



75 Jaar Overheidscommunicatie

Een mijlpaal: 75 jaar Overheidscommunicatie. Dit is een mooie aanleiding om stil te staan bij de stand van het vak. Om hierop te reflecteren gingen medewerkers, vakgenoten en stakeholders met elkaar in gesprek. De kernboodschappen van die gesprekken zie je terug in deze infographic.



Communicatieprofessionals moeten luisteren naar mensen die zich de afgelopen jaren door de overheid niet gehoord, gezien en geholpen voelden. Zo komen zij erachter hoe communicatie helpt een brug te slaan tussen goed bedoelde, maar ingewikkelde regelingen en de leefwereld van gewone mensen.



Een communicatieafdeling is belangrijk, ook als je communicatief vaardige medewerkers in de organisatie hebt. Het blijft namelijk een uitdaging om een overkoepelende strategie in te zetten en zo alle mensen in de samenleving te bereiken.



We moeten leren om weer op basis van vertrouwen te communiceren en dit uit te stralen in alle uitingen.



Inclusief communiceren begint met je verplaatsen in een ander.



De Rijksoverheid moet zorgen voor een betere verbinding tussen een communicatiefunctie bij de Rijksoverheid en communicatieopleidingen. Niet wachten tot studenten de overheid opzoeken, maar zichtbaarder zijn voor hen.



Interne communicatie kan verder komen dan alleen zenden. Hiervoor moeten we elkaar ontmoeten, samen verbinden en beter luisteren. Interne communicatie maken we samen.



Om te weten of het effect van de boodschap bereikt is, moet je onderzoeken, monitoren, reflecteren en evalueren.



We moeten de doelgroepen en hun verschillende leefwerelden beter leren kennen. Zo komen binnen- en buitenwereld samen.



In een versnipperd medialandschap is en blijft het belangrijk om als overheid goed zichtbaar te zijn. We moeten iedereen toegankelijke en betrouwbare informatie aanbieden.



Alles begint bij oprecht contact. Luisteren naar signalen en ernaar handelen: dat systeem zit op slot bij de overheid.



Als ambtenaar moet je nieuwsgierig zijn naar de verhalen van *alle* mensen om je heen. Zo breng je verschillende leefwerelden samen en ga je polarisatie tegen.



Effectieve risico- en crisissamenwerking draait om vertrouwen, eerlijkheid en een eenduidige boodschap. Luister *écht* naar de doelgroep om via sleutelpersonen maatwerk te leveren.



Het is belangrijk dat we gesprekken voeren over de rol van communicatie en samen kijken hoe communicatie kan bijdragen.



Taal is een middel om elkaar te begrijpen. Communiceer dus helder, kort en bondig en verplaats je in de ander.



Communicatieprofessionals moeten tijdig in het proces betrokken worden voor krachtig advies.



Het is belangrijk om je boodschap goed over te brengen op specifieke doelgroepen. Hiervoor betrek je sleutelpersonen bij het ontwikkelen, testen en verspreiden van uitingen. Ook is het belangrijk om te checken of de doelgroepen zijn meegenomen in onderzoeken.

