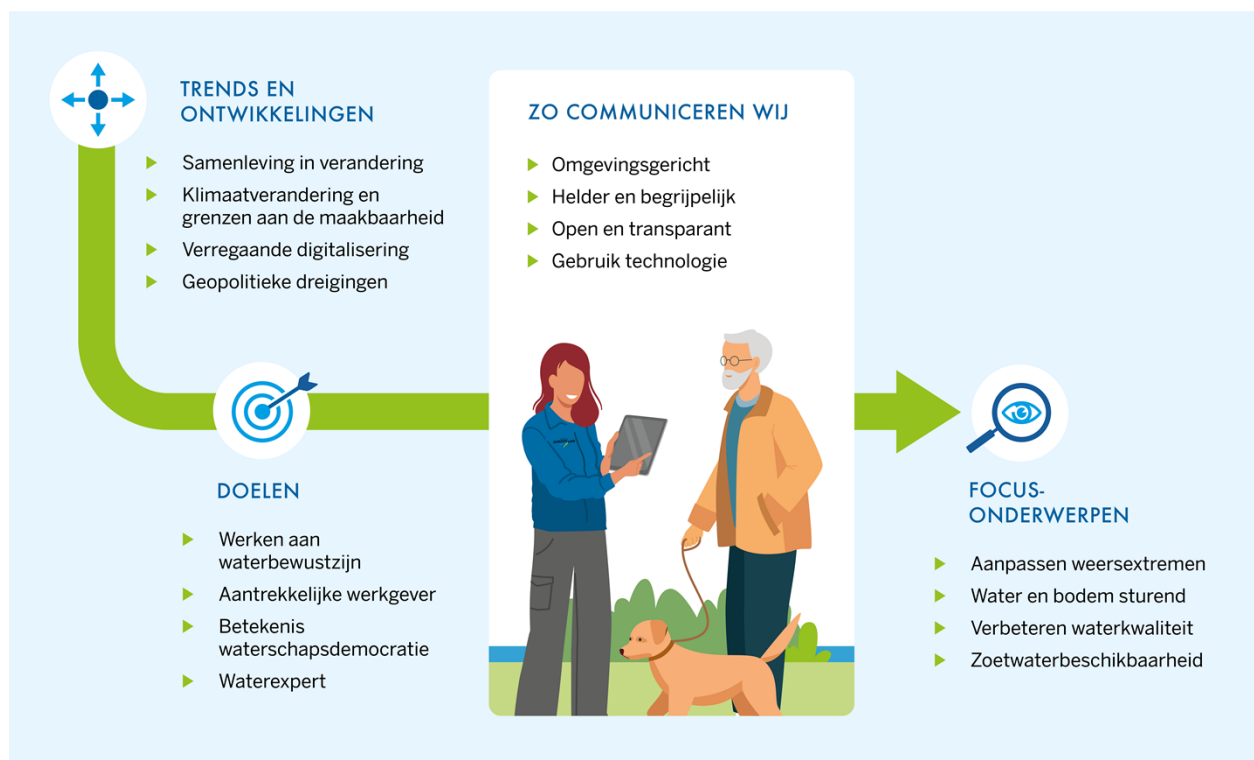


# Communicatiestrategie Waterschap Zuiderzeeland 2025

## COMMUNICATIESTRATEGIE 2025

COMMUNICATIEVE ORGANISATIE MET EEN COMMUNICATIEF BESTUUR



**Afbeelding: Visuele samenvatting Communicatiestrategie Zuiderzeeland**

## 1. Inleiding

### 1.1. Communicatief bestuur en communicatieve organisatie

Deze communicatiestrategie borduurt voort op de huidige strategie. Daarin is de ontwikkeling naar een communicatieve en participatieve organisatie geschetst. Die ontwikkeling vraagt om eigenaarschap van communicatie bij organisatie en bestuur, ondersteund door communicatieprofessionals die adviseren, faciliteren, waar nodig regisseren en hoogwaardige middelen aanreiken. Wij actualiseren onze strategie en herijken onze communicatiedoelen in het licht van maatschappelijke en technologische trends en ontwikkelingen. Daarbij nemen we ook de landelijke communicatiestrategie van de Unie van Waterschappen (UvW) mee. En het reeds vastgestelde beleid van Zuiderzeeland dat raakvlakken heeft met deze strategie dient als kader. Denk aan de Participatie- en samenwerkingsstrategie, de Visie op dienstverlening en de Digitale Strategie. De focus van de strategie ligt op onze externe communicatie. De kernopdracht en richtingwijzers zijn echter ook van toepassing op onze interne communicatie en organisatieontwikkeling.

### 1.2. Samen op weg naar waterrobuust en klimaatbestendig

De communicatiestrategie draagt bij aan de richting die wij als waterschap hebben ingezet met onze Watervisie 2021, ons Waterbeheerprogramma 2022-2027 en het Bestuursprogramma 2023-2027. Oftewel: verbinden en koers houden. De strategie is daarmee ondersteunend voor het behalen van de organisatiedoelen uit onder meer het Waterbeheerprogramma en de uitgangspunten en accenten van het Bestuursprogramma. Wij zorgen voor water - als onderdeel van een voortdurend veranderende leefomgeving - tegen aanvaardbare maatschappelijke kosten. Daarbij hebben wij oog voor de uitdagingen die daaruit voortkomen. Wij verbinden onze wateropgaven met de maatschappelijke opgaven en transities. De urgentie is hoog, er is geen tijd te verliezen. Daarom richten wij ons beheergebied waterrobuust en klimaatbestendig in. Wij zijn een rolbewuste partner en zetten onze kennis en bedrijfsmiddelen in om samen met partners oplossingen te zoeken voor gedeelde opgaven.

## 2. Maatschappelijke trends en ontwikkelingen

### 2.1 Klimaatverandering en grenzen aan de maakbaarheid

Onze primaire taak om waterveiligheid, waterkwaliteit en waterbeschikbaarheid te garanderen wordt steeds complexer. Het systeem staat onder druk door heviger regenvall, langere droogteperiodes, een toename van chemische middelen in oppervlaktewater, bodemdaling en de toenemende vraag naar ruimte door bevolkingsgroei en verstedelijking. Tegelijkertijd bereiken we de grenzen van de maakbaarheid. Innovaties, samenwerking en gezamenlijke verantwoordelijkheid zijn nodig om onze organisatiedoelen te realiseren.

### 2.2 Een samenleving in verandering

Mensen worden mondiger en willen meepraten. Via social media horen we vaak een kleine groep (loud minority) die de toon bepaalt. Daarnaast wordt informatie sneller en emotioneler verwerkt door de invloed van social media. Meninge zijn minder genuanceerd en het vertrouwen in de overheid is het laatste decennium verder gedaald. De grote meerderheid (silent majority) blijft stil en we weten niet wat hen drijft. Wat we wel weten is dat steeds meer mensen gedreven zijn door maatschappelijk belang en vrijheid. Men wil een bijdrage leveren aan een betere wereld. Dat heeft invloed op de arbeidsmarkt. De macht ligt bij de werkzoekenden, niet bij de werkgevers. Daar moeten wij als waterschap op inspelen.

### 2.3 Verregaande digitalisering

Ontwikkelingen binnen digitalisering en digitale transformatie gaan nog sneller dan verwacht, mede gedreven door de mogelijkheden die kunstmatige intelligentie (AI) bieden. Dat heeft invloed op hoe mensen hun mening vormen (zie boven) én draagt ook bij aan de

tweedeling (aan de ene kant door meningsvorming, aan de andere kant door uitsluiting van groepen die niet met digitaal sterk zijn). Dat stelt eisen aan onze werkwijzen en onze adaptie van nieuwe technologische ontwikkelingen. Tegelijkertijd staat de invloed en afhankelijkheid van 'big tech' op onder andere overheidsorganisaties steeds meer ter discussie.

## 2.4 Geopolitieke dreigingen

Het geopolitieke wereldtoneel verandert ingrijpend. Deze verandering beïnvloedt de komende jaren ook de Nederlandse nationale veiligheid en de internationale rechtsorde. Inwoners van Nederland zijn zich sinds 2022 substantieel meer zorgen gaan maken over cyberdreigingen, uitval van vitale processen en geopolitieke en militaire dreigingen. Ook vormt desinformatie een steeds grotere bedreiging. Dit kan verschillen uitvergroten en polarisatie in de hand werken.

## 3. Communicatiedoelen

### 3.1 Communicatie is een middel met een opdracht voor ons allemaal

Communicatie raakt ons allemaal en is van ons allemaal, maar is geen doel op zich. Het is een middel dat helpt om de doelen van de organisatie, van projecten en van het bestuur te realiseren. Een middel - mits goed ingezet - dat kan helpen verbinden, bijdraagt aan draagvlak voor ons werk, onze reputatie kan versterken en in sommige gevallen ons werk makkelijker kan maken.

#### ***Kernopdracht voor communicatie***

Communicatie is een strategisch instrument voor Waterschap Zuiderzeeland om vertrouwen te krijgen of te behouden bij onze belanghebbenden, samenwerking te stimuleren en organisatiedoelen te bereiken. Door transparant, betrouwbaar en interactief te communiceren, kunnen wij onze taken goed uitvoeren en effectief inspelen op de uitdagingen zoals klimaatverandering en bevolkingsgroei.

### 3.2 Waarom wij de boodschap van Zuiderzeeland willen overbrengen

Waarom wij onze boodschap willen vertellen en welke effecten we daarbij nastreven, hebben wij vertaald in vier communicatiedoelen. Deze doelen liggen in het verlengde van onze huidige strategie, aangevuld met het landelijke UvW-communicatiedoel 'Waterexpert':

1. **Werken aan waterbewustzijn<sup>1</sup>:** Onze inwoners en bedrijven zien en beleven de betekenis van ons werk en gaan zelf bewust met water om.
2. **Betekenis geven aan de waterschapsdemocratie:** Onze inwoners en overige belanghebbenden weten hoe de waterschapsdemocratie werkt en dat zij invloed kunnen uitoefenen op en kunnen bijdragen aan democratische processen als verkiezingen en bestuurlijke besluitvorming.
3. **Aantrekkelijke werkgever:** (Potentiële) medewerkers vinden Waterschap Zuiderzeeland een aantrekkelijke werkgever en kiezen ook bij een krappere arbeidsmarkt er bewust voor om bij ons te willen (blijven) werken. Zodat wij ook in de toekomst ons werk kunnen blijven doen.
4. **Waterexpert:** Onze inwoners, bedrijven, samenwerkingspartners en medeoverheden zien, ervaren en betrekken ons als betrouwbare, efficiënte en duurzame waterexpert. Vanuit het principe water en bodem sturend brengen we (water)dilemma's proactief onder de aandacht en zetten we in op vroege betrokkenheid bij ruimtelijke planvorming.

<sup>1</sup> Zie ook onze visie op waterbewustzijn: daarmee bedoelen we dat mensen zich realiseren dat 1. het niet vanzelfsprekend is dat zij veilig leven in een polder achter sterke dijken, waarbij zij kunnen beschikken over schoon en voldoende (oppervlakte)water; 2. er dagelijks tijd, moeite en geld nodig is om te zorgen voor waterveiligheid, schoon water en voldoende (betaalbaar) water; 3. iedereen bij moet dragen om te zorgen dat dit zo blijft.

## 4. Focus aanbrengen met vier uitgelichte onderwerpen

Wij blijven communiceren langs de lijnen van ons werk. Mijlpalen, actualiteiten en overige natuurlijke momenten benutten we als schakels om verbinding te maken met relevante omgevingspartijen. We sluiten aan bij de landelijke communicatiestrategie van de Unie van Waterschappen. Daarin staan drie onderwerpen centraal. Voor Waterschap Zuiderzeeland ligt de focus ook op die onderwerpen, waaraan wij zoetwaterbeschikbaarheid toevoegen.

### 4.1 Water en bodem sturend

Om Nederland veilig en bewoonbaar te houden is het noodzakelijk dat water en bodem sturend zijn in ruimtelijke keuzes. Als gevolg van klimaatverandering komen weersextremen steeds vaker voor en we moeten ons gebied daarop aanpassen. Tegelijkertijd is de druk op de ruimte voor onder meer woningbouw, de energietransitie, natuur en landbouw groot. Er zijn ingrijpende keuzes nodig in de ruimtelijke inrichting van ons beheergebied. Als waterbeheerder moeten wij vanaf het allereerste begin bij die keuzes betrokken worden.

### 4.2 Verbeteren waterkwaliteit

Een goede kwaliteit van water is van levensbelang. Wij hebben de afgelopen jaren veel geïnvesteerd in het verbeteren van de waterkwaliteit. Specifiek in het nog beter zuiveren van afvalwater. Maar we kunnen het niet alleen. We hebben bedrijven, agrariërs, mede-overheden en inwoners nodig om te zorgen dat schadelijke stoffen niet in het water komen. Wat er niet in komt, hoeft er ook niet uit. We zetten alles op alles om de doelen van de Europese Kaderrichtlijn Water te behalen.

### 4.3 Aanpassen aan weersextremen

De KNMI klimaatscenario's en het kennisprogramma zeespiegelstijging laten zien wat ons beheergebied de komende decennia te wachten staat. Het wordt in alle seizoenen warmer, met meer tropische dagen en minder vorstdagen. De winter wordt natter, de zomer wordt droger en er ontstaan zwaardere buien. De zeespiegel blijft stijgen. Klimaatverandering raakt direct aan onze kerntaken waterveiligheid en voldoende water.

### 4.4 Zoetwaterbeschikbaarheid

Wij willen goed voorbereid zijn op situaties waarin minder water of water van minder goede kwaliteit beschikbaar is. Nederland wordt natter, warmer en droger. Vier droge zomers in vijf jaar (2018-2022) is nooit eerder waargenomen. Hierdoor werd duidelijk dat de beschikbaarheid van voldoende zoetwater van goede kwaliteit ook in het laaggelegen Flevoland geen vanzelfsprekendheid is. Daarnaast blijft de vraag naar water groeien.

## 5. Communicatierollen

### 5.1 Van boodschapper tot ambassadeur

Met het groeien naar een communicatieve organisatie en een communicatief bestuur is ook de rol van communicatieprofessionals veranderd (zie paragraaf 1.1). Met communicatie in het hart van ons beleid, krijgt dit vroegtijdig in onze processen een rol. Daarmee zijn ook de verantwoordelijkheden en het eigenaarschap voor communicatie verschoven. Bovendien zijn onze netwerken steeds belangrijker om de organisatiedoelen te bereiken. We willen immers verbinden met de omgeving en actief de dialoog aangaan. Dat doet een beroep op de verschillende communicatierollen die medewerkers en bestuurders hebben. Daarbij is het goed om ons te realiseren dat ook gedrag communiceert en invloed heeft op hoe inwoners, bedrijven en samenwerkingspartners ons zien. Ook is het van belang om de signalen van buiten in de organisatie te laten landen, zodat we daarvan leren en waar nodig verbeteren.

Kortom, communicatie gaat niet alleen over het zijn van de boodschapper, maar ook over ambassadeur zijn in een communicatieve netwerkorganisatie waarin signalen (antennefunctie) van buiten naar binnen worden gebracht.

## 5.2 Kaders en ondersteuning

Corporate communicatie is ondersteunend aan het werk van organisatie en bestuur om te bouwen aan de gewenste relatie met onze omgeving. De ontwikkeling van kaders voor communicatie en hoogwaardige communicatiemiddelen ligt grotendeels bij de communicatieprofessionals. Zij helpen indien nodig medewerkers en bestuurders op weg met aanpak, middel en moment. En binnen de juiste kaders met het gewenste effect. Denk aan huisstijl, merkstem, communicatiekalender, omgevingsanalyses, corporate verhaal, woordvoeringslijnen en formats voor middelen.

## 6. Richtingwijzers voor communiceren

We willen helder maken waar we als Zuiderzeeland voor staan, als waterexpert, maar ook als maatschappelijk betrokken overheid. Toch begint écht verbinding maken met luisteren. Luisteren is de basis voor alles wat we doen en toch doen we het vaak niet. Breng perspectieven in kaart, wees nieuwsgierig, ga op zoek naar drijfveren, overtuigingen en weerstanden. Haal de buitenwereld naar binnen door een actieve positionering in netwerken. Solidariteit ligt immers aan de basis van ons werk. Alleen door krachten te bundelen en elkaars belangen te respecteren, kunnen we de uitdagingen van deze tijd het hoofd bieden. Hier ligt ook een speciale rol voor onze bestuursleden als het gaat om de zichtbaarheid van het bestuur en de democratische positie van het waterschap.

De onderstaande richtingwijzers<sup>2</sup> helpen bij het realiseren van onze communicatiedoelen:

- **Gids in grenzeloos speelveld.** Besef dat onze organisatie onderdeel is van een groter systeem. Breng dat krachtenveld in kaart en gebruik de data en kennis die er al is over wie je wilt bereiken. Pas je communicatie daarop aan (inleven). Kies voor interactie (begin met luisteren!) en inclusieve communicatie waardoor we niemand uitsluiten. Houd dus ook rekening met digitale toegankelijkheid.
- **Moreel kompas als leidraad.** Mensen handelen en denken vanuit uiteenlopende belangen en overtuigingen. Verdiep je in hun perspectieven, weeg hun belangen en waarden en zoek naar overeenkomsten. Bied en organiseer tegenspraak, door bijvoorbeeld belanghebbenden waar mogelijk nauw te betrekken.
- **Vertrouwen door transparantie.** Doorbreek de cirkel van wantrouwen: vertrouwen krijgen, begint met vertrouwen geven. Wees proactief en compromisloos in transparantie, authenticiteit en consistentie in je boodschap. Door dilemma's te benoemen, van meet af aan transparant te zijn en direct verantwoordelijkheid te nemen als er dingen misgaan. Uiteraard brengt dit soms spanning met zich mee. Het uitgangspunt is 'ja-mits'. Kies voor openheid als kracht en onderbouw altijd als je niet open kunt zijn, bijvoorbeeld op basis van de uitzonderingsgronden van de Wet open overheid.
- **Technologie als nieuwe taal.** Zie technologie als AI en data over (gedrag van) doelgroepen niet als bedreiging, maar als kans om effectiever en doelgerichter te communiceren. De technologie evolueert naar hyperautomatisering, datagedreven werken en de verhoogde inzet van kunstmatige intelligentie. Dit geeft veel mogelijkheden voor organisaties en overheden, ook op het gebied van communicatie. Tegelijk ontstaan hier ook nieuwe kwetsbaarheden rondom o.a. betrouwbaarheid en informatieveiligheid. Zorg dat je weet wat er mogelijk is, zodat je technologie gericht - en verantwoord binnen de kaders van onze Informatiestrategie - kunt inzetten.

Samengevat levert dit voor medewerkers en bestuur deze communicatiehandvatten op:

- Werk **omgevingsgericht**, begin met luisteren;
- Communiceer **helder en begrijpelijk** voor iedereen;
- Wees betrouwbaar: **open en transparant**;
- **Gebruik technologie** om effectiever en doelgerichter te communiceren.

---

<sup>2</sup> Afgeleid van de trends in 2023 en 2024 van Logeion, de Nederlandse beroepsorganisatie voor communicatieprofessionals.