



Samenvatting directie Communicatie Jaarplan 2023

Versie 0.1

Aan:	Raad van Bestuur
Van:	directie Communicatie
Directeur:	Tom van Laarhoven
Datum:	9-9-2022

1 Beleidsopgave 2023

1.1 directie Communicatie

Het belang van de communicatiefunctie bij waarden gedreven organisaties in het algemeen en bij UWV in het bijzonder is de afgelopen jaren steeds strategischer geworden. UWV ligt onder een vergrootglas waarbij de perceptie (en vertrouwen) van het publiek en stakeholders belangrijker dan de feiten lijken te zijn geworden. Strategische communicatie is daarmee een cruciale factor geworden in het creëren en behouden van het maatschappelijk draagvlak van UWV en de toegevoegde waarde van UWV voor de maatschappij en de cliënt (zgn. 'license to operate' en reputatiemanagement). Daarnaast zorgt strategische communicatie ervoor dat medewerkers weten waar de organisatie voor staat (missie, waarden) en voor gaat (strategie, werkagenda).

Het zorgt bovendien voor verbinding. Verbinding intern, verbinding met cliënten, verbinding met stakeholders, verbinding met de samenleving. Communicatie is hiermee een strategisch instrument geworden. De communicatiefunctie binnen UWV heeft daardoor de laatste jaren een grote ontwikkeling doorgemaakt.

Communicatie is in de afgelopen jaren sterk veranderd door (social) media; 'iedereen' communiceert tegenwoordig en dus niet alleen meer (te regisseren) bestuurders en woordvoerders. Waar voorheen communicatie als een meer tactisch/operationeel middel werd ingezet om een boodschap te communiceren (informerende, voorlichtende), wordt communicatie nu als strategisch instrument ingezet (involveren, inspireren) en is communicatie integraal betrokken bij de ontwikkeling en implementatie van de UWV-strategie, de strategische thema's: meer menselijke maat in dienstverlening, samenwerking met derden, transformatie van SMZ, meer zichtbaarheid.

Dit betekent dat communicatie een (pro)actievere rol speelt op het gebied van stakeholder- en reputatiemanagement, issuemanagement, (social) media, branding en campagnes, change- en crisismanagement. De communicatieopgave is dus groot.

1.2 Werken aan het fundament

Ons fundament: dat zijn de mensen die bij ons werken en de middelen die ze tot hun beschikking hebben om dat werk goed te kunnen uitvoeren. De directie Communicatie investeert ook in 2023 in het verder versterken hiervan. Dat doen we in eerste instantie door onze mensen, onze belangrijkste asset, alle kansen te geven tot groei en ontwikkeling in zijn/haar/hen vakmanschap en persoonlijke ontwikkeling. Denk aan gerichte strategische communicatie opleidingen (Behavioural design), het voortzetten van Vertrouwen in vakmanschap maar ook aan CominMotion, het platform van communicatieprofessionals van UWV met het doel de communicatie binnen UWV te verbinden, verdiepen en versterken. Dit willen we ook extra ondersteunen door het inzetten van teamtrainingen en trainingen op individueel niveau via AYCL. De leiding van DC neemt daarnaast ook deel aan het leiderschapsonwikkelingsprogramma. De vruchten van de structuurwijziging van DC van eind 2022 worden in 2023 geplukt. Die moet namelijk leiden tot een kwaliteitsimpuls en meer ruimte voor innovatie en data gedreven werken.

Het werken als één UWV met onderling korte lijnen helpt ook hierbij. Door de samenvoeging van communicatiecollega's van de directie Communicatie op zowel landelijk als districtsniveau in 2021 hebben we de eerste stappen gezet die we in 2023 intensief willen continueren.

We kijken daarbij continu naar de juiste balans en hebben ook voor 2023 extra support begroot om onze teams goed te faciliteren. De sterke groei van de directie vraagt om meer ondersteuning (directie secretaris, afdelingssecretaresse).

Versterken van de kwaliteit van Risicomanagement binnen UWV is een continu aandachtspunt voor de directie Communicatie, waaronder ook het specialisme Issuemanagement valt. De basis hebben we gelegd: door risico's te beperken en kansen te vergroten op grote issue-dossiers hebben we beter de regie gepakt als spelbepaler. Ook in 2023 blijven we de proactieve stap voorwaarts maken naar een meer transparant, voor

iedereen toegankelijk UWV dat werkt voor ons allemaal. We zullen in 2023 mooie stappen blijven zetten om, met de support van en in samenwerking met de RvB dit blijvend te borgen.

Tot slot willen we het werk zo fijn en plezierig mogelijk maken en houden. Beschikking hebben tot de juiste middelen hoort hierbij, alsmede ook het werken op een fijne werkplek. In 2023 zal de verdieping waar de directie Communicatie werkt zijn verbouwd wat leidt tot een sterke verbetering van de werkomgeving.

1.3 Werken aan dienstverlening

In onze communicatie voor 2023 staat de verbetering en verbreding van onze dienstverlening centraal. We vertellen er intern over aan onze medewerkers maar ook extern in de (social) media, op onze platforms, in onze campagnes en richting stakeholders. We laten resultaten zien over de wijze waarop wij van betekenis zijn voor mensen, werkgevers en de maatschappij en delen casuïstiek (bewijs) van cliënten die zich gezien, gehoord en geholpen voelen door UWV. Daarmee geven we ook echt invulling aan de belofte Van mensen, voor mensen.

De ambitie van UWV laten we ook vertellen door medewerkers. Zodat elke medewerker, manager of directeur kan vertellen wat onze ambitie is en hoe UWV mensen centraal stelt. Maar ook door onze kennis van de arbeidsmarkt steeds meer te koppelen aan onze concrete dienstverlening, landelijk en regionaal. Wat betekenen de cijfers in de praktijk en wat kan men van UWV verwachten? We zoeken proactief het nieuws op om het zowel over onze huidige dienstverlening te hebben als ook over onze ambities op dit gebied. We gaan daarbij de issues en knelpunten, zoals knellende wet- en regelgeving, niet uit de weg en zoeken hierover ook actief de media op en zetten onze stakeholder contacten in. Want alleen op die manier kunnen wij bouwen aan onze geloofwaardigheid als publieke dienstverlener.

De tweede focus is dat we ons als UWV meer willen inzetten om werkloosheid en (langdurige) arbeidsongeschiktheid te voorkomen. Deze bredere rol op de arbeidsmarkt moet nog verder vorm krijgen. De RWC's (Regionale werkcentra) maar ook de Sociaal medische centra (SMC's) en de STAP-regeling spelen daarin een belangrijke rol. Media, stakeholders maar ook onze eigen medewerkers, cliënten en het brede publiek nemen we mee in deze ontwikkeling en zodra er concrete resultaten zijn die we kunnen laten zien gaan we daarover berichten. Want de impact van wat UWV doet raakt niet alleen onze cliënten, ook hun directe omgeving en de samenleving: UWV werkt dan ook voor ons allemaal!

1.4 Werken aan externe samenwerking

Om succesvol te zijn in haar maatschappelijke opdracht werkt UWV nauw samen met verschillende partners en ook de directie Communicatie draagt daaraan bij. In 2023 worden de RWC's en de RMT's verder vormgegeven door de centrumgemeenten, vakcentrales en UWV. Communicatie begeleidt de Raad van Bestuur bij de kennismaking met de wethouders die in de centrumgemeenten zijn benoemd na de vorige gemeenteraadsverkiezingen. Ook bij de totstandkoming van de RWC's is DC nauw betrokken. We geven richting aan de fysieke inrichting, ontwikkelen campagnes en een merkidentiteit, uiteraard samen met de partners.

Verder investeren we in contacten met sociale partners op het bredere terrein van werk en arbeidsgeschiktheid. Ook wordt ingezet op een verdere coördinatie van het stakeholdermanagement van de organisatie, waarbij Communicatie de regie neemt op de strategische stakeholders die zijn belegd op het niveau de Raad van Bestuur. Hierbij wordt de nadruk gelegd op een pro-actievere en meer planmatige aanpak aansluitend bij de strategie van de organisatie en de strategisch thematische prioritering van de Raad. Zoals ieder jaar wordt door middel van extern onderzoek bekeken hoe de strategische stakeholders de samenwerking met Communicatie ervaren. Op basis van dit onderzoek en de ambities van de directies wordt vastgesteld waar verbeteringen in de externe samenwerking kunnen worden gerealiseerd.

1.5 Werken aan zichtbaarheid

UWV maakt een belangrijke verandering door de komende jaren. Er is een UWV-brede strategie ontwikkeld om de dienstverlening naar een hoger niveau te tillen door meer aandacht voor de menselijke maat en meer focus op preventie van o.a. werkloosheid en ziekte. Deze hernieuwde focus willen we zichtbaar maken in de samenleving waardoor meer mensen meer weten van en voelen bij de rol die UWV speelt.

Zichtbaarheid op deze thema's is voor UWV een cruciale factor geworden in het creëren en behouden van het maatschappelijk draagvlak van UWV en de toegevoegde waarde van UWV voor de maatschappij en de klant (zgn. 'license to operate'). Daarnaast zorgt proactieve communicatie dat burgers, cliënten, stakeholders én medewerkers weten waar de organisatie voor staat (missie, waarden) en voor gaat (strategie). Het zorgt voor verbinding. Verbinding intern, verbinding met cliënten, verbinding met stakeholders, verbinding met de samenleving. Communicatie is hiervoor een strategisch instrument.

Onze kernboodschap is dat UWV mensen verder helpt met werk en inkomen. Dit doen we met dienstverlening op persoonlijk niveau. Uitgangspunt is altijd de menselijke maat zodat mensen zich gezien, gehoord en geholpen voelen. We zetten met deze boodschap in 2023 onze zichtbaarheid kracht bij door middel van campagnes naar cliënten en het brede Nederlandse publiek via onze nieuwe campagnelijn en onder onze nieuwe noemer: 'UWV werkt voor ons allemaal'. We laden deze inhoudelijk richting onze doelgroepen zodat men weet waar UWV voor staat. In januari starten we onder dezelfde noemer ook met een nieuwe employer branding campagne.

In 2023 staan de stappen die wij als organisatie nemen in het verbeteren van onze dienstverlening, het toepassen van de menselijke maat en de verbreding van onze dienstverlening 'voor iedereen die dat nodig heeft' centraal. We werken proactief aan onze zichtbaarheid, geloofwaardigheid en maatschappelijke relevantie middels onze corporate (online) campagnes, social media berichtgeving, interactieve webcare, onze stakeholder contacten en media interviews met zichtbaarheid in de landelijke en regionale media. Openheid en transparantie brengen we verder met proactief issuemanagement, stakeholdermanagement en media interviews waarbij wij naast media kansen ook moeilijke onderwerpen, maatschappelijke issues en dilemma's niet uit de weg gaan. Het traject van de WOO (Wet Open Overheid) is belangrijk project voor UWV om transparantie en openheid te bevorderen.

1.5 Overige ontwikkelingen

MVO

Communicatie wil voldoen aan de MVO-streefcijfers die voor heel UWV zijn opgesteld.

- Communicatie heeft voor 2023 het doel opnieuw aan 2 (taal)trainees een plek te bieden. In 2023 wil Communicatie ook weer een stageplaats aanbieden.
- De uitgaven voor zakelijk vervoer en het papierverbruik moeten een dalende trend gaan laten zien. Doel is dat dienstreizen in ten minste 80% van de gevallen met het openbaar vervoer worden afgelegd, maximaal 20% met ander vervoer. Het MT zal stimuleren dat bewust wordt omgegaan met zakelijke dienstreizen met de auto. Door de ervaring met thuiswerken is het niet langer voor de hand liggend om op locatie af te spreken voor een overleg. Dit onderwerp wordt periodiek besproken in het MT.
- Voor 2023 wil Communicatie een verdere reductie van het papiergebruik realiseren, namelijk 10% minder dan in 2021. Dit onderwerp wordt periodiek besproken in het MT.
- Wanneer vanuit het MT van Communicatie activiteiten worden georganiseerd of geschenken worden gegeven, gebeurt dit altijd met inachtneming van de richtlijnen in de MVO Wegwijzer. Daarnaast heeft het MT als doel dat jaarlijks één MVO-activiteit wordt georganiseerd voor de medewerkers van Communicatie. De afgelopen jaren was dat bijvoorbeeld snoeien in een natuurgebied en helpen in een kledingbank.
- Medewerkers worden gestimuleerd om herbruikbare mokken en broodzakjes te gebruiken in plaats van wegwerpbekers en zakjes. Doel hiervan is de hoeveelheid restafval te verminderen. Een aantal

keer per jaar sluit Communicatie aan bij de 'plogging' wandeling van SBK, waarbij medewerkers tijdens de wandeling zwerfafval rond het kantoor opruimen.

- Wanneer vergaderlunches besteld worden, worden standaard vegetarische lunches besteld. Alleen op verzoek van een deelnemer wordt voor diegene een lunch met vleeswaren besteld.
- Communicatie biedt elk jaar één of meerdere Prokkelstages aan, die door de Stichting Prokkel georganiseerd worden.

Diversiteit en inclusiviteit

Banenafpraak

Voor de Banenafpraak heeft Communicatie het streefcijfer van 2,8 medewerkers vanuit de Banenafpraak. In 2022 werkte één medewerker bij Communicatie vanuit de Banenafpraak. In 2023 willen we de bestaande plek behouden en streven we ernaar een extra arbeidsplaats te creëren.

Vrouwen in het management

Het 2^e echelon van Communicatie bestaat voor 50% uit vrouwen. De doelstelling voor vrouwen in het management is: 30% vrouw in het 1e echelon en 45% vrouw in het 2e, 3e en 4e echelon. Het doel voor 2023 is om hieraan te blijven voldoen.

Culturele diversiteit

UWV-brede streefcijfers voor culturele diversiteit zijn: 10% medewerkers met een cultureel diverse 'niet westerse' achtergrond in 1e en 2e echelon, 12,5% medewerkers in 3e en 4e echelon en 15% in de hele organisatie. Binnen Communicatie wordt culturele diversiteit niet gemeten, maar er is wel aandacht voor (culturele) diversiteit binnen de teams. Bij het aannemen van nieuwe medewerkers wordt gestreefd naar een zo divers mogelijk team. Voor 2023 heeft het MT als aandachtspunt een inclusieve werkomgeving: meer aandacht voor het opnemen van nieuwe medewerkers in het team. Hierbij is een goede begeleiding van nieuwe medewerkers van belang en ook het stimuleren van een open werkcultuur waarbij respect en openheid centraal staan.

Inclusie

In 2023 wordt gekeken of Communicatie door middel van inclusieve taal in vacatureteksten inclusiever kan worden.

Opleidingsbeleid

Binnen Communicatie wordt door middel van de ComInMotion bijeenkomsten voor alle communicatieprofessionals aandacht gegeven aan het ontwikkelen van competenties en kennisdeling die voor het vakmanschap van alle communicatiemedewerkers van belang zijn. Daarnaast is ook binnen afdelingen aandacht voor de ontwikkeling van vakmanschap door het aanbieden van teamsessies, vakspecifieke opleidingen en workshops. Daarnaast wordt ook het All You Can Learn programma ingezet voor het ontwikkelen van competenties.

Integriteit binnen Communicatie

Integriteit, geheimhouding en nevenactiviteiten onderwerp van gesprek bij indiensttreding en volgen alle nieuwe medewerkers de e-learning integriteit. Nieuwe managers nemen deel aan de training integriteit voor managers.

Aan de hand van het tweejaarlijkse Integriteitsdashboard bepaalt het MT welke acties moeten worden uitgezet. Resultaten van het dashboard worden met de medewerkers besproken.

Bij uitdiensttreding wordt een exitgesprek gevoerd. De aandachtspunten uit deze verslagen worden jaarlijks in het MT besproken. Tweejaarlijks vindt er een risico-inventarisatie plaats.

IB&P binnen Bestuurszaken

Voor nieuwe initiatieven waarbij persoonsgegevens gebruikt worden zal ook in 2023 een GEB of een GEB-check ingevuld worden. GEB-checks worden beoordeeld door de BSO en GEB's worden voorgelegd aan de FG ter beoordeling.

In 2023 zal een groot deel van de capaciteit ingezet worden op de implementatie van de BIO. De BSO coördineert de implementatie voor Communicatie. In 2022 wordt de deel-In Control Verklaring opgesteld voor

Communicatie. In 2023 worden de verbeterplannen voor de GAP's van de processen uitgevoerd. Daarnaast moeten de eerder opgestelde GAP-analyses van Communicatie worden geactualiseerd en wordt naast 'opzet' en 'bestaan' ook 'werking' getoetst.

Voor een uitgebreide beschrijving van de invulling van IB&P binnen Communicatie wordt verwezen naar het IB&P-jaarplan.