

Communicatiestrategie Sociaal Domein



SAMEN IN CONTACT

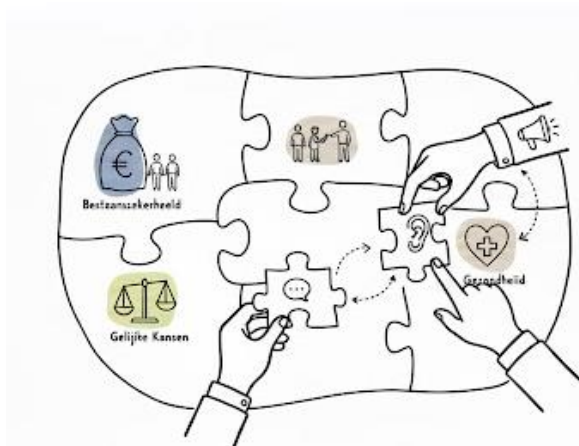
Versie december 2025

Inhoud

1 Inleiding	3
2 Huidige situatie.....	5
3 Visie: waar willen we naartoe?	7
4 Ambitie: wat willen we bereiken en hoe?	8
5 Voor wie werken we samen?	10
6 Organisatie.....	11
7 Hoe we dat doen: stappenplan	12
Bijlage 1: Aandachtspunten voor het vervolg	13
Bijlage 2: Organisaties in het sociaal domein	15

1 Inleiding

In het sociaal domein werken veel organisaties¹ samen met en voor alle inwoners van Alphen-Chaam, Baarle-Nassau en Gilze en Rijen. We willen dat iedereen mee kan doen in onze samenleving. Dat lukt alleen als alle organisaties in het sociaal domein goed samenwerken en begrijpelijk communiceren.



Deze communicatiestrategie is gemaakt met verschillende organisaties die veel samenwerken, zoals zorg- en welzijnsorganisaties, het dorpsteam, scholen en andere partners. Ook zijn inwoners betrokken, zoals de adviesraad sociaal domein, seniorenverenigingen en de inclusiewerkgroep communicatie. Deze communicatiestrategie is dus samen gemaakt met verschillende organisaties in het sociaal domein.

Ze helpt ons om meer op één lijn te komen, keuzes te maken en inwoners op een toegankelijke manier te bereiken. Ze geeft richting en helpt ons bepalen waarover we met wie kunnen communiceren en hoe we dat het beste doen. Elke boodschap vraagt om een eigen aanpak. Dat hangt af van de inhoud, de doelgroep en het moment. Soms is een persoonlijk gesprek het beste, soms een brief, een video of een bericht in de krant.

We zien het sociaal domein als de samenleving van en met al onze inwoners. De gemeente en andere organisaties leveren hieraan een bijdrage op het gebied van welzijn, zorg, werk, inkomen, schulden, ontmoeten, sport, gezondheid, cultuur, opvoeding en onderwijs.

In het sociaal domein werken we aan 3 belangrijke doelen. Met communicatie willen we bijdragen aan:

1. zekerheid over inkomen en voorzieningen (bestaanszekerheid);
2. gelijke kansen voor iedereen;
3. het bevorderen van gezondheid voor alle inwoners.

We werken samen in verschillende projecten en programma's, zoals:

- het versterken van de sociale basis;
- het verbeteren van de inrichting van het sociaal domein;

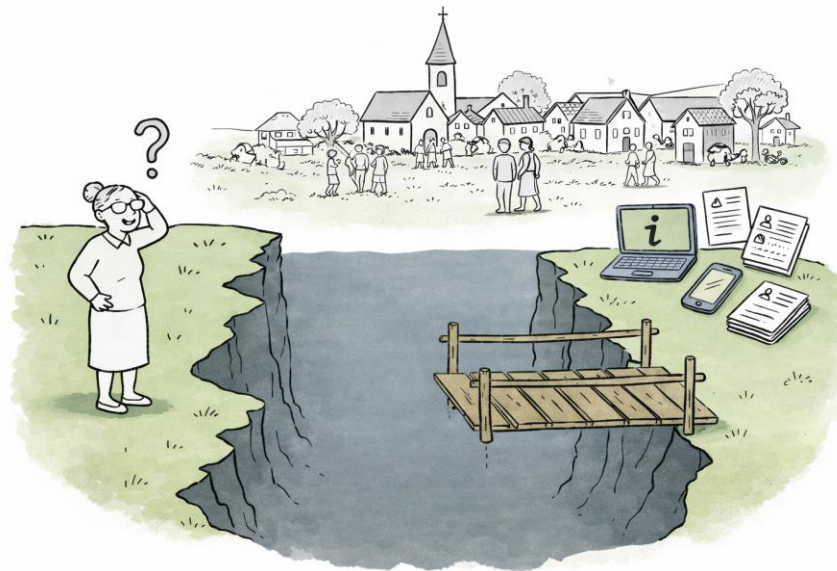
¹ In bijlage 2 staat een overzicht van de betrokken partners .

- de beweging van zorg naar gezondheid en welzijn;
- betere jeugdhulp en voorkomen dat het nodig is;
- vitaal ouder worden;
- enzovoorts.

Samen bereiken we meer. Daarom zorgen we voor duidelijke, op elkaar afgestemde communicatie. Zo versterken we elkaar en begrijpen inwoners beter wat ze zelf kunnen doen en waar ze terecht kunnen.

2 Huidige situatie

Goede communicatie helpt mensen zich te verbinden met hun omgeving, de overheid, instanties en elkaar. Toch merken we dat goede communicatie niet vanzelfsprekend is.



Wat er speelt

- **Te weinig verbinding**
We communiceren vaak via brieven, websites en formulieren, maar inwoners missen de persoonlijke aanpak. De boodschap voelt soms te afstandelijk of te zakelijk.
- **Moeilijke woorden**
We gebruiken vaak lastige woorden of vaktaal. Niet iedereen begrijpt dit. Daardoor is het lastig om de boodschap te volgen en haken mensen soms af.
- **Niet weten waar je terecht kunt**
Mensen weten vaak niet waar ze moeten beginnen als ze hulp nodig hebben. Er zijn veel organisaties en loketten, maar het is onduidelijk waar je het beste naartoe kunt met je vraag. Daardoor stellen inwoners hun vragen uit, raken ze de weg kwijt of hebben ze het gevoel dat ze van het kastje naar de muur gestuurd worden.
- **Veel organisaties, weinig samenhang**
Verschillende organisaties geven informatie over hetzelfde onderwerp. Maar ze stemmen dit niet altijd op elkaar af. Dat zorgt voor verwarring. Wie doet wat en bij wie moet je zijn?
- **Digitale kloof**
Steeds meer informatie gaat digitaal via internet. Dat is handig, maar niet iedereen kan dit goed volgen. Hierdoor bereiken we bepaalde groepen niet. Daar ligt een kans,

maar ook een uitdaging: hoe zorgen we ervoor dat we persoonlijk en duidelijk blijven communiceren, zodat iedereen mee kan doen?

- **Onjuiste of nep-informatie**

Informatie is niet altijd compleet of is soms verouderd. Ook is er steeds meer nepnieuws. Daardoor is het lastig om te weten wat waar is en wat niet.

- **Wantrouwen in overheid en instanties**

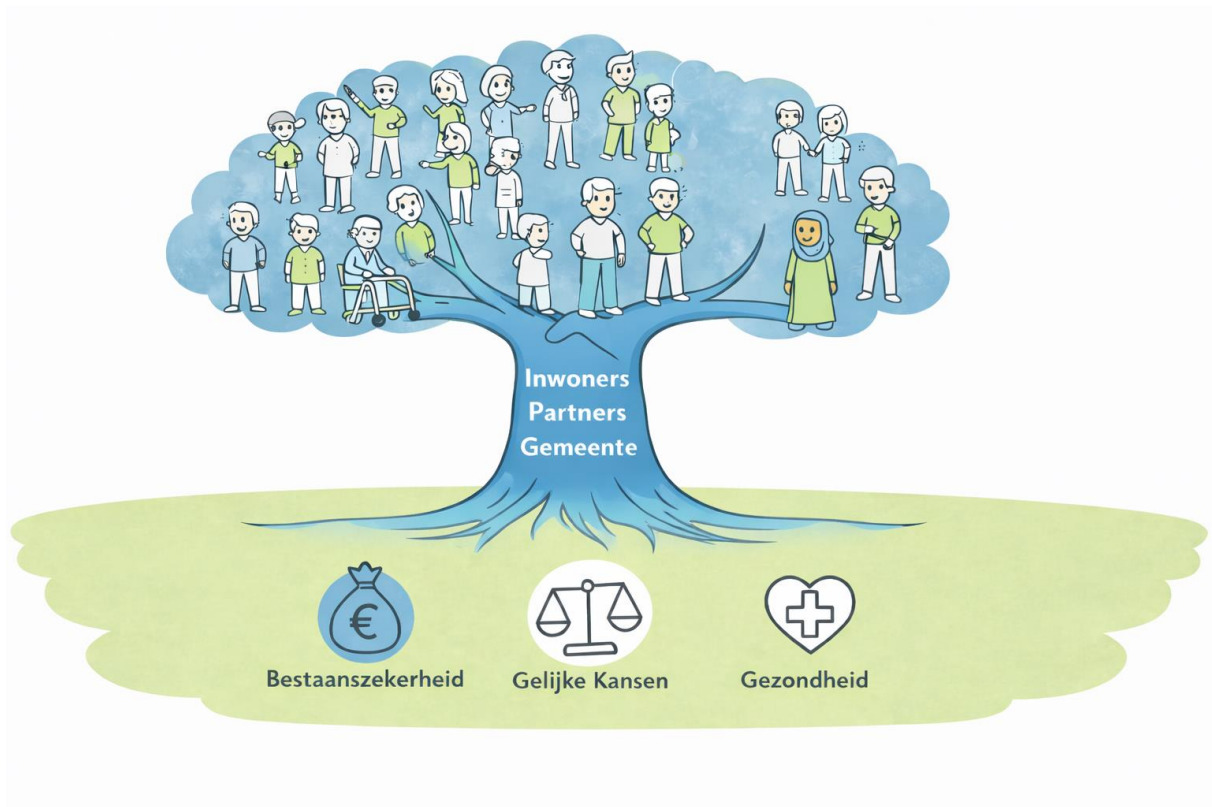
Mensen zijn kritischer geworden. Ze willen eerlijke, duidelijke en volledige informatie. Als die informatie te laat komt of niet compleet is, groeit het wantrouwen.

- **Meer druk in de samenleving**

De vraag naar zorg neemt toe en de wachtlijsten worden langer. Dit legt extra druk op zowel inwoners als professionals. Door meer tijdsdruk vinden ze het moeilijker om goed te lezen/luisteren, rustig uit te leggen of aandachtig te reageren. We leven in een beeldcultuur. Dat betekent dat mensen liever kijken naar foto's, video's en andere beelden dan lange teksten te lezen.

3 Visie: waar willen we naartoe?

We willen een samenleving waarin iedereen kan meedoen, ongeacht zijn of haar situatie of achtergrond. Dat lukt alleen als we samenwerken: inwoners, organisaties en gemeente.



Goede en afgestemde communicatie is daarbij onmisbaar. Het helpt mensen om elkaar te vinden, om hulp te vragen of te bieden. En om mee te doen aan initiatieven in hun buurt of zelf met een idee te komen. We willen dat iedereen goed geïnformeerd is, weet waar hij of zij terecht kan en zich betrokken en begrepen voelt.

Communicatie is niet alleen informatie geven, maar ook goed luisteren. Het gaat niet alleen om wat organisaties willen vertellen, maar ook om wat inwoners te zeggen hebben. Door goed te luisteren en elkaar beter te begrijpen, maken we de communicatie sterker en voelen mensen zich meer betrokken.

Communicatie is een belangrijk onderdeel van alles wat we doen, vanaf het begin tot het einde.

4 Ambitie: wat willen we bereiken en hoe?

Als partners in het sociaal domein delen we hetzelfde doel:

begrijpbare en makkelijk vindbare communicatie bieden die mensen helpt om mee te doen

Onze ambitie is om communicatie te gebruiken om mensen op een passende manier te informeren, ze inzicht te geven en ze te activeren.

We gebruiken begrijpbare taal en herkenbare voorbeelden. We communiceren op verschillende manieren: met tekst, beeld, geluid en/of via persoonlijk contact. We zorgen ervoor dat onze boodschap past bij de situatie en bij de mensen voor wie het bedoeld is.

6 uitgangspunten hierbij zijn:

1. **Vanuit de leefwereld**

We sluiten met communicatie aan bij wat er echt gebeurt in het leven van mensen – bij wat ze meemaken, denken en voelen. We delen herkenbare verhalen.



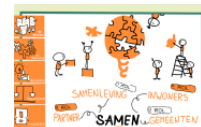
2. **Veerkracht vergroten**

We helpen mensen om zelf stappen te zetten en wijzen hen de weg naar geschikte hulp en activiteiten. Goede communicatie maakt het makkelijker om keuzes te maken en zelf in actie komen.



3. **Samen**

Communicatie is een verantwoordelijkheid van iedereen in het sociaal domein: inwoners, verenigingen, aanbieders en de gemeente. Door goed samen te werken, kunnen ze elkaar versterken. Inwoners zijn ontvanger van informatie én een partner.



4. **Op maat**

We houden er rekening mee dat mensen verschillend zijn en andere dingen nodig hebben. Daarom gebruiken we duidelijke taal op B1 niveau of A2-niveau, veel beelden, geluiden en herkenbare pictogrammen. Als het nodig is, gebruiken we andere talen of geven we een extra persoonlijke uitleg. Zo zorgen we ervoor dat iedereen mee kan doen.



5. **Vakmanschap**

We communiceren op een professionele manier, luisteren goed en blijven in contact. We leren van elkaar en dus ook van inwoners. Zo blijven we communicatie in het sociaal domein verbeteren. Ook door van fouten te leren.



6. Maatschappelijk effect

Met onze communicatie dragen we er aan bij:

- dat mensen mee kunnen doen;
- dat iedereen gelijkwaardig is;
- dat er wederzijds vertrouwen is.



Bij veranderingen zijn inwoners zo vroeg mogelijk betrokken. Organisaties maken duidelijk wat zij met deze inbreng doen of gedaan hebben. We laten aan elkaar en aan de samenleving zien wat goed gaat. Zo maken we het sociaal domein sterker.

5 Voor wie werken we samen?



We werken samen voor alle inwoners. Daarbij hebben we extra aandacht voor:

- mensen met hulp- of ondersteuningsvragen (*bijvoorbeeld iemand die moeite heeft met rondkomen, een ouder die opvoedvragen heeft of iemand die ondersteuning nodig heeft om thuis te kunnen blijven wonen*);
- mensen in een kwetsbare positie (*bijvoorbeeld iemand met psychische problemen, een oudere met weinig/geen steun hebben uit de omgeving of kinderen in een gezin met schulden*);
- mensen voor wie toegang tot informatie lastig is (*zoals iemand met lage taalvaardigheid, iemand zonder computer of smartphone, of iemand die moeite heeft met digitale formulieren*);
- mensen die anderen helpen of willen helpen (*denk aan een mantelzorger, een vrijwilliger of een buur die klaarstaat voor iemand in de straat*);
- mensen met ideeën of plannen (*denk aan iemand die een activiteit wil organiseren in de wijk of een ontmoetingsplek wil opzetten*);
- mensen die hun ervaring willen delen om anderen te helpen (*bijvoorbeeld inwoners die tips deelt over gezond leven met een klein budget*);
- jongeren en senioren, die vaak specifieke aandacht nodig hebben.
Jonge mensen zoeken vaak online informatie via sociale media en hebben andere vragen dan volwassenen; oudere mensen hebben soms meer behoefte aan persoonlijk contact of duidelijke uitleg in de lokale krant.

6 Organisatie

We doen dit samen. Ieder heeft een eigen rol:

- **Organisaties** brengen hun kennis, ervaring en communicatiemiddelen in. Zij kennen de inwoners, de wijken en weten wat er speelt in de praktijk.
- De **gemeente** is, net als de andere organisaties, één van de partners. In het begin neemt de gemeente het voortouw. De gemeente zorgt dat alles goed bij elkaar past, houdt de richting in de gaten en moedigt samenwerking tussen partners aan.
- **Vertegenwoordigers van inwoners** helpen ons te begrijpen wat er speelt. Zij brengen de stem van inwoners naar voren, zodat we beter kunnen aansluiten op hun wensen en behoeften.
- **Stichtingen en verenigingen** staan dichtbij mensen, kennen de lokale activiteiten en zien wat er gebeurt in het leven van mensen en in de buurt. Ze kunnen informatie doorgeven, signalen delen en inwoners helpen om de juiste plek te vinden voor hun vragen of ideeën.
- **Inwoners** doen actief mee aan de communicatie. Ze denken mee, delen hun ervaringen en geven hun mening. Zo zorgen we samen voor betere en begrijpelijke informatie
- **Iedereen** is verantwoordelijk voor informatie die duidelijk, juist en eenvoudig te vinden is. Ook is iedereen verantwoordelijk voor het goed luisteren naar inwoners en het gesprek met hen aangaan.

7 Hoe we dat doen: stappenplan



Fase 1 – Fundament (najaar 2025)

We leggen de basis:

- Verschillende organisaties en inwoners hebben bijgedragen aan deze strategie en staan er samen achter.
- Elke organisatie benoemt één of meer vaste aanspreekpunten voor communicatie.

Fase 2 – Verbinding (2026)

We brengen de strategie tot leven:

- We vormen een **communicatienetwerk voor het sociaal domein, medisch domein en het onderwijs** in de gemeenten Alphen-Chaam, Baarle-Nassau en Gilze en Rijen.
- We brengen in beeld **wat er al is aan communicatie**: middelen, netwerken en kennis. We wisselen informatie uit en kijken hoe we daar beter gebruik van kunnen maken. Zo versterken we wat er al goed gaat en bouwen we daarop verder.
- We maken samen **een handreiking**: een hulpdocument waarin staat hoe we communiceren. Hierin maken we heldere afspraken over taal, toon, beeld en afstemming. Hoe zorgen we ervoor dat we op een eenduidige manier communiceren? Hoe stemmen we af wie, wanneer met wie communiceert? Hoe houden we in de gaten wat het bereik is?
- We kiezen vaker voor **verhalen van inwoners** in plaats van beleidsboodschappen. Dit spreekt meer aan.
- We **testen** communicatiemiddelen bij de doelgroep. We vragen of de boodschap duidelijk is en/of onderzoeken of de communicatie ook echt werkt.

Fase 3 – Verankering (vanaf 2027)

We zorgen dat communicatie een vast onderdeel blijft van ons dagelijks werk:

- We maken elk jaar een communicatieoverzicht. Daarin kijken we: wat ging goed en wat kunnen we verbeteren?
- We vernieuwen de **handreiking en deze strategie** als dat nodig is.
- We zorgen ervoor dat communicatie een vast onderdeel is van nieuwe plannen of ideeën.

Bijlage 1: Aandachtspunten voor het vervolg

Uit de gesprekken met partners kwamen belangrijke aandachtspunten naar voren. Deze nemen we mee in de uitvoering.

- **Luisteren is net zo belangrijk als informatie geven**

We willen meer ruimte maken voor echte gesprekken met inwoners. De adviesraden en seniorenverenigingen geven aan dat het belangrijk is om 'meer de wijken in te gaan'. Zo blijven we in contact met wat er leeft en sluiten we beter aan bij de praktijk.

- **Versterken van inwonerplatforms (zoals bijvoorbeeld onsalphenchaam.nl, bijzonderbaarle.nl en onsgilzerijen.nl)**

In Alphen-Chaam laat onsalphenchaam.nl zien hoe krachtig een inwonersplatform kan zijn. Dankzij de inzet van buurtverbinders is het platform uitgegroeid tot een levendige en herkenbare plek waar inwoners informatie vinden, activiteiten delen en met elkaar in contact komen.

In Baarle-Nassau en Gilze en Rijen is de sociale kaart ook beschikbaar via de inwonersplatforms. De ervaring met onsalphenchaam.nl leert dat actieve inzet helpt om het platform beter te laten werken. Deze ervaringen zijn waardevol voor de verdere ontwikkeling van platforms in Baarle-Nassau en Gilze en Rijen.

Binnen alle drie de inwonersplatformen is er meer mogelijk, zoals het houden van enquêtes en het aanmelden voor (en betalen van) activiteiten. Door samen door te ontwikkelen, kunnen de platforms uitgroeien tot één centrale plek waar inwoners, verenigingen en organisaties elkaar makkelijk vinden en informatie delen.

- **Polarisatie en wantrouwen tegengaan**

We willen samen leren en kennis delen over hoe communicatie kan helpen om polarisatie in de samenleving en het wantrouwen tegen de overheid en instanties te verminderen. Betrouwbare communicatie betekent dat we duidelijk uitleggen wat we doen en waarom, open zijn over onze keuzes en afspraken nakomen.

- **Kwetsbare groepen beter bereiken**

We willen kwetsbare groepen beter bereiken. Denk bijvoorbeeld aan eenzame ouderen, mensen met schulden, mensen die zorg mijden, jongeren die vastlopen, mensen met een beperking of een taalachterstand. Dat is niet altijd makkelijk. Er zijn verschillende redenen, zoals onder ander privacyregels. Partners mogen bijvoorbeeld zonder toestemming geen informatie delen over kwetsbare gezinnen. Toch zoeken we samen naar manieren om deze mensen beter te bereiken, te ondersteunen en te betrekken bij communicatie.

- **Meer persoonlijk contact**

Digitale kanalen blijven belangrijk, maar een persoonlijk gesprek werkt vaak beter. Daarom gaan we bij de start van een project of actie in gesprek met mensen uit de doelgroep.

- **Eenduidig taalgebruik**

We gebruiken duidelijke taal en eenduidige woorden of begrippen. Geen vaktaal of moeilijke woorden.

- **Toegankelijkheid verbeteren**

We willen onze communicatie voor iedereen toegankelijk maken. Daarom letten we op duidelijke teksten, begrijpelijke beelden, geluid waar dat helpt, meerdere talen en hulp voor mensen met een visuele beperking.

- **Beter wegwijs maken bij hulpvragen**

Inwoners moeten goed weten waar ze met welke vraag terecht kunnen. We maken informatie beter vindbaar, ook voor de organisaties onderling. We leggen helder uit wie wat doet en waar ze terecht kunnen.

- **Samen leren**

We blijven ervaringen delen en van elkaar leren. Zo worden we als partners steeds beter in communicatie.

- **Inclusief communiceren**

In de communicatie sluiten we niemand onbedoeld buiten. We zorgen dat de informatie goed te vinden is en we houden rekening met de woorden die we gebruiken. We delen ook verhalen die bijdragen aan het begrip voor anderen.

Bijlage 2: Organisaties in het sociaal domein

Deze communicatiestrategie is van en voor alle partners in het sociaal domein. De inhoud is samengesteld op basis van gesprekken met verschillende organisaties en groepen inwoners. Hun ideeën en ervaringen zijn belangrijk zijn voor het succes van deze strategie.

- Inwoners
- Ervaringsdeskundigen: adviesraden sociaal domein, seniorenverenigingen en inclusiewerkgroepen
- Stichtingen en (sport)verenigingen
- Dorpsteam / VIPvoorElkaar
- Huisartsen(groepen)
- Ouderenzorgorganisaties
- Organisaties voor jeugdhulp
- GGD's
- Onderwijs- en kinderopvanginstellingen
- Woningcorporaties
- Regiopartners
- Geloofsgemeenschappen (waaronder kerken en moskeeën)
- Bibliotheek, Taalhuis en informatiepunt digitale overheid (IDO)
- en de ABG-organisatie (gemeenten Alphen-Chaam, Baarle-Nassau, Gilze en Rijen)