

Kader bouwcommunicatie

Samenwerken tijdens de realisatiefase

De keuze is gemaakt. U bent de aannemer die samen met Waterschap Limburg een belangrijk dijkversterkingsproject gaat realiseren. Wij kijken uit naar onze samenwerking. In het getekende contract staat dat de aannemer in afstemming met het IPM team HWBP WL het communicatieplan opstelt. Dit kader helpt om samen de communicatie-aanpak op te stellen. U heeft op dit gebied veel ervaring en we verwachten dat u al veel uitgangspunten uit dit kader herkent.

De voorbije jaren heeft Waterschap Limburg veel tijd en energie besteed aan de relatie met de omgeving. Dit betekent dat de omgeving de verwachting heeft van een tijdige, correcte en volledige informatiestroom. Alles onder die lat is een stap achteruit waarop de omgeving ons terecht zal afrekenen. Daar staan we vanaf nu samen voor. En wij hebben er alle vertrouwen in dat dit gaat lukken.

Communicatie is van jullie en van ons

Niemand kent de bouwomgeving beter dan jullie: de aannemer

Wij als Waterschap Limburg hebben de voorbije jaren tientallen contactmomenten georganiseerd met de omgeving, voor zowel het brede publiek als direct betrokkenen. Van informatieavonden en inloopbijeenkomsten, persoonlijke gesprekken en veelvuldig mailcontact, tot een gevarieerde set van brede communicatiemiddelen.¹ Voor de bouwfase die nu aanbreekt gaan wij echter nooit de intensiteit en kwaliteit van omgevingscontacten kunnen realiseren die u als aannemer heeft. Uw rol is daarom cruciaal. Uw medewerkers zijn de oren en ogen in en rond de bouwplaats. Maar meer nog: zij hebben de kortste lijn tussen de hinder van de bouwput en de bewoner die een oplossing wil. Daarom hebben we ervoor gekozen de verantwoordelijkheid voor de uitvoering van de bouwcommunicatie bij u als aannemer te leggen.

De omgevingservaring tijdens de realisatiefase bepaalt het eindoordeel

Hoe goed het voortraject ook geweest is, in de eindbalans van een project weegt de ervaring op het einde disproportioneel door. Jullie zouden zich immers de vraag kunnen stellen waarom wij als Waterschap Limburg de moeite nemen om naast een strak Programma van Eisen ook deze kadernota te schrijven? Wie met communicatie vertrouwd is, kent de 'Peak-End-Rule'. Naast de hoge pieken en diepe dalen in het project, is het vooral de ervaring in de allerlaatste contactfase die in de mentale eindafrekening van een project doortelt. Dat is bij een dijkproject die laatste fase van realisatie in een project dat soms 10 jaar heeft gelopen. Wij hebben elkaar daar absoluut nodig.

¹ Een informatiepakket, met alle gerealiseerde communicatie tot en met stakeholderinformatie, wordt jullie ter beschikking gesteld tijdens de startvergadering.

Daarom kiest Waterschap Limburg voor een samenwerkingsmodel

In het Programma van Eisen is goed omschreven wat bouwcommunicatie is en wat publiekscommunicatie is. Dit zijn natuurlijk niet twee hermetisch afgesloten gebieden. Ze overlappen elkaar, en dat is juist goed. Daarom geloven wij heel sterk in het samenwerkingsmodel. Een manier van werken waarbij de aannemer zijn handelingsnelheid en terreinkennis ten volle benut om oplossingen te bieden nog voor risico's uitgroeien tot echte problemen. En een manier van werken waarbij WL zijn jarenlang projectgeheugen ten dienste stelt van de aannemer alsook de stootkracht die haar breed uitgebouwde communicatieprogramma kan bieden.

Samenwerken

Samen beperken we risico's en grijpen we kansen

De combinatie van de korte interventielijnen van de aannemer met het helicopterzicht van de communicatieadviseur van WL is de beste garantie voor een succesvol project. De startpositie is uitstekend. Maar we moeten ook realistisch zijn. In de uitvoering zijn er meer risico's te beheersen en kunnen fouten een grote impact hebben. Het goed in kaart brengen van de risico's is daarom een belangrijk aspect in de bouwcommunicatie en een belangrijke taak van de communicatie- en omgevingsverantwoordelijke van de aannemer. Tegelijk kunnen er zich ook kansen aandienen die jullie sneller zien dan wij. Het is dan ook zeker jullie taak om ons als WL/opdrachtgever hierop te attenderen of ons hier kritisch op aan te spreken als er onvoldoende kansen worden verzilverd.

Een gemeenschappelijk communicatieplan als basis voor een goede samenwerking

De meerwaarde van een communicatieplan stijgt als we er samen over hebben nagedacht. Twee weten meer dan één. Niet alleen omdat het een beter en rijker plan oplevert maar vooral omdat het gezamenlijke werkproces voor een bredere inbedding van de communicatieafspraken zorgt, zowel in de bouw- als de publiekscommunicatie. U als aannemer weet, zo staat het in het Programma van Eisen, dat het communicatieplan ter acceptatie aan WL moet worden aangeboden. Het gaat er om dat we een helder afsprakenkader vinden hoe we met communicatie op verschillende tijdstippen risico's ombuigen en kansen omzetten. Laat ons de gezamenlijke communicatiedienkracht benutten.

De onderdelen van een sterk communicatieplan voor de bouwfase

Uiteraard zijn de bepalingen uit jullie contract het startpunt van alle communicatieafspraken.

Daaraan moet minstens voldaan worden. Als ervaren aannemer kent u deze afspraken ongetwijfeld en slaat u die er regelmatig op na. We geven u hier graag wat extra informatie over wat een goed communicatieplan zeker moet inhouden en hoe WL dit graag ziet voor de verschillende projecten. Het is niet bedoeld als strak keurslijf maar eerder als een handige kapstok voor beide partijen.

Een risico/kansen-scan: goed voor bouw- en publiekscommunicatie

Het is goed om in het project te kijken waar de valkuilen liggen en waar de kansen zich voor doen. Een goede risico/kansen-scan geeft ons beide zicht. Voor bouwcommunicatie krijgt u dan een goed beeld van de momenten dat er extra communicatiepower nodig is. Tegelijk krijgen we als WL ook een beter gevoel bij de momenten waar het project een positieve bijdrage heeft. Het zijn die periodes die voor een reputatiebuffer zorgen om de moeilijke momenten door te komen. Bovendien bieden ze voor zowel u als ons positioneringskansen.

Onderdelen van het communicatieplan:

A. Risico/kansenanalyse

[Omschrijving van de impact van je project op de omgeving, zowel het brede publiek als direct betrokkenen. De moeilijke bouwfases worden aangegeven. De risico's worden aangegeven, maar ook de kansen. We denken vooral vanuit de omgeving, niet vanuit de eigen organisatie. Er is oog voor communicatiekansen. We kijken samen waar we met lokale bestuurders successen kunnen vieren. Dit staat duidelijk omschreven en wordt tijdig door jullie aangegeven.]

B. Stakeholderanalyse

[Aansluitend op wat u aanlevert binnen het contract: op basis van de risico/kansen-analyse worden de extra stakeholders die zich aandienen bekeken. Welke stakeholders moeten extra aandacht krijgen? Hoe je omgevingscontacten gaat organiseren leg je vast. Er wordt duidelijk vermeld hoe u de interne doorstroming van opmerkingen, vragen en klachten organiseert, én hoe u de vraagbeantwoording en klachtenafhandeling met een reactie binnen 48 uur organiseert.]

AANDACHTSPUNT: Actueel houden van Q&A's

Op basis van de stakeholderanalyse en de risico/kansen-scan is het goed om pro-actief Q&A's voor te bereiden. Dat geeft tijdswinst wanneer er snel gecommuniceerd moet worden en is nuttig voor ons beiden. Voor u om snel een bewonersvraag te beantwoorden en voor ons als we de pers te woord moeten staan. Laten we elkaar goed helpen bij het oplossen van vragen.

Een duidelijke communicatietijdslijn als startbasis

Het hart van het plan is de communicatietijdslijn. We verzamelen hier alle tijdstippen met omgevingsimpact en bepalen welke communicatieacties telkens moeten worden ondernomen. Een gedetailleerde input van het IPM team van de opdrachtnemer (ON), op basis van de meest actuele bouwplanning, is hier essentieel. We kijken naar impact, maar ook naar kansen. Bouwcommunicatie krijgt hier zijn plaats, maar ook publiekscommunicatie.

Zo krijgt u een goed zicht wanneer ook WL communicatie plant. Het maakt synergie mogelijk en laat zien waar we elkaar kunnen versterken. Zeker bij publieksevenementen streven we naar een goede samenwerking.

Uiteraard werken we hier van grof naar fijn, waarbij -bijvoorbeeld- op kwartaalbasis een actualisering plaatsvindt. Ook hier vallen we graag terug op jullie ervaring. Daarnaast heeft WL de voorbije jaren met verschillende werkvormen geëxperimenteerd om tot duidelijke communicatietijdslijnen te komen. Die delen we graag.

Onderdelen van het communicatieplan:

A. Communicatietijdslijn

[Samen met de omgevingsmanagers van WL worden de mijlpalen per bouwphase door u vastgelegd. Hierbij wordt gekeken welke communicatie naar welke doelgroep en stakeholder nodig is. Mijlpalen die een communicatiekans zijn voor een bestuurder of WL worden benoemd. Hierbij staan de middelen aangegeven die u er aan wilt koppelen. Voorzie een afsprakenkader waarom geplande acties alsnog niet doorgaan. De rapportage aan de communicatieadviseur van WL hieromtrent is zichtbaar gemaakt. Om de hoeveel tijd u de tijdslijn actualiseert staat duidelijk vermeld, inclusief het vastleggen van de deadlines voor communicatie. Afspraken rond spreekuren, bereikbaarheid per

mail of andere contactmogelijkheden staan vermeld. Ook is duidelijk wie het aanspreekpunt is met de omgeving en hoe dit verloopt.]

AANDACHTSPUNT: Tijdige communicatie

Samen moeten we zorg dragen dat de omgeving tijdig alle noodzakelijke informatie ontvangt. In de communicatietijdslijn leggen we duidelijke deadlines vast, waar we ons samen aan houden. In de aanbestedingstekst is daarom de eis van minimaal 14 kalenderdagen opgenomen, als periode tussen de communicatie naar alle doelgroepen en de directe gevolgen van de aangekondigde werkzaamheden. Alsook: bij bouwhinder voor doelgroepen is het aan de aannemer om de werkzaamheden goed af te stemmen met de betreffende doelgroepen.

Welke communicatiemiddelen zetten we in?

Gekoppeld aan elk impactmoment op de communicatietijdslijn definiëren we de meest geschikte communicatiemiddelen rekening houdend met dan nog eventuele RIVM richtlijnen. Het aantal communicatiemiddelen is ondergeschikt aan kwaliteit en impact. Zoals laagdrempeligheid en juistheid belangrijker zijn dan technische uitvoerigheid. Jullie hebben hier ongetwijfeld veel ervaring mee. Ook wij nemen jullie graag mee in de communicatie van het project tot nu toe. Zo krijgen jullie ook zicht op de communicatiestijl en hoe de omgeving verwacht dat er met haar wordt gecommuniceerd. Tegelijk bewaken ook de overkoepelende boodschap van het HWBP-programma. Hier is een basisboodschap voor ontwikkeld, die jullie kunnen integreren in de bouwcommunicatie.

Onderdelen van het communicatieplan

A. Basisboodschap en Q&A's

[Hier staat de basisboodschap. U actualiseert wanneer nodig, kijkt welke vragen u verwacht en formuleert basisantwoorden. U kijkt waar u de basisboodschap van HWBP kan integreren.]

B. Huisstijl

[De huisstijl wordt vastgelegd. U kijkt hoe u dit toepast op verschillende communicatiemiddelen: van bouwboarden, mailhandtekening over een bewonersbrief tot een verkeersplan.]

AANDACHTSPUNT: Eén duidelijke afzender vanuit WL-huisstijl

Het mag voor de omgeving niet verwarrend worden. Tot nu toe communiceerde enkel WL. Nu komt u als aannemer erbij voor bouwcommunicatie, maar ook WL zal publiekscommunicatie blijven organiseren. Daarom streven we voor de bouwcommunicatie naar een huisstijl met één geïntegreerde afzender, in de vorm van een samengesteld logo met als basis de WL huisstijl. Zie hiervoor bijlage 1.

We leggen samen de interne communicatiestructuur vast

Een communicatieplan is zo sterk als zijn uiteindelijke uitvoering. Interne communicatieafspraken zijn essentieel om tijdig de juiste informatie boven tafel te krijgen. Daarom vragen wij u om goed de interne communicatielijnen duidelijk te maken.

Onderdelen van het communicatieplan:

A. Intern communicatieproces

[Maak afspraken over de interne doorloop van informatie, checks en goedkeuringen. Leg vast hoe u communicatie met WL wenst. Maak duidelijk welk logsysteem van vragen & antwoorden u gebruikt. Leg vast wanneer u vragen opschaaft. Leg de interne vergader- en evaluatiestructuur vast. Van wie krijgt de bouwcommunicator zijn of haar informatie? Wie valideert deze informatie? Welke communicatiemiddelen wil u zeker afchecken met WL en wat is de maximale doorlooptijd?]

AANDACHTSPUNT: Tijdig opschalen bij fouten en crisissituaties

Het is belangrijk dat er in crisissituaties tijdig wordt opgeschaald naar WL. Hiervoor is het noodplan in verband met hoogwater en het integraal veiligheidsplan (IVP) in verband met bijvoorbeeld een ongeval leidend. Hierin zit ook een onderdeel communicatie. Laten we de interne afspraken hierover goed doornemen en samen op papier zetten.

We staan vanaf nu samen aan de lat voor de communicatie. Door samen te werken kan er een mooi resultaat komen. Wij staan open voor de dialoog en jullie input, en we hebben er vertrouwen in!