

G O
I
E
R

**REGIONALE
COMMUNICATIE
VAKDAG**



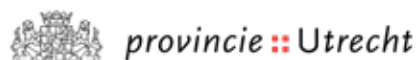
30 september 2019



provincie :: Utrecht



UTRECHTSE
COMMUNICATIEKRING



Vandaag brengen we communicatieprofessionals van verschillende organisaties uit de regio bijeen om ze samen te laten werken aan een thema dat ons allemaal bindt: de groei van de regio.

Welkom bij de eerste regionale vakdag voor communicatieprofessionals in Utrecht. Een initiatief van de gemeente Utrecht, ROC Midden-Nederland, gemeente Amersfoort, Provincie Utrecht en de Utrechtse Communicatiekring.

Vandaag brengen we communicatieprofessionals van verschillende organisaties uit de regio bijeen om ze samen te laten werken aan een thema dat ons allemaal bindt: de groei van de regio.

Welke kansen en uitdagingen biedt de groei van de regio voor communicatie? Dat willen we samen verkennen en vervolgens hopen we er ook samen inhoud aan te geven bij de verschillende sessies die vandaag op het programma staan.

We wensen je een mooie dag toe vol inspiratie, nieuwe inzichten en leuke ontmoetingen.

Namens alle initiatiefnemers,
Koen van Tankeren
Voorzitter Utrechtse Communicatiekring

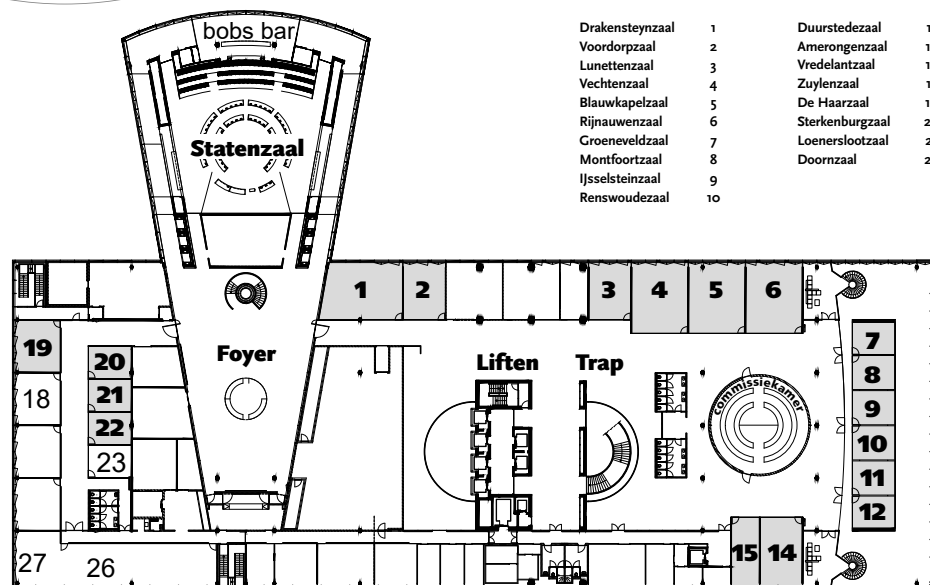
VANDAAG



REGIONALE COMMUNICATIE VAKDAG

provincie :: Utrecht

Overzicht vergaderruimten 1^e etage provinciehuis



Keynote

Wat betekent groei eigenlijk voor de inwoners van een stad? Er zijn lusten maar ook lasten. Carolien Gehrels heeft eerst als adviseur en daarna als wethouder van Amsterdam de stad een nieuw succesvol imago gegeven met I AMsterdam. Wat zijn de effecten daarvan geweest volgens haar? En hoe ziet zij de toekomstige groei van de regio Utrecht?

Als topvrouw bij Arcadis denkt ze mee over oplossingen om de groei in goede banen te leiden en de regio leefbaar te houden voor iedereen. Wat vindt zij van de communicatie-opgave die dat met zich meebrengt? Op haar eigen wijze zal Carolien de aftrap geven voor deze vakdag!



Dagvoorzitter

Dagvoorzitter is Machteld Kooij. Machteld geeft media- en presentatietraining aan tv-presentatoren, speechers en mensen die interviews geven. Daarnaast is ze voorzitter van ondernemersnetwerk Entre Femmes en mede-eigenaar van café Binnen Best op de Biltstraat in Utrecht.

Colofon Dit programmaboekje is samengesteld ten behoeve van de Utrechtse Regionale Communicatievakdag 'Groeit van de regio: kans of risico?' op maandag 30 september 2019.

Redactie: Susanne van der Lugt
Grafisch ontwerp: Studio Polkadot/ Visuele Communicatie
Fotografie: Shutterstock
Drukwerk: Drukwerkdeal, Primaprint

PROGRAMMA

- 9.00 **Inloop** met koffie en thee
+ keuze voor een van de vijf vakimpulsen
- 9.30 **Opening** door dagvoorzitter Machteld Kooij en welkomstwoord
door commissaris van de Koning Hans Oosters
- 9.50 **Key note** door Carolien Gehrels
- 10.30 **Korte pauze** met koffie en thee
- 10.40 **VAKIMPULS**
- City Marketing - van ballast naar balans
Ronald Besemer en Marianne Groen
 - De communicatieprofessional als kloofkunstenaar
Harrie van Rooij
 - Werken met gedragskennis:
hoe geef je net dat extra duwtje?
Joyce Croonen
 - Dilemmalogica
Guido Rijnja
 - Groei met arbeidsmarktcommunicatie
Martijn Hemminga
- 12.15 **Lunch**
*+ keuze uit één etalageproject of workshop
voor zowel ronde 1 als ronde 2*
- 13.00 **RONDE 1: KEUZE UIT ÉÉN ETALAGEPROJECT OF WORKSHOP**
- ETALAGEPROJECT**
- (Crisis)communicatie voor Koningsdag
Brugt Groenevelt
 - Participatie en Omgevingswet
Otto van der Leest en Mirjam Wingelaar
 - 'Van zaadje tot plant' - de grootste fietsenstalling ter wereld
Gonny Thijssen en Tamara van Leusen
 - Participatie; wat zijn de succesfactoren?
Frans Werter en Eefje Nienhuis
 - Welkom aan boord! Omgevingsmanagement
en communicatie Regiotram Utrecht
Ron van Dopperen en Valeska van Straalen

WORKSHOP

- Een einde aan ambtenarentaal
Dominique Simhoffer en Lodewijk van Noort
- Guerrilla Marketing: verbeter je communicatie met
spraakmakende acties!
Frank Paats
- Zit jij al op insta?
Angelique Koosman
- Participatie: hoe organiseer je effectieve interactie tussen
verschillende groepen bewoners?
Christine Bleijenberg
- Welke kansen biedt storytelling voor de regio?
Marieke Smids

14.00

Korte pauze met koffie en thee

14.10

RONDE 2: KEUZE UIT ÉÉN ETALAGEPROJECT OF WORKSHOP

15.10

Plenaire afsluiting

16.00

Borrel

Stel vragen, geef feedback
en versterk je netwerk!



#regionalevakdag



City Marketing - van ballast naar balans

Ronald Besemer, adjunct directeur van Utrecht Marketing, en Marianne Groen, verantwoordelijk voor het programma Visit Utrecht Region

Geslaagde city en regio marketing, hoe doe je dat? Hoe ga je om met het spanningsveld tussen de groei van de stad en de bezoekers, bewoners en bedrijven die allemaal een ander belang en gevoel daarbij hebben? Hoe kan city marketing bijdragen aan een balans tussen beleving van en leven in de stad?



De communicatieprofessional als kloofkunstenaar

Harrie van Rooij, adviseur en onderzoeker overheidscommunicatie

In deze mini-cursus 'kloofkunde' ga je aan de slag met verdeeldheid, verzet en emotie. Je leert waarom een bierdje beter werkt dan een discussie. En je kijkt kritisch naar de communicatieafdeling.



Werken met gedragskennis: hoe geef je net dat extra duwtje?

Joyce Croonen, directeur en eigenaar van Duwtje en één van de oprichters van het allereerste Behavioural Insights Team van Nederland bij de Belastingdienst

Hoe geef je mensen net dat duwtje om iets te doen of juist te laten? Denk aan niet meer appen op de fiets, gezonder eten of vaker thuiswerken. Met het benutten van kennis over gedrag kunnen we zoveel meer bereiken. Laat je meenemen in de wereld van gedragsverandering.



Dilemmalogica

Guido Rijnja, coördinator algemeen communicatiebeleid bij de Rijksvoorlichtingsdienst en in 2012 gepromoveerd op de wijze waarop ambtenaren met tegenspel omgaan

Aan dilemma's geen gebrek in de communicatiepraktijk. Netelige kwesties waar je niet zomaar uit komt doordat mogelijke oplossingen elkaar uitsluiten. Bijvoorbeeld bij de bevingen in Groningen, waar de zorg om veiligheid schuurt met het belang van leveringszekerheid. De groei van onze regio levert ook dilemma's op. Enerzijds willen we de groei faciliteren en anderzijds lijkt het voor de huidige inwoners of we hen wat afpakken: minder ruimte bijvoorbeeld of minder bereikbaarheid voor de auto. Leg je de kaarten op tafel óf houd je ze voor de borst? Hoe communiceer jij als communicatieprofessional actief en open over dilemma's die zich in jouw praktijk aandienen?



Groei met arbeidsmarktcommunicatie

Martijn Hemminga, adviseur, docent, spreker, auteur en ondernemer op het gebied van arbeidsmarktcommunicatie, employer branding en recruitmentstechnologie

Hoe kan arbeidsmarktcommunicatie bijdragen aan de groei van jouw organisatie in de regio? Kwantitatief, maar vooral kwalitatief. Hoe duidelijker je positie kiest als werkgever, hoe meer je aantrekkelijk bent voor talent dat zich aangesproken voelt tot die positie. Of het nu gaat om de vacaturetekst, recruitmentstechnologie, wervingscampagne of employer branding. Aan de hand van concrete tips & tricks en voorbeelden van binnen en buiten de regio laat Martijn zien hoe je met arbeidsmarktcommunicatie een wezenlijke bijdrage kunt leveren aan groei.

ETALAGEPROJECTEN



(Crisis)communicatie voor Koningsdag
Brugt Groenevelt, projectleider communicatie

De Koning en zijn familie vierden dit jaar Koningsdag mee in Amersfoort, samen met de regiogemeenten. Klein was ineens groot. Werkelijk alles groeide naar een ongekenne schaal. Denk hierbij aan crisiscommunicatie, de samenwerking met de stad en de samenwerking met de regio. Hoe kleine dingen een megaproportie kregen.



Participatie en Omgevingswet
Otto van der Leest en Mirjam Wingelaar, beiden communicatieadviseur bij de gemeente Amersfoort

Amersfoort heeft grote ambities op het gebied van groei en woningbouw. Bovendien wil de raad dat er een nieuw participatieproces wordt ontwikkeld waarin ieders rol en positie bij ruimtelijke ontwikkelingen helder is omschreven en waarbij eisen gesteld worden aan het proces. Hoe ga je hierover in gesprek met de raad, inwoners en ontwikkelaars? Hoe kun je hier met een participatiegids voor initiatiefnemers invulling aan geven? Waar loop je tegenaan in de beperkte ruimte die de Omgevingswet biedt om eisen te stellen aan participatie in de altijd weerbarstige praktijk?



'Van zaadje tot plant'
de grootste fietsenstalling ter wereld
Gonny Thijssen en Tamara van Leusen, beiden communicatieadviseur bij de gemeente Utrecht

Hoe maak je een Utrechtse fietsenstalling tot internationaal nieuws? Hoor meer over het groeiproces en de tips & tops.



Participatie; wat zijn de succesfactoren?
Frans Werter (Buro de Steeg) en Eefje Nienhuis (EN communicatie)

Wat zijn de noodzakelijke elementen voor een succesvol participatietraject? In het project aan de Kanaalstraat in Utrecht kwam de droomopmerking voor elke begeleider van een participatietraject: "Als je me twee jaar terug had gezegd dat ik mee zou gaan in éénrichtingsverkeer, had ik je heel hard uitgelachen. Nu zie ik mezelf een handtekening eronder zetten en weet ik dat dit de beste oplossing is." Ook in het Brabantse dorp Gilze kantelde het gesprek na een uitvoerig traject. Van een verketterd gemeentebestuur dat ruim tien jaar geen beweging kreeg in de ontwikkeling van het centrum van het dorp (in de volksmond 'het Talibanplein') naar criticiasters die mee gingen bouwen.



Welkom aan boord! Omgevingsmanagement en communicatie Regiotram Utrecht
Ron van Doppen, communicatieadviseur Regiotram Utrecht, Provincie Utrecht en Valeska van Straalen, opgavemanager, Provincie Utrecht

De groei van de regio en het openbaar vervoer zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden. De nieuwe tramlijn 22 tussen het Utrecht Science Park en het Stationsgebied Utrecht (Uithoflijn) gaat ruimte bieden aan het groeiend aantal reizigers in stad en regio. De ruimtelijke inpassing en de aanleg van deze tramlijn is een opgave en gaat niet zonder slag of stoot. Hoe kun je omgevingscommunicatie hierbij inzetten?

WORKSHOPS



Een einde aan ambtenarentaal

Dominique Simhoffer, communicatieadviseur project Gastvrij Utrecht, en Lodewijk van Noort, campagneleider Direct Duidelijk bij het ministerie van Binnenlandse Zaken

Hoe zorg je ervoor dat iedereen in de organisatie begrijpelijk gaat schrijven? Hoe kun je klanten verlossen van lastige wollige teksten, stoppen met vaagtaal, stoppen met moeilijke aanmeldprocedures en onduidelijke regels? De gemeente Utrecht wil de begrijpelijkste gemeente van Nederland zijn en is nu drie jaar op weg met het project Begrijpelijke Taal voor iedereen. Hoe pak je zoiets aan en wat werkt wel en niet goed?



Guerrilla Marketing: verbeter je communicatie met spraakmakende acties!

Frank Paats, Guerrilla Marketing-expert

Hoe kun je verrassende ideeën inzetten om communicatie rondom de groei van de regio te verbeteren, mensen betrekken te maken en free publicity te scoren? Hoe kun je met weinig middelen een groot effect krijgen? Hoe communiceer je op een creatieve manier zo dat mensen écht worden geraakt?



Zit jij al op Insta?

Angelique Koosman, online community manager bij ROC Midden Nederland

Ben jij als communicatieprofessional geïnteresseerd in de inzet van Instagram voor jouw organisatie? Wil je weten wat Instagram is en hoe het werkt? Hoe je het visuele verhaal van jouw merk of bedrijf kunt vertellen? Hoe je kunt samenwerken met social ambassadeurs?



Participatie: hoe organiseer je effectieve interactie tussen verschillende groepen bewoners?

Christine Bleijenberg, als onderzoeker verbonden aan het PubLab, een lectoraat van de Hogeschool Utrecht dat zich bezighoudt met communicatie in het publieke domein.

Het onderzoek van Christine richt zich op de interacties tussen bewoners, andere stakeholders en lokale ambtenaren als onderdeel van participatieprocessen. Christine deelt enkele inzichten uit haar Phd-onderzoek naar het verloop en de effecten van gesprekken tussen bewoners en de gemeente als onderdeel van participatieprocessen op lokaal niveau.



Welke kansen biedt storytelling voor de regio?

Marieke Smids, business storyteller van Stone & Sand

Een goed verhaal. Dat is nóg belangrijker in een regio die groeit. In de veelheid aan organisaties, initiatieven en allianties moet je kunnen vertellen wie je bent, waar je voor staat en waar je voor gaat. Echte verhalen, juist over dilemma's, worstelingen of uitdagingen geven inzicht, verbinding en kans op een betekenisvolle dialoog. Hoe kun je storytelling aan je bagage als communicatieprofessional toevoegen?

