



Communicatie strategie

Regio Westfriesland

Versie 2025 – Q1 & Q2



WESTFRIESLAND

Communicatieve taken

1. Zorgen voor een scherpe positionering en een duidelijk verhaal

- Regio op de kaart zetten bij Rijk, Provincie, regio's Alkmaar en NHN (ook voor subsidies)
- Uniformiteit en consistentie bij elke boodschap
- Uitdragen van missie & visie en kernwaarden/beloften in elke boodschap
- Successen delen die bewijs zijn voor de kracht van samenwerking via Pact

2. Uitdragen van samenwerking

- Herhalen van belang van samenwerking tussen stakeholders
- Zichtbaar zijn bij de verschillende doelgroepen om bruikbare informatie op te halen
- Nieuwe kansen en manieren vinden om samenwerking positief in het licht te zetten

3. Draagvlak creëren

- Inzicht geven aan medewerkers wat het Pact betekent voor ieders (lokale) werk, hoe dit te herkennen is en welke werkwijzen & processen er zijn
- Uitdragen dat alle stakeholders elkaar nodig hebben om resultaat te boeken
- Relevante doelgroepen continue (lieft vooraf) informeren bij nieuwe ontwikkelingen



Samenvatting communicatiestrategie Pact (Triple Helix)

Organisatiedoelstelling: 1 regio, 1 ambitie: Een aantrekkelijke regio om te wonen, werken en beleven

Communicatiedoelstelling: sterke profilering, uitdragen samenwerkingen & draagvlak creëren

Visie (op communicatie)

- Communicatiever maken betrokkenen (juiste condities, waardering, groei & ontwikkeling)
- Promoten winst van samenwerken
- Regisseur, aanjager en vragensteller
- Laten zien wat de regio te bieden heeft

Interne situatie

- Maatschappelijke opgaven maken samen optrekken noodzakelijk
- Meerwaarde Pact zelf nog onvoldoende bekend door interne organisatie (Triple Helix)
- Bij gevoelige keuzes gaat het lokaal belang voor
- Succesvolle samenwerkingen, bv Duurzaam ondernemersloket

Externe situatie

- Veel kansen voor de regio: prettig woon/verblijfsklimaat, sterke (culturele) identiteit, overspannen woningmarkt MRA
- Dominante positie MRA en NHN
- Beperkt Westfries profiel binnen ONHN/Hba
- Trekkersrol projecten ligt veel bij de gemeenten.

Ambitie

- Bijdragen aan een scherpe positionering van het Pact en UVP via een *duidelijk verhaal*.
- Optimaliseren van de samenwerking: binnen de gemeenten en tussen gemeenten en partners -> betrokkenen ervaren dat samenwerking tot betere resultaten leidt.
- Draagvlak verwerven voor de ambities: Stakeholders voelen zich eigenaar van het pact en het herkennen zich in het uitvoeringsprogramma.

Accountability

- Stakeholders hebben intentie om samenwerking te verkiezen boven eigen belang
- Projectleiders verantwoordelijk voor input content & kansen
- Regiosecretaris -> Regiofunctionaris & Netwerkgeregisseur zorgen voor verbinding en input partners
- Voortgang UVP monitoren & uitdragen

(belangrijkste) Stakeholders:

medewerkers, bestuurders, maatschappelijke partners, ondernemers, vertegenwoordigers bovenregionale samenwerking/andere regio's NHN, provincie, raadsleden

Aanpak

Wat gaat communicatie doen:

- Verbinden: we ondersteunen bij online en offline mogelijkheden om projecten, initiatieven en betrokkenen bij elkaar te brengen, te enthousiasmeren en te stimuleren.
- Vertellen: we stimuleren projecten en betrokkenen om het verhaal van samenwerking in Westfriesland te vertellen. Gezamenlijke communicatie uitingen.
- Bewijzen: we laten zien wat de concrete resultaten van de samenwerking zijn.

Wat verwachten we van de stakeholders:

- Aandragen van onderwerpen/resultaten/ content waarmee we het verhaal kunnen vertellen

Uitvoering

- Inzet comm. kanalen van stakeholders voor delen berichten rondom samenwerking en inspiratie.
- Doorontwikkeling regiowestfriesland.nl
- Doorontwikkeling regio huisstijl
- Fysieke bijeenkomsten voor samenwerking en inspiratie faciliteren
- Werven & inzetten Pactambassadeurs
- Inzetten LinkedIn account voor Westfriesland
- Versturen digitale nieuwsbrief voor stakeholders
- Lange termijn: ontwikkelen activiteiten voor regiobranding (2023)

Middelen/inzet

- 0,8 fte communicatieadviseur
- 0,4 fte webmaster
- Communicatie inzet stakeholders: 4 u p/m
- 1,5K hosting & onderhoud website p/j
- 15K doorontwikkeling website
- 5K productie middelen (fotografie, filmpjes, vormgeving)

Sterkte/zwakte-analyse promotie Regio Westfriesland + Pact

Sterk

- Herijking Pact + UVP zorgt voor focus op de samenwerking
- Successen: Duurzaam Ondernemersloket, Circulair Westfriesland, Talent Academy & Regionaal Woonakkoord, Westfries WoonZorgPact

Kansen

- Mogelijkheden om trek vanuit MRA op te vangen
- Efficiencyvoordelen bij gemeenten (verlaging werkdruk)
- Krachtige regio tbv een lobby richting Provincie & Rijk (bijv. subsidie)
- Maatschappelijke opgaven maken gezamenlijk optrekken noodzakelijk
- Op NHN-niveau wordt samenwerking steeds belangrijker met o.a. RegioDeal, Ontwikkelperspectief en IZA/GALA

Zwak

- In de praktijk gaat vaak lokaal of intern belang voor
- Weinig concrete en aansprekende resultaten van Pact-projecten
- Bescheidenheid projectleiders (leuren voor successen)
- Gebrek aan capaciteit voor uitvoering projecten
- Focuspunten Pact zijn niet uitgewerkt naar concrete projecten en/of samenwerkingen

Bedreigingen

- Conflicterende belangen stakeholders
- Financiële inbreng stakeholders
- Onderlinge afstemming kan vertragend werken
- Trekkersrol projecten ligt veel bij de gemeenten



Randvoorwaarden voor communicatie

1. Structurele capaciteit

Bij de meeste projecten in het uitvoeringsprogramma doen individuele betrokkenen de communicatie. Er is een regiefunctie nodig (senior communicatieadviseur regioteam) om te zorgen voor regionale afstemming, zoals voor website, huisstijl en uitzetten berichten via de communicatiekanalen Regio Westfriesland.

2. Lange(re) adem

Het behalen van de communicatiedoelstellingen vraagt een lange adem en dus ook een meerjarige communicatieaanpak. Er is commitment van alle stakeholders nodig om voor langere tijd te investeren in de communicatie.

3. Actieve bijdrage van medewerkers, bestuur en partners

Het succes van een communicatieaanpak staat of valt met de actieve bijdragen van alle stakeholders. De rol van de communicatieadviseur zelf is met name die van regisseur, aanjager en facilitator.



WESTFRIESLAND



Aandachtspunten

1. De communicatievraag bestaat uit communicatie over het Pact (proces, bereikte resultaten, draagvlak), over gemeenschappelijke regelingen en andere samenwerkingen binnen Regio Westfriesland, over samenwerkingsinitiatieven op NHN-niveau, en over bijeenkomsten en evenementen waar Regio Westfriesland elkaar en/of met stakeholders ontmoeten.

***Let op!** Regiobranding (positionering en promotie van het beleven van de regio zelf) wordt gedaan onder de vlag Beleef Westfriesland. Een regionale projectgroep stuurt dit aan. De huisstijl van Regio Westfriesland is daarvoor doorvertaald naar een huisstijl voor het doel en de doelgroep van Beleef Westfriesland. Afzender hiervan is Regio Westfriesland.*

2. Er zijn afspraken nodig met stakeholders op het gebied van communicatie om goed duidelijk te krijgen wat de verwachtingen en inspanningen van de stakeholders zijn.
3. Ieder Pact-project heeft zijn eigen communicatieadviseur. De communicatieadviseur van het Regioteam voert voor de Pact-projecten de **regiefunctie** bij communicatieondersteuning (géén publiekscommunicatie).



Stakeholders

Overheid

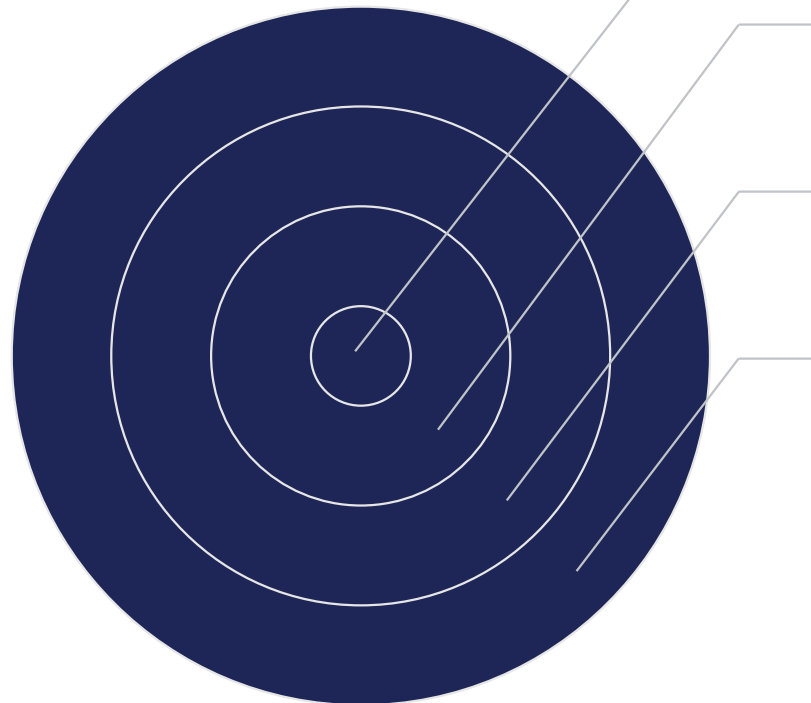
- Gemeenteraden (eigenaar Pact)
- Burgemeesters (ABZ)
- Wethouders (Madivosa+VVRE)
- Gemeentesecretarissen (Adviescie)
- Afdelingshoofden (AHO)
- Projectleiders (PLO)
- Strategisch adviseurs
- Griffiers

Maatschappelijke partners

- Ondernemers (WBG)
- Onderwijs (PO/VO)
- Zorg (Omring)

Overige stakeholders

- Provincie NH
- Ontwikkelingsbedrijf nhn
- RPA nhn
- Regio Alkmaar & Regio Noordkop
- MRA
- Ministeries/Rijk
- Hoogheemraadschap
- Woningbouwcorporaties
- Recreatieschap WF
- WerkSaam WF
- Omgevingsdienst nhn
- Veiligheidsregio
- Lobby-organisaties nhn



Meebeslissen: Regiegroepleden (WF gemeenten, zorg, onderwijs, woningbouw en ondernemers)

Meedoen: Projectleiders *, colleges en raadsleden, maatschappelijk partners en ondernemers, Provincie en Rijk

Meedenken: Interne medewerkers van stakeholders (vb. Projectmedewerkers)

Meeweten: Ondernemers en organisaties buiten regio Westfriesland

Communicatie-aanpak 2025

1. Creëren en delen van successen & mijlpalen via nieuwsberichten vanuit de projecten (op websites, digitale nieuwsbrief, sociale media en via persberichten).
2. Pactambassadeurs benaderen & ondersteunen bij communicatie
3. Organiseren van bijeenkomsten gericht op stimuleren van de samenwerking
4. Doorontwikkeling website regiowestfriesland.nl
5. Doorontwikkeling huisstijl Westfriesland
6. Op verschillende manieren (via derden) ook ons verhaal vertellen: animatie / video, interviews via de media & partners, werkbezoeken, standaard presentaties



Kernboodschap van het Pact: 1 regio, 1 ambitie

*Samen werken we
aan een aantrekkelijke regio
om te **wonen, werken** en **beleven***

Wonen

In deze regio zorgen we voor elkaar en is zorg maatwerk. Door een divers woningaanbod, kunnen we ouderen én jongeren passende en duurzame woningen bieden die klaar zijn voor de toekomst.

Werken

Ondernemers krijgen kansen om te verduurzamen en te innoveren door het goede ondernemersklimaat. Ook zetten we in op een werkende arbeidsmarkt. Onderwijs in deze regio is aantrekkelijk en bereidt goed voor op de toekomst.

Beleven

We laten andere regio's zien dat het hier goed genieten is en er veel te beleven valt voor jong & oud. Promotie van het mooie & avontuurlijke van alles in de regio zelf.

BEWIJS

Stakeholders werken samen via het Pact aan het uitvoeringsprogramma: 1 regio, 1 ambitie. Door deze gezamenlijke boodschap laten we zien wat de samenwerking oplevert.



WESTFRIESLAND

Communicatieplanning 2025 Q1 & Q2

	jan	feb	mrt	april	mei	juni	...
Voorbereiding							
Opzetten structurele regionale interne communicatie via lokale intranetten							
Opstellen communicatieplan herijking Pact van Westfriesland							
Vaste vormgever vinden voor Regio Westfriesland							
Uitvoering							
(Bestuurlijke) mijlpalen delen							
Organiseren bijeenkomsten/werkbezoeken							
Productie/uitsturen nieuwsbrief							
Delen verhalen via website, intranet, LinkedIn							
Actualiseren regiowebsite							
Huisstijl-sjablonen toegankelijk maken							
Pact-ambassadeurs verhalen laten vertellen via middelen							