

Ris: 5412

Communicatieplan Centrumvernieuwing Emmen

1. Inleiding

Dit plan gaat over de wijze waarop de gemeente Emmen de komende jaren in contact wil treden met de burgers van Emmen en andere partijen over de vernieuwingen in het centrum.

In 2011 is een programmaorganisatie voor de Centrumvernieuwing van Emmen in het leven geroepen. Hieronder vallen zowel Atalanta als een aantal andere projecten in het centrum (kader MEC).

Doelstelling van het programma is:

Het realiseren van een mooi, uitnodigend en goed bereikbaar centrum.

Dit moet bijdragen aan een duurzame economisch sterke rol voor Emmen-centrum.

De gemeenteraad heeft op 3 oktober 2011 een motie over het draagvlak voor het Atalanta-project ingediend. In deze motie stelt de raad:

- dat draagvlak wenselijk en noodzakelijk is;
- dat de inwoners recht hebben op de feiten en gevolgen, maar ook enthousiast mogen worden gemaakt;

Over hoe dat zou moeten, verschillen de meningen. Degenen die kritisch staan tegenover de plannen verwijten het college soms het bedrijven van propaganda. Anderen zijn van mening dat het college juist meer aan marketing zou moeten doen om de bevolking enthousiast te maken.

Het college wil echter noch propaganda plegen, noch marketing bedrijven.

De plannen voor de centrumvernieuwing zijn dusdanig omvangrijk en complex, dat het een illusie is om te denken dat de gemeente kan volstaan met het zenden van een positieve boodschap over haar visie en haar plannen. Alleen informeren levert geen draagvlak of enthousiasme.

Kernwoorden zijn daarom delen en verbinden.

De wijze waarop we dat doen is afhankelijk van twee factoren, de fase waarin de projecten verkeren en de mogelijkheden tot inbreng.

Daar waar mogelijk zal de gemeente ondernemers binden aan de centrumvernieuwing en waar het kan zullen visies worden gedeeld om tot betere oplossingen te komen.

2. Waar doen we het voor?

“Emmen werkt aan een mooi, uitnodigend en goed bereikbaar centrum” is de kernboodschap. Doel is de omzet en de werkgelegenheid voor de toekomst te versterken. Deze nieuwe stedelijke ontwikkeling creëert perspectief voor de toekomst van de gemeente.

Een nieuw dierenpark en theater en een vernieuwd centrum van Emmen bieden dé kans om meer bezoekers naar Emmen te trekken en daarmee ook veel meer banen te creëren. Alleen al voor het Atalanta-project (inclusief dierenpark) zal naar berekening ruim 4.700 arbeidsjaren werk tijdens de bouw nodig zijn en meer dan 800 nieuwe arbeidsplaatsen als het klaar is. Het gaat hier om banen bij het dierenpark zelf, maar ook is berekend dat het nieuwe park en het vernieuwde centrum weer nieuwe bedrijven aantrekt, die ook werknemers nodig hebben. De effecten van de vestiging van grootwinkelbedrijven zijn nog niet berekend, maar zullen ongetwijfeld positief bijdragen aan de werkgelegenheid in Emmen.

De projecten zijn een impuls voor verdere opwaardering door derden in het centrum en voegen ‘culturele waarde’ toe aan het imago van Emmen.

De infrastructuur en doorstroming rondom het centrum verbetert sterk.

Door de plannen breed uit te dragen, brengen we een gevoel van trots over zowel richting de ambtenaren, de bewoners en de bedrijven.

3. Hoe doen we dat?

We verbeelden de visie op de vernieuwing op een inspirerende manier, zodat mensen ervaren hoe het centrum er over een aantal jaren uit gaat zien, hoe de openbare ruimte wordt ingevuld.

Door eenheid in stijl te gebruiken komen de verschillende projecten als een eenheid in beeld en wordt de samenhang tussen de diverse projecten duidelijk.

Waar ruimte is voor invulling laten we de verbeelding van de bewoners van Emmen spreken. Hiertoe nodigen we mensen actief uit om hun visie weer te geven, ondersteunen we dat waar mogelijk door faciliteiten aan te reiken en zorgen we er voor dat die visies ook geborgd worden. Iedereen die meedenkt krijgt reactie.

Wanneer er keuzes gemaakt moeten worden uit verschillende opties organiseren we het debat met het publiek en zorgen we voor helderheid over de besluitvorming.

Wanneer de realisatie van de projecten gevolgen heeft voor de betrokkenen, denk aan bouwoverlast, verkeersdoorstroming, parkeerproblemen, zorgen we voor duidelijke informatievoorziening, voor een plek waar men terecht kan met klachten en problemen en nodigen we uit om mee te denken over oplossingen.

Waar ruimte is voor ondernemers om in te spelen op ontwikkelingen, stimuleren we initiatieven en zorgen we voor een platform waar zij hun plannen kunnen ontvouwen.

We geven het eigenaarschap terug. Inwoners en ondernemers voelen zich weer eigenaar: ‘het nieuwe centrum is van ons’.

En altijd zorgen we voor een heldere, eerlijke informatievoorziening langs meerdere kanalen.

Wanneer inspraak niet mogelijk is, zullen we de inspraak ook niet vragen. Met andere woorden, wij maken duidelijk wat we van mensen verwachten en wat zij van hun gemeente kunnen terug verwachten (conform 'Samenwerken met de samenleving').

4. Uitgangspunten

Als overkoepelende term gebruiken we 'Centrumvernieuwing Emmen'. Daarbinnen passen alle ruimtelijke projecten; van Noorderplein tot aan de zuidrand van het Willinkplein. Binnen de Centrumvernieuwing Emmen is een bijzondere plek voor de projecten die behoren tot het Atalanta-project. Deze zijn als zodanig herkenbaar.

We noemen de projecten verder bij hun eigen naam, zodat duidelijk is waar de informatie over gaat.

We nodigen bij de centrumvernieuwing betrokken grote investeerders in het gebied nadrukkelijk uit om te participeren in de verbeelding en de informatieverstrekking.

"Emmen werkt aan een mooi, uitnodigend en goed bereikbaar centrum" is de centrale boodschap die we uitdragen.

Tot nu toe heeft interactie met betrokkenen voorop gestaan in de vorm van klankbordgroepen, bijeenkomsten en inspiratiesessies. Dat houden we vast door het intensiveren en uitbouwen van de contacten.

Wat we extern uitdragen is eerst intern bekend. Medewerkers worden waar mogelijk betrokken bij de verbeelding en zijn goed op de hoogte van de ontwikkelingen. Zij zijn belangrijke ambassadeurs.

We maken gebruik van een mix van in te zetten middelen die elkaar versterken, van gesprek tot 3 dimensionale interactiviteit, van advertentie tot webforum.

Met onze inspanningen ondersteunen we zowel de huidige als de toekomstige positie van het dierenpark en het theater en dragen we bij aan het imago van Emmen als geheel.

Binnen de uitgangspunten leveren we maatwerk. Boodschappen en presentatievormen passen bij de ontvanger. Uiteraard sluiten beeldmateriaal, woordgebruik en communicatiemiddelen aan bij de 'corporate identity': een energieke gemeente van aanpakken en doen.

Onze medewerkers zijn onze belangrijkste ambassadeurs. Zij kunnen als geen ander het bestuur ondersteunen bij het uitdragen van de boodschap 'Emmen werkt aan een mooi, uitnodigend en goed bereikbaar centrum'. Er moet daarom zoveel mogelijk worden samengewerkt met medewerkers.

De regie over de uitvoering van dit plan ligt bij de afdeling communicatie van de gemeente Emmen. Voor het grootste deel van de activiteiten is adequate capaciteit aanwezig. Voor het te ontwikkelen (informatie)centrum zal een separate begroting worden opgesteld. Waar nodig zetten we externe deskundigheid in.

5. Maatwerk

Centrumvernieuwing Emmen omvat een groot aantal projecten, zowel vanuit de overheid als vanuit het bedrijfsleven. De projecten verschillen qua aard en omvang en de mogelijkheid voor inbreng van derden. Daarom kiezen wij voor maatwerk.

Dromen staat centraal bij de projecten die tot de verbeelding spreken. Projecten die in de toekomst ruimtelijke kwaliteit toevoegen aan het centrum. Inwoners en ondernemers denken mee over ontwerp en inrichting van hun centrumgebied. We werken samen met ondernemers en inwoners zodat zij actief kunnen bijdragen aan de toekomst van hun centrum. Beleving, verhalend, dromen, creatief, samen en verbondenheid zijn de woorden die hier bij passen.

Er wordt veelvuldig gebruik gemaakt van beelden. Er is ruimte voor een creatief proces. Tijdens dit proces worden de kaders vooraf helder geschetst om teleurstellingen achteraf te voorkomen.

Niet ieder project leent zich voor verbeelding. Soms staan vorm en functie bij voorbaat vast. Bijvoorbeeld bij de herinrichting van wegen, aanleg tunnel of vestiging van winkelbedrijven. Hier staat een heldere en tijdige informatievoorziening centraal. Dat wil echter niet zeggen, dat inwoners en ondernemers langs de kant staan.

Bij deze projecten gaan we samen zoeken naar oplossingen voor knelpunten tijdens de bouwfase. Het gaat hier om het kweken van begrip en het zoeken van wederzijds belang. We luisteren en vertellen.

Zakelijke en informatieve communicatie bevat vooral termen als tijdstippen, locaties, routes, alternatieven, oplossingen, knelpunten en samenwerken. Klankbordgroepen met vertegenwoordigers van ondernemers, inwoners en vervoerders e.d. spelen een belangrijke rol in dit proces.

6. Marketing van het centrum

Het is voor Emmen heel belangrijk dat ze haar aantrekkelijkheid als recreatie- en winkelgebied tijdens de bouwwerkzaamheden niet verliest. Dat is ook van groot belang voor de lokale ondernemers (inclusief het dierenpark). Met andere woorden: we willen de loop erin houden.

Emmen is de tweede winkelstad van het Noorden en qua winkeloppervlakte groter dan Amersfoort, Zwolle en Maastricht. De Weiert wordt zelfs beschouwd als het grootste overdekte winkelcentrum van het Noorden. Het is voor de economie van Emmen van groot belang dat het aantal bezoekers de komende jaren stabiel blijft.

Dat het centrum van Emmen een gezellige omgeving is om te winkelen, weten veel mensen in de directe omgeving wel. Maar dat Emmen qua omvang en diversiteit de concurrentie aankan met steden als Zwolle en Groningen is nu nog een goed bewaard geheim.

Om ervoor te zorgen dat het aantal bezoekers stabiel blijft of liefst nog licht blijft stijgen, is het van belang om de Unique Selling Points van het centrum ook in de omliggende regio's bekend te maken. De beleidsnota Citymarketing 2012-2016 (besluitvorming gemeenteraad december 2011) biedt hiervoor aanknopingspunten.

In de op te richten Stichting Citymarketing Emmen werken gemeente en ondernemers samen om hier invulling aan te geven..

7. Voor en met wie?

7.1 Inwoners

Inwoners hebben geen boodschap aan een gemeente, die weet wat goed voor hen is. Informeren alleen is niet voldoende. We willen delen: informatie uitwisselen en inwoners uitnodigen om een actieve inbreng te leveren. We leveren maatwerk aan groepen inwoners. Inwoners van het centrum, maar ook inwoners uit andere delen van onze gemeente betrekken we actief bij de projecten. De inzet van klankbordgroepen is hierbij belangrijk, maar zeker ook het gebruik maken van kennis en ideeën uit de samenleving breed, bijvoorbeeld door gebruik te maken van internetplatforms(crowdsourcing).

7.2. Ondernemers

Een belangrijk argument bij de centrumvernieuwing is altijd de economische factor geweest. Het betrekken van de lokale ondernemers bij de ontwikkelingen heeft prioriteit. Of het nu gaat om meedenken over de winkelomgeving (westwand Weiert) of het bevorderen van de bereikbaarheid. Ook hierbij zijn klankbordgroepen van belang, maar ook bijeenkomsten met bijvoorbeeld ondernemersverenigingen e.d. Verder is een eerlijke informatievoorziening naar de ondernemers over bijvoorbeeld de aanbestedingen en gunningen van groot belang.

7.3. Bezoekers

Het is voor Emmen heel belangrijk dat ze haar aantrekkelijkheid als recreatie- en winkelgebied tijdens de bouwwerkzaamheden niet verliest. De belofte voor de toekomst mag de huidige gang naar de gemeente niet in gevaar brengen. Dat is van belang voor de lokale ondernemers in en rond het centrum, maar ook voor de organisaties die zelf gaan vernieuwen zoals het Dierenpark en het theater. Er moet flink worden geïnvesteerd om met creatieve middelen de loop erin te houden en Emmen aantrekkelijk te houden voor bezoekers. Dit kan bijvoorbeeld door routing, bereikbaarheid, parkeren, bijzondere activiteiten of evenementen en visuele aspecten. Ook dit onderwerp leent zich ervoor om met betrokkenen ideeën te ontwikkelen.

7.4. Andere overheden

In de landelijke communicatie spelen de lobbyactiviteiten een grote rol. Er zijn gerichte lobbyactiviteiten waar de financiering nog niet geheel rond is en partijen over de streep moeten worden getrokken. Als dit Atalanta-projecten betreft, gebeurt dit onder de noemer Atalanta. Emmen wordt gepresenteerd als jonge, natuurlijke en ondernemende gemeente; een energieke gemeente, van aanpakken en doen! Een gemeente die ambities durft na te streven, *gedegen samen met stakeholders te werk gaat en hierbij vooruit kijkt naar de economische toekomst van Emmen.* Bij het presenteren van het totaalbeeld past ook de presentatie van een toekomstbeeld. Het is van belang scherp voor ogen te houden waartoe

deze bouwfase leidt. Hiervoor wordt veelvuldig gebruik gemaakt van impressies/beeldmateriaal.

7.5. Partners

Er zijn verschillende partners die zich zakelijk al hebben verbonden, of hebben aangegeven dat in de toekomst te willen.

- Dierenpark Emmen
- Provincie Drenthe
- SNN
- WMD
- Peter van Dijk Investments
- Mediamarkt
- Ahold Vastgoed ontwikkeling
- Rijksgebouwendienst

Een aantrekkelijk nieuw centrum trekt ook weer nieuwe investeerders aan. Het is belangrijk het draagvlak voor de centrumvernieuwing bij hen te behouden en te vergroten of – als het om nieuwe partners gaat - te verkrijgen; we willen hen motiveren tot meedenken in oplossingen; tot participeren en investeren.

7.6. Netwerken

We maken natuurlijk ook gebruik van bestaande netwerken en overlegstructuren. Dit kan in positieve zin bijdragen aan het maatschappelijk debat over de centrumplannen.

Denk daarbij aan Erkende Overlegpartners, ondernemersorganisaties, Vrienden van de Muzeval, etc. Zo zijn alle Erkende Overlegpartners uitgebreid geïnformeerd over de plannen van de Centrumvernieuwing en de ontwikkeling van het nieuwe dierenpark.

Vertegenwoordigers van de Erkende Overlegpartners rondom het centrum worden elk kwartaal door het college bijgepraat. Ook gaat het college dorps- en wijkhuizen op verzoek langs om de plannen toe te lichten.

Daarnaast zijn er verschillende nationale en internationale (belangen)verenigingen, die van belang zijn om onze activiteiten te ondersteunen. Het zijn partijen, die veel draagvlak hebben in de maatschappij en invloed kunnen uitoefenen op de publieke opinie. Door hen op de hoogte te houden van en tegelijkertijd draagvlak te creëren voor projecten, kunnen zij voor een 'boost' zorgen voor het regionale en nationale draagvlak.

Daarbij kan worden gedacht aan:

- Kennisinstellingen (bijvoorbeeld hogescholen, universiteiten)
- Collectieve (zakelijke) belangeninstellingen (bijvoorbeeld VNO/NCW, ANWB)
- Specifieke (zakelijke) belangenorganisaties (bijvoorbeeld Rotary, Industriekring)
- Ideële organisaties (bijvoorbeeld Milieufederatie Drenthe, Kunst en Cultuur Drenthe).

Wij willen onze boodschap bijvoorbeeld uitdragen door spreekbeurten en presentaties op congressen. Daarnaast kan gedacht worden aan artikelen in vakmedia.

7.7. Medewerkers van de gemeente Emmen

Als laatst genoemd, maar minstens zo belangrijk, zijn de medewerkers van de gemeente Emmen. Zij zijn belangrijke ambassadeurs voor de centrumvernieuwing. Interne communicatie krijgt volop aandacht.

De omzetting van de projectorganisatie Atalanta naar het programma Centrumvernieuwing Emmen heeft gevolgen voor de interne communicatie. Immers, projecten worden in de lijn uitgevoerd. Een grote groep medewerkers krijgt direct met de projecten van de centrumvernieuwing te maken. Draagvlak bij de eigen medewerkers is belangrijk. Zij moeten weten wat er speelt en dit samen met 'het verhaal' van de centrumvernieuwing naar buiten kunnen vertellen. Bijzondere aandacht hierbij is nodig voor de direct bij de plannen betrokken medewerkers (bijvoorbeeld de medewerkers van De Muzeval).

In eerste instantie is de lijncommunicatie de belangrijkste en normale wijze van communiceren en direct een verantwoordelijkheid van de afdelingsmanager of projectleider. Team Communicatie ondersteunt dit met concernbrede activiteiten als bijeenkomsten, nieuwsbrieven, tekst op intranet e.d. Daarnaast worden medewerkers meegenomen in alle communicatieactiviteiten richting inwoners, ondernemers en andere doelgroepen. Het doel hiervan is dat medewerkers met hun eigen woorden, vanuit hun eigen werkveld, als ambassadeur kunnen optreden voor dit project.

8. Centrale plek

Emmen gaat op de schop. Niet even en een klein beetje, maar een paar jaar en ingrijpend. Doel is een mooi, uitnodigend en goed bereikbaar centrum. Er moet een plek zijn waar we die ambities kunnen tonen en waar faciliteiten zijn om anderen mee te laten denken.

Om de verschillende projecten van de Centrumvernieuwing met elkaar te verbinden en om alle activiteiten die in het communicatieplan worden voorgenomen uit te voeren, stellen wij voor om een centrale ruimte in te richten.

Een plek, in het centrum van Emmen, in het hart van de activiteiten, waar de verbeelding de ruimte krijgt. Een plaats waar betrokkenen en geïnteresseerden elkaar ontmoeten, waar mensen informatie halen, maar ook ideeën achterlaten, waar meningen worden uitgewisseld, zorgen geuit en oplossingen bedacht.

Een plek waar de verschillende partijen van de centrumvernieuwing hun ideeën ontvouwen en toetsen aan de reacties van de toekomstige gebruikers.

Een plek waar de vernieuwing wordt gestimuleerd, gevolgd en vastgelegd.

Een plek die zowel tastbaar in de ruimte als virtueel op het internet wordt ingevuld. We denken aan een multifunctionele ruimte waar zowel ruimte is voor het presenteren en bekijken van plannen, voor overleg en inspraak sessies, voor ateliers om ideeën vorm te geven, maar ook om ontvangsten te organiseren en lobbyactiviteiten te ontplooiën.

Een open, toegankelijke ruimte waar je gemakkelijk, zonder afspraak binnen loopt.

Wat valt er te beleven?

Er wordt ruimte geboden voor het verbeelden van de toekomst, niet alleen de ambities van de gemeente, maar ook aan het dierenpark, aan betrokken projectontwikkelaars, architectenbureaus en ondernemingen die zich gaan vestigen.

Deelnemers worden aangezet om het centrum actief in te zetten. Dus geen maquettes die ongewijzigd en zonder toelichting maanden achtereen alleen maar te bekijken zijn. Hier moeten de verhalen van de centrumvernieuwing worden verteld, ook de kritische verhalen. Met het Dierenpark Emmen is overeenkomst over samenwerking in het centrum. DPE wil een wisselende bijdrage leveren met als 'leitmotiv' de beleving van DPE Next. Dat kan in de vorm van beeldmateriaal, wisselende maquettes etc.

Digitaal

Een belangrijke plaats wordt ingeruimd voor digitale manieren van presenteren. De informatie die wordt gedeeld, moet zowel tastbaar als digitaal, via het internet, te benaderen zijn. Dat geldt voor presentaties, maar ook voor discussie en debat.

Webcams volgen de bouwactiviteiten met weergave op het web en in het centrum, debatten worden uitgezonden, informatie is breed beschikbaar. Waar mogelijk zijn deze initiatieven crossmediaal ingericht om een zo groot mogelijk mate van interactiviteit en een zo groot mogelijk bereik mogelijk te maken. In het centrum wordt steeds duidelijk waar de centrumvernieuwing staat en wat er in de toekomst gebeurt.

Emmen in 3D

Centraal staat een drie-dimensionale weergave van het centrum. Deze werkwijze is in een aantal steden met succes toegepast. (voorbeelden zijn: Rotterdam, Amsterdam, Arnhem) Drie-dimensionale weergave van gebiedsontwikkeling geeft toeschouwers een veel beter inzicht in de plannen dan twee-dimensionale weergave of statische maquettes. Nog niet veel steden zijn er in geslaagd om een drie-dimensionale weergave ook inter-actief te maken. (vb. is de Rijnboog in Arnhem) Doorgaans kan de toeschouwer alleen de geanimeerde weergave bekijken. In Emmen willen we de toepassing interactief maken, zodat toeschouwers niet alleen zelf kunnen bepalen wat ze zien, door er doorheen te lopen, maar ook dat het mogelijk wordt om de werkelijkheid met een muisklik vorm te geven, opnieuw in te richten, te verbeelden.

We denken dat een doorkijk naar de toekomst veel bijdraagt aan het draagvlak.

Emmen virtueel

De invoering van dit medium kan in twee fasen gebeuren. In eerste instantie een 3D weergave van de projecten, te bekijken in het centrum. Interactief te maken met behulp van een moderator die groepen kan begeleiden.

Als dat slaagt, kan het project worden uitgebreid naar andere locaties in het centrum en kan de weergave ook via het internet worden vrijgegeven.

Dat opent geheel nieuwe perspectieven. Ondernemers zullen in 3D Emmen hun eigen winkel open kunnen stellen, maar ook een webshop kunnen openen. Het Klant Contact Centrum van de gemeente zal te betreden zijn en burgerzaken die nu al digitaal te regelen zijn zullen er daadwerkelijk afgehandeld kunnen worden.

Cross-mediaal

Alle middelen die we inzetten versterken elkaar en vullen elkaar aan. Een presentatie verschijnt ook op het web, opnamen van de webcam worden gebruikt voor de nieuwsbrief. Borden en drukwerk worden ingezet om stakeholders helder en tijdig te informeren. Audiovisuele middelen en animaties dragen bij aan het verbeelden van informatie en de droom. Persoonlijke middelen worden ingezet voor interactie, om stakeholders te betrekken maar ook om te luisteren en te vertellen. Bijvoorbeeld een rondleiding door het

informatiecentrum. Om te zorgen dat stakeholders zich verbonden voelen en enthousiast worden voor de plannen, worden interactieve middelen, waaronder social media, ingezet. Voor een compleet overzicht van de in te zetten middelen verwijzen we naar de bijlage.

Het informatiecentrum wordt breder ingezet in het kader van recreatie en tourisme en citymarketing. Bijvoorbeeld als plek voor vergaderingen en bijeenkomsten met ondernemers. Er wordt samenwerking gezocht met de stichting Citymarketing en TIP Emmen.

9. Per project een actieplan Communicatie

De afdeling communicatie stelt in overleg met de projectleider per project een communicatiestrategie en actieplan op met een uitwerking in activiteiten en middelen. Deze strategie sluit naadloos aan op dit centrale communicatieplan.

Voor de coördinatie en een goede afstemming tussen de verschillende onderdelen, maken we gebruik van een integrale communicatiekalender.

De kosten voor de communicatie per project zullen vanuit het project gefinancierd worden.

10. Organisatie van de communicatie

In aansluiting op de programmaorganisatie, is ook de communicatie in de lijn georganiseerd. Dit betekent dat de communicatie over de verschillende projecten wordt uitgevoerd door de communicatieadviseurs van de wethouders, onder wie deze projecten vallen. De overkoepelende communicatie rond centrumvernieuwing is belegd bij een coördinerende adviseur binnen het team communicatie. Deze adviseur maakt deel uit van de programmaorganisatie. Waar nodig wordt externe expertise ingehuurd. De verantwoordelijkheid is belegd bij het hoofd Communicatie, die regelmatig hierover overleg voert met de wethouder die is belast met de coördinatie van de communicatie van de gehele centrumvernieuwing, i.c. wethouder Sleeking. Werkbudgetten zijn afkomstig uit de programmaorganisatie of separate budgetten.

Overleg intern

Er vindt op diverse lagen in de organisatie overleg plaats over de aanpak van de communicatie van de Centrumvernieuwing.

Twee-wekelijks is er een overleg van alle bij de centrumvernieuwing betrokken communicatiemedewerkers. Hier wordt de agenda doorgenomen, worden taken verdeeld en vindt afstemming plaats.

De coördinerende adviseur overlegt wekelijks met het hoofd van het programmabureau.

De adviseurs die vanuit de wethoudersportefeuille de communicatie rond een project verzorgen hebben direct contact met de projectleider.

Met city-marketing wordt overlegd over de inzet van de projecten in het kader van city-marketing en over de inzet van het centrum.

Afstemming extern

Afstemming met de EOP's, klankbordgroepen en andere partijen zal niet alleen intrinsiek plaatsvinden over de inhoud en voortgang van de projecten, maar tevens op

11. Kosten 2012

De raming van de kosten bevat alleen de algemene overkoepelende communicatieactiviteiten. De inhoudelijke communicatie per project moet binnen het budget van het betreffende project gefinancierd worden.

12. Externe deskundigheid

De uitwerking van onderhavige plannen vereist op een aantal terreinen specifieke deskundigheid, die op projectbasis zal worden aangetrokken.

Allereerst ten behoeve van de inrichting en realisatie van het informatiecentrum.

Ook de realisatie van audio-visuele presentaties en de 3D omgeving vereisen de inbreng van externe partijen.

In het bijzonder zal gezocht worden naar een partij met marketing deskundigheid die in staat is om activiteiten in het centrum te ontwikkelen, publieksacties en -campagnes op te zetten en sponsoren aan te trekken.

Er wordt zo veel mogelijk gewerkt met lokale aanbieders van deze diensten.

Kosten Communicatieplan Centrum Vernieuwing Emmen

<u>Omschrijving</u>	<u>Kosten</u>
Website	
Kosten bijzondere aanpassingen website CVE	€ 2.000,-
Totaal	€ 2.000,-
Nieuwsbrief	
Papieren Nieuwsbrief (10 x)	
- opmaak	€ 300,-
- drukwerk	€ 10.000,-
- verspreiding ca. 10 x	€ 6.300,-
<i>Sub-totaal</i>	<i>€ 16.600,-</i>
Digitale Nieuwsbrief (eenmalig) (ontwikkeling + ontwerp MM)	€ 1.800,-
Digitale Nieuwsbrief (testen en instructie team Com 16 uur)	€ 1.600,-
<i>Sub-totaal</i>	<i>€ 2.731,-</i>
Totaal Nieuwsbrief	€ 20.000,-
<u>Omschrijving</u>	<u>Begroting</u>
Drukwerk/promotiemateriaal	
Ontwerp presentatiewanden	€ 2.000,-
Op en afbouw Presentatiewanden	€ 2.000,-
Flyers	€ 1.500,-
Brochures	€ 6.000,-
Factsheets / overige	€ 500,-
Totaal	€ 12.000,-
Presentaties en ontvangsten	
Bijeenkomsten diverse	€ 10.000,-
Bijeenkomsten inwoners	€ 8.000,-
Inhuur geluidsapparatuur	€ 2.000,-
Events/artiesten	€ 5.000,-
Totaal presentaties en ontvangsten	€ 25.000,-
Beeld/Opnames	
Fotografie	€ 2.500,-
Infographic (ontwerp + uitbouw)	€ 25.000,-
The making of ... (filmisch journaal)	€ 10.000,-

Totaal € 37.500,-

Advertenties / publicaties

Officiële mededelingen	€ 1.500,-
Advertenties diverse	€ 20.000,-
Vlinderkrant (4 x)	€ 10.000,-
Redactionele productie	€ 2.000,-
Vertaalwerkzaamheden	€ 1.000,-
Dashboard ontwikkeling eenmalig	€ 3.000,-
- per jaar	€ 500,-
- per analyse € 100,- per uur.	€ 1.000,-
Inzet nieuwe media	€ 10.000,-
Totaal	€ 49.000,-

Grafisch ontwerp

(Multi Media) € 20.000,-

Totaal € 20.000,-

Weggevertjes

Centrum Vernieuwing Emmen Algemeen € 1.500,-

Totaal € 1.500,-

Totaal Communicatieplan Centrumvernieuwing € 167.000,-

Deze kosten worden meegenomen in het Werkplan Centrumvernieuwing Emmen 2012 en worden gedekt uit het – aan te vragen – voorbereidingskrediet voor algemene- en proceskosten Centrumvernieuwing Emmen 2012.

Voor het interactief ontmoetingspunt en het onderdeel Virtueel Emmen-centrum wordt een apart kredietvoorstel gedaan. In het werkplan Centrumvernieuwing Emmen 2012 is hiervoor voorlopig al € 100.000,- gereserveerd.

Bijlage 1: In te zetten communicatiemiddelen

A. Zakelijk/informatief:

Onderstaande middelen worden op dit moment al ingezet:

Website

Inmiddels maakt het onderwerp Centrumvernieuwing als separaat onderwerp deel uit van de website van Emmen: www.emmen.nl/centrumvernieuwing. De huidige website van Atalanta (www.emmen.nl/atalanta) is hierin een herkenbaar onderdeel geworden.

Nieuwsbrief

De eerste nieuwsbrief is inmiddels verschenen. Er volgen er in de toekomst meer om betrokkenen geregeld op de hoogte te houden van nieuwe ontwikkelingen en om achtergrondinformatie te bieden. Voor relaties zal dit in de vorm van een digitale nieuwsbrief gebeuren.

Bijeenkomsten

In gesprek gaan met klankbordgroepen, ondernemers, inwoners, medeoverheden (lobby), overige belangstellenden.

Inloopavonden

Bijvoorbeeld voor geïnteresseerde inwoners;

- ***Informatie- en ontmoetingscentrum***

Verwijs- en routeborden

Deze moeten voldoen aan landelijke eisen, maar vooral ook duidelijk zijn. Hierover vindt overleg plaats met ondernemers en inwoners)

Langs de toegenagswegen worden digitale borden geplaatst met informatie over bereikbaarheid.

In Emmen

De wekelijkse huis-aan-huispagina van de gemeente Emmen krijgt een herkenbare Centrumvernieuwingsrubriek.

Themapagina's in lokale en regionale media

B. Beleven/Dromen:

Middelen

Inmiddels zijn al de volgende middelen ingezet of in ontwikkeling:

- Mensen uitnodigen om ideeën te leveren (Hoofdstraatlocatie, MijnPlein);
- Mensen vertellen/enthousiasmeren over de plannen (o.a. EOP's)
- Supervisor Ashok Bhalotra gaat in gesprek met bewoners en ondernemers
- Informatie- en ontmoetingscentrum

In de toekomst zullen verschillende middelen worden ingezet om de centrumvernieuwing te begeleiden. Nadrukkelijk worden de mogelijkheden van digitale techniek hierin meegenomen. Te denken valt aan de inzet van de smart-phones van bewoners die door het lezen van QR-codes (blokjescodes) direct toegang krijgen tot informatie op het internet of door gebruik te maken van kleine programma's (apps) over het huidige beeld van de ruimte een verbeelding van de toekomst te zien krijgen (augmented reality:Layar)

Bijlage 2. Mediabenadering

De media zijn een intermediair om onze diverse doelgroepen te bereiken. Wij kiezen voor een proactief mediabeleid. Dit betekent een zorgvuldige afweging van wanneer je welke media inzet om een specifieke doelgroep te bereiken. Het is niet zinvol noch haalbaar om iedereen tegelijk met dezelfde boodschap te bedienen. Wel kun je hetzelfde verhaal steeds kantelen, ofwel vanuit een andere doelgroep of ander perspectief benaderen. Op die manier kun je dezelfde boodschap voor diverse doelgroepen wèl interessant maken.

a) mediacommunicatie over de diverse projecten

Voor het verkrijgen van draagvlak voor de plannen zijn vooral de lokale en regionale media belangrijk.

Voorstel: De eerder gemaakte afspraken met het Dagblad van het Noorden voor actieve betrokkenheid van de krant bij dit proces voortzetten.

De realisering van de diverse projecten biedt even zo vele kansen om onze boodschap aan de media uit te dragen. Daarom moet elk persbericht of elke persconferentie over een deelproject ook de integrale boodschap bevatten.

b) Landelijke media:

De huidige centrumvernieuwing van Emmen is voor de gemeente Emmen een heel bijzonder project. Zo beleven en ervaren we hier dat ook. Op landelijke schaal moeten we echter nuchter constateren, dat we één van de vele interessante plannen zijn. Dat betekent, dat we hard moeten concurreren om die landelijke media-aandacht.

Daarom wordt niet alleen ingestoken op de grote landelijke media, maar worden juist alternatieven voorgesteld om op andere wijze toch landelijke media-aandacht te krijgen.

Waar het in verband met het ondersteunen van de lobbyactiviteiten nodig is om de

publiciteit exact te plannen, zullen we – aanvullend – ook een beroep moeten doen op betaalde publiciteit in de media.

Hierover wordt afstemming gezocht met het Dierenpark Emmen.

Om tijdig op de berichtgeving te kunnen inspelen zal er door middel van (social)media-analyses systematisch aandacht zijn voor politieke en maatschappelijke berichtgeving.

c) mediacommunicatie gericht op vak- en themamedia

Naast de huidige mediapartners is er een groep journalisten die mogelijk ook in (één van) de projecten geïnteresseerd is. Denk aan media op het gebied van stedelijke ontwikkeling of architectuur of bladen op het terrein van toerisme en recreatie.

Persoonlijk contact opbouwen is bij deze groep van cruciaal belang. De keuze wordt bepaald mede op basis van de door ons te bereiken doelgroepen. Vervolgens worden de redacteuren op de hoogte gebracht van de ontwikkelingen en ontvangen zij meer informatie over het onderwerp waar hij/zij over schrijft. De aangeboden informatie zal zoveel mogelijk aansluiten bij de thema's die belangrijk zijn voor specifieke media. Belangrijk is ook te inventariseren welke themanummers of bijlagen op stapel staan waaraan we een bijdrage kunnen leveren. Vaste rubrieken van tijdschriften kunnen ook benaderd worden.

Redacteuren kunnen bij het schrijven van een artikel ook profiteren van een toegankelijke en actuele website over de projecten in Emmen. Daarom is het van groot belang de website up-to-date te houden. De belangrijkste websites hiervoor zijn:

www.emmen.nl en www.dierenpark-emmen.nl

Waar zinvol en mogelijk kunnen er gezamenlijke persmomenten worden georganiseerd door de gemeente en Dierenpark Emmen b.v.