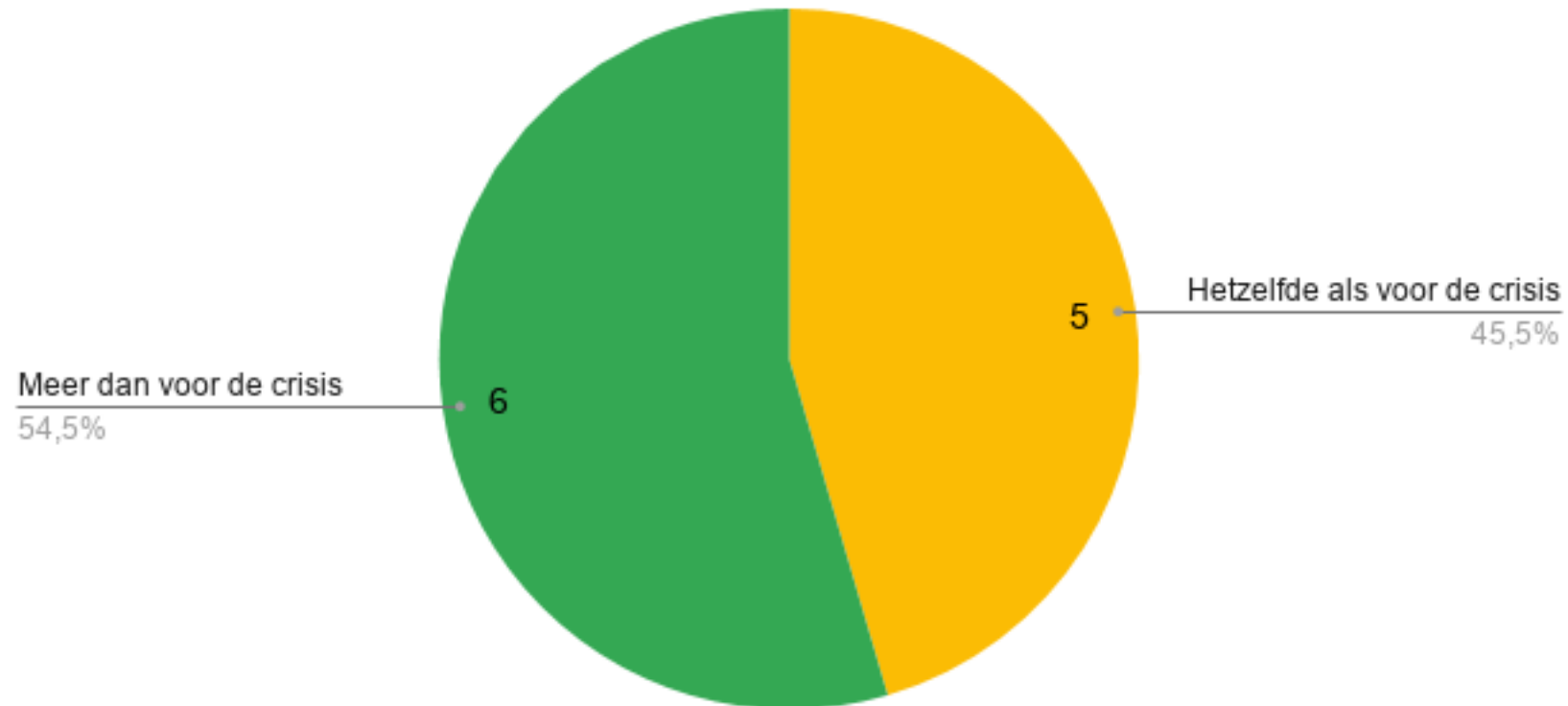
Bestuurders laten zich aanmerkelijk meer adviseren door communicatieteams van Veiligheidsregio's dan voor de crisis.

Laten bestuurders zich meer of minder door communicatieteams van Veiligheidsregio's adviseren dan voor de crisis?



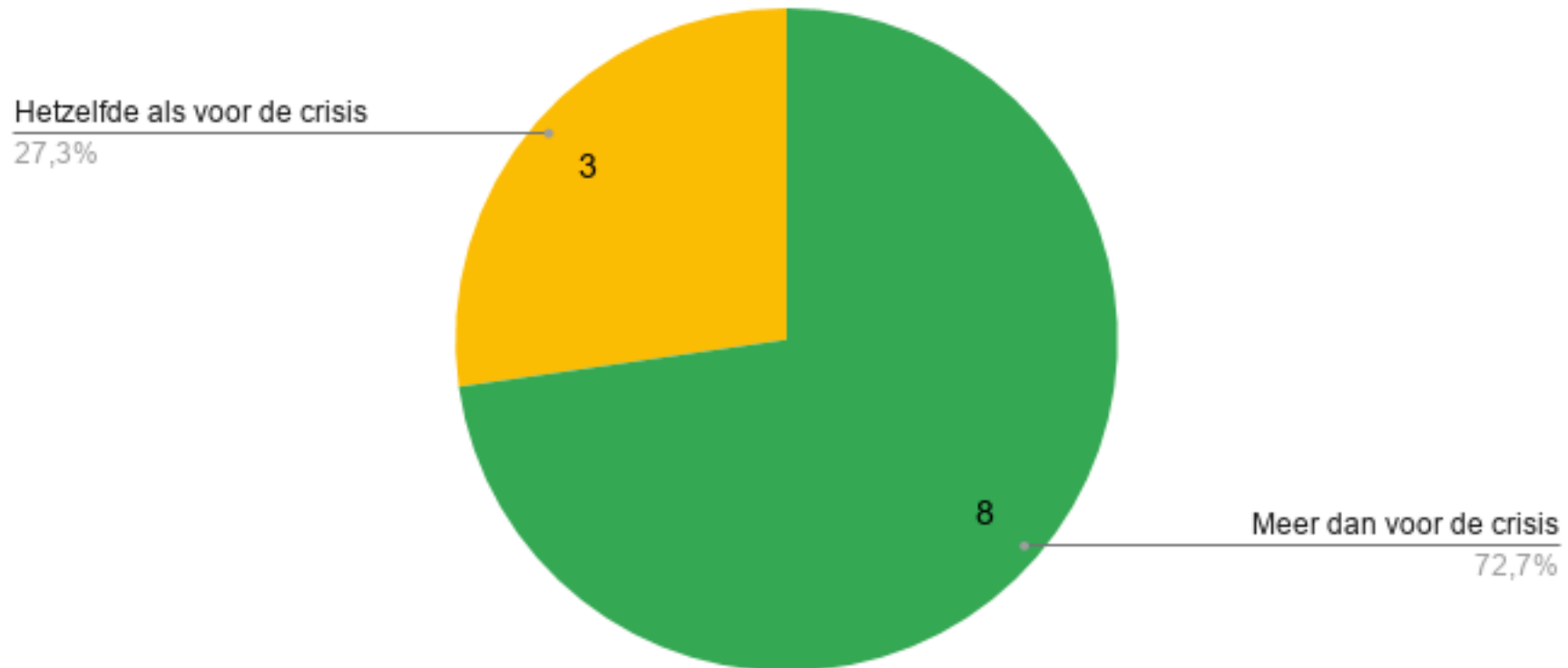
Ruim de helft van de Veiligheidsregio's laat zich meer adviseren door hun communicatieteams dan voor de crisis.

Laat de organisatie zich meer of minder door communicatieteams van Veiligheidsregio's adviseren dan voor de crisis?



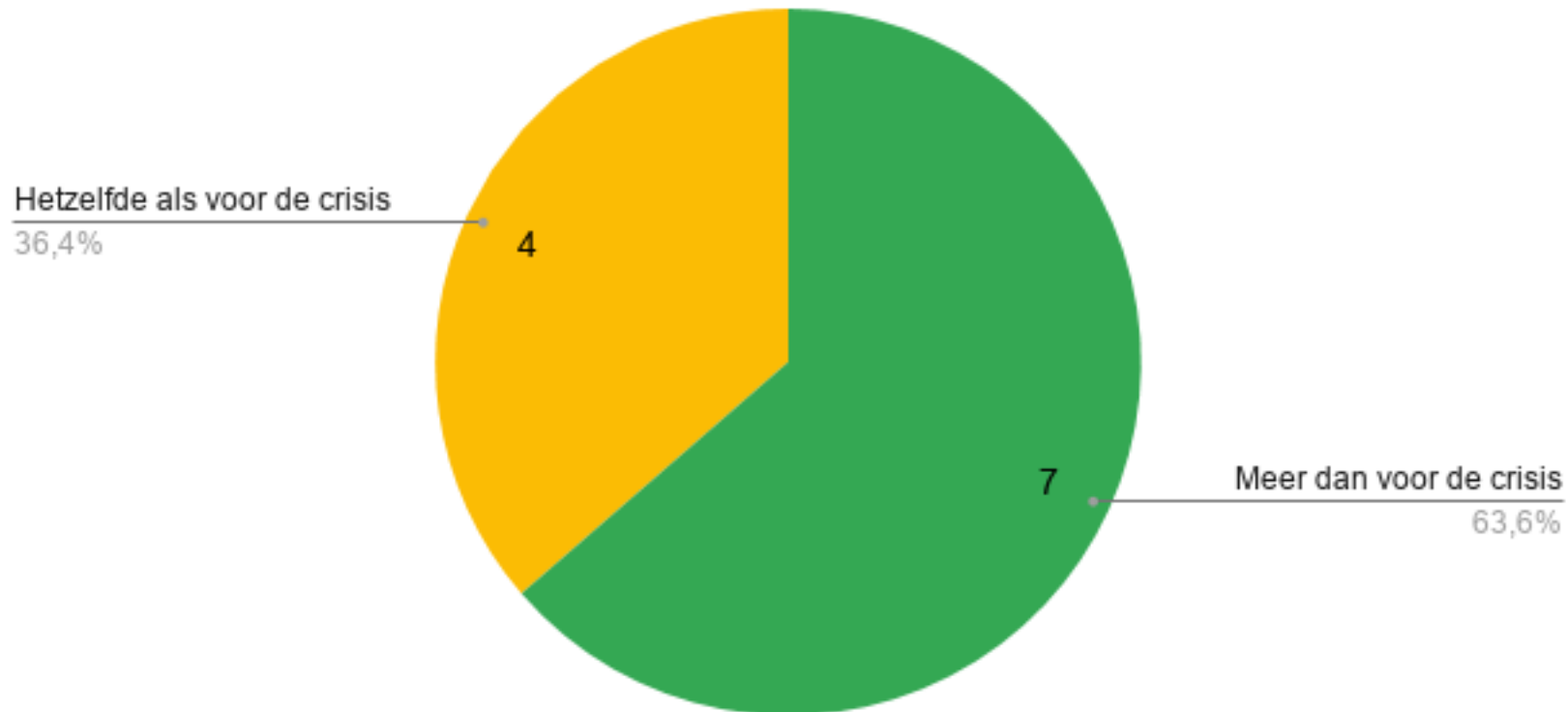
Bij bijna driekwart van de Veiligheidsregio's wordt de inzet van het communicatieteam meer gewaardeerd dan voor de crisis.

Hoe waarderen de Veiligheidsregio's de inzet van hun team Communicatie?



Bij tweederde van de Veiligheidsregio's wordt resultaat van het communicatieteam meer gewaardeerd dan voor de crisis.

Hoe waarden de Veiligheidsregio's het resultaat van hun team Communicatie?



Ruim de helft van de communicatieteams bij Veiligheidsregio's krijgt minder kritiek dan voor de crisis.

Hoeveel kritiek heeft de organisatie van de Veiligheidsregio op het team Communicatie?

Weet ik niet / niet van toepassing

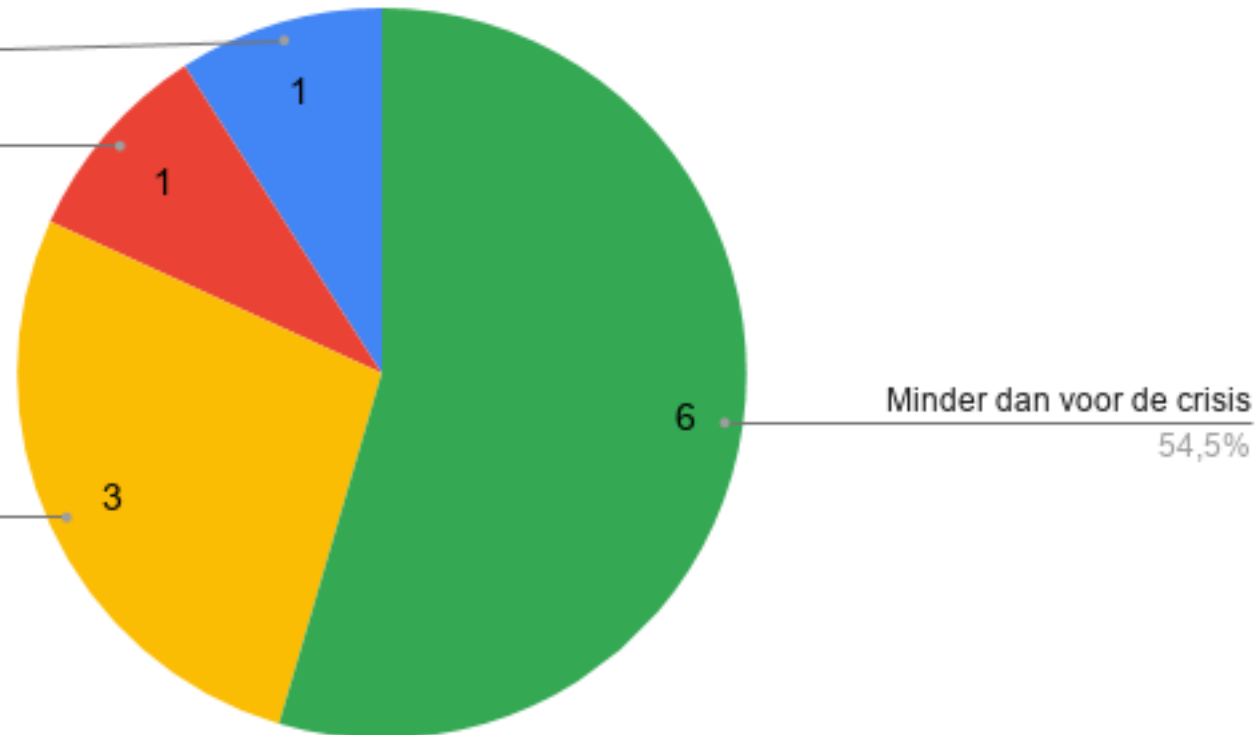
9,1%

Meer dan voor de crisis

9,1%

Hetzelfde als voor de crisis

27,3%



Door de crisis zijn de Veiligheidsregio's en hun communicatieteams veel zichtbaarder geworden.

Communicatieteams zien vooral als kansen:

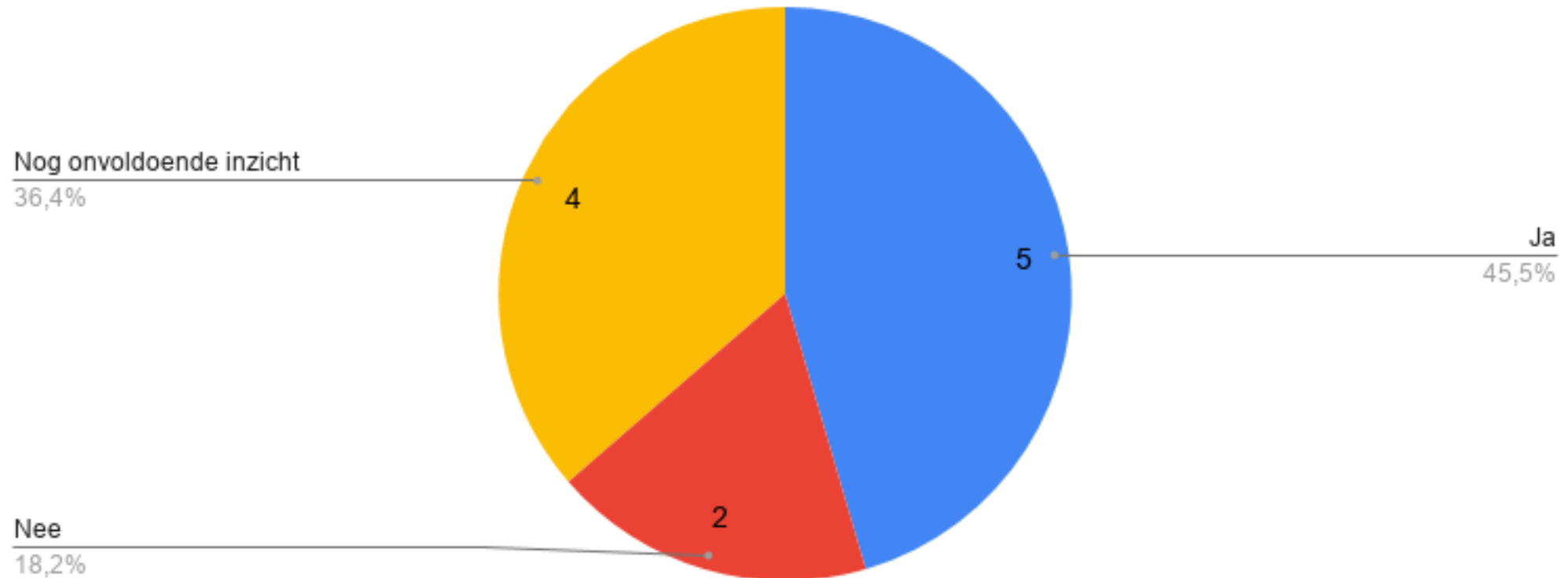
- Groter netwerk buiten reguliere (crisis)partners en nauwer contact met bestaande netwerkpartners (zoals GGD en gemeenten)
“Die verbinding houden we vast, ook in de toekomst!”
- Betere zichtbaarheid – extern en intern – en daar wordt ook na deze crisis en in geval van andere crises voordeel van verwacht.
- Belang van communicatie is heel duidelijk geworden – Communicatie kan echt het verschil maken.
- Veel meer crisiservaring. Flexibeler kunnen schakelen. Meer kennis en inzicht in elkaars werk en vaardigheden. Ook veel meer inzet in de crisiscommunicatiepool met collega's uit gemeenten, die vaak geen of amper ervaring hadden in crisiswerk en nu veel ervaring opdoen.

“Voor het coronavirus is geen medicijn, geen vaccin. Een van de weinige 'wapens' die we hebben zijn de omgevingsanalyses, communicatie en gedragsbeïnvloeding. We hebben nog meer het belang en effect van communicatie en gedragsbeïnvloeding kunnen laten zien. De organisatie kijkt naar ons, luistert naar ons en waardeert ons als team communicatie.”

“Met communicatie kunnen we nu echt het verschil maken. En dat wordt door alle lagen van de organisatie gezien en gewaardeerd. Onze positie is merkbaar verstrekt.”

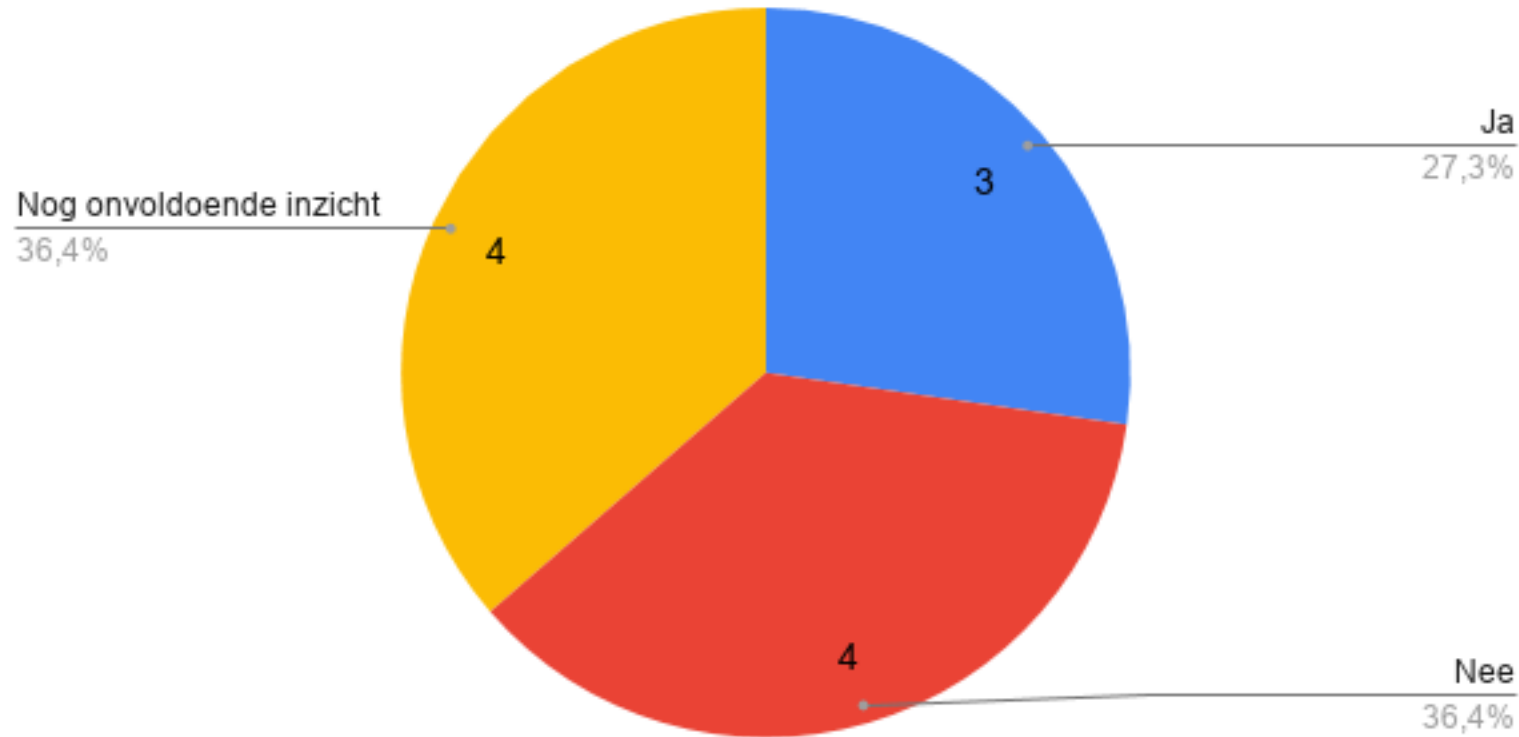
Bijna de helft van de communicatieteams bij Veiligheidsregio's herkend dat er bezuinigd kan gaan worden op Communicatie.

Herkennen Communicatieteams bij Veiligheidsregio's dat er bezuinigd kan gaan worden en communicatiebudgetten of -afdelingen onder druk komen te staan?



Ongeveer een op de drie communicatieteams bij Veiligheidsregio's anticipeert op mogelijke bezuinigingen op Communicatie.

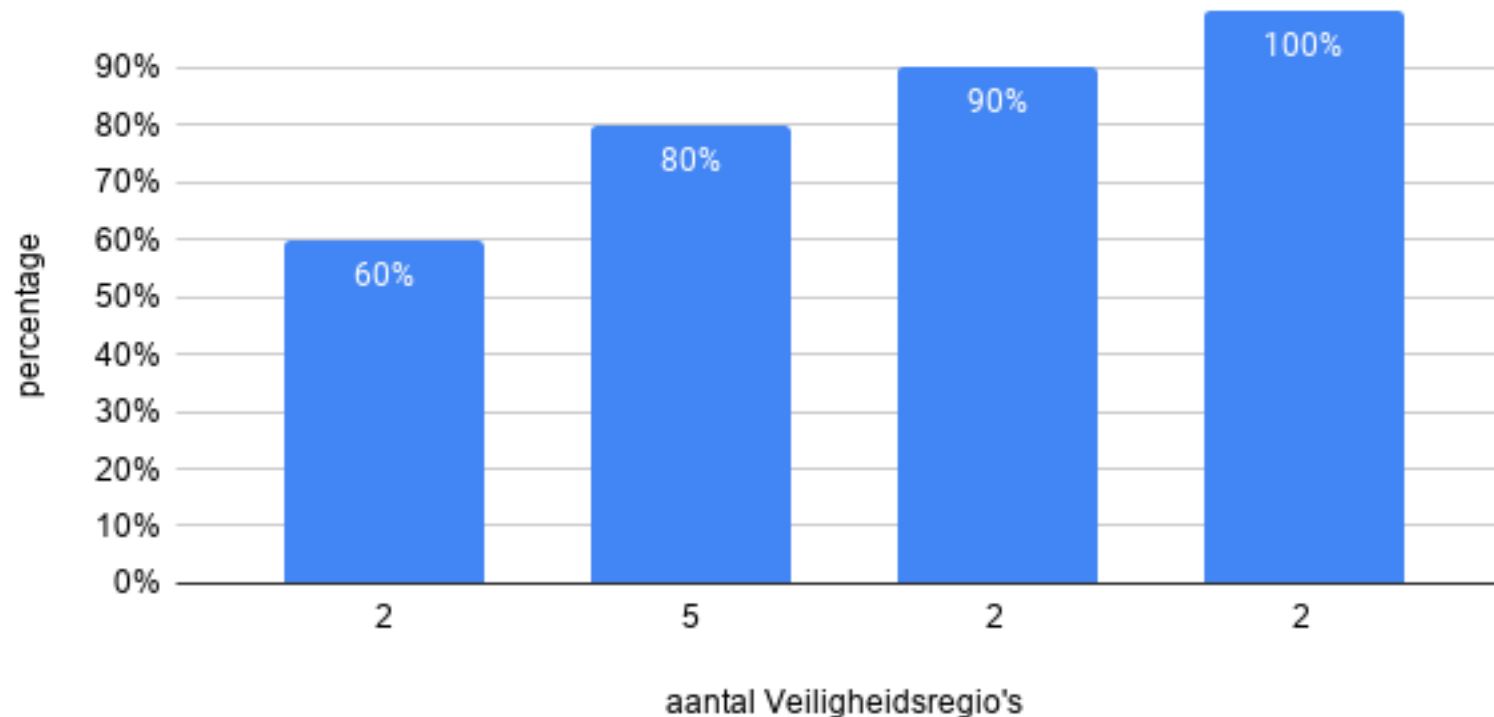
Anticiperen communicatieteams bij Veiligheidsregio's op eventuele bezuinigingen op Communicatie?



Hoe druk hebben
Veiligheidsregio's het met
communicatie over corona?

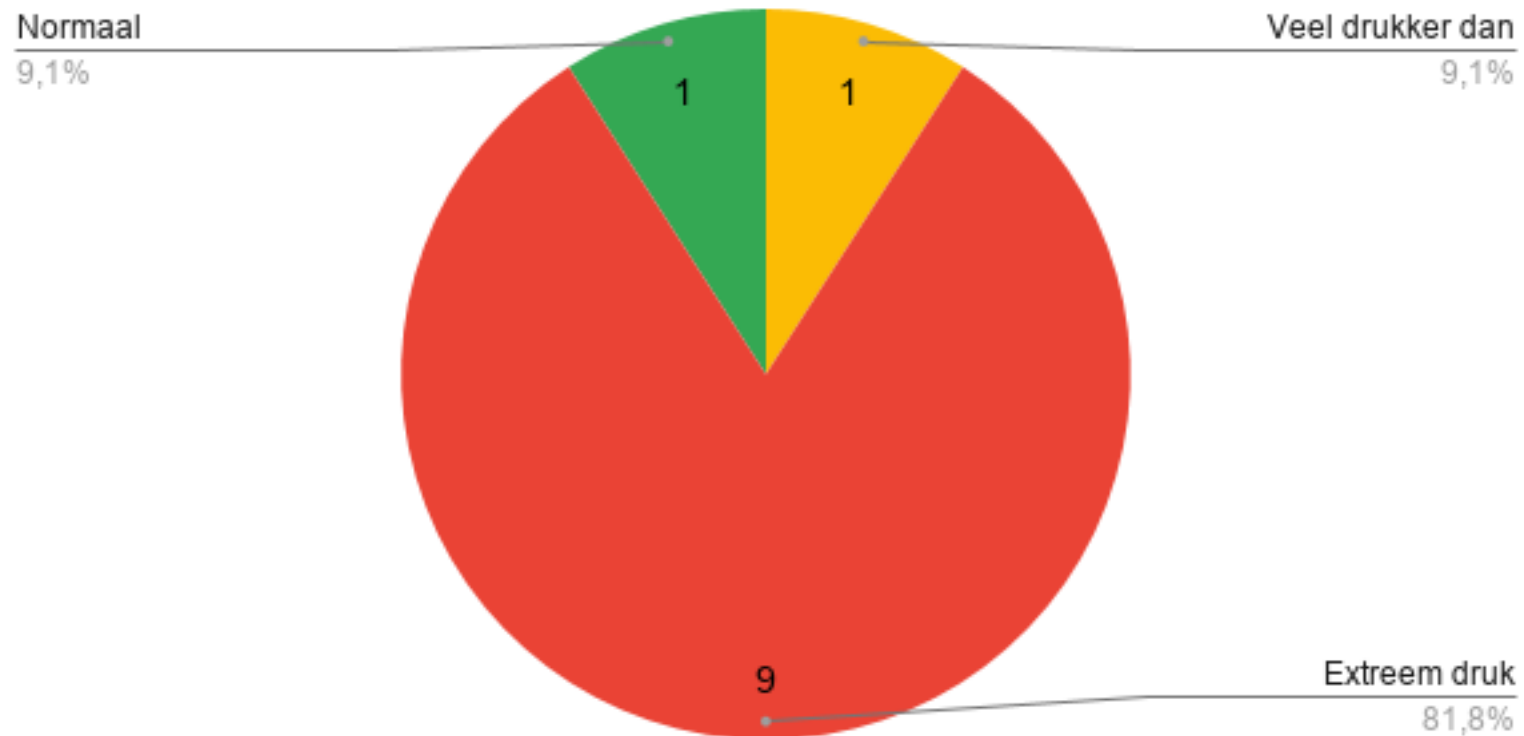
De Veiligheidsregio's besteden 60% tot 100% van de capaciteit aan communicatie over corona.

Percentage communicatie-capaciteit dat Veiligheidsregio's besteden aan communicatie over corona:



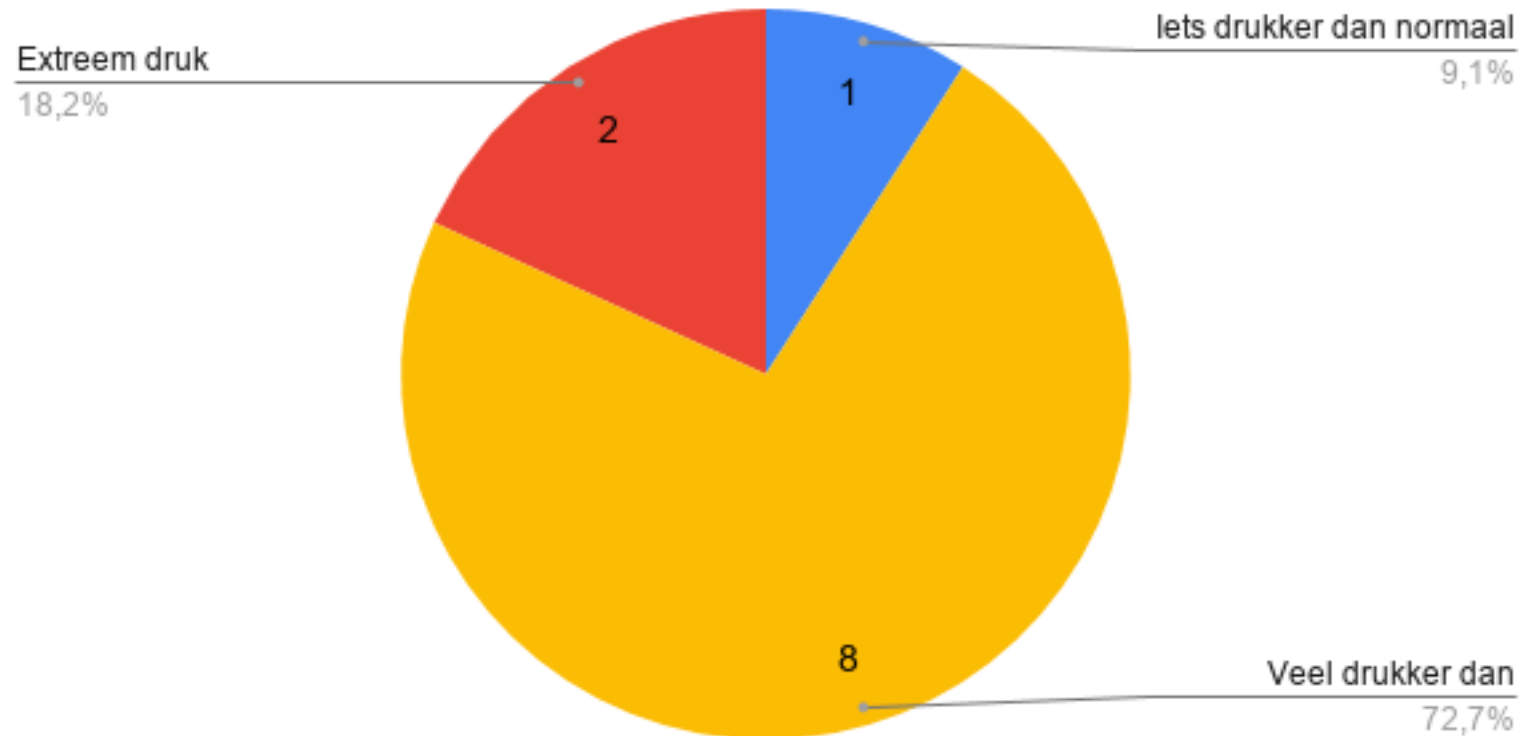
4 op de 5 communicatieteams bij Veiligheidsregio's had het extreem druk vanaf het begin van de crisis.

Hoe druk was het voor communicatieteams van Veiligheidsregio's vanaf het begin van de crisis?



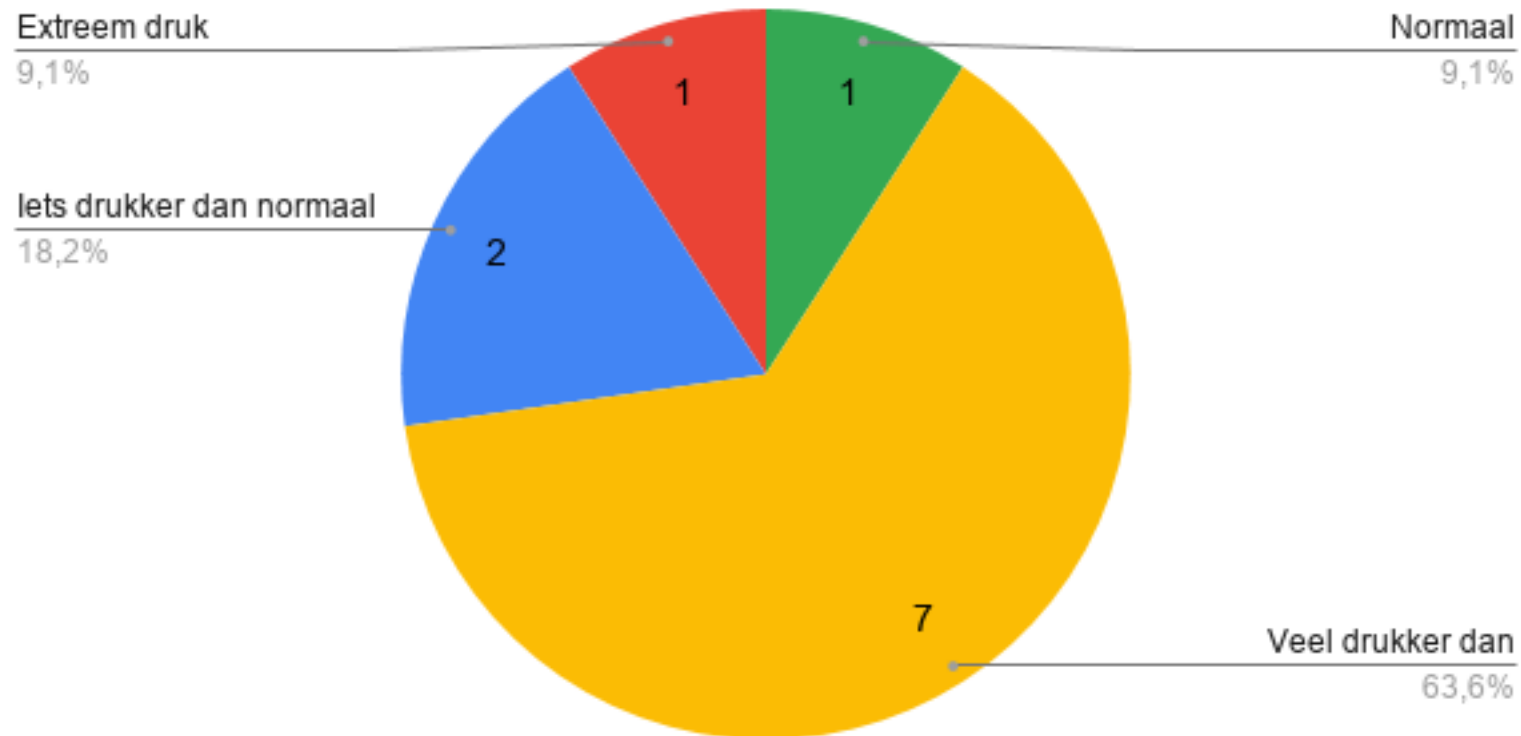
De Veiligheidsregio's hebben het nu veel drukker dan normaal.

Hoe drukken hebben de communicatieteams bij de Veiligheidsregio's het nu?



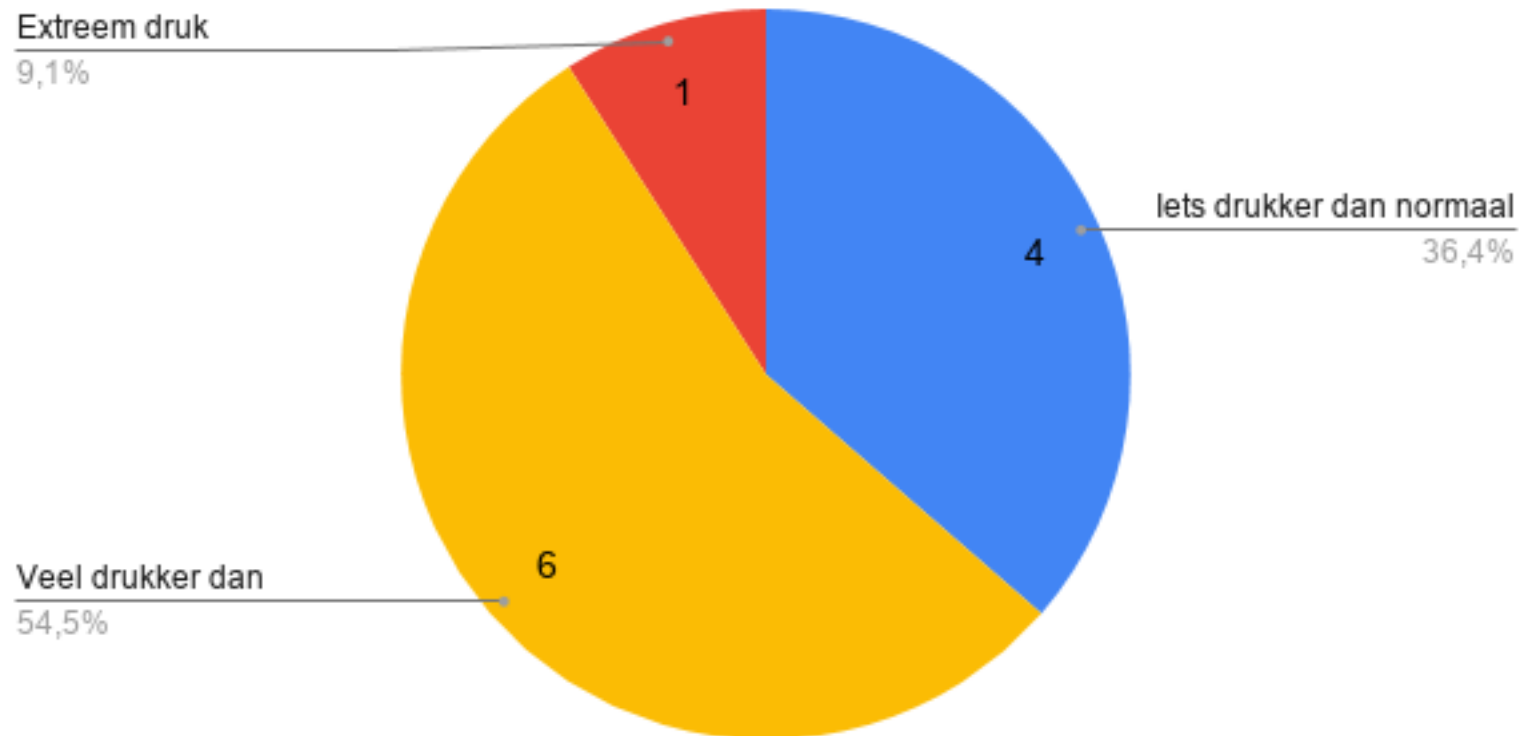
De meeste Veiligheidsregio's verwachten dat de drukte aanhoudt tussen 1 juni en 1 september.

Hoe druk verwachten communicatieteams bij Veiligheidsregio's dat het wordt tussen 1 juni en 1 september?



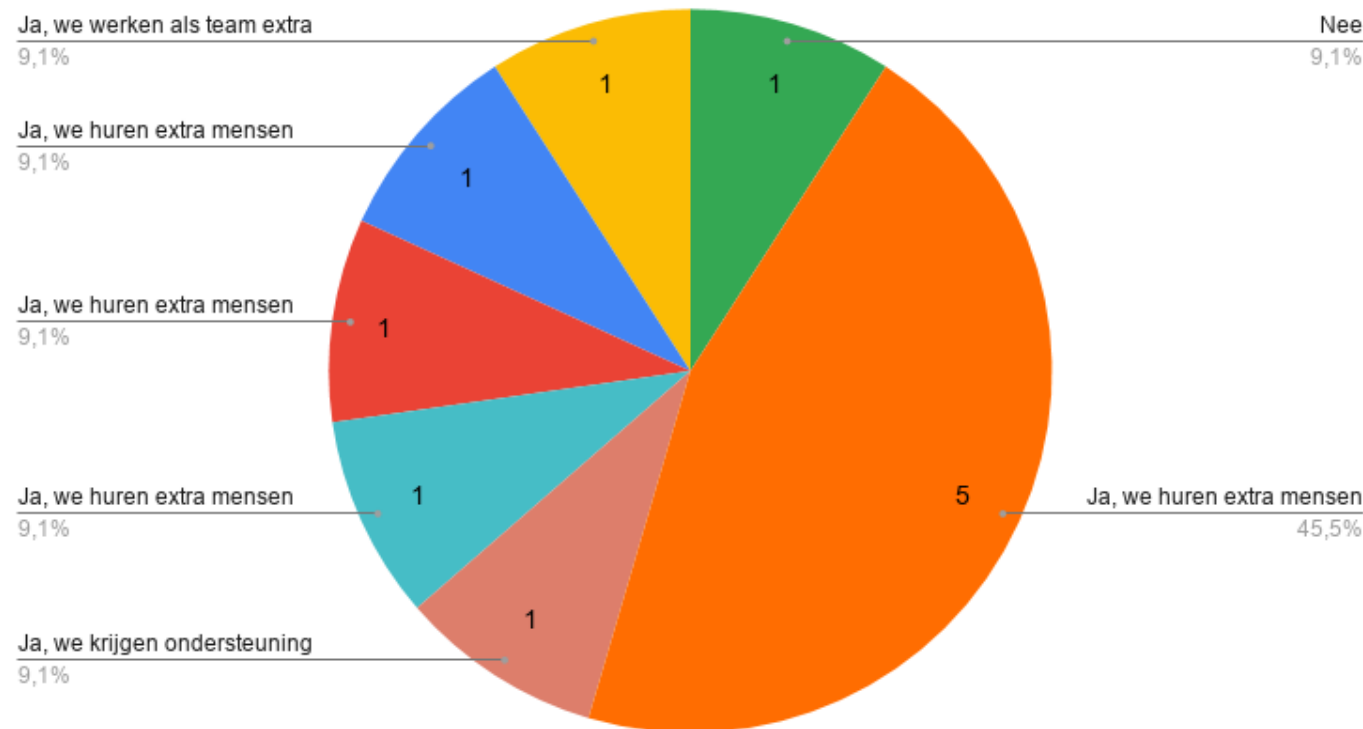
De meeste Veiligheidsregio's denken dat de drukte zal aanhouden tot eind van het jaar.

Hoe druk verwachten communicatieteams bij Veiligheidsregio's dat het zal zijn vanaf 1 september tot eind van het jaar?



Bijna alle Veiligheidsregio's zetten extra capaciteit in voor communicatie.

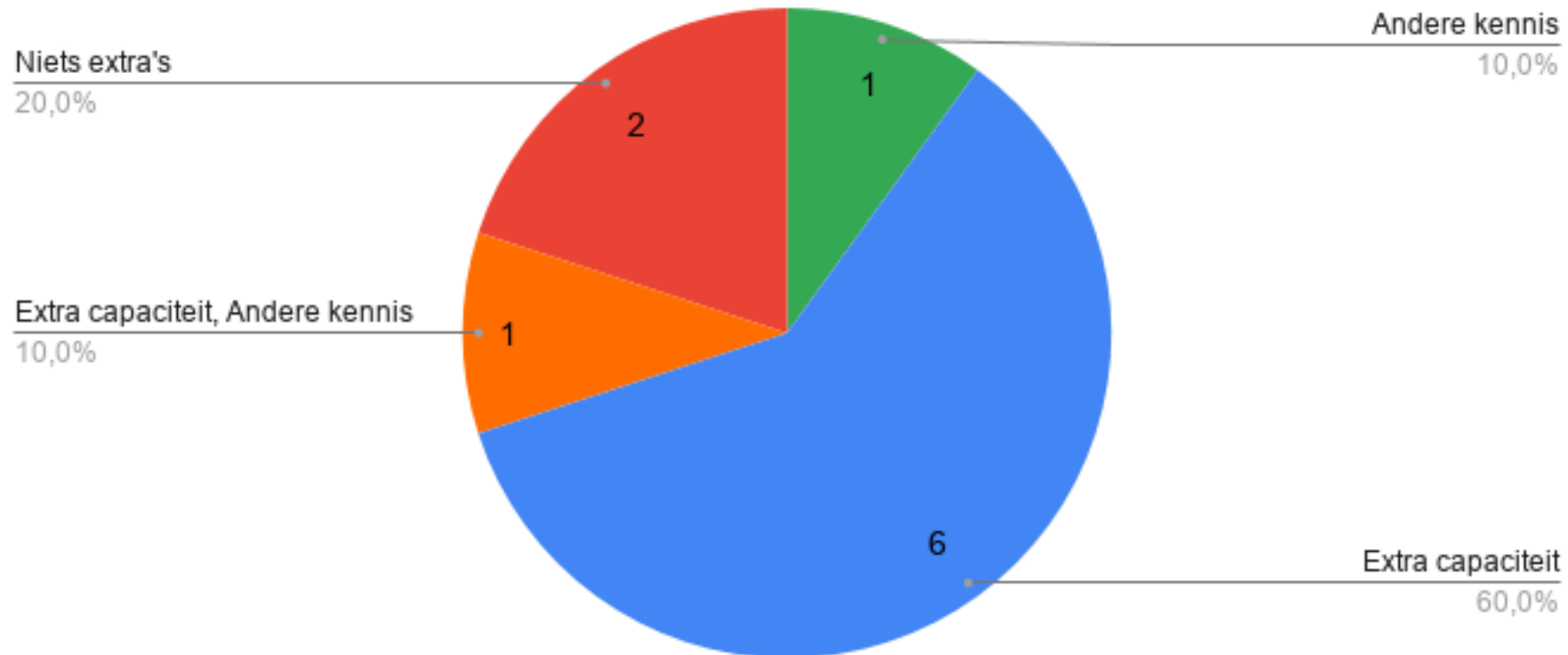
Zetten Veiligheidsregio's extra capaciteit in voor communicatie?



- 1 regio zet geen extra capaciteit in
- 5 regio's huren extra mensen in
- De andere 5 regio's doen een combinatie van inhuur, extra uren met het eigen team en ondersteuning van andere afdelingen.

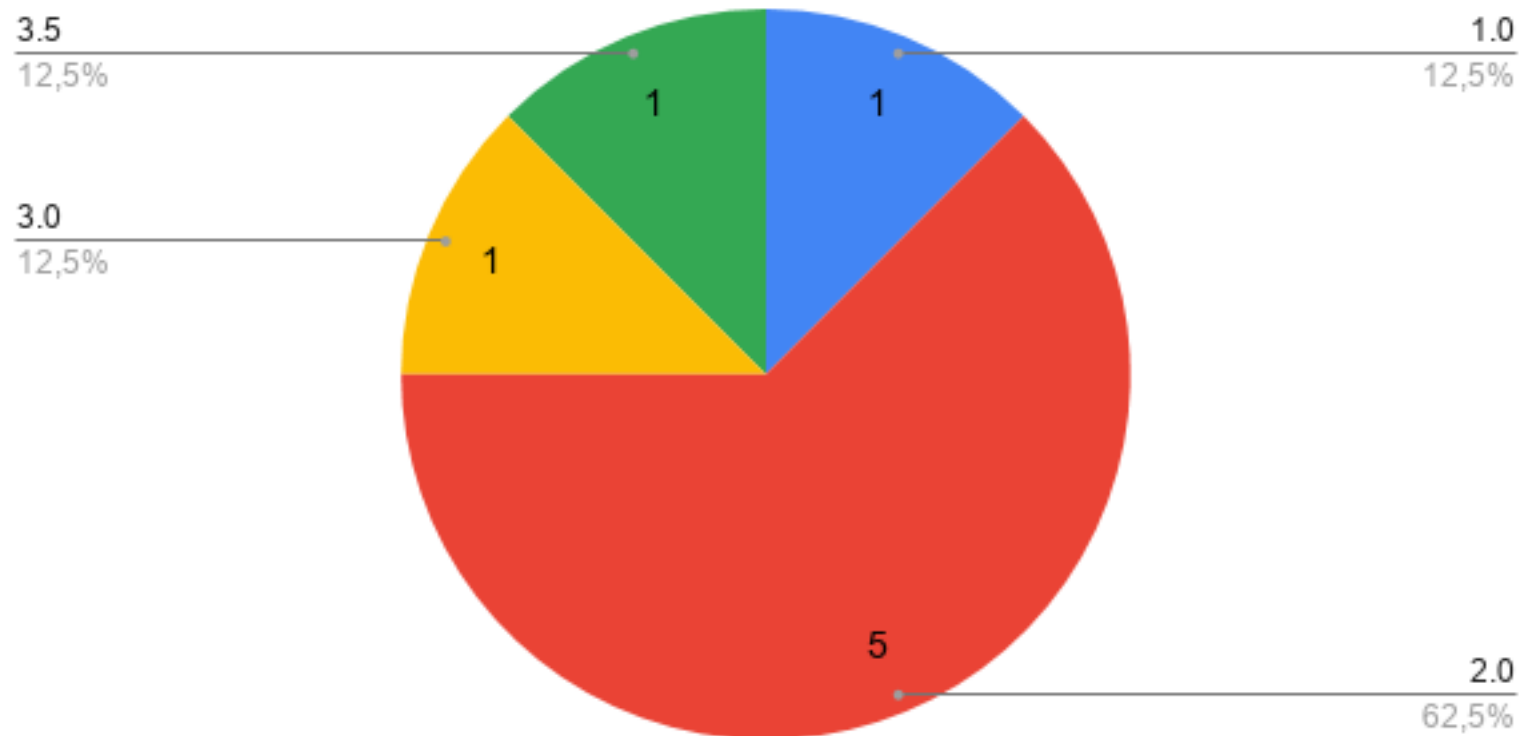
Communicatieteams bij Veiligheidsregio's hebben vooral behoefte aan extra capaciteit tot eind van het jaar.

Waar hebben communicatieteams bij Veiligheidsregio's (tot eind van het jaar) behoefte aan?



Gemiddeld hebben communicatieteams bij Veiligheidsregio's behoefte aan 2 fte extra capaciteit tot eind van het jaar.

Extra capaciteit die communicatieteams van Veiligheidsregio's nodig denken te hebben tot eind van het jaar.



Ook communicatieteams bij Veiligheidsregio's noemen online participatie het meest bij behoefte aan andere kennis.

- Online participatie (3 antwoorden)
- Crisiscommunicatie
- Gedragsbeïnvloeding en effectmeting. We hebben deze kennis in huis, maar behoefte is meer.
- Digitaal samenwerken

Diverse andere communicatie-opgaven
komen bij de Veiligheidsregio's in de knel.

energietransitie **omgevingswet** thema aardbevingen | uitgave eigen personeelsblad

risicocommunicatie **projecten veiligheidsregio** reorganisatie communicatieteam

reguliere communicatie (going concern) geen

de vier speerpunten uit ons meerjarig beleidsplan | concerncommunicatie

organisatieontwikkeling uitvoering beleidsvisie | doorontwikkeling brandweer | websiteontwikkeling

“Bedenk het maar, zo'n beetje alles wat is stopgezet en nu weer langzaam op gang komt. Ook organisatieveranderingen en ontwikkelingen binnen de Veiligheidsregio.”

“Ik zie als grootste knelpunt dat een ieder - NKC, ministeries en gemeenten - gaan afschalen terwijl we nog een gezondheids- en sociaal-economische crisis hebben en vervolgens gaan we nog een lange nazorg krijgen. Op dit moment zijn de gesprekken gaande dat ons team ook gaat afschalen naar een projectorganisatie. De eigen mensen moeten weer aan het werk. Er is straks geen geld meer voor inhuur en het werk gedaan moet worden met een team dat niet de kwaliteit heeft, omdat deze in kwaliteitsslag zit. Alles wat nu opgebouwd is met het team kan in 1x weg zijn. En hoe gaan wij in pieken weer opschalen, en dan weer afschalen en weer....hoe organiseren we dat met elkaar. In deze gesprekken zitten wij nu.”

Wat is de impact van de crisis op
communicatieteams bij
Veiligheidsregio's?

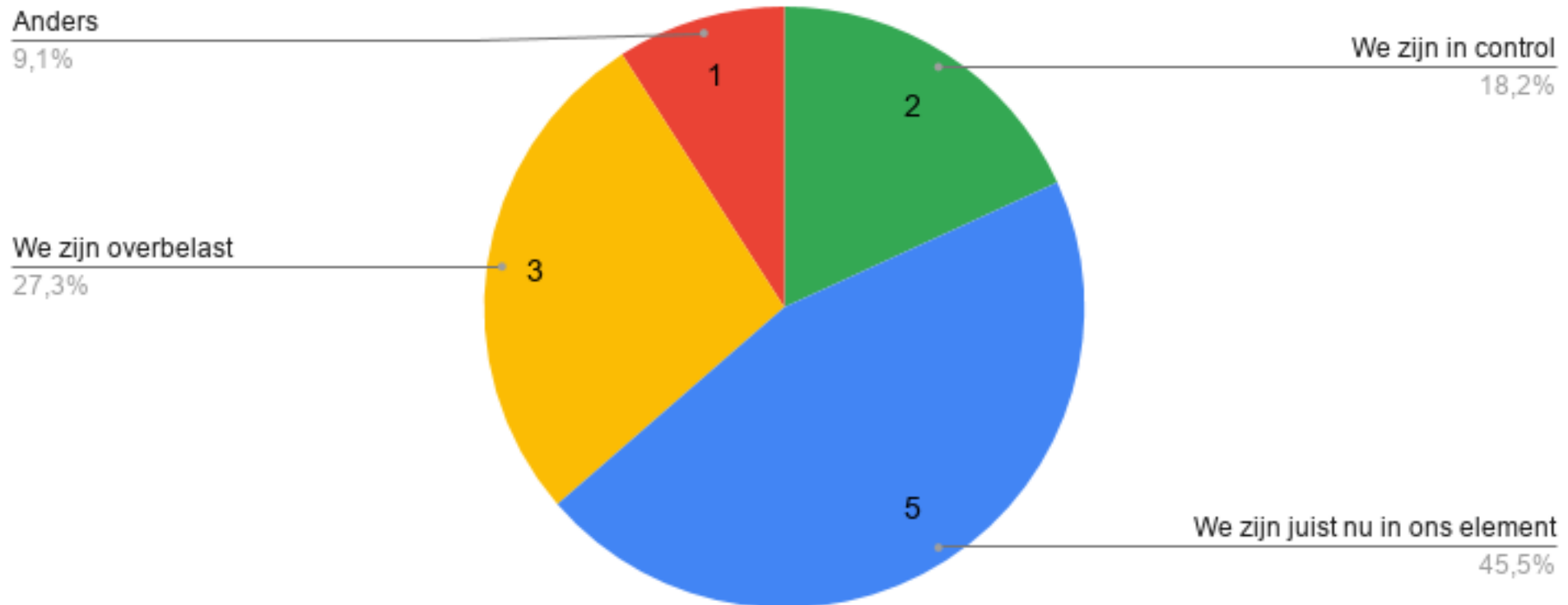
Communicatieteams zien afschalen crisisorganisatie bij Veiligheidsregio's als grootste knelpunt tot eind van het jaar.

De respondenten geven aan dat het crisisteam afgeschaald gaat en het reguliere werk weer opgepakt moet worden. Daarbij zijn zorgen over de hoeveelheid werk en de beschikbare capaciteit – zeker als er tegelijkertijd geanticipeerd moet worden op ontwikkelingen rond corona. Enkele respondenten vragen zich af of het team mentaal fit genoeg blijft en hoe dat moet met capaciteit in de vakantieperiode.

Ook vraagt iemand zich af of er bij gemeenten voldoende draagvlak is om communicatieadviseurs te blijven leveren voor crisiscommunicatie.

Ruim de helft van de communicatieteams bij de Veiligheidsregio's is 'in control' of 'juist nu in ons element'.

Hoe beschrijven communicatieteams bij Veiligheidsregio's de huidige stand van zaken ten opzichte van de huidige situatie?



Communicatieteams bij Veiligheidsregio's hebben vooral veel (bij)geleerd over organisatie van crisiscommunicatie.

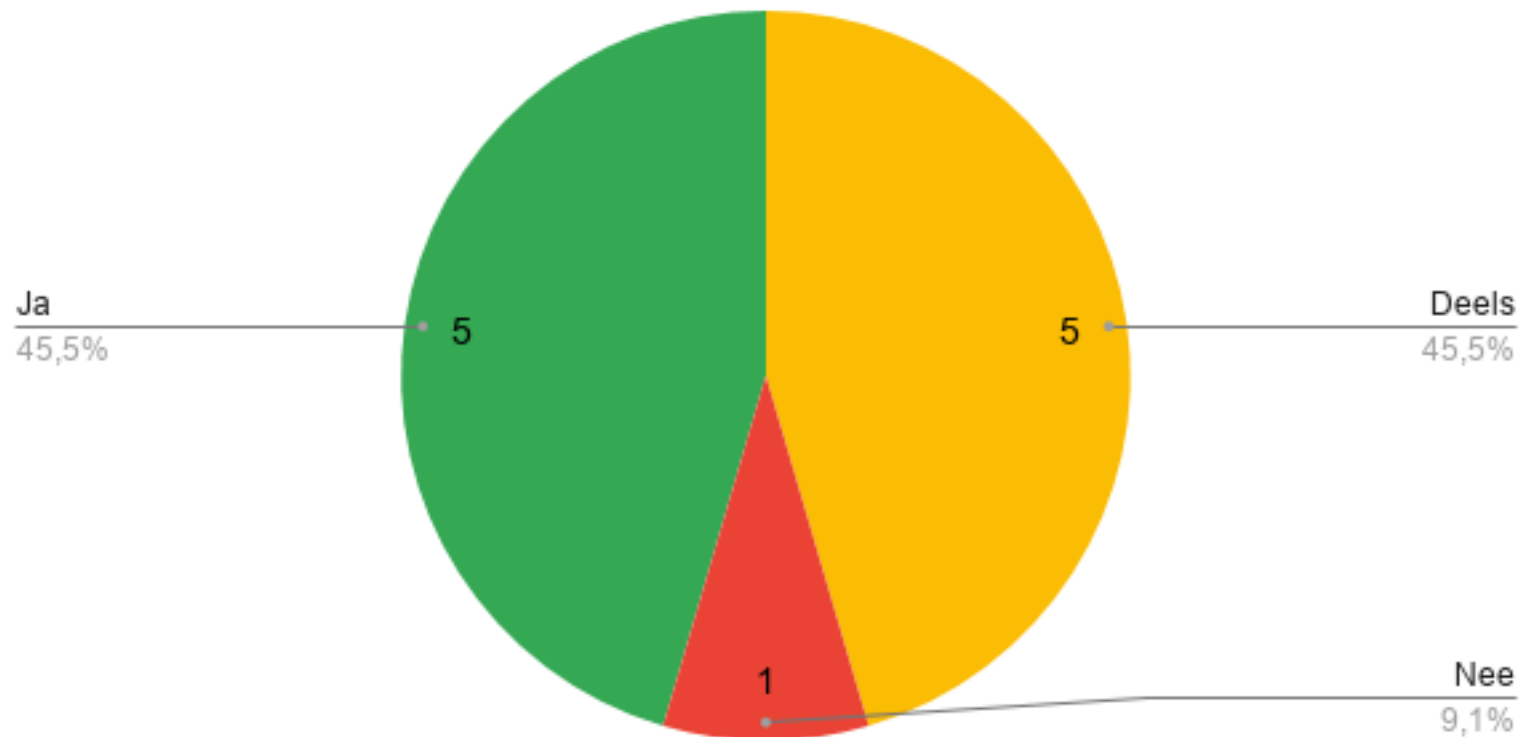
Respondenten noemden onder andere als grootste leercurve:

- Nieuwe inzichten in organisatie van crisiscommunicatie, rol- en taakverdeling, capaciteit in relatie tot overbelasting voorkomen, positie nemen, rol pakken, focus
- Omgaan met onzekerheden. Cyclus analyse, advies en aanpak.
- Online samenwerken
- Meer samenwerken met politie en buurregio's en meer landelijk contact.
- Nut van omgevingsanalyses om je communicatieadvies beter te onderbouwen en te richten.
- Samenwerking tussen koude en warme fase is nu noodzakelijk

Welke middelen van de rijksoverheid
of derden gebruiken
Veiligheidsregio's in hun
communicatie over corona?

Bijna alle Veiligheidsregio's gebruiken de Handreiking communicatieaanpak corona van de Rijksoverheid geheel of gedeeltelijk.

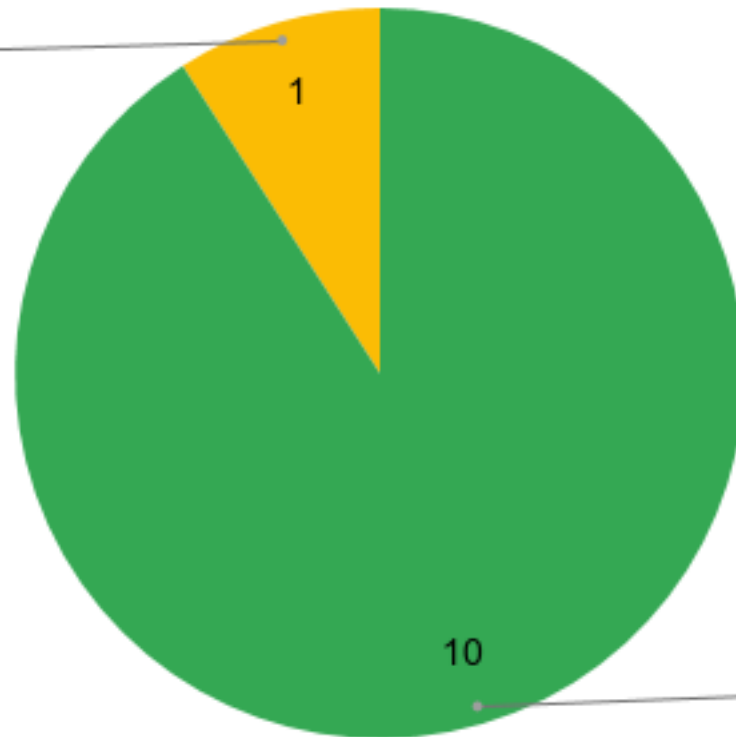
Gebruiken Veiligheidsregio's de Handreiking communicatieaanpak corona van de Rijksoverheid?



Alle Veiligheidsregio's gebruiken de communicatiemiddelen van de Rijksoverheid.

Gebuiken Veiligheidsregio's communicatiemiddelen van de Rijksoverheid?

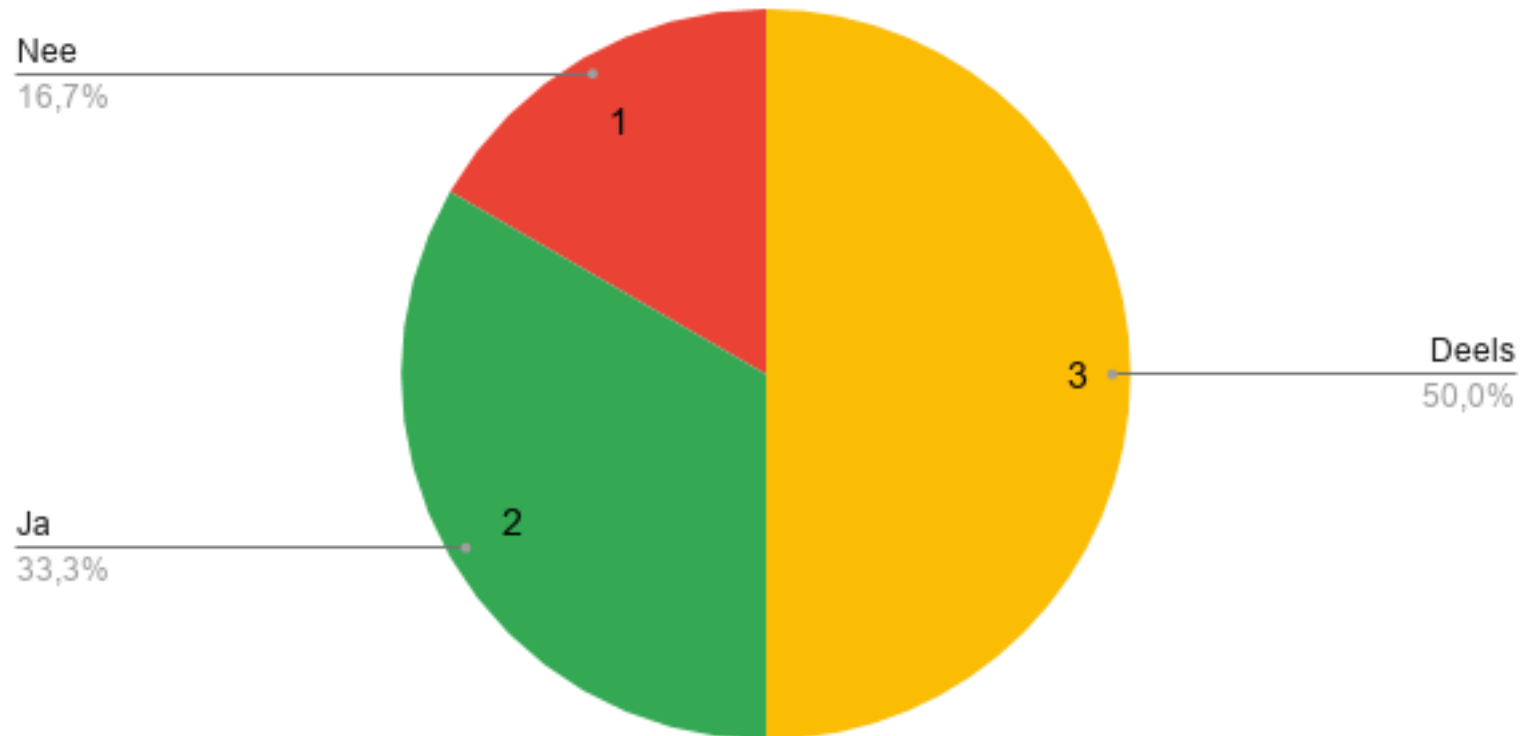
Deels
9,1%



Ja
90,9%

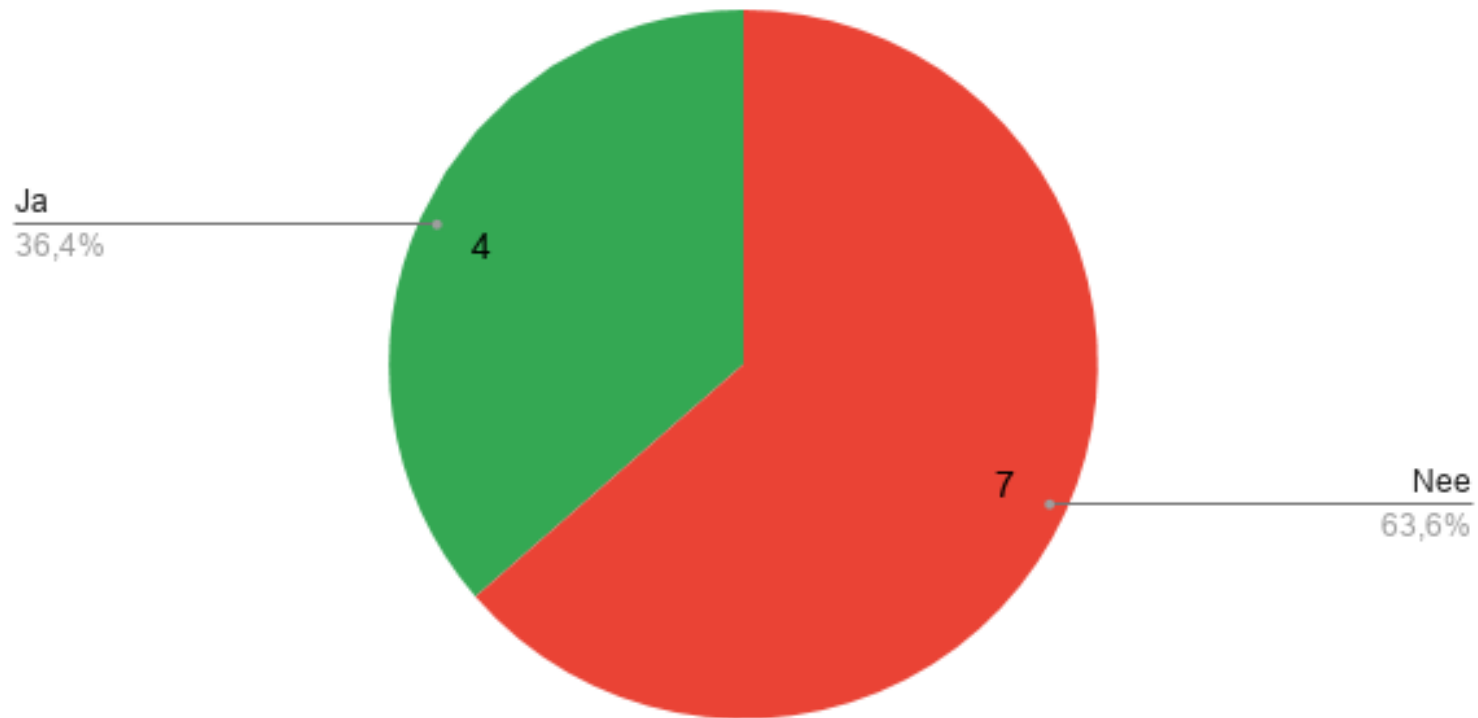
De Veiligheidsregio's gebruiken ook communicatiemiddelen van andere partijen dan de rijksoverheid.

Gebruik Veiligheidsregio's communicatiemiddelen van andere partijen?



Een op de drie Veiligheidsregio's heeft wel behoefte aan meer regionale of landelijke ondersteuning.

Heb je behoefte aan meer regionale of landelijke ondersteuning op het gebied van communicatie?



Meer behoefte aan landelijke ondersteuning.

Een aantal Veiligheidsregio's heeft behoefte aan meer landelijke ondersteuning, daarbij wordt genoemd:

- Landelijke coördinatie, landelijke afstemming met veiligheidsregio's, intensievere samenwerking gemeenten, GGD – GHOR veiligheidsregio's
- Landelijk afgestemd materiaal, outdoor campagnes
- We zouden ontzettend geholpen als er landelijk veel meer communicatiemiddelen beschikbaar zouden worden gesteld.

Welke middelen maken Veiligheidsregio's zelf?

De Veiligheidsregio's maken vooral zelf:

- Content specifiek voor de regio (6x)
- Campagnemateriaal (3) voor outdoor, jongeren en specifieke maatregelen.

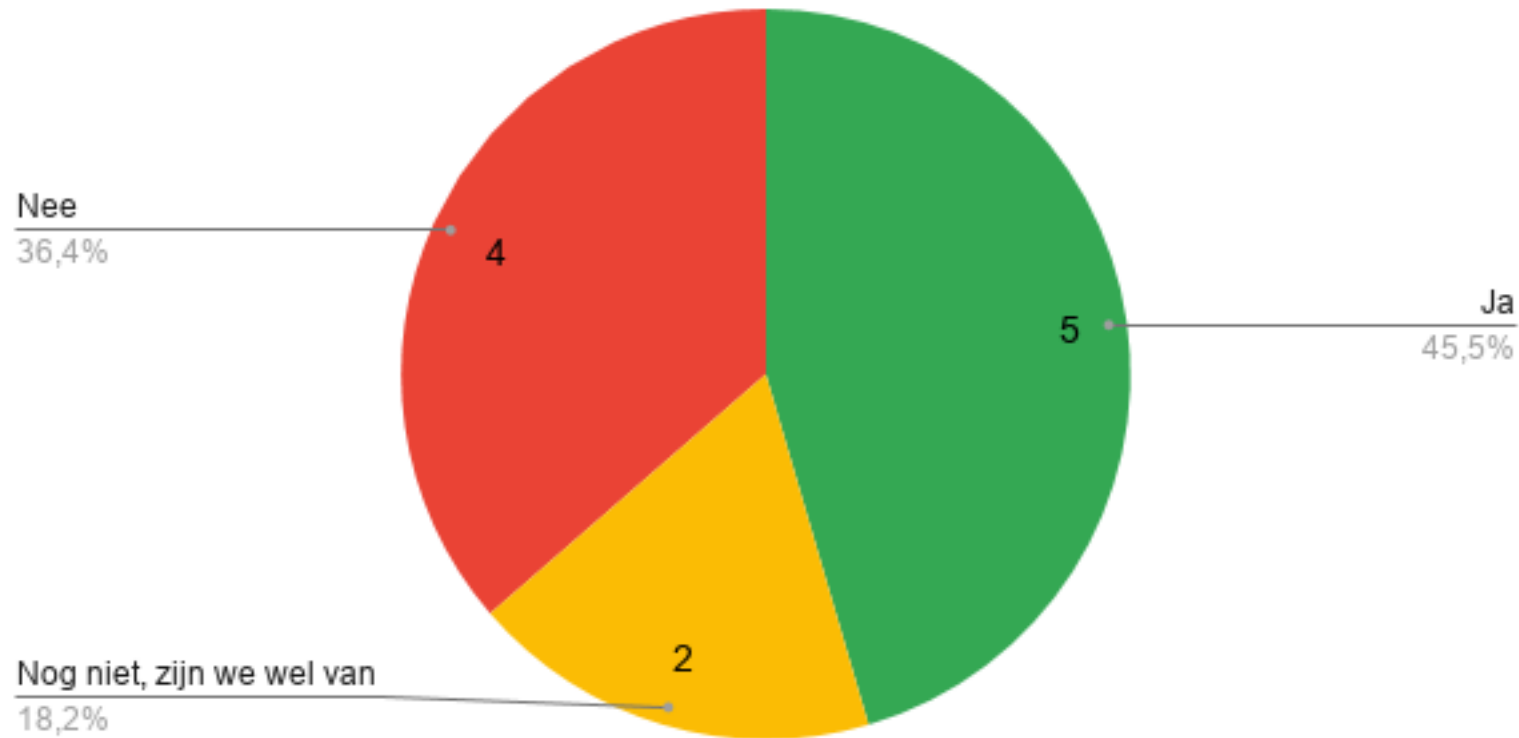
Twee Veiligheidsregio's geven aan dat ook te doen, omdat de landelijke middelen op zich lieten wachten.

Andere middelen die worden genoemd zijn presentaties voor gemeenteraden, omgevingsanalyse, persberichten en social media.

"We zijn gestart met een specifieke campagne gericht op jongeren: Slimmer Chillen is coronakillen, omdat een landelijke campagne voor jongeren op zich liet wachten. Inmiddels zijn 11 veiligheidsregio's bij deze campagne aangehaakt."

Meer dan de helft van de Veiligheidsregio's doet geen peilingen/metingen onder inwoners over corona.

Doen Veiligheidsregio's peilingen/metingen onder inwoners/publiek over corona?



Meer weten?

Heb je vragen over dit onderzoek of wil je meer weten?

Neem dan contact op met:

- André Manning, directeur van Logeion, amanning@logeion.nl, 06-80064418
- Renata Verloop, zelfstandig adviseur overheidscommunicatie, renata@renataverloop.nl, 06-46310703