

# Communicatiestrategie & uitvoeringsplan

VTH-beleid gemeente Raalte



Gemeente Raalte

# Communicatiestrategie: wat zijn de grote lijnen?

Gemeente Raalte: een gemeente waar samen doen een grote rol speelt. Dat zich kenmerkt door nuchterheid, bescheidenheid en hard werken. Een gemeente in het hart van Salland met een duidelijk plattelandskarakter, tussen Zwolle, Deventer en Twente in. Dit DNA is ook terug te zien in de gemeentelijke organisatie. De gemeente wil het samenwerken aan een fijne leefomgeving zo veel mogelijk faciliteren. En daar horen ook regels bij. Dat is waar het team Vergunningverlening, Toezicht en Handhaving (VTH) zich mee bezig houdt. Zij werken aan een mooi, veilig en gezond Raalte waar iedereen met plezier kan wonen.

In 2021 heeft team VTH een ambitiesdocument opgesteld. In dat document staat welke strategische keuzes gemeente Raalte maakt op het gebied van vergunningen, handhaving en toezicht en waar de prioriteiten liggen. Dit document is in november 2021 vastgesteld door de gemeenteraad. Onderdeel van dit ambitiesdocument is de strategische keuze om in te zetten op preventie: het voorkomen van overlast en overtreding van regels. Communicatie is één van de onderdelen die daaraan bijdraagt.

In deze communicatiestrategie en het bijbehorende uitvoeringsplan beschrijven we op welke manier communicatie kan bijdragen aan de ambities uit het ambitiesdocument. In de communicatiestrategie werken we op hoofdlijnen de strategische keuzes uit om met communicatie bij te dragen aan de algemene preventiestrategie van VTH. In het uitvoeringsplan werken we communicatieacties verder uit op basis van twee actuele thema's die spelen in gemeente Raalte, namelijk overlast van fietsen in het centrum en ondermijning in het buitengebied.

## Even kort op een rijtje...

### Het probleem

Gemeente Raalte wil meer preventief optreden, zodat handhavingsacties zoveel mogelijk voorkomen worden. En inwoners meer bewust maken van de regels die er zijn. Maar hoe doen we dat?

### Dus de communicatievraag is...

Hoe maken we onze inwoners meer bewust van de regels die er zijn? En hoe zorgen we ervoor dat we het uitschrijven van boetes zoveel mogelijk voorkomen?

## Context – wat speelt er?

Om te bepalen hoe we communicatie over het VTH-beleid insteken, is het belangrijk om eerst een goed overzicht te hebben van wat er speelt. Zowel binnen de gemeentelijke organisatie als in de samenleving.

### DNA van Raalte

Samen is een woord dat typisch is voor Raalte. Er is noaberschap, mensen kijken naar elkaar om en er zijn tal van evenementen die mede door vrijwilligers worden opgezet. Raalte is een groene gemeente met veel buitengebied. Maar ook met stedelijk gebied, in de kernen van Raalte en Heino.

Een aantal collega's van team VTH beschreef het DNA van Raalte met de volgende woorden: bourgondisch, makkelijk, doeners, losse sfeer, open-minded, nukkig, menselijk en zorgen voor elkaar. En er is ook een hoop trots. Met name op de eigen dorpen waar men woont.

Klantgericht, pragmatisch en oplossingsgericht werken zijn de kernwaarden van VTH bij gemeente Raalte. Er wordt gewerkt

en gecommuniceerd met inwoners op basis van de principes van de Omgevingswet: snel, persoonlijk, betrokken, eenvoudig, relevant, transparant en consistent.

Een hoop bijvoeglijke naamwoorden op een rijtje. Maar het karakter van samen doen, de schouders eronder, omkijken naar elkaar en de nuchtere en losse sfeer komen duidelijk in het DNA van Raalte naar voren.

### Inzetten op preventie

De gemeenteraad heeft in 2021 ingestemd met het ambitiesdocument VTH. Eén van de prioriteiten in dit document is de inzet op bewustwording en preventie. Er zijn verschillende onderwerpen die in meer of mindere mate spelen in gemeente Raalte. Zoals: overlast van het stoken van hout, brandveiligheid boven winkelpanden, parkeeroverlast, overlast van hondenpoep en geluidsoverlast. De inzet van VTH op deze onderwerpen is gebaseerd op veiligheidsrisico's en wat inwoners van de gemeente belangrijk vinden. Daarbij wil de gemeente ook meer vanuit een thematische aanpak werken in de communicatie over het VTH-beleid. Op basis van deze wens werken wij verderop in deze strategie twee lokale en actuele thema's (fietsoverlast in het centrum & ondermijning) verder uit.

Met een preventieve strategie wil gemeente Raalte ervoor zorgen dat overtredingen worden voorkomen, in plaats van het uitdelen van waarschuwingen en boetes. Voorlichting en communicatie helpen hierbij. Het is belangrijk om duidelijk te maken welke kaders en regels er gelden. En inwoners te stimuleren om eigen verantwoordelijkheid te nemen en te verleiden tot het naleven van goed gedrag.

### De gemeenteraad is actief betrokken in het VTH-beleid

De gemeenteraad heeft bewust een actieve rol gekregen in het vaststellen van het VTH-ambitiesdocument. De Raad committeert zich aan de ambities die de gemeente heeft en de inzet op communicatie, gericht op bewustwording en preventie.

### Campagnes in het verleden

In gemeente Raalte is er in het verleden (2008) een campagne geweest om overlast van hondenpoep te verminderen. Door de inzet van campagnebeeld Rakker en een positieve, humoristische insteek wilde de gemeente ervoor zorgen dat buurtbewoners elkaar aanspraken op ongewenst gedrag. Ook werd het melden van overlast gemakkelijker gemaakt en werd daar actief opvolging aan gegeven door hondenbezitters op hotspots door middel van borden op te roepen om hondenpoep op te ruimen.

Bij het afschaffen van het betaald parkeren in Raalte is er al op een preventieve manier en met positieve toon gecommuniceerd richting overtreders. Zij werden niet direct op de bon geslingerd, maar kregen een waarschuwing waarbij op positieve manier werd uitgelegd dat in het vervolg een parkeerkaart nodig is.

De insteek van deze campagnes past al goed bij een preventieve strategie: met een positieve toon je punt maken, zonder met het vingertje te zwaaien of mensen gelijk een bekeuring te geven.



Verharding van de maatschappij

De wereld waarin de vergunningverleners, toezichthouders en handhavers werken verandert continu. De maatschappij verhardt, inwoners worden mondiger en de kloof tussen inwoners en overheden wordt groter. Ook neemt het wantrouwen richting de overheid in zijn algemeenheid toe, mede te wijten aan bijvoorbeeld de aanpak van het gasdossier in Groningen, de Toeslagenaffaire en de stikstofmaatregelen. Deze landelijke issues raken ook aan de communicatie-inspanningen die gemeente Raalte doet. Want hoe bereik je een inwoner die de gemeente wantrouwt? De toon, vorm en manier waarop je communiceert zijn hierbij cruciaal. Het maken van de juiste keuzes hierin draagt bij aan het behoud van een goede reputatie als gemeente.

## Communicatiedoelstellingen

De communicatiedoelstellingen die we met deze strategie willen bereiken zijn als volgt:

1. Onze inwoners weten waar zij de regels op het gebied van vergunningen, toezicht en handhaving kunnen vinden en waar zij terecht kunnen met vragen;
1. Onze inwoners zijn gemotiveerd om deze regels na te leven;
1. Het aantal meldingen, klachten, boetes en overtredingen vermindert na 1 jaar met X%\*;

Deze doelstellingen zijn zo specifiek mogelijk opgeschreven, zodat ze uiteindelijk ook meetbaar zijn. In de doelstellingen wordt zowel ingegaan op kennis (oftewel bewustwording, doelstelling 1), houding (doelstelling 2) en gedrag (doelstelling 3).

\*We hebben op dit moment geen zicht op het aantal meldingen/klachten/boetes/overtredingen. We bepalen samen met team VTH wat een realistische doelstelling is.

## Doelgroepen

De inwoners van gemeente Raalte zijn één van de belangrijkste doelgroepen voor de gemeente. Zij zijn weer onder te verdelen in een groot aantal verschillende doelgroepen. Hieronder staat een overzicht van de doelgroepen beschreven.

Wie?	Rol/invloed
<b>Inwoners</b>	<b>Willen fijn wonen/werken/leven in de gemeente</b>
Agrariërs	Komen mogelijk in aanraking met thema ondermijning
Inwoners in het buitengebied	Komen mogelijk in aanraking met thema ondermijning
Toeristen/dagjesmensen	Zijn op bezoek in de gemeente, willen genieten en geen overlast ervaren & moeten weten welke regels waar gelden
Bezoekers centrum Raalte	Maken gebruik van voorzieningen in centrum, bezoeken het dorp per fiets/auto/te voet
Scholieren	Bezoeken winkels (met name supermarkt) in centrum, tijdens of vlak na schooluren
Ouderen	Bezoeken voorzieningen centrum, met name op tijden als het wat rustiger is
Inwoners gemeente in brede zin	Moeten zich houden aan bestaande regelgeving rondom VTH, veroorzaken bewust/onbewust overlast of overtreden regels, willen weten waar informatie te vinden is over VTH
Beheerders buurtwhatsappgroepen	Spreekbuis richting een specifieke buurt
<b>Winkeleigenaren</b>	<b>Hebben te maken met vergunningen, ervaren de gevolgen van niet naleven van regels (bijv. overlast fietsers in het centrum) of overtreden zelf regels (bijv. ondermijning)</b>
<b>Horeca-ondernemers</b>	<b>Hebben te maken met vergunningen, ervaren de gevolgen van niet naleven van regels (bijv. overlast fietsers in het centrum) of overtreden zelf regels (bijv. ondermijning)</b>
<b>Verenigingen</b>	<b>Hebben te maken met vergunningen, signaleren dingen die spelen in de samenleving en zijn spreekbuis richting hun leden</b>
<b>Gemeente Raalte</b>	<b>Verantwoordelijk VTH-beleid en uitvoering</b>
Burgemeester	Eindverantwoordelijk/gezicht van de gemeente

Portefeuillehouder	Verantwoordelijk voor VTH-beleid
Gemeenteraad	Besluitvormend over VTH-beleid
Team VTH	Geeft uitvoering aan het VTH-beleid
Team communicatie	Adviseert & ondersteunt in uitvoering communicatie over VTH
Sociaal domein	Raakvlakken op gebied van sociaal-maatschappelijke vraagstukken (bijv. verslaving)
Uitkeringen	Raakvlakken op gebied van vraagstukken m.b.t. ondermijning
Frontoffice (receptie/telefoniste)	Eerste persoon die stakeholders spreken bij vragen
Erfcoaches	Schakel tussen gemeente en agrariërs
<b>Samenwerkingspartners</b>	<b>Gezamenlijk belang om te zorgen voor goede informatieverstrekking en tegengaan van overlast/overtreding van regels</b>
Omgevingsdienst IJsselland	
Politie/wijkagenten	
Belastingdienst	
Veiligheidsregio IJsselland	
Provincie Overijssel	
Brandweer IJsselland	

## Communicatiestrategie

Om de bovengenoemde communicatiedoelstellingen te bereiken, adviseren we om in te zetten op verschillende communicatiesporen, namelijk:

<b>Spoor 1</b>	Zorg dat informatie over vergunningen, toezicht en handhaving goed vindbaar én begrijpelijk is <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eén online VTH-loket</li> <li>• B1-taalniveau</li> <li>• Video's en infographics</li> </ul>
<b>Spoor 2</b>	We zetten in op preventieve communicatie, met een persoonlijke benadering en toon die past bij de doelgroep en het DNA van de gemeente <ul style="list-style-type: none"> <li>• Altercasting</li> <li>• Rolmodellen als afzender</li> <li>• Verspreiding via inwoners met groot bereik</li> <li>• Een passende toon</li> </ul>
<b>Spoor 3</b>	We zetten specifiek in op gedragsinterventies <ul style="list-style-type: none"> <li>• Beïnvloeden van onbewust gedrag</li> </ul>
<b>Spoor 4</b>	Maak de communicatie-inspanningen meetbaar <ul style="list-style-type: none"> <li>• Doe een 0-meting en 1-meting</li> </ul>

### Spoor 1

#### **Zorg dat informatie over vergunningen, toezicht en handhaving goed vindbaar én begrijpelijk is**

Goede communicatie begint met een goede basis. Er is veel informatie beschikbaar over bijvoorbeeld het aanvragen van vergunningen, de regels die er in de gemeente zijn of waar mensen een melding kunnen maken. Echter, die is nu verspreid over de website van gemeente Raalte te vinden. Vanaf de homepage is niet gelijk duidelijk waar je naartoe moet gaan om de informatie te vinden die je zoekt over vergunningen, toezicht of handhaving. Via de zoekbalk kom je er uiteindelijk wel,

maar echt gemakkelijk vindbaar is het niet. Om informatie zo centraal mogelijk te ontsluiten en ervoor te zorgen dat mensen niet hoeven te zoeken, adviseren we om alle informatie over vergunningen, toezicht en handhaving zoveel mogelijk vanuit 1 (online) pagina te ontsluiten (bijvoorbeeld [www.raalte.nl/vth](http://www.raalte.nl/vth)) als een online VTH-loket. En we adviseren om op de homepage een directe link te plaatsen naar dit loket, zodat mensen de zoekbalk niet meer hoeven te gebruiken. Vanuit dit loket vind je:

- Waarvoor je een vergunning moet aanvragen (of waarvoor niet), en hoe je dat doet (ook in het kader van de nieuwe Omgevingswet);
- Wat de regels zijn rondom meest voorkomende thema's waar overlast bij is (bijv. parkeren, fietsen in centrum, geluidsoverlast etc.);
- Waar je terecht kan met vragen of een melding kunt doen, en hoe je dat doet.

Niet iedereen praat Nederlands op hetzelfde taalniveau. Laaggeletterdheid is ook in gemeente Raalte aan de orde. In 2019 waren zo'n 4000 inwoners uit de gemeente naar schatting laaggeletterd. Dat komt neer op zo'n 10% van het totale inwoneraantal. Het taalniveau B1 bestaat uit woorden die bijna iedereen in Nederland kent. We adviseren daarom om alle communicatie over VTH-beleid op B1-niveau uit te voeren. En lastige woorden, zoals 'procedure', 'bestuursrechtspraak', 'particulier', 'selectiecriteria' of 'vergunningsplichtig' te vermijden. Daarbij raden we ook aan om beeld, zoals video's en infographics, in te zetten ter ondersteuning van ingewikkelde teksten of stappen die inwoners moeten doorlopen.

In alle communicatie-uitingen over VTH-beleid kan worden verwezen naar deze centrale informatieplek. Zorg er daarbij ook voor dat in de organisatie goed geregeld is hoe en binnen welke tijd binnenkomende vragen worden opgepakt. Zo voorkomen we dat mensen met hun vraag van het kastje naar de muur worden gestuurd of lang moeten wachten op hun antwoord.

## Spoor 2

### We zetten in op preventieve communicatie, met een persoonlijke benadering en toon die past bij de doelgroep en het DNA van de gemeente

#### Preventieve communicatie

De gemeente wil vanuit een positieve en preventieve insteek communiceren. Dit past zowel bij de ambities die Raalte heeft op VTH-gebied als bij de kernwaarden van de gemeente. We gaan daarom in onze communicatie niet 'wijzen met het vingertje' om te vertellen hoe het niet moet, maar we laten zien wat er wél goed gaat, wat het positieve effect is van het naleven van regels en hoe mensen hier zelf aan kunnen bijdragen. Een aantal voorbeelden van een positieve framing vind je hieronder:

NIET	WEL
U bent winkelande mensen tot last omdat u fietst in een voetgangerszone	Fijn dat u van uw fiets stapt en ervoor zorgt dat bezoekers van ons dorp ongestoord kunnen winkelen!
Ruim uw hondenpoep op, want spelende kinderen hebben hier last van	Kinderen uit de straat kunnen hier spelen in een poepvrije speeltuin, bedankt daarvoor!
Misstanden worden niet altijd bij ons gemeld, doe dat wel zodat we Raalte veilig houden!	Bedankt dat u zo'n oplettende inwoner bent en misstanden meldt! Samen houden we de gemeente veilig.

We gebruiken daarbij in alle communicatie-uitingen een positieve boodschap als insteek. We maken hierbij gebruik van altercasting. Altercasting is een gedragstechniek waarbij je de doelgroep in een bepaalde sociale rol plaatst om zo het

gedrag dat je graag wilt zien te activeren. Onderzoek laat zien dat je met altercasting gedrag kunt beïnvloeden. De inzet van altercasting maakt het makkelijker voor mensen om zelf een bepaalde rol te accepteren. Je kunt namelijk handelen in die gewenste rol, iets wat ons onderbewustzijn graag doet. In dit geval plaatsen we de ontvanger van de boodschap in de rol van degene die het gewenste gedrag uitvoert. Dus bijvoorbeeld: bedankt dat u zo'n oplettende inwoner bent! Hiermee plaatsen we de ontvanger van de boodschap in de rol van oplettende inwoner. En hoewel hij of zij misschien wel helemaal niet zo oplettend is en nooit een melding maakt, kunnen we diegene stimuleren om dit juist wél te doen door hem of haar in die gewenste rol te zetten.

Onze kernboodschappen en slogan gaan ook uit van het principe van altercasting. Deze lees je verderop in dit document.

### **Persoonlijke benadering**

Een persoonlijke benadering past bij het karakter van Raalte. Inwoners van gemeente Raalte kijken naar elkaar om en vinden het belangrijk om hun steentje bij te dragen. In de communicatie speelt een persoonlijke benadering daarom een belangrijke rol: zowel in het contact met mensen als in de manier waarop we mensen aanspreken. We adviseren om in de communicatie gebruik te maken van rolmodellen als afzender van de boodschap. Het liefst mensen die herkenbaar zijn in Raalte. Denk aan de wijkagent, een voorzitter van een vereniging, een ondernemer, een agrariër enzovoort. Laat hen de positieve boodschap uitspreken richting verschillende doelgroepen.

Waar de rolmodellen de afzender zijn van een bepaalde communicatieboodschap, kunnen we in het verspreiden van deze boodschappen gebruik maken van inwoners die een groot bereik hebben. Denk aan beheerders van buurtwhatsappgroepen, voorzitters van verenigingen, erfcoaches die bij agrariërs komen, decanen op scholen etcetera. In plaats van schieten met hagel en het uitstorten van een brede, massale boodschap kiezen we dus juist voor de persoonlijke benadering en zetten we persoonlijke communicatiekanalen in.

### **Passende toon**

We slaan in onze communicatie een toon aan die past bij het karakter van gemeente Raalte. Een laagdrempelige, humoristische, positieve en tot actie aanzettende toon. Streektaal past daar ook bij, zowel richting jongeren als ouderen. Deze toon is ook terug te vinden in de kernboodschap, die als basis dient voor verschillende communicatieboodschappen.

## **Spoor 3**

### **We zetten specifiek in op gedragsinterventies**

Uiteindelijk wil gemeente Raalte een gedragsverandering zien bij mensen. Namelijk: minder overtredingen van regels. Helaas leidt goede informatievoorziening en een positieve houding van inwoners niet automatisch tot het gewenste gedrag. Want mensen denken in de meeste gevallen niet bewust na over hun gedrag. Ongeveer 90% van ons gedrag vindt onbewust plaats. Daarom adviseren we om gebruik te maken van variabele factoren en de onbewuste route zoals in het Motivacion model voor gedragsverandering wordt weergegeven.

Gedragstechnieken die daarbij passen zijn onder andere:

- Gebruik maken van een sociale norm
- Nudging technieken in de fysieke en digitale omgeving
- Altercasting waarmee we mensen in een gewenste rol plaatsen

Zo kan gemeente Raalte mensen verleiden om het goede gedrag uit te voeren, zonder dat ze daarbij bewust na te hoeven denken en handelen. In het uitvoeringsplan beschrijven we gedetailleerder hoe dit toe te passen is op de thema's overlast fietsen in het centrum en ondermijning in het buitengebied.

## Spoor 4

### Maak de communicatie-inspanningen meetbaar

Om te weten of je communicatie-inspanningen effect hebben, adviseren we om ze meetbaar te maken. Voer voorafgaand aan de inzet van deze communicatiestrategie een nulmeting uit waarbij je vraagt of mensen op de hoogte zijn van bestaande regelgeving, of ze weten waar ze terecht kunnen, in hoeverre zij geneigd zijn om de regels na te leven en of ze bereid zijn meldingen te maken wanneer er iets niet in de haak is. Breng ook in beeld hoeveel klachten, overtredingen, meldingen etc. er op dit moment binnenkomen. En doe dit vervolgens nog een keer na het implementeren van deze communicatiestrategie en de ontwikkelde gedragsinterventies. Zo kun je meetbaar maken of communicatie en interventies daadwerkelijk impact hebben en of we moeten bijsturen. We voorkomen daarmee dat we met hagel schieten, maar zetten gericht in op een verandering in bewustwording, houding en gedrag bij onze doelgroepen.

### Creatieve uitwerking

We adviseren om een herkenbare communicatiestijl te hanteren. Een 'kapstok' waaraan alle communicatieboodschappen over VTH-beleid kunnen worden opgehangen, uitgewerkt in een opvallende, herkenbare stijl die continu terugkomt. Samen vormen deze de creatieve uitwerking van deze communicatiestrategie en de kapstok waar alle communicatie-uitingen aan worden opgehangen.

### Slogan

We kiezen bewust voor een slogan die kort en persoonlijk is en een positieve lading heeft. We plaatsen daarbij de inwoners in de rol als iemand die een positieve bijdrage levert aan de leefomgeving. Met dank oel! bedanken we de inwoners voor hun bijdrage aan een fijne leefomgeving. We zetten de inwoners in een specifieke rol (altercasting) om ze zo te verleiden om dit gedrag na te leven. Streektaal maakt de boodschap lokaal en laagdrempelig.

We gebruiken de slogan als basis voor diverse communicatie-uitingen. In het uitvoeringsplan, dat gericht is op de thema's fietsoverlast in het centrum en ondermijning in het buitengebied, gaan we hier dieper op in. De slogan is tijdloos en kan ook worden toegepast in communicatie-uitingen die betrekking hebben op andere VTH-thema's, zoals een hondenpoepcampagne of een bewustwordingscampagne over brandveiligheid boven winkelpanden.

### Creatief concept

We adviseren om de communicatie rondom verschillende VTH-thema's campagnematig aan te pakken. Met een uitgewerkt creatief concept waar alle communicatie aan opgehangen kan worden. Onderdeel van dit creatief concept is bijvoorbeeld een herkenbare fotografiestijl en een opvallende opmaak passend bij de huisstijl en het DNA van Raalte. Zo zorg je ervoor dat je communicatie-uitingen herkenbaar zijn en opvallen. En dat de communicatieboodschap de ontvanger bereikt.

### Communicatiemiddelen

De communicatie voor de vier sporen bestaat uit verschillende middelen. Hieronder beschrijven we welk middel voor welk spoor, doelgroep en doelstelling is bedoeld. De gehele uitwerking van de middelen vind je in bijlage 1.

Communicatiemiddel	Spoor	Doelgroep	Doelstelling
Website gemeente Raalte	1, 2, 4	Inwoners in het algemeen, collega's Raalte	Kennis/bewustwording
Social media Raalte	1, 2, 4	Inwoners in het algemeen (op instagram is de doelgroep gemiddeld jonger)	Kennis/bewustwording & houding
Intranet gemeente Raalte	1, 2	Collega's gemeente Raalte	Kennis/bewustwording

Persberichten	1, 2	Pers/media & inwoners in het algemeen (met name oudere inwoners lezen geschreven media)	Kennis/bewustwording & houding
Huis-aan-huispagina	1, 2, 4	Inwoners in het algemeen (met name oudere inwoners lezen geschreven media)	Kennis/bewustwording
Flyers op specifieke thema's	1, 2, 4	Een specifieke groep inwoners, afhankelijk van thema waarover de flyer gaat	Kennis/bewustwording & houding
Evenementen, zoals Stöppelhaene of Sallandse Wandelvierdaagse	1, 2	Inwoners in het algemeen (afhankelijk van het evenement kun je hier ook de jongere doelgroepen goed bereiken)	Kennis/bewustwording, houding & gedrag
Buitenreclame	1, 2	Inwoners in het algemeen	Kennis/bewustwording
Gedragsinterventies	2, 3	Een specifieke groep inwoners, afhankelijk van thema waarover de flyer gaat	Houding & gedrag

## Uitvoeringsplan: hoe gaan we het doen?

In dit uitvoeringsplan geven we vanuit bovenstaande communicatiesporen invulling aan twee specifieke thema's: overlast van fietsers in het centrum en ondermijning in het buitengebied. Bij elk thema schetsen we de context en werken we specifieke doelgroepen en communicatie-acties uit.

### Fietsen in het centrum

De overlast van fietsers vindt met name plaats in het centrum van Raalte. Het centrum-/winkelgebied is een voetgangerszone waar fietsen tijdens winkeluren niet is toegestaan. Toch zijn er mensen die op die momenten door de voetgangerszone fietsen. Dat geeft overlast bij winkelend publiek en ondernemers. In andere dorpen in de gemeente is deze overlast niet of minder aan de orde, daarom richten wij ons hier op het dorp Raalte.

#### Hoe ziet de omgeving eruit?

De voetgangerszone in het centrum is er al jaren. Het geeft rust en veiligheid voor mensen die aan het winkelen zijn. De voetgangerszone speelt ook een rol in het keurmerk 'Veilig Ondernemen' waar de gemeente op dit moment mee bezig is. Fietsers hebben een alternatieve route om het centrum heen. Aan het begin van de voetgangerszone staan bij alle ingangen borden die kenbaar maken dat je een voetgangerszone in fietst. Ook staan daar fietsnietjes waar de fiets gestald kan worden. Fietsen mogen gewoon bij winkels worden gestald, mits ze aan de hand worden meegenomen. De voetgangerszones zijn niet fysiek afgeschermd, er is wel een klappaaltje in de weg zodat auto's niet zomaar het centrum in kunnen rijden.

#### Wie is onze doelgroep en waarom houden zij zich niet aan de regels?

Navraag binnen gemeente Raalte leert dat zowel jongeren als ouderen overtredingen begaan. Het motief is vaak gemak. Mensen weten vaak wel dat je niet mag fietsen in het centrum, maar doen het toch. Vooral als het rustig is, is het verleidelijk om door te fietsen en niet af te stappen. Er zijn twee specifieke groepen te onderscheiden die zich hier niet



aan de regels houden.

De eerste groep is scholieren. Het negeren van het voetgangersgebied gebeurt bij scholieren met name tijdens of vlak voor en na schooltijd. De tweede groep is ouderen. Zij fietsen vooral tijdens winkeluren op rustige momenten door het centrum. Op zaterdagmiddag is de overlast minder groot, omdat het dan druk is in het centrum en fietsen daardoor toch al lastig wordt.

Mensen corrigeren elkaar in Raalte in principe wel op hun gedrag en spreken elkaar aan. Maar toch doet niet iedereen dit: soms krijgen mensen weleens een grote mond terug. Ook ondernemers spreken de mensen weleens aan, maar hebben niet de tijd om continu in de gaten te houden wat er buiten gebeurt. Er wordt tot nu toe vooral gehandhaafd door middel van boa's die surveilleren. Maar dit is niet altijd effectief: als mensen de boa's zien stappen ze snel af. Afhankelijk van de situatie ontvangen mensen een waarschuwing of boete.

De trigger om toch door te fietsen in het voetgangersgebied lijkt dus vooral het gemak te zijn. Mensen weten wel dat je er niet mag fietsen, dus een gebrek aan kennis is er vaak niet. Als het rustig is en je wilt even snel ergens heen is het toch heel verleidelijk om gewoon door te fietsen. De sleutel tot het aanpakken van dit probleem zit hem dus met name in het veranderen van (onbewust) gedrag.

### **Communicatiedoelstelling**

Bij de aanpak van overlast van fietsers in het centrum aan te pakken streven we de volgende doelstellingen na:

- Bezoekers van het centrum weten dat het centrum van Raalte een voetgangersgebied is waar je tijdens winkeluren niet mag fietsen en handelen daar ook naar;
- Het aantal waarschuwingen, klachten en boetes vermindert na 1 jaar met X%\*.

\*We hebben op dit moment geen zicht op het aantal meldingen/klachten/boetes/overtredingen. We bepalen samen met team VTH wat een realistische doelstelling is.

### **Communicatieboodschap**

De boodschap rondom het thema fietsoverlast in het centrum wordt aangekleed volgens het in de communicatiestrategie beschreven creatieve concept. De slogan **Daank oe!** krijgt dus ook hier een prominente plek in onze communicatie. Ondersteunend daaraan kan onderstaande kernboodschap gebruikt worden, die meer toelichting geeft over fietsoverlast in het centrum. We stellen een positief voorbeeld en laten rolmodellen, zoals een bekende ondernemer uit het centrum, deze boodschap uitspreken.

#### **Daank oe!**

Fijn dat jij van de fiets af stapt!

Het is fijn winkelen en ondernemen in ons centrum. Daar zijn we trots op. We willen dat iedereen kan genieten van wat ons centrum te bieden heeft. En daar help jij aan mee! Het centrum van Raalte is tijdens winkeluren een voetgangerszone. Stal je fiets in één van de stallingen aan de rand van het centrum en ga wandelend verder. Zo kan iedereen op een rustige en veilige manier kan genieten van onze winkels en horeca.

Wil je overlast melden of heb je een vraag? Dat kan via [...].

## Communicatieaanpak

### Spoor 1

#### We richten ons op de doelgroepen scholieren & ouderen

De handhavers van gemeente Raalte zien grofweg twee groepen die zich schuldig maken aan fietsen door het centrum tijdens winkeluren: scholieren (vlak voor/na en tijdens schooltijd) en ouderen (op rustige momenten overdag). We adviseren daarom om in communicatie specifiek in te zetten op deze twee doelgroepen.

Bij deze doelgroepen willen we bereiken dat scholieren en ouderen weten dat het centrum van Raalte een voetgangersgebied is, voor zover zij dat nog niet weten. En dat zij hier ook naar handelen door van de fiets af te stappen.

We bereiken de scholieren door communicatiemiddelen te kiezen die bij hen passen. Zo kan een Instagramcampagne rondom de slogan *daank oe!* en het daarbij behorende creatieve concept effectief zijn om deze doelgroep te bereiken. Een boodschap als *Daank oe! Fijn dat jij van je fiets stapt!* staat daarbij centraal. Ook kan een postercampagne rondom dit thema op scholen of in supermarkten (waar de scholieren naartoe gaan voor/na schooltijd of in tussenuren) ingezet worden.

Ouderen bereik je juist via geschreven media (zoals de huis-aan-huis, in de krant of door een flyer die bij seniorenflats wordt verspreid). Of via communicatiemiddelen ter plekke, zoals duidelijke bebording. Ook de ouderen zetten we via altercasting in de rol als vertoner van het goede gedrag. Bijvoorbeeld met de boodschap *Daank oe! Fijn dat u van uw fiets af stapt in het centrum!*

Bezoekers van het centrumgebied en ondernemers zijn degenen die overlast ervaren van fietsers. We geven hen daarom een prominente rol in onze communicatie. Als rolmodellen kunnen zij in alle communicatiemiddelen de boodschap *daank oe!* uitspreken richting bezoekers van het centrum en het positieve voorbeeld neerzetten. Denk bijvoorbeeld aan een bekende winkelier/horeca-ondernemer of een aantal senioren die een groot netwerk hebben.

Naast deze maatregelen zetten we ook in op gedragsverandering bij jongeren en ouderen. Daarover lees je hieronder meer.

### Spoor 2

#### We gebruiken gedragsinterventies om ongewenst gedrag te beperken

Met voorlichting en informatieverstrekking alleen bereiken we geen vermindering van fietsoverlast in het centrum. We adviseren daarom om op dit thema in te zetten op gedragsinterventies die een appèl doen op het onbewuste gedrag van de overtreder. Daarmee zetten we in op de communicatiedoelstelling om het aantal waarschuwingen, klachten en boetes te verminderen. Deze interventies geven een zetje in de rug (ook wel 'nudging' genoemd) om het goede gedrag te vertonen en maken gebruik van psychologische principes om goed gedrag na te leven.

Eén van deze interventies is dat we letterlijk voor toezicht zorgen. Onderzoek heeft aangetoond dat je eerder geneigd bent om het gewenste gedrag te vertonen als je het idee hebt dat mensen op je letten. Dit effect kun je creëren door letterlijk een paar ogen op te hangen rondom de grens van de voetgangerszone en in het centrum. Bijvoorbeeld boven de winkelstraat, gericht op de mensen op straat. Hierdoor krijgen mensen het idee dat er op ze gelet wordt en zijn ze minder snel geneigd om toch op de fiets te stappen.

Daarnaast zorgen we dat mensen niet na hoeven te denken over wel/niet fietsen en waar ze hun fiets moeten stallen. Dat doen we door middel van voetstapjes op de grond bij de ingang van het voetgangersgebied. Deze voetjes leiden de fietser

naar de fietsnietjes en doen daarmee tegelijkertijd een beroep op het onbewuste gedrag van de fietser, namelijk: het is de bedoeling dat je hier loopt.

Ook het bovengenoemde altercasting is een gedragsveranderingstechniek die effectief is gebleken. We zetten de ontvangers van onze communicatieboodschap in de rol van degene die het goede gedrag al uitvoert.

### Spoor 3

#### **Zorg dat duidelijk is dat je een voetgangersgebied in fietst**

Aan het begin van het voetgangersgebied in Raalte staan borden. Hierop staat dat je een voetgangersgebied in fietst. Maar er staat ook veel toelichtende tekst onder. Mensen gaan dit bord niet uitgebreid lezen als ze het centrum in fietsen. Aan het huidige bord en de informatie die erop staat kan niet veel worden veranderd, want dit is wettelijk zo vastgelegd. Wel kunnen we in het centrum van Raalte maatregelen nemen om de grens van het voetgangersgebied duidelijk te markeren.

Denk bijvoorbeeld aan een bord/dranghek dat op straat komt te staan als tijdelijke afzetting tijdens winkeluren. Permanente afzetting is niet mogelijk, omdat het centrum bereikbaar moet zijn voor bijvoorbeeld leveranciers en hulpdiensten. Op dit bord staat, in lijn met onze creatieve uitwerking, een bekende ondernemer uit het dorp die de woorden dank oe! Fijn dat jij van je fiets af stapt! uitspreekt en het positieve voorbeeld neerzet. Namelijk: stap af en ga wandelend verder. Onderaan het bord staat nogmaals vermeld: centrum Raalte = voetgangersgebied tijdens winkeluren. Daarnaast zetten we een duidelijk icoon van het voetgangersgebied op het bord. Fietzers zien dan direct en zonder hierover na te hoeven denken dat wandelen de regel is in het centrum (en fietsen dus op dat moment niet is toegestaan).

### Ondermijning in het buitengebied

Gemeente Raalte heeft te maken met ondermijning in het buitengebied. Ondermijning is een breed thema, waar verschillende vormen van criminaliteit onder vallen. Veel voorkomende voorbeelden zijn van ondermijning in het buitengebied zijn leegstaande schuren die worden verhuurd en gebruikt voor drugscriminaliteit of opslag van autobanden. Ondermijning is politiek-bestuurlijk gezien een belangrijk thema. Maar het is ook relatief onzichtbaar: op het moment dat je het ontdekt zijn criminele vaak al verdwenen. Of je vermoedt dat er iets gebeurt dat niet helemaal in de haak is, maar je kunt je vinger er niet helemaal op leggen. En dat maakt het ook in communicatie-opzicht uitdagend, want hoe zorg je ervoor dat je inwoners meeneemt in dit thema en stimuleert om melding te doen als zij ondermijning vermoeden?

#### **Hoe ziet de omgeving eruit?**

Gemeente Raalte is een plattelandsgemeente met een groot buitengebied. Daar maken criminelen op een slimme manier gebruik van. Bijvoorbeeld door bewoners of agrariërs te benaderen voor het verhuren van een schuur. Zij maken daar tijdelijk gebruik van, bijvoorbeeld voor een drugslab of de opslag van autobanden. Daarna verdwijnen de criminelen en blijven inwoners met financiële of materiële schade achter. Het thema ondermijning wordt door de gemeente breder opgepakt met andere instanties, zoals de politie en Belastingdienst. Zij trekken ook regelmatig samen het buitengebied in om bijvoorbeeld bedrijven te bezoeken.

#### **Wie is onze doelgroep en waarom vertonen zij niet het gewenste gedrag?**

Het lastige aan ondermijning in het buitengebied is dat het buitengebied erg groot is. Je kunt als toezichthoudende overheden en organisaties niet overal oren en ogen hebben. En hoewel er veel sociale cohesie is in gemeente Raalte, vinden er toch veel dingen plaats buiten het zicht van anderen om. Daarom is het doen van een beroep op mensen in het buitengebied en het bieden van een handelingsperspectief zo belangrijk: weet wat er speelt, herken wat er niet in de haak is en meld dit. Hierbij gaat het met name om inwoners in het buitengebied, agrariërs en dagjesmensen die bijvoorbeeld in

het buitengebied wandelen en fietsen (zowel van binnen als buiten de gemeente).

### Communicatiedoelstelling

Bij de aanpak van ondermijning in het buitengebied streven we de volgende doelstellingen na:

- Inwoners van het buitengebied weten wat ondermijning is en hoe dit te herkennen is in het buitengebied;
- Inwoners van het buitengebied zijn bereid om een melding te maken;
- Inwoners van het buitengebied kunnen moeiteloos een melding doen en weten waar ze dit kunnen doen;
- Het aantal meldingen groeit na 1 jaar met X%\*.

\*We hebben op dit moment geen zicht op het aantal meldingen/klachten/boetes/overtredingen. We bepalen samen met team VTH wat een realistische doelstelling is.

### Communicatieboodschap

Alle communicatie-uitingen rondom het thema ondermijning in het buitengebied hangen we op aan het creatieve concept. We leggen mensen in onze communicatie-uitingen twee keuzes voor, waarbij het onderbuikgevoel terugkomt. Want vaak weet je wel dat je eigenlijk een melding moet maken, maar doe je het toch niet. Dus we bieden mensen ook een concreet handelingsperspectief. We maken duidelijk welke keuzes inwoners hebben en wat ze vervolgens moeten doen. We maken visueel duidelijk wat de juiste keuze en het gewenste gedrag is.

Wegkijken of melden?  
Aanspreken of zwijgen?  
Twijfelen of doorpakken?

Daank oe! Fijn dat jij een oplettende inwoner bent van ons platteland!

Zie je iets gebeuren in jouw omgeving waar je een raar onderbuikgevoel van krijgt? Voel je dat er iets niet pluis is? Meld dit dan. Wij gaan hiermee aan de slag. Dankzij jouw oplettendheid houden we ons platteland veilig.

Je kunt een melding maken via [...].

## Communicatie-aanpak

### Spoor 1

#### We doen een beroep op het onderbuikgevoel van inwoners

Het doel van gemeente Raalte bij het thema ondermijning in het buitengebied is met name beter zicht hebben op wat zich afspeelt. De kritische ogen en oren van mensen in het buitengebied zijn dus hard nodig. Daarbij is bewustwording belangrijk: hoe weet ik of er criminele activiteiten gebeuren op het erf van mijn buurman? Vaak voelen mensen al wel in hun onderbuik dat er iets niet helemaal klopt, maar wordt de stap naar het maken van een melding niet gezet. We richten ons in onze communicatie daarom met name op dit onderbuikgevoel. Heb je het gevoel dat iets niet klopt? Kun je je vinger er niet helemaal op leggen? Blijf er niet mee rondlopen en meld het bij de gemeente.

Als aftrap van de communicatiecampagne rondom het thema ondermijning doen we een experiment in het buitengebied. We bootsen een situatie na waarin sprake kan zijn van ondermijning en onderzoeken of mensen daar een melding van

maken. Vervolgens communiceren we over dit experiment, wat de resultaten zijn en wat mensen moeten doen als ze een onderbuikgevoel hebben dat er iets niet klopt. Dit is een mooie kick-off die gelijk op een positieve manier de aandacht op het onderwerp ondermijning vestigt.

## Spoor 2

### **We richten onze communicatie op inwoners van het buitengebied en agrariërs**

In het buitengebied zie je lang niet altijd wat er speelt. Ook voor medewerkers van gemeente Raalte is het onmogelijk om altijd overal oren en ogen te hebben in het buitengebied. Daarom richten we ons met onze communicatie specifiek op inwoners van het buitengebied. Zij kennen het gebied als geen ander. En zij zijn daarmee een cruciale bron van informatie voor de gemeente.

We bereiken de inwoners van het buitengebied via verschillende kanalen. Allereerst zijn er de communicatiekanalen die de gemeente al inzet, zoals website, huis-aan-huis, persberichten en social media. Dat blijven we doen.

Ook is er op verschillende manieren persoonlijk contact met inwoners van het buitengebied. Bijvoorbeeld via erfcoaches die op bezoek komen bij agrariërs. We zorgen dat zij ook in staat zijn om over dit thema in gesprek te gaan met inwoners van het buitengebied en ze stimuleren om een melding te maken.

Omdat ondermijning zo'n veelomvattend thema is, maken we het zo concreet mogelijk. We maken bijvoorbeeld een flyer of kaart waarop duidelijk staat vermeld hoe je bijvoorbeeld een drugslab herkent. Welke geur ruik je, wat zie je? En: dank oe! dat jij een melding maakt als je dit tegenkomt. En we maken een kaart voor agrariërs waarop een duidelijk stappenplan staat over hoe je omgaat met mensen die jou op een onprettige manier benaderen om bijvoorbeeld een schuur te huren. Ook hier bedanken we mensen voor hun oplettendheid en het doen van een melding bij de gemeente.

Ook in dit thema gebruiken we gedragsinterventies. Net als bij de fietsoverlast zetten we ook hier de ogen die toezicht houden in. We maken spandoeken die we in het buitengebied neerzetten waarmee mensen het idee krijgen dat ze in de gaten worden gehouden. Dit geeft een verhoogd gevoel van sociale controle. En ook hier spelen we in op het onderbuikgevoel, het geven van keuzes in je gedrag en het bieden van een handelingsperspectief. Zo'n spandoek ziet er in de basis als volgt uit (opmaak is volgens het creatieve concept):

Wegkijken of melding maken?

Heb je het gevoel dat er iets niet pluis is in jouw omgeving?

Meld dit dan bij de gemeente Raalte via: ...

Daank oe! fijn dat u oplet wat er in uw omgeving gebeurt.

Voor inwoners van het buitengebied is weerbaarheid belangrijk. Zij worden soms benaderd voor bijvoorbeeld het huren van een schuur, dat uiteindelijk wordt gebruikt voor criminele activiteiten. Dat wordt soms op een vervelende of bedreigende manier gevraagd. Zodat mensen geen nee durven zeggen. We adviseren daarom om voor deze doelgroep extra aandacht te hebben op het thema weerbaarheid. Bijvoorbeeld door het organiseren van een informatieavond over het thema ondermijning en persoonlijk met ze in gesprek te gaan over hoe ze hiermee om kunnen gaan als ze hier zelf mee in aanraking komen.

### Spoor 3

#### **We zorgen ervoor dat melden makkelijk kan en we geven terugkoppeling aan de melder**

Als we inwoners willen stimuleren om een melding te maken, is het belangrijk dat zij dit op een gemakkelijke manier kunnen doen. Zorg er dus voor dat inwoners op verschillende manieren, zowel online als offline, moeiteloos een melding kunnen doen. En het liefst ook buiten kantooruren. We adviseren om hierbij verschillende kanalen in te zetten, zodat inwoners altijd een middel kunnen kiezen dat bij ze past: telefoon, e-mail, social media en whatsapp. Daarbij geven we altijd een terugkoppeling aan de melder, zodat de melder het gevoel krijgt dat er ook iets met zijn of haar gedaan wordt. Dat motiveert om het de volgende keer weer te doen. Ook hier zetten we de slogan in: Dank oe! Fijn dat jij een melding maakt. We hebben daar het volgende mee gedaan: ...

# Bijlage 1

## toelichting communicatiemiddelen VTH-strategie

### Website gemeente Raalte

De website van gemeente Raalte is de plek waar alle informatie samenkomt. Hier staat alle informatie over vergunningen, toezicht en handhaving en de thema's waar we op inzetten. In een begrijpelijke taal, zodat deze voor alle doelgroepen toegankelijk is. Aangevuld met beeldmateriaal, zoals video's of infographics, om dingen te verduidelijken. Ook hier komt het creatieve concept, samen met de slogan dank oe! duidelijk naar voren. We kiezen een positieve insteek en bedanken mensen voor hun bijdrage aan een fijne samenleving.

### Social media Raalte

Social media van de gemeente kunnen worden ingezet om meer bewustwording te creëren voor de specifieke thema's die bij VTH spelen. Bijvoorbeeld door een opvallende post die doorverwijst naar de website met meer informatie. Daarmee creëer je meer bewustwording voor wat er in de gemeente speelt. Ook kunnen we via social media een inkijkje geven achter de schermen, bijvoorbeeld door te verwijzen naar een video of blog van een handhaver die je meeneemt in wat er rond een specifiek thema speelt. Zo doen we een beroep op de motivatie van onze inwoners om goed gedrag te vertonen of meldingen te maken. Daarnaast kan social media ook worden ingezet om informatie op te halen bij inwoners (wat vinden inwoners van een bepaald thema? Waar hebben zij behoefte aan?) en als communicatiekanaal voor inwoners om een melding te maken.

### Intranet gemeente Raalte

Intranet kan als communicatiekanaal ingezet worden voor interne communicatie. Bijvoorbeeld om mooie voorbeelden vanuit het VTH-beleid te delen of collega's te informeren over het beleid. Zo weten collega's ook waar zij terecht kunnen als zij vragen hebben.

### Persberichten

We adviseren om persberichten in te zetten om regionale en lokale media te informeren over VTH-gerelateerde onderwerpen. Bijvoorbeeld bij de kick-off van een communicatiecampagne of om aandacht te creëren voor een specifiek thema dat speelt. Deze media hebben weer hun eigen achterban/lezers, die niet allemaal worden bereikt via de reguliere gemeentekanalen. Goed om hierbij te beseffen is dat geschreven media vooral door de oudere doelgroepen wordt gelezen.

### Huis-aan-huispagina

Gemeente Raalte heeft een vaste pagina in het Weekblad voor Salland. Dit medium is erg geschikt om over het VTH-beleid of specifieke thema's te communiceren. Daarbij kunnen we zowel een boodschap vermelden op de gemeentepagina als kiezen voor een meer opvallende advertentie in het blad.

### Flyers

Ter ondersteuning van persoonlijk contact met inwoners van gemeente Raalte adviseren we om flyers te maken waarop de belangrijkste informatie staat vermeld over een bepaald onderwerp. En een handelingsperspectief dat aangeeft wat inwoners moeten doen en waar zij dit kunnen melden. Deze flyers zijn passend bij het creatieve concept en bevatten informatie over specifieke thema's. Ze kunnen ondersteunen bij een persoonlijk gesprek, zo kunnen erfcoaches deze bijvoorbeeld meenemen bij een keukentafelgesprek bij een agrariër als het gaat over ondermijning in het buitengebied.

## **Evenementen**

Maak gebruik van bestaande evenementen (zoals Stöppelhaene) waar je verschillende doelgroepen kunt bereiken. Neem bijvoorbeeld een leuke gadget mee die past bij ons creatieve concept, met een verwijzing naar een bepaald thema of de website van de gemeente in het algemeen. Of kies voor sandwichborden zoals die ook worden gebruikt bij het feest in Broekland waar de slogan en verwijzing naar de website op staat. Evenementen zijn ook geschikt om met verschillende doelgroepen in gesprek te gaan. Hier kun je ook actief informatie ophalen bij inwoners.

## **Buitenreclame**

Buitenreclame is een geschikt middel om in de gemeente op verschillende plekken diverse mensen te bereiken. . Afhankelijk van het thema kiezen we voor passende buitenreclame, zoals spandoeken of driehoeksborden rondom lantaarnpalen. Hiermee bereik je een grote en diverse groep inwoners en bezoekers van de gemeente.

## **Gedragsinterventies**

Door de inzet van gedragsinterventies beïnvloeden we het (onbewuste) gedrag van inwoners. Welke interventie we inzetten is afhankelijk van het thema dat we kiezen. In het uitvoeringsplan vind je uitgewerkte gedragsinterventies op de thema's 'overlast fietsen in het centrum' en 'ondermijning in het buitengebied'. Voor thema's die niet in dit uitvoeringsplan aan de orde komen kunnen we in een later stadium passende interventies bedenken.



Gemeente Raalte

**Communicatiestrategie & uitvoeringsplan**  
VTH-beleid gemeente Raalte