



Juryrapport van de Galjaardprijs 2018

“Wat spannend, wat een lef dit jaar. Het zenden is echt voorbij. We zien in zoveel inzendingen zorg om échte betrokkenheid van mensen die er toe doen. Ook komt het belang van ervaren sterk naar voren: hoe maak je en hoe benut je het contact.” Met deze woorden verwoordde de jury van de Galjaardprijs 2018 na de jurybijeenkomst op 14 september haar bewondering voor de oogst van dit jaar. Uit 24 nominaties werden de 5 finalisten geselecteerd, die op donderdag 1 november met elkaar de strijd aanboden tijdens de Galjaarddag: hét nationale praktijkcongres voor publieke communicatie. Dit jaar dongen in totaal 55 projecten mee.

Chiel Galjaard, de prijs en de lezing

De beroepsvereniging eert met de Galjaardprijs J.M. (Chiel) Galjaard, de motor achter de VVO (een van de voorgangers van Logeion) en het onderwijs op het vlak van overheidscommunicatie. De prijs werd ingesteld na zijn overlijden in 2002. Velen herinneren hem als een inspirerende en veeleisende collega, die veel waarde hechtte aan onderbouwing van plannen en adviezen. In 1998 hield hij zijn laatste – openbare – les over overheidscommunicatie, bij welke gelegenheid de beroepsvereniging, samen met de Hogeschool Utrecht en SRM, de Galjaardlezing in het leven riep.

De Galjaardprijs werd voor het eerst toegekend in 2003. Sindsdien gingen achtereenvolgens met de vakprijs naar huis: Gemeente Amersfoort (2003), Sociale Verzekeringsbank (2004), Gemeente Zoetermeer (2005), Gemeente Groningen (2006), Belastingdienst (2007), UWV (2008), GGD Amsterdam (2009), Hulpverleningsdienst Groningen (2010), Gemeente Borne (2011), Programma Maklukzat (2012), Provincie Noord-Brabant en Beaumont Communicatie & Management (2014), GGZ Friesland (2015) en Provincie Overijssel en bureau Boerdam (2016). In 2017 won het Zuyderland ziekenhuis met ‘Zuyderland live!’ de Galjaardprijs.

Werkwijze

De jury bestond dit jaar uit Stef Petit (manager marketing en communicatie van het Zuyderland ziekenhuis, gastjurylid als winnaar in 2017), Reint Jan Renes (lector cross-mediale communicatie in het publieke domein aan de Hogeschool Utrecht), Guido Rijnja (erelid Logeion, werkzaam bij de Rijksvoorlichtingsdienst, voorzitter van de jury) en Vera de Witte (hoofd Beleidsstaf bij het Centraal Bureau voor de Statistiek).

De selectie vond plaats aan de hand van drie criteria. In welke mate is de inzending:

- a. **Inspirerend voor vakgenoten:** een aansprekend voorbeeld, brengt beweging, zet nieuwe standaard, wordt gedeeld met vakgenoten, is een voorbeeld voor anderen, zet het vak in beweging, vindt navolging en trekt (vak)media-aandacht.
- b. **Innovatief qua aanpak:** een vernieuwende activiteit, een bijzondere oplossing, een moment-in-time, een opmerkelijk proces, een andere denkwijze/aanpak, inzet bijzondere en nieuwe middelen of een nieuwe methode.
- c. **Impactvol qua resultaat:** duidelijk resultaat, effectief, meetbaar: betekenisvol, accountable, aantoonbaar effectieve bijdrage aan het succes van de organisatie, bekendheid bij stakeholders en doelgroepen.

In 2015 werd de scope van de Galjaardprijs verbreed van overheidscommunicatie naar publieke communicatie. Sindsdien staat het inzenden open voor programma's vanuit de overheid zelf, maar ook voor samenwerkingsverbanden en andere organisaties. Sinds dit jaar vindt de uitreiking van de Galjaardprijs plaats als onderdeel van het Nationale Praktijkcongres voor Publieke Communicatie, een initiatief van Logeion.

In elke provincie zijn dit voorjaar regiojury's gevormd. Elke regiojury bestaat uit ervaren vakgenoten met een goed netwerk in hun provincie. Meestal drie communicatieprofessionals, waarvan er minstens één lid is van Logeion en vaak zijn de regiojuryleden ook betrokken bij regionale communicatiekringen. Die stimuleren hun leden om in te zenden en organiseren soms een aparte Galjaard bijeenkomst in de regio. De regiojuryleden zijn bekend gemaakt op de Galjaardsite. Zij sporen aansprekende communicatieprojecten op en motiveren initiatiefnemers om zich aan te melden voor de Galjaardprijs. Uit de inzendingen in hun provincie nomineert elk regiojury's maximaal drie projecten op basis van de drie Galjaardcriteria.

Uit alle landelijke (d.w.z. provincie-overstijgende) inzendingen nomineert de landelijke Galjaardcommissie ook drie projecten. De Galjaardcommissie van Logeion stond dit jaar onder leiding van Arjen van Leeuwen, zelf winnaar in 2012. Het team bestaat uit bevlogen professionals die de regiojury-aanpak coördineerden en met het bureau van Logeion de Nationale Praktijkcongres voor Publieke Communicatie hebben voorbereid. De Galjaardprijs - publieks- en vakjuryprijs - maken deel uit van deze dag. Sinds drie jaar verschijnt bovendien een boek met bijdragen van deelnemers en andere 'Smaakmakers van het vak'.

Alle inzendingen zijn snel zichtbaar geworden op de site www.galjaarddag.nl. Inzenders leveren hiervoor zelf een beeld en korte toelichting op de inzending aan. De inzendingen moeten betrekking hebben op de periode 1 maart 2017 – 1 juli 2018. De inzendtermijn sloot op 1 juli. Uit de 55 inzendingen zijn 24 projecten genomineerd. Op 14 september 2018 heeft de vakjury uit de nominaties vijf finalisten gekozen. Deze selectie is op 19 september bekend gemaakt via allerlei kanalen. Op 3 oktober heeft de jury met de finalisten gesproken over achtergronden, beweegredenen en resultaten. Ook is op die dag een filmpje opgenomen, met het oog op de stemming voor de publieksprijs via de site vanaf maandag 8 oktober.

Op 1 november 2018 vond de Galjaarddag plaats. Op deze dag gaven de finalisten een inspiratiesessie waar het publiek hen konden bevragen. De jury heeft aan het eind van de middag de vak- en publieksprijs uitgereikt.

Zie de website: www.galjaarddag.nl voor informatie over inzendingen, nominaties en finalisten.

Algemene bevindingen van de jury

De jury heeft met veel interesse de toelichtingen op de inzendingen doorgenomen, de onderliggende documenten bestudeerd en de waaier aan uitingen bekeken. In de bespreking kwamen enkele thema's naar voren, de rode draden in de inzendingen voor de Galjaardprijs 2018:

We verbinden

Alsof ze duidelijk maken hoe professionals in de publiek communicatie de tijdgeest verstaan: zo komen drie categorieën inzendingen naar voren, die duidelijk maken hoe de professie uiteindelijk gericht is op verbindingen, steeds weer:

- 1) Mensen aan je binden. Het komt er op aan om medewerkers een thuis te geven en om te beginnen burgers en ondernemers duidelijk te maken dat je er bent, hen herkent en erkent. Misschien is dit in een netwerksamenleving met alle fragmentatie en complexiteit van dien wel belangrijker dan ooit. Oftewel de zorg om het imago – hoe anderen over je nadenken – verdwijnt niet bepaald, maar krijgt een nieuwe invulling. Dat wil zeggen dat het minder om huisstijl en gaat en meer hoe je in je uitingen en gedragingen tot een onderscheidende positionering komt.
- 2) Verbinden op thema's. We zien in veel inzendingen hoe de energie gericht wordt op kennisvergroting en bewustwording omtrent thema's. Dit lijkt enigszins contrair aan wat hierboven staat over het binden aan de organisatie, maar hangt er goedbeschouwd mee samen: je bindt mensen niet aan je bij verkiezingen door de waarde van de organisatie of het systeem te benadrukken, maar om concreet te worden en aan te geven hoe je rond issues die er voor mensen toe doen het verschil kunt helpen maken.
- 3) Verbinden op verschillen. Deze derde categorie verrast niet echt, maar maakt wel duidelijk hoezeer lastige opgaven, conflicten en kritieke gebeurtenissen de kern vormen van veel overheidswerk – en dus van de mensen die van communicatie hun vak maken. Veel projecten gaan over de manier waarop je belanghebbenden kunt snappen en de betekenis van hun verwachtingen en gedragingen kunt benutten bij het duidelijk maken van het waarom van verstoringen en andere opgaven waar overheid bij aan te pas komt.

We durven

Vorig jaar plaatste de jury op dit punt een kritische noot: was het niet allemaal teveel van het zelfde, wie durft de gebaande paden los te laten. Me dunkt dat we dit jaar onze lol op kunnen surfen door de inzendingen en je ziet dat er begeesterd wordt gezocht naar nieuwe combinaties: journalisten en gemeenten kunnen samen een nieuwstafel maken en klassieke werkvormen als een open dag kunnen anders worden gezien. Er is dan ook sprake van meer variatie bij de inzendingen. Communicatie-medewerkers gaan ook veel meer de straat op om verhalen op te pikken en die verder te dragen binnen de organisatie. Durf is het ook als je complexe thema's kunt terugbrengen tot simpele vragen en vanuit het contact dat dan ontstaat de spreekwoordelijke varkentjes te wassen.

We delen

Misschien niet verrassend, maar uitermate informatief en uitnodigend is het te zien hoe inzenders duidelijk maken op welke wijze je netwerken bouwt en mensen kunt aanzetten tot samenwerking rond issues op het vlak van onder meer zorg, verkeer en vervoer en ruimtelijke ordening. We zien dat de overheid steeds beter in staat is om verantwoordelijkheden te delen en – al dan niet tijdelijke platforms te helpen vormen om problemen aan te pakken. Hoe slaag je er in peer-to-peer publieksgroepen een zorg die ze voelen of een belang dat ze delen, verder te brengen. De overheid kan vaak door partijen te koppelen of met een kleine bijdrage of faciliteit

helpen meer samen te doen. Soms kan ze gewoon op afstand blijven. We zien meerdere voorbeelden van interesse in de letterlijke betekenis van het begrip: er tussen zijn, als het er op aankomt.

We ervaren

Het zenden is voorbij, noteerden we al snel als jury, toen we zagen hoe meer inzendingen lieten zien dat het er niet om draait om te overtuigen, over te brengen of over te halen: laat mensen zélf ervaren wat een knelpunt is, wat hun impliciete, vaak onbewuste keuze ten aanzien van bepaald wenselijk of onwenselijk gedrag is. Vooral de ervaring van mens tot mens telt: zie je mij staan, vind ik jou echt? Ervaring telt, als je de betrokkenheid wilt vergroten bij doelen op het vlak van gezond leven of duurzaamheid. Zoek de mensen op en laat het gebeuren, komt als boodschap naar voren, laat mensen hun verhaal doen. En schroom niet die soms ruwe, vaak onaffe suggesties in wat deftig de leefwereld wordt genoemd te confronteren met de goede bedoelingen van de systeemwereld, met al z'n uniforme regels en voorzieningen.

We onderbouwen

Het blijft een heikel punt bij het doornemen van de inzendingen: wat bewijst dat het gaat werken of heeft gewerkt? In wisselende mate maken inzenders duidelijk wat hun doen (en steeds meer: laten) schraagt. Maar als je niet duidelijk kunt maken wat de mechanismen zijn achter een interventie, hoe kun je de ervaringen dan verder brengen, hoe lukt het de impact aan te tonen en – ook niet onbelangrijk – hoe kun je verantwoorden wat met belastinggeld wordt ondernomen. Dit punt schuurt vanzelfsprekend met de constatering dat steeds meer durf uit de inzendingen spreekt. Veel begint met duidelijk maken met hoe je leert tijdens de rit, van wat zich in de werkelijkheid ontfouwt, bedoeld en onbedoeld. Onderbouwen is niet alleen ex ante je doelen kenbaar maken en ex ante laten zien of die beloften bewaarheid zijn. Je hebt nu eenmaal niet alles in de hand, maar laat wel zien hoe jij weet dat je snapt wat er gebeurt.

Finalisten

De vijf nominaties voor de Galjaardprijs zijn:

- **Doe- en beleefdag van Maastricht Universitair Medisch Centrum:** een traditioneel concept – de open dag – wordt in een nieuwe jas gestoken. Het publiek wordt niet alleen in het ziekenhuis uitgenodigd, maar kan ervaren wat patiënten meemaken. We volgen de echte verhalen van Annette, Carla, Els, Hans en Raymond bij een bezoek aan operatiekamers, spreekruimten, laboratoria en we kunnen mini-colleges volgen van de medewerkers. Medewerkers én publiek zijn een ervaring rijker.
- **Het verhaal van de stad van de gemeente Rotterdam:** in reactie op een onrustige periode van bezuinigingen en hervormingen gingen medewerkers op zoek naar verhalen van Rotterdammers: wat speelt er en wat verwachten ze? Duizenden gesprekken op straat leverden een waaier aan inzichten op voor de dienstverlening, beleidsprioriteiten en manieren van communiceren. Het nieuwe gemeentebestuur liet zich er door inspireren bij het nieuwe werkprogramma.
- **Elfwegentocht van de Stichting FossylFrij Fryslân:** in een toch al druk jaar als Culturele Hoofdstad van Europa besloten overheden en bedrijven in Friesland een uitdaging aan te gaan om twee weken fossielvrij te maken. Studenten leverden het idee, velen haakten in. De Freonen (vrienden) van FossylFrij Fryslân wisten vele media, personen (waaronder de Koning en de Koningin) en organisaties als Urgenda aan zich te

binden. Geheel fossielvrij lukte niet helemaal, maar het vlammetje brandt nog steeds.

- **Mag ik bij jou wonen van Oosterbreedte:** het werven van pleeggezinnen vraagt overal creativiteit en een lange adem. Op het Van Heekplein in Enschede zorgt een meisje met het bordje 'mag ik bij je wonen?' voor een spontane beweging, ter plekke en op de sociale media. De 'funnel-aanpak' met o.a. webanalytics leidt naar veel belangstelling in de kansrijke doelgroep en bezoek aan informatieavonden. 40 aanmeldingen zijn het gevolg en de doorwerking is groot, getuige de belangstelling op andere informatiebijeenkomsten.
- **Ik teken voor 80 van 1Twente Enschede:** een samenwerking van gemeente, media en journalisten. De gemeente Enschede werpt een nieuw licht op een oud thema: opkomst voor gemeenteraadsverkiezingen. Veronderstelling: als mensen ervaren dat er écht naar hen geluisterd wordt, nemen ze de gemeente en verkiezingen serieus. Door politici te helpen luisteren en platforms voor verhalen van burgers te creëren, nam de opkomst voor de verkiezingen toe, maar leerden burgers, media en overheid elkaar ook beter kennen.

Winnaar vakprijs en publieksprijs

De vakjury heeft de Galjaardprijs 2018 toegekend aan de Elfwegentocht. Volgens de jury zijn de initiatiefnemers er in geslaagd vele burgers en organisaties te mobiliseren en in korte tijd een aanstekelijk weefsel te spannen. Terwijl bestuurders en beleidsmakers in 'Den Haag' nog worstelen over het klimaat, is Friesland aan de slag gegaan. Goed voorbeeld doet goed volgen. Namens het team nam Bouwe de Boer de prijs in ontvangst.

Het publiek koos met 44 procent van de stemmen voor 'Mag ik bij jou wonen?' van Oosterbreedte, in opdracht van jeugdhulporganisatie Jarabee. In totaal werden 4335 stemmen uitgebracht.

Namens de jury, de voorzitter: Guido Rijnja

Den Haag, 1 november 2018