

# Communicatieplan 2016

## Operatie BRP



Auteur : Gert den Hertog  
Versie : 0.9  
Datum : 15-09-2015

### Versiehistorie

Versie nr.	Datum	Auteur(s)	Review/status
0.1	20-08-2015	Gert den Hertog	Merijn Uding Daan Oltheten (KING)
0.2	27-08-2015	Gert den Hertog	Communicatieteam (RvIG, NVVB, BZK)
0.3	04-09-2015	Gert den Hertog	Cor Franke José Loogman
0.9	15-09-2015	Gert den Hertog	Ter vaststelling naar de stuurgroep

## Managementsamenvatting

De werkzaamheden van het onderdeel Communicatie van oBRP in 2016 volgen de lijn van 2015. Wel zal naar verwachting de omvang en intensiteit van de berichtgeving aan gemeenten en afnemers in 2016 toenemen t.o.v. 2015. De inhoud van de berichtgeving aan gemeenten en afnemers wordt verzorgd door VNG/KING, respectievelijk RvIG en het onderdeel Implementatie van oBRP. Het onderdeel Communicatie van oBRP voert de regie en verzorgt de eindredactie.

Het communicatieteam wordt geleid vanuit het programma en is samengesteld uit vertegenwoordigers van de samenwerkende partners (Ministerie van BZK, NVVB, VNG/KING, RvIG en oBRP). Binnen het programma is Communicatie georganiseerd binnen het project Acceptatie, Implementatie & Communicatie (AI&C).

Communicatie heeft drie hoofdtaken: (1) de berichtgeving en publicatie van documenten op de website; (2) het verzorgen van de maandelijkse nieuwsbrief, en (3) het verzorgen van materialen en bijdragen aan presentaties voor eigen informatiebijeenkomsten en die van derden.

De agenda van de stuurgroep is leidend voor de inhoud van de reguliere berichtgeving in de nieuwsbrief. Daarnaast volgt de content voor de website de ontwikkelingen binnen het programma, voor zover die relevant zijn voor (één of meer van) de diverse doelgroepen. Tevens plaatst Communicatie publicatieversies van (geselecteerde) programmadocumenten op de website, nadat ze door de stuurgroep zijn vastgesteld.

De begrote kosten voor communicatie in 2016 bedragen € 125.716,=. De kosten voor de jaarlijkse Tribune maken deel uit van deze begroting. Deze kosten zijn begroot op € 55.000,=, exclusief bijdrage van leveranciers en VNG.

# Inhoud

Managementsamenvatting	2
Inhoud	3
1. Inleiding	4
2. Strategie	6
3. Uitgangspunten	7
4. Doelgroepen	8
Gemeenten	8
Afnemers (niet zijnde gemeenten)	8
Leveranciers	9
5. Communicatiekanalen	10
6. Activiteitenplan 2016	11
Nieuwsbrief	11
Inhoudelijke documenten	11
Contentmanagement	12
Ontwikkeling website	12
Bijeenkomsten	12
Rapportage	12
Overleg communicatieteam	13
7. Tijdschema: de communicatiekalender	14
8. Doorkijk 2017	15
9. Begroting	16

# 1. Inleiding

## *Positionering*

Communicatie is binnen het programma (Operatie Basisregistratie Personen, hierna te noemen Operatie BRP) georganiseerd als onderdeel van het project Acceptatie, Implementatie & Communicatie (AI&C). Binnen het communicatieteam stemt het programma af met de samenwerkende partners. Het team bestaat daarom naast de projectmedewerker Communicatie van oBRP uit vertegenwoordigers van het Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, RvIG, VNG/KING en NVVB. Het communicatieteam wordt gecoördineerd vanuit het programma, de projectmedewerker Communicatie rapporteert aan de projectleider AI&C.

De berichtgeving over het programma komt tot stand in een samenwerkingsverband met enerzijds KING (gericht op de gemeenten) en anderzijds Implementatie oBRP en RvIG (gericht op de afnemers). Dit plan beschrijft de werkzaamheden voor het onderdeel Communicatie van het programma.

## *Doel en verankering*

Dit communicatieplan is bedoeld voor alle betrokkenen bij het programma, en informeert over de aanpak en activiteiten van het communicatieteam in 2016. Het vat de gekozen strategie en uitgangspunten samen, als basis voor de werkzaamheden in 2016. Dit plan is een vervolg op het communicatieplan dat begin 2015 door de stuurgroep is vastgesteld.

De uitgangspunten voor de communicatie volgen uit het programmaplan (ref [1]), de inhoud en tijdsplanning worden primair bepaald door de uitvoering van het BRP Opleveringsplan (BOP) (ref [2]) en de BRP Roadmap (ref [3]).

Het communicatieteam heeft drie hoofdtaken:

1. het beheren van de website [www.operatiebrp.nl](http://www.operatiebrp.nl), waarop alle berichtgeving, informatie en alle publiceerbare documenten van het programma zijn te vinden;
2. het verzorgen van berichtgeving, zowel regulier (m.n. de maandelijkse nieuwsbrief) als incidenteel (zoals nieuws- en persberichten en informatie t.b.v. informatiebijeenkomsten);
3. het bijdragen aan (informatie)bijeenkomsten van het programma (m.n. de Tribune) en van derde partijen door het ontwikkelen en verspreiden van materialen (m.n. factsheets) en het reviewen en adviseren m.b.t. presentaties onder verantwoordelijkheid van het programma.

## *Voortbouwen op behaalde resultaten*

De communicatieactiviteiten in 2016 bouwen voort op wat tot nu toe reeds is gerealiseerd, namelijk:

- de website van het programma als gemeenschappelijk platform waarop alle relevante berichten voor alle doelgroepen en andere betrokkenen beschikbaar worden gesteld;
- de gemeenschappelijke huisstijl ('communicatie met 1 gezicht');
- de maandelijkse digitale nieuwsbrief van het programma, waarin het communiqué van de stuurgroep is opgenomen;
- de inrichting van het technische beheer van de website bij KING.

Nadere informatie hierover is te vinden in eerder vastgestelde documenten over 'communicatie 1 gezicht' en over de strategie en aanpak op het vlak van communicatie (ref[11] en ref[12]).

### *Referentiedocumenten*

Dit communicatieplan staat niet op zichzelf. Er zijn 'higher-level' documenten die sturend zijn voor dit plan. En er zijn andere documenten die zijn gebruikt voor het opstellen van dit plan of nadere informatie geven over bepaalde onderwerpen.

In dit plan wordt naar deze documenten verwezen door het aangeven van ref.[nr.].

### Sturende documenten

De documenten in de volgende tabel zijn sturend voor de inhoud en de tijdsplanning van de communicatie voor het programma.

Ref.nr.	Titel	Versie	
1	Programmaplan Operatie BRP	1.0	
2	BRP Opleveringsplan (BOP)	1.2	
3	BRP Roadmap	Oktober 2014	
4	Transitieplan Implementatie (afnemers)	1.0	
5	Masterplan Test en acceptatie	1.0	
6	Integrale programma-planning oBRP	Laatst beschikbare versie	

### Andere documenten

Ref.nr.	Titel	Auteur(s)	Versie	
11	Notitie 1 gezicht	M. Koster	December 2013	
12	Aanpak communicatie 2014	M. Koster	Januari 2014	

### *Leeswijzer*

Het vervolg van dit plan is als volgt ingedeeld.

- Hoofdstuk 2 beschrijft de vastgestelde communicatiestrategie; deze is het vertrekpunt voor dit plan.
- Hoofdstuk 3 beschrijft de uitgangspunten voor het plan.
- Hoofdstuk 4 gaat nader in op de samenstelling van de drie doelgroepen voor communicatie en hun informatiebehoefte.
- Hoofdstuk 5 beschrijft de drie communicatiekanalen: online, print en face-to-face.
- Hoofdstuk 6 vormt de beschrijving van de activiteiten voor communicatie in 2016, gevolgd door de (voorlopige) communicatiekalender in hoofdstuk 7.
- Hoofdstuk 8 geeft een beknopte doorkijk naar 2017.
- Hoofdstuk 9 geeft de specificatie van de kostenbegroting met de bijbehorende aannames.

## 2. Strategie

Dit hoofdstuk beschrijft de communicatiestrategie van het programma, als uitgangspunt voor dit plan.

De uitgangspunten voor de communicatie komen uit het BRP programmaplan (ref[1]), het BOP (ref [2]) en de Roadmap (ref[3]). De daarin beschreven opleveringen van de BOP-stappen, programmawerkzaamheden en mijlpalen zijn leidend voor de inhoud en planning voor de communicatieactiviteiten.

De communicatiestrategie wordt gekenmerkt door het volgende:

- De communicatie is doelgroepgericht, binnen de scope van het programma.
- In de communicatie staat de website centraal.
- Structurele berichtgeving vindt plaats via de maandelijkse nieuwsbrief; daarbij zijn de onderwerpen en besluiten van de stuurgroepvergaderingen leidend.
- Van inhoudelijke documenten worden publicatieversies ontwikkeld.

Deze strategie wordt hieronder kort toegelicht.

### De communicatie is doelgroepgericht

Bij de doelgroepgerichte communicatie staat het bijdragen aan en communiceren over het realiseren van de voorzieningen en de beschikbare ondersteuningsmaterialen voor de BRP centraal. Dat is de informatie waarmee doelgroepen aangesloten blijven en daadwerkelijk aan de slag kunnen gaan. De website kent een onderverdeling in 3 webpagina's: voor gemeenten, afnemers en leveranciers. Vanuit het programma wordt de berichtgeving verzorgd over de ontwikkelingen en resultaten binnen de scope van het programma.

Daarom wordt alle content geredigeerd en gecheckt op de aansluiting bij de veronderstelde informatiebehoefte van de doelgroepen. Daarbij stellen we steeds de vraag vanuit het perspectief van de doelgroep: "what's in it for me?" (wat betekent dit voor mij en wat wordt er van mij verwacht?).

### De website centraal

De website [www.operatiebrp.nl](http://www.operatiebrp.nl) is de primaire bron van informatie over het programma. Vanuit het programma is de website gepositioneerd als dé informatiebron. Derhalve verwijst de nieuwsbrief altijd voor meer informatie naar de website. In alle overige communicatievormen wordt eveneens verwezen naar de website.

Naast de website vindt face-to-face communicatie plaats, vormgegeven in presentaties en bijeenkomsten. Het communicatieteam adviseert en faciliteert bij het opstellen van ondersteunende materialen.

### Structurele berichtgeving vindt plaats via de maandelijkse nieuwsbrief

De maandelijkse berichtgeving vindt plaats via de elektronische nieuwsbrief van het programma. De inhoud daarvan wordt afgeleid van de agenda van de stuurgroepvergadering van die maand. De agenda van de stuurgroep reflecteert de voortgang, resultaten en bespreekpunten van het programma, met daarin de beide projecten O&R en AI&C. De nieuwsbrief komt kort na elke stuurgroepvergadering uit. Het communiqué van de stuurgroep is een vast onderdeel van de nieuwsbrief. De nieuwsbrief wordt op de website van het programma gepubliceerd en per email verstuurd aan hen die zich op de nieuwsbrief hebben geabonneerd. Vanuit de nieuwsbrief kan worden doorgeklikt naar de documenten, die de stuurgroep voor publicatie heeft vrijgegeven.

### Van inhoudelijke documenten worden publicatieversies ontwikkeld

De stuurgroep stelt documenten vast. De gedelegeerd opdrachtgever bepaalt, met advies van het communicatieteam, welke documenten relevant en geschikt zijn voor publicatie. De inhoudsverantwoordelijke (in de regel de auteur) levert de inhoud van de publicatieversie van het desbetreffende document. Het communicatieteam redigeert de content op leesbaarheid en doelgroepgerichtheid en verzorgt de daadwerkelijke publicatie op de website. De publicatie van nieuwe documenten of nieuwe versies van eerder gepubliceerde documenten gaat altijd gepaard met een nieuwsbericht.

### 3. Uitgangspunten

Voor het opstellen van dit communicatieplan voor het jaar 2016 zijn de hieronder beschreven uitgangspunten gehanteerd.

#### Aansluiten bij de doelstellingen van het programma

Alle communicatie is er uiteindelijk op gericht om de programmadoelstelling<sup>1</sup> te helpen realiseren. Daarom sluit de communicatie aan bij het verloop en de resultaten van het programma. Adequate informatie (qua inhoud en timing) ondersteunt en faciliteert gemeenten, afnemers en leveranciers bij het voorbereiden, plannen en uitvoeren van de werkzaamheden die voor aansluiting noodzakelijk zijn. Vanuit het programma wordt ook actief informatie gedeeld over de realisatie van de voorzieningen voor de komst van de BRP.

#### Eenduidigheid in vorm en inhoud

Met *Communicatie 1-Gezicht* is bereikt dat er eenduidige communicatie plaatsvindt, gedragen door alle partners. Dit is voor 2016 niet anders dan in 2015.

#### Neutrale Huisstijl

Website, nieuwsbrief en alle ondersteunende middelen hanteren de neutrale huisstijl. Deze kent twee varianten:

- digitaal en printable versies: witte achtergrond met blauwe silhouetten
- drukwerk: achtergrond met blauw kleurverloop en geïntegreerde silhouetten.

#### Afgestemde communicatie van samenwerkende partners en toeleveranciers

De berichtgeving op de website gebeurt namens de betrokken partijen en wordt daarom tevoren afgestemd binnen het communicatieteam van het programma. De regie op die afstemming ligt bij het programma. De betrokken partijen leveren de inhoud voor berichtgeving en leveren documenten voor de website van het programma. Het programma biedt met de website het platform voor deze berichtgeving binnen de kaders van het programma. Zo is VNG/KING verantwoordelijk voor de implementatieondersteuning aan gemeenten en daarmee voor het aanleveren van documenten en berichten daarover voor deze doelgroep. Het onderdeel Implementatie van oBRP en RvIG leveren documenten en berichten aan voor de afnemers. Het onderdeel Communicatie van oBRP voert de eindredactie voor deze berichtgeving op de website. De leden van het communicatieteam van VNG/KING, NVVB en RvIG zien erop toe, dat berichtgeving op de websites van hun eigen organisaties m.b.t. oBRP niet strijdig is met die op de website van het programma.

#### Gebruik bestaande kanalen en middelen

De partners zijn verantwoordelijk voor de berichtgeving op hun eigen websites. Waar nodig en nuttig verwijst de programmawebsite naar specifieke sites of kanalen van derden (bijvoorbeeld e-overheid of websites van partners). De berichtgeving over oBRP op de website van het programma is daarbij leidend. Berichtgeving op eigen websites van de samenwerkende partners zoals die van KING, NVVB en RvIG, moet altijd in overeenstemming zijn met de informatie op de website van het programma.

De website is primair gericht op de drie eerder genoemde doelgroepen, maar is ook volledig openbaar en derhalve toegankelijk voor iedereen die interesse of belang heeft in de ontwikkeling, het gebruik en de invoering van de BRP (bijvoorbeeld burgers, of medewerkers, bestuurders en leidinggevenden van ketenpartijen).

#### Lean and mean

Het door de stuurgroep beschikbaar gestelde budget vraagt om een 'lean and mean' aanpak (als uitgangspunt). Dat betekent dat we de communicatieactiviteiten in 2016 beperken tot het noodzakelijke en zoeken naar kostenefficiënte aanpak en oplossingen.

---

<sup>1</sup> In het programmaplan (ref. 1) worden de doelstellingen uitgebreid en meer specifiek omschreven.

## 4. Doelgroepen

Dit hoofdstuk geeft een nadere concretisering van de doelgroepen van de communicatie en hun informatiebehoeften m.b.t. Operatie BRP. De communicatie is gericht op de drie doelgroepen, die ook deelnemen in het programma, te weten:

- Gemeenten, m.n. de contactpersonen GBA-V en de contactpersonen BRP;
- Afnemers, m.n. contactpersonen zoals gedefinieerd in het deelproject Implementatie;
- Leveranciers (van BZMs en afnemerssystemen).

De inhoud van de berichtgeving die bedoeld is voor de gemeenten wordt verzorgd door KING. Het programma verschaft de website als platform voor de communicatie binnen de scope van het programma.

De berichtgeving die bedoeld is voor de afnemers wordt inhoudelijk verzorgd door het onderdeel Implementatie van oBRP en RvIG. Het programma verschaft de website als platform voor de communicatie binnen de scope van het programma.

De genoemde doelgroepen worden hieronder nader beschreven. Door feedback op berichtgeving vanuit de doelgroepen wordt het beeld van de informatiebehoefte scherper. Het communicatieteam verwerkt dergelijke feedback.

### Gemeenten

De informatiebehoefte van een gemeente betreft vooral de vragen:

- Wat moet ik doen om aan te sluiten op de BRP?
- Wanneer moet ik daarmee starten?
- Hoe veranderen de werkprocessen bij onze gemeente met de komst van de BRP?
- Hoe en wanneer maak ik de afspraken met de leveranciers van de BZM (Burgerzakenmodules)?
- Hoe wordt de beveiliging van gegevens georganiseerd?
- Zijn er voordelen om vroeg in het traject aan te sluiten of juist laat?
- In welke documenten vind ik de voor mij relevante informatie?

Gemeenten gaan in de loop van 2017 aansluiten op de BRP. Voordat het zo ver is, is het van belang ze bij het programma aangesloten te houden, te informeren over de voortgang en de geleverde resultaten en in 2016 te activeren om de voorbereiding tot aansluiting te starten. In 2016 verwachten we een intensivering van de berichtgeving aan de gemeenten, t.o.v. de periode daarvoor. VNG en KING zijn verantwoordelijk voor de implementatieondersteuning aan gemeenten en leveren in dat kader de content en de relevante documenten. Deze betreffen o.m. de stand van zaken van de voorbereiding op de aansluiting, die met de zgn. monitor zal worden bijgehouden. De resultaten daarvan kunnen op de website worden gevisualiseerd. Het programma voert de regie en publiceert de berichtgeving van KING en VNG binnen de kaders van het programma op de website. De verwachte toenemende omvang van de communicatieuitingen vanuit VNG en KING zal van het programma meer inzet vragen.

### Afnemers (niet zijnde gemeenten)

De informatiebehoefte van afnemers betreft m.n. vragen, zoals:

- Hoe wordt de autorisatie en authenticatie van partijen georganiseerd?
- Wat is het kosten- en afrekenmodel van de nieuwe BRP? Gaan mijn kosten omhoog?
- Wanneer moet ik starten met de impactanalyse en wat levert mij dit op?
- Wat betekent de BRP voor mijn administratieve processen?
- Hoe wordt de kwaliteit van gegevens gegarandeerd?
- Verandert het proces van terugmelding van afwijkingen of foutieve gegevens?

Afnemers moeten tijdig starten met voorbereidingen voor de aansluiting op de BRP in de eigen organisatie. Het programma, deelproject Implementatie, is ervoor verantwoordelijk dat afnemers zo goed mogelijk worden geïnformeerd over de komst en de consequenties van de BRP. Deze informatie kan een afnemer gebruiken om de impact voor de eigen organisatie te bepalen en op basis hiervan de benodigde voorbereidingen te treffen om tijdig aan te sluiten. Vanuit het programma wordt informatie verstrekt die daarbij ondersteunt, zoals een impactanalyse en een draaiboek. De informatie komt vanuit het deelproject Implementatie. Het communicatieteam levert redactionele input, redigeert publicatieversies van vastgestelde



documenten en updates, en ondersteunt bij het realiseren van content voor de website (redactie en plaatsing)<sup>2</sup>.

Ook voor de communicatie naar afnemers verwachten we in 2016 t.o.v. 2015 een intensivering van de berichtgeving. Toenemende berichtgeving vanuit het deelproject Implementatie zal van het communicatieteam meer inzet voor regie en redactie vragen.

## Leveranciers

De informatiebehoefte van leveranciers betreft m.n. vragen zoals:

- Welke technische architectuur heeft de BRP?
- Worden wijzigingen op de huidige GBA altijd ook verwerkt in de ontwikkeling van de BRP?
- Wanneer en hoe kunnen wij onze systeemwijzigingen testen?
- Hoe zien de koppelvlakken eruit? Welke status hebben de specificaties?

Ook voor de leveranciers van de BZM's en afnemerssystemen is de website beschikbaar als platform voor berichtgeving over het programma. Daarnaast hebben leveranciers technisch-inhoudelijke informatie en documentatie nodig om hun systeemaanpassingen te kunnen uitvoeren. De primaire informatie- en communicatiebronnen voor leveranciers zijn het leverancieroverleg, de zgn. HOE-groep en het leveranciersdeel van de whitebox van het programma. Deze whitebox is onderdeel van de ontwikkelomgeving van het programma. De inhoud van de whitebox is de verantwoordelijkheid van het project Ontwikkeling en Realisatie.

Het communicatieteam faciliteert de berichtgeving op het leverancierspagina van de website. Leveranciers worden uitgenodigd om berichten te delen, zichzelf te presenteren en nieuwsberichten te plaatsen over hun ontwikkelingen en resultaten in relatie tot de voortgang van de bouw van de BRP.

---

<sup>2</sup> Voor de zelfbouwers onder de afnemers wordt technische documentatie beschikbaar gesteld op de zgn. whitebox (publiek deel) van de ontwikkelomgeving. De toegangsprocedure daarvoor staat gepubliceerd op de website van het programma

## 5. Communicatiekanalen

De communicatie vanuit het programma maakt gebruik van drie kanalen<sup>3</sup>:

**Online:** de website waarop de berichtgeving plaatsvindt en documenten worden gepubliceerd.

**Print:** het verzorgen van o.a. brochures en factsheets, in de regel ter gelegenheid van een belangrijke mijlpaal of informatiebijeenkomst.

**Face-to-face:** presentaties en discussies bij congressen, workshops en andere informatiebijeenkomsten. Tevens direct contact via email of telefoon.

De vorm waarin deze kanalen worden ingezet en voor welke doelen ze vooral worden gebruikt, is beschreven in onderstaand overzicht.

Kanaal	Vorm	Doel
Online	website <a href="http://www.operatiebrp.nl">www.operatiebrp.nl</a> als platform voor berichtgeving en publicatie van documenten	Primair kanaal, informatiebron voor alle beschikbare informatie, dus ook publicatieversies van programmadocumenten (door de stuurgroep vastgesteld).
	Maandelijkse Digitale Nieuwsbrief Operatie BRP, incl. het communiqué van de stuurgroep	Maandelijks: informierend en indien nodig oproep tot actie. Digitaal met links naar de website, en indien van toepassing naar links van derden, voor de volledige berichtgeving.
Print	Publicaties, zoals brochures en factsheets	Gerichte informatievoorziening over een bepaald onderwerp of thema, of n.a.v. een event.
	Externe media	Doelgroepen en stakeholders informeren over verloop programma door aanleveren artikelen of aanbieden interviews, altijd in overleg met BZK-woordvoerders en reactief (alleen op aanvraag van deze partijen).
Face-to-face	Informatiebijeenkomsten en events vanuit Operatie BRP (m.n. de jaarlijkse Tribune)	Informierend en activerend; communicatieteam faciliteert en adviseert, maar fysieke uitvoering extern belegd bij eventbureau. Het communicatieteam draagt vooral bij aan berichtgeving voor en na het event, realiseert een factsheet en redigeert presentaties.
	Bijdrage aan events van anderen	Informatieoverdracht d.m.v. workshops, stand etc. Communicatieteam adviseert en stemt af met organiserende partij over rol programma, redigeert/reviewt en faciliteert productie ondersteunende materialen.
	Informatie t.b.v. Implementatiebegeleiding	Implementatiebegeleiders KING; twee richtingen: informeren (informatie vanuit programma over voortgang en beschikbare ondersteuningsmiddelen), maar vooral terugkoppeling informatiebehoefte: vragen die "in het land leven" waarop communicatie inspeelt.
	Direct contact	Email en telefoon; via programmasecretariaat of rechtstreeks met bekende specialisten.

<sup>3</sup> Social media maken op dit moment geen onderdeel uit van de in te zetten kanalen van Operatie BRP, omdat er met woordvoering BZK een zgn. 'no comment' beleid is afgesproken.

## 6. Activiteitenplan 2016

Dit onderdeel beschrijft meer concreet de geplande communicatieactiviteiten voor 2016 met een nadere uitleg. De onderstaande tabel geeft hiervan een overzicht. Daarna volgt een nadere beschrijving.

Onderwerp	Wat	Wanneer
Nieuwsbrief	Maandelijks nieuwsbrief, incl. communiqué stuurgroep, 3 per kwartaal m.u.v. Q4 (2)	Maandelijks, 11 maal in 2016
Redigeren en publiceren inhoudelijke documenten	Publicatieversies van programmadocumenten	Na elke vergadering van de stuurgroep (fysieke bijeenkomsten en schriftelijke vergader rondes)
	Updaten factsheet stand van zaken	Kwartaaluitgave 2016
Contentmanagement	Communicatiekalender met thema's en onderwerpen, afhankelijk van de geplande ontwikkelingen	Bij het begin van elk kwartaal
	Berichtgeving n.a.v. demo's, ontwikkelmijlpalen, resultaten programma	Doorlopend, in overleg met de gedelegeerd opdrachtgever, projectleiders O&R en AI&C
Ontwikkeling website	Inrichting en structuur van de pagina's, rubrieken, e.d.; verbetering publicatie-, navigatie- en zoekfunctionaliteit, inclusief de technische realisatie	Gedurende het jaar
Bijeenkomsten	Deelname NVVB congres	Q2 2016
	Deelname RvIG Klantendag	Q3 2016
	Tribune	Q4 2016
Rapportage	Maandelijks rapportage van voortgang, issues en risico's	Maandelijks t.b.v. stuurgroep-vergaderingen
Overleg communicatieteam	Inhoudelijk overleg o.l.v. de projectmedewerker van het programma; deelnemers van VNG/KING, NVVB, RvIG en BZK	Maandelijks of vaker naar behoefte

### Nieuwsbrief

Voorafgaand aan de maandelijks bijeenkomst van de stuurgroep scant het communicatieteam de concept agenda en destilleert daaruit de onderwerpen voor de nieuwsbrief i.o.m. de gedelegeerd opdrachtgever. Dit betreft artikelen om vastgestelde stukken te verduidelijken, nieuwsberichten over komende evenementen, opgeleverde BOP-stappen, etc.

De projectmedewerker Communicatie stemt af over de aanlevering van inhoudelijke notities en berichten met de opstellers ervan. Hij reviewt de conceptteksten i.o.m. de inhoudsdeskundigen en produceert de elektronische nieuwsbrief. Deze wordt ook als email-bericht verzonden aan de abonnees; daarin staan onderwerpen kort ingeleid, met een link naar de volledige artikelen op de website.

Het resultaat zijn 11 nieuwsbrieven in 2016 (maandelijks, behalve december).

### Inhoudelijke documenten

In relatie tot behandeling en besluitvorming in de stuurgroep worden inhoudelijke documenten gepubliceerd op de website. Vastgestelde stukken worden voor publicatie in samenwerking met de projectleiders en de gedelegeerd opdrachtgever geselecteerd en waar nodig bewerkt tot een publicatieversie. De auteur van het document maakt de publicatieversie aan de hand van de redactionele richtlijnen. De projectmedewerker Communicatie ondersteunt hierbij met advies (in de regel twee reviewrondes). Ten behoeve van de zoekfunctionaliteit wordt aandacht besteed aan de titel van het document, de samenvatting en de trefwoorden c.q. zoektermen.

Elke publicatie gaat gepaard met een nieuwsbericht over het betreffende onderwerp. De projectmedewerker Communicatie verzorgt de daadwerkelijke publicatie van het document. Het resultaat zijn gepubliceerde inhoudelijke documenten. Voor de begroting wordt rekening gehouden met 10 van dergelijke documenten in 2016.

### **Contentmanagement**

Dit betreft het opstellen en publiceren van nieuwsberichten over o.a. programmaresultaten, mijlpalen en informatiebijeenkomsten. Deze worden in de regel gezamenlijk gepubliceerd in de maandelijkse nieuwsbrief, die n.a.v. de vergadering van de stuurgroep verschijnt. De nieuwsbrief bevat korte teksten met de mogelijkheid om door te klikken naar het volledige nieuwsbericht. Elk nieuwsbericht vermeldt de publicatiedatum. Vanuit het nieuwsbericht kan men de documenten bereiken die samen met het nieuwsbericht worden gepubliceerd. Nieuwsberichten kunnen ook worden opgesteld op basis van een interview met één of meerdere betrokkenen van het programma. Zowel voor de nieuwsberichten als voor de documenten zijn op de website zoekmogelijkheden beschikbaar.

Op basis van de geplande mijlpalen van het programma zal de daarop afgestemde berichtgeving worden gepland en opgenomen in de zgn. communicatiekalender. De input daarvoor komt o.a. vanuit de integrale programmaplanning, het BOP, het Test- en Acceptatieplan en het Implementatieplan. Daarnaast zijn de ontwikkelingen en plannen bij de programmapartners aanleiding tot input voor de communicatiekalender. Eenmaal per kwartaal reviewt en actualiseert het communicatieteam de communicatiekalender. De projectleider AI&C verzorgt de aansluiting op het reguliere projectmanagementoverleg. Het resultaat is een up-to-date communicatiekalender.

### **Ontwikkeling website**

Afhankelijk van de ontwikkelingen in het programma en de informatiebehoefte van de doelgroepen, worden de structuur en inrichting van de website van tijd tot tijd geoptimaliseerd en bijgesteld. De website kent een uniforme structuur en indeling. Binnen de webpagina's voor de drie doelgroepen is ruimte voor specifieke aanvulling van rubrieken. De inhoud en omvang daarvan zal in de loop van het jaar blijken. Voor de begroting wordt rekening gehouden met beperkte aanpassingen en uitbreidingen binnen de huidige hoofdstructuur. Het resultaat is een verder geoptimaliseerde structuur en indeling van de website.

### **Bijeenkomsten**

In de voorbereiding van bijeenkomsten, zoals congressen, bijeenkomsten met gemeenten en/of afnemers, ondersteunt het communicatieteam desgewenst het opstellen van het programma, het ontwikkelen van presentaties en ander materiaal. Bovendien draagt het team bij aan de invulling van een stand voor oBRP en het ontwikkelen en laten produceren van ondersteunende materialen, zoals factsheets.

Dit is met name het geval voor het eigen jaarlijkse 'event' van oBRP: de Tribune. De organisatie daarvan wordt extern belegd. Het programma wordt opgesteld in nauwe samenwerking met de leveranciers, RvIG en VNG/KING. De berichtgeving over de Tribune op de website begint halverwege het jaar en wordt intensiever en inhoudelijker naarmate de datum van de Tribune nadert.

Het resultaat is berichtgeving, inhoudelijke invulling en ondersteunende materialen voor de Tribune en informatiebijeenkomsten van programmapartners.

### **Rapportage**

Vanuit het communicatieteam wordt een bijdrage geleverd aan de maandelijkse voortgangsrapportage van project AI&C, waarin opgenomen de maandelijkse websitestatistieken. De projectmedewerker communicatie levert de conceptrapportage voor communicatie op aan de projectleider AI&C.

### **Overleg communicatieteam**

Om de betrokkenheid vanuit alle programmapartners te activeren, organiseert de projectmedewerker communicatie een regulier overleg met VNG/KING, NVVB, RvIG en BZK. Het doel van dit overleg is het afstemmen van de inhoud en tijd van communicatie-uitingen voor de website. Ook wordt de informatiebehoeften vanuit de doelgroepen geëvalueerd en gevalideerd. Het overleg vindt in de regel maandelijks plaats, en zo nodig vaker.

## 7. Tijdschema: de communicatiekalender

De communicatiekalender geeft per kwartaal in 2016 het overzicht van de onderwerpen, die volgens de geldende planning van het programma, aan de orde zijn of komen, waarbij berichtgeving vanuit het communicatieteam nodig is. Onderstaande tabel geeft dit overzicht voor heel 2016<sup>4</sup>. Aan het eind van elk kwartaal wordt de kalender voor het komend kwartaal gereviewd en waar nodig bijgesteld en nader gedetailleerd.

Kw.	Wat	Doelgroep	Timing
Q1	Maandelijks nieuwsbrief	Allen	Maandelijks, binnen 1 week na de vergadering van de stuurgroep
	Publicatie vastgestelde stukken	Afhankelijk van de inhoud van de stukken	i.o.m. de auteur; streven is zo spoedig mogelijk na vaststelling; met berichtgeving in de maandelijks nieuwsbrief
	Ontwikkeling Levering: wijzigingen LO3.9, 3.4, koppeling 3.6 Tussenresultaten PoC Bijhouding	Allen	In de nieuwsbrief volgend op de oplevering
	Implementatievoorbereiding : aansluitstrategie en impactbepaling afnemers	Afnemers	Afstemmen op de nieuwsbrief en resultaten uitvraag bij afnemers
	Acceptatietesten: Resultaten 2.2 Voortgang 3.1	Allen	Afstemmen op de nieuwsbrief en resultaten testen
	Terugblik Tribune 2015	Allen	Nieuwsbrief november
Q2	Publicatie vastgestelde stukken	Afhankelijk van de inhoud van de stukken	i.o.m. de auteur; streven is zo spoedig mogelijk na vaststelling; met berichtgeving in de maandelijks nieuwsbrief
	Ontwikkeling Levering: 3.7	Allen	In de nieuwsbrief volgend op de oplevering
	Implementatievoorbereiding : verloop aansluitplanning afnemers	Afnemers	Afstemmen op de nieuwsbrief en resultaten uitvraag bij afnemers
	Acceptatietesten: Voortgang en resultaten 3.1	Allen	Afstemmen op de nieuwsbrief en planning testen
	Organisatie en planning van de ondersteuning van gemeenten (KING)	Gemeenten	Na gereedkomen van ondersteuningsplan KING
	NVVB congres	Gemeenten	April 2016
	Tribune aankondiging	Allen	Juni 2016
	Maandelijks nieuwsbrief	Allen	maandelijks 1 week na de vergadering van de stuurgroep
Q3	Publicatie vastgestelde stukken	Afhankelijk van de inhoud van de stukken	i.o.m. de auteur; streven is zo spoedig mogelijk na vaststelling; met berichtgeving in de maandelijks nieuwsbrief
	Ontwikkeling Levering Ontwikkeling Bijhouding	Allen	In de nieuwsbrief volgend op de oplevering(en)
	Implementatievoorbereiding : verloop aansluitplanning afnemers	Afnemers	Afstemmen op de nieuwsbrief en resultaten monitor

<sup>4</sup> Hierbij is de huidige programmaplanning uitgangspunt; eind 2015 vindt een actualisatie van de planning plaats; deze kan aanleiding geven tot aanpassingen in de communicatiekalender. Op basis van de actualisatie zal de communicatiekalender waar nodig in januari 2016 worden aangepast. Deze opsomming heeft dus een voorlopig karakter.

	Implementatievoorbereiding: Verloop voorbereiding aansluiting gemeenten (KING)	Gemeenten	Afstemmen op de nieuwsbrief en voortgang bij gemeenten
	Acceptatietesten: Voortgang en resultaten Levering Planning Bijhouding	Allen	Afstemmen op de nieuwsbrief en planning en voortgang testen
	Tribune programma en inschrijving	Allen	Augustus en september 2016
	Maandelijks nieuwsbrief	Allen	maandelijks 1 week na de vergadering van de stuurgroep
Q4	Publicatie vastgestelde stukken	Afhankelijk van de inhoud van de stukken	i.o.m. de auteur; streven is zo spoedig mogelijk na vaststelling; met berichtgeving in de maandelijks nieuwsbrief
	Ontwikkeling Levering Ontwikkeling Bijhouding	Allen	In de nieuwsbrief volgend op de oplevering(en)
	Implementatievoorbereiding : aansluitstrategie afnemers	Afnemers	Afstemmen op de nieuwsbrief en resultaten uitvraag bij afnemers
	Implementatievoorbereiding: Verloop voorbereiding aansluiting gemeenten (KING)	Gemeenten	Afstemmen op de nieuwsbrief en voortgang bij gemeenten
	Acceptatietesten: Voortgang en resultaten Levering Planning Bijhouding	Allen	Afstemmen op de nieuwsbrief en planning en voortgang testen
	Tribune programma en inschrijving Verslag	Allen	Oktober 2016 November/december 2016

## 8. Doorkijk 2017

In 2017 zullen de communicatieactiviteiten overeenkomstig de aanpak van 2016 doorlopen, met het verschil dat de daadwerkelijke aansluiting van afnemers en gemeenten zal plaatsvinden. Dat betekent dat KING resp. Implementatie / RvIG de doelgroepen gemeenten en afnemers intensiever zullen informeren en waar nodig ook (meer) zullen activeren. De communicatie-intensiteit zal daardoor toenemen en de inhoud zal meer gericht zal zijn op de concrete invulling: wat kan en moet je komend kwartaal doen en welke hulpmiddelen reikt het programma daarvoor aan. De inhoud van de berichtgeving is de verantwoordelijkheid van VNG/KING (gemeenten) en Implementatie oBRP/RvIG (afnemers). Voor het communicatieteam kan dit enige toename van redactie- en publicatiewerk met zich meebrengen.

## 9. Begroting

Voor de onderstaande begroting van kosten gelden de volgende uitgangspunten en aannames.

- i. De huidige medewerkers (oBRP en KING) blijven beschikbaar in 2016; de omvang van de inzet kan over het jaar variëren naar behoefte. De daadwerkelijke inzet wordt bepaald i.o.m. de projectleider AI&C.
- ii. De inhoud van de berichtgeving t.b.v. gemeenten is de verantwoordelijkheid van VNG/KING. De kosten voor aanpassingen aan de website t.b.v. deze berichtgeving worden door VNG/KING gedragen en vallen buiten de begroting van het programma. De kosten voor het programma zijn beperkt tot de coördinatie en bewaking van de kaders vanuit het principe van communiceren met 1 gezicht.
- iii. Het technisch beheer en hosting van de website is bij KING belegd; het programma draagt bij in de kosten voor een bedrag van € 3.300,= per jaar. Dit bedrag is niet verhoogd t.o.v. 2015.
- iv. Net als in 2015 zal de organisatie van de Tribune in 2016 worden belegd bij een extern bureau; de begrote kosten zijn gebaseerd op de actuele kostenbegroting van 2015. Er is vanuit gegaan dat de leveranciers en de VNG, net als in 2015, bijdragen in de kosten van de Tribune, zowel voor eigen zaalhuur als een bijdrage in de totale kosten.
- v. In de begroting wordt rekening gehouden met de bijdrage aan twee evenementen van partnerorganisaties zoals NVVB, VNG en KING. De kosten voor het programma per evenement zijn begroot op € 3.500,=.
- vi. De ontwikkeling van publicatieversies van documenten wordt niet door het communicatieteam verzorgd, maar door deskundigen vanuit de projecten; wel levert het team advies en reviewt het conceptversies van documenten voor publicatie op stijl en toegankelijkheid.
- vii. In 2016 zullen 11 maandelijkse nieuwsbrieven worden gemaakt; we gaan uit van 10 publicatieversies van programmadocumenten.

onderwerp	uren MU	uren DO	kosten MU	kosten DO	uren totaal	kosten totaal
<b>regulier</b>						
nieuwsbrief	220		€ 21.522,60	€ 0,00	220	€ 21.522,60
documenten	120		€ 11.739,60	€ 0,00	120	€ 11.739,60
evenementen	40		€ 3.913,20	€ 0,00	40	€ 3.913,20
website content (anders dan nieuwsbrief)	200		€ 19.566,00	€ 0,00	200	€ 19.566,00
onderhoud website (uren)	100	25	€ 9.783,00	€ 2.712,00	125	€ 12.495,00
regulier beheer website (uitbesteed via KING)						€ 3.300,00
ontwerp en drukken materialen evenementen						€ 3.000,00
<b>subtotaal regulier</b>	<b>680</b>	<b>25</b>	<b>€ 66.524,40</b>	<b>€ 2.712,00</b>	<b>705</b>	<b>€ 75.536,40</b>
<b>eenmalig</b>						
doorontwikkeling website (ontwerp, uren)	50	25	€ 4.891,50	€ 2.712,00	75	€ 7.603,50
idem (techniek, uitbesteed via KING)						€ 3.000,00
Tribune - locatie, catering, etc.						€ 38.000,00
Tribune - organisatie						€ 17.000,00
Tribune bijdrage leveranciers en VNG						-€ 33.750,00
bijdrage aan congressen van partners						€ 7.000,00
<b>subtotaal eenmalig</b>	<b>50</b>	<b>25</b>	<b>€ 4.891,50</b>	<b>€ 2.712,00</b>	<b>75</b>	<b>€ 38.853,50</b>
stelpost onvoorzien kosten						€ 3.500,00
stelpost onvoorzien inzet (uren)	80		€ 7.826,40	€ 0,00	80	€ 7.826,40
<b>Totaal</b>						<b>€ 125.716,30</b>
Waarvan totaal kosten uren	810	50	€ 79.242,30	€ 5.424,00	860	€ 84.666,30

Opmerking: in de meerjarenbegroting van het programma is voor communicatie in 2016 €112.329,= opgenomen. Voor bovenstaande begroting is het noodzakelijke werk binnen het programma gedetailleerd in kaart gebracht. Desalniettemin overstijgt deze begroting de meerjarenbegroting voor het onderdeel Communicatie met € 13.387,=.