

Prioriteit communicatie

Richtlijnen voor communicatie

Draagt het initiatief bij aan Agenda van Brabant en aan de kernopdrachten van het Bestuursakkoord 2020 -2023?

- Fijn, veilig en gezond Brabant
- Concurrerend en ondernemend Brabant
- Levendig Brabant

De 11 beleidsthema's onder de 3 kernopdrachten met hoofdlijnen van beleid zijn vertaald naar beleidskaders waarmee uitvoering wordt gegeven aan doelstellingen van het bestuursakkoord.

Hoe sterker het initiatief bijdraagt aan de Agenda van Brabant, het Bestuursakkoord en/of de beleidskaders, hoe belangrijker de zichtbaarheid van de provinciale identiteit in communicatie.

Bij initiatieven die laag scoren in de beleidspiramide is de investering in communicatie ook laag.

Communicatie-inzet wordt bepaald op basis van de huidige situatie, niet de gewenste situatie.

NSOB

Rechtmatige overheid

- Uitvoering wet- en regelgeving
- Bewaken wetten en plichten
- Procedurele zorgvuldigheid centraal
- Goed bestuur
- Overheid stuurt hiërarchisch

→ Actiespoor 1

Presterende overheid

- Prestatiesturing (verticaal)
- Marktdenken: overheid als bedrijf, burger als klant
- Effectiviteit en efficiency staat centraal, een goed doel moet meetbaar zijn

→ Actiespoor 2a

Netwerkende overheid

- Overheid is in de lead en zoekt samenwerking met andere partijen (veelal koepels)
- Horizontale samenwerking, doelen samen bepaald
- Onderhandelen of compromis, afspraken vastgelegd in akkoorden of convenanten

→ Actiespoor 2a, 2b of 2c

Responsieve, participerende overheid

- Initiatief van onderop
- Netwerksturing
- Overheidsparticipatie (kan ook zonder overheid) ruimte bieden aan maatschappelijk initiatief. Met georganiseerden en ook ongeorganiseerde partijen

→ Actiespoor 2c of 3

Provinciale rol

Is PNB de trekker van het initiatief?

1 Eindverantwoordelijk

- PNB staat feitelijk aan het stuur?
- PNB is politiek-bestuurlijk verantwoordelijk?
- PNB financiert?
- PNB beslist?

Is er sprake van een samenwerking?

- Partijen met een eigen identiteit omarmen de doelen?
- Partijen beslissen samen?
- Er is sprake van cofinanciering?
- Alle partijen dragen bij aan de uitvoering?

2a PNB leidend

- PNB is initiatiefnemer?
- PNB is (politiek) verantwoordelijk voor de operatie?

2b PNB endorsed

- PNB is initiatiefnemer?
- PNB is (politiek) niet verantwoordelijk voor de operatie?
- Het initiatief heeft een eigen organisatorische identiteit?

2c PNB gelijkwaardig Rol PNB structureel

- Er zijn aantoonbaar zwaarwegende redenen om partijen niet zichtbaar te laten zijn?
- Het initiatief heeft geeneigen organisatorische identiteit?

Zijn andere partijen leidend?

3 Onzichtbaar Rol PNB Tijdelijk

- Anderen staan aan het stuur?
- PNB is in politiek opzicht niet verantwoordelijk?
- PNB stimuleert, maar trekt zich later zeker terug?
- Zonder PNB kan het initiatief plaatsvinden?

Opdrachtgever

PNB geeft de opdracht uit; anderen realiseren

- Actiespoor 1

Partner

PNB participeert in het initiatief, maar trekt niet

- Actiespoor 1 & 2a, 2b, 2c

Uitvoerder

PNB voert het initiatief zelf uit

- Actiespoor 1

Regisseur

PNB leidt de realisatie

- Actiespoor 1 of 2a

Ondersteuner

Anderen trekken het initiatief, PNB ondersteunt

- Actiespoor 1a & 2b, 2c

Facilitator

Anderen trekken het initiatief, PNB ondersteunt en kiest met heldere argumenten ervoor om zowel in beeld als in woord niet zichtbaar te zijn. De opgave waarbinnen dit project valt is wel duidelijk zichtbaar in spoor 1.

- Actiespoor 3

Actiespoor 1 wordt altijd ingezet. Actiespoor 2 en 3 zijn aanvullend op Actiespoor 1

Communicatie stijl

Actiespoor 1

1 → PNB leidend

Provincie Noord-Brabant

- De provincie communiceert via PNB middelen en kanalen (mid-delenmix) altijd over initiatieven waarin zij een rol heeft. PNB licht toe hoe initiatieven bijdragen aan de provinciale doelen (corporate boodschap) en deelt successen en mijlpalen.
- Voor communicatie over initiatieven waarin de provincie een leidende rol speelt (opdrachtgever, uitvoerder of regisseur) is binnen de provinciale huisstijl ruimte voor een eigen projectlabel of visual. (vaak b2c).

Actiespoor 2

2a → PNB duidelijk zichtbaar

Provincie Noord-Brabant

PNB is duidelijk zichtbaar in communicatie over initiatieven rondom beleidsontwikkeling. PNB huisstijl is leidend voor vormgeving van communicatiemiddelen. De provincie stelt content, tools en materialen vrij beschikbaar aan partners om heldere en eenduidige communicatie te faciliteren. Deelnemende partijen blijven altijd zichtbaar. Activiteiten voeren zij altijd uit onder eigen identiteit (b2b en b2c).

partner partner partner

2b → PNB zichtbaar als initiatiefnemer

Logo, visual of tagline

Initiatieven die geïnitieerd worden door PNB zijn qua look & feel duidelijke familie van de PNB-huisstijl. In communicatief opzicht versterken zij elkaar. Kleuren voor de eigen huisstijl komen voort uit het PNB-kleurenpalet, tekst in Futura Book. In eigen corporate middelen (website, rapportages, brochures e.d.) wordt met vorm (logo provincie) en inhoud (kernboodschap en bijdrage aan beleid) duidelijk verband gelegd met de provincie. Communicatie naar de einddoelgroep vindt plaats via projectmiddelen.

Provincie Noord-Brabant

2c → PNB participeert naast anderen

Logo, visual of tagline

Er wordt een specifieke campagnestijl ontwikkeld. Partners zetten hun eigen kanalen en media in om te communiceren en maken gebruik van een gemeenschappelijke 'label'. Merk hiërarchisch is er sprake van een campagne. Vanuit het project vindt communicatie plaats via projectmiddelen in de campagnestijl, evt. met bijbehorende middelen. Deelnemende partijen blijven hierin altijd zichtbaar.

Provincie Noord-Brabant

partner

Actiespoor 3

3 → PNB organiseert of faciliteert maar is niet zichtbaar

Logo, visual of tagline

Er wordt een specifieke campagnestijl ontwikkeld. Een nieuwe entiteit is afzender van de communicatie. De provincie is hierbij initiatiefnemer, organisator of facilitator maar is daarbij niet zichtbaar. Om dit actiespoor te kunnen inzetten, is een melding aan de portefeuillehouder communicatie nodig. Dit loopt via het hoofd communicatie.

Regio branding

Dragen initiatieven uit het project bij aan de positionering en promotie van Brabant als regio?

Regio branding richt zich met place brand management op het positioneren en (h)erkennen van Brabant als toonaangevende, internationale kennis- en innovatieregio. Dat gebeurt door het zo veel mogelijk on brand brengen van activiteiten die beeldbepalend zijn voor Brabant. Of iets on- of off-brand is, kan worden bepaald aan de hand van een brandfilter. Advies daarover bij Team Brabant Branding.