

Communicatiewaaijer



Spreeken is zilver, communiceren is goud
Communicatie als hefboom voor inspraak en participatie

Deze communicatiewaaijer is een tool waarmee lokale ouderenraden en -organisaties aan de slag kunnen om een betere samenwerking met andere lokale partners op te zetten en zo te komen tot een **sterk(er) ouderenbeleid**.

Ben je als oudere persoon goed geïnformeerd? Dan heb je extra troeven in handen om zelfstandig door het leven te gaan.

Hoe en op welk ogenblik **communiceren en informeren** we wat? Verbaal, op papier of kan het ook digitaal? Mee-evoluëren is de boodschap, maar niemand achterlaten is daarbij evengoed een opdracht.

De communicatiewaaijer ontstond in het kader van de Ouderenweek 2014 met het thema 'communicatie en informatie'. Hij bestaat uit **10 tips** die, zoals een kleurenkaart, elk hun eigen kleur hebben. De overzichtskaart geeft de kleur van elke tip aan zodat je deze snel terugvindt. Elke tip bestaat uit informatie en concrete voorbeelden. Ontdek ze alle 10!

Vlaamse Ouderenraad

De Vlaamse Ouderenraad is het officiële adviesorgaan van de 60-plussers voor de Vlaamse overheid en het overlegplatform van organisaties van en voor ouderen.



Tip 1: Bezint eer ge begint

Hoe enthousiast de ouderenadviesraad ook is, ga niet halsoverkop te werk. Hou duidelijk voor ogen wat je wil bereiken, en pak dit **gestructureerd** aan.

- ▶ Stel een communicatieplan op. Hierin lijst je elementen op zoals doelstellingen, doelgroepen, mogelijke partners, bruikbare communicatiekanalen, planning, ...
- ▶ Stel jezelf altijd de vraag: **wat willen we naar wie communiceren?** En hoe bereiken we die doelgroep het best?

B.V. AFHANKELIJK VAN DOELGROEP: OUDEREN IN ARMOEDE, OUDEREN MET EEN ANDERE ETNISCH-CULTURELE ACHTERGROND, OUDEREN ZONDER INTERNET, SPORTCLUBS, GEMEENTE, BURGEMEESTER, SCHEPENEN, CULTUURRAAD, ...

- ▶ Je kan nooit elk goed idee uitvoeren, dus maak **realistische keuzes** en stel prioriteiten. Op welke doelgroep gaan we prioritair mikken? Welke communicatiekanalen en acties zijn het meest haalbaar?
- ▶ Duid een communicatieverantwoordelijke aan: een goed communicatieplan blijft een dode letter zonder een **trekkersfiguur** die bij elke actie waakt over de juiste wijze van communiceren en over de timing.

B.V. IEMAND MET EEN VLOTTE PEN, IEMAND DIE GERMAANSE STUDEERDE, EEN EX-JOURNALIST, ...

Tip 2: Bouw een netwerk uit

Weten bij wie je waarvoor terecht kan, is een belangrijke eerste stap in het communicatieproces. Vooral **persoonlijke contacten** zijn daarbij goud waard.

- ▶ Breng het bestaande netwerk van de leden van de ouderenraad en hun organisaties in kaart.

B.V. DE INDIVIDUELE CONTACTEN MET MENSEN BINNEN DE WOONZORGCENTRA, OCMW, SPORTRAAD, CULTUURRAAD, KAV, OUDERENVERENIGING, JEUGDRAAD, BUURTCOMITÉ, ...

- ▶ Lijst op wie jullie als adviesraad meer informatie kan verschaffen over noden en problemen bij ouderen in de gemeente. Probeer hier regelmatig contact mee te houden.

B.V. ELK JAAR SAMEN MET DE HUISARTSEN UIT DE GEMEENTE BEKIJKEN WAT DE MEEST VOORKOMENDE GEZONDHEIDSPROBLEMEN BIJ OUDEREN ZIJN EN WAT DAAR LOKAAL AAN GEDAAN KAN WORDEN.

- ▶ Maak actief gebruik van je netwerk: tracht de juiste partners binnen het thema waarop de ouderenadviesraad focust zo veel mogelijk te **betrekken**. Vraag hen ook in een vroeg stadium om input.

- ▶ Denk niet enkel aan de partners waarmee de ouderenadviesraad wil samenwerken. Draai de rollen ook om: voor welke organisaties kan jullie **input** een meerwaarde betekenen?

Tip 3: Zorg voor wisselwerking

Communicatie is **geen eenrichtingsverkeer**. Zorg voor vlotte en wederzijdse **interactie**, zowel met het gemeentebestuur als met het brede publiek.

- ▶ Communiceer met je 'achterban': de leden van je vereniging, de ouderen in je omgeving, mensen die zicht hebben op de behoeften van ouderen in de gemeente, de bezoekers van het lokaal dienstencentrum, ...
- ▶ Zorg dat ouderen je **vlot** kunnen **bereiken** met hun vragen of bezorgdheden.
BV, BADGE OP ACTIVITEITEN, CONTACTGEGEVENS IN INFOBLAD, FACEBOOKPAGINA, ...
- ▶ Heb aandacht voor **terugkoppeling**: laat weten wat de adviesraad met de inbreng van ouderen of andere partners deed of zal doen.
- ▶ Bracht je een advies uit of maakte de gemeente haar beleidsplannen bekend? Nodig de betreffende schepen dan eens uit op een vergadering om toelichting te geven en vragen te stellen.

Tip 4: Ken je rechten

Als ouderenadviesraad is je communicatie in eerste instantie gericht op inspraak in het beleid. Daarom is het altijd handig je rechten te kennen, niet alleen als oudere, maar ook als adviesraad.

- ▶ De gemeenteraad en het OCMW moeten initiatieven nemen om burgers en doelgroepen te **betrekken** bij de beleidsvoorbereiding, de uitwerking van hun dienstverlening en de evaluatie ervan.
- ▶ Ook bij de opmaak van de strategische meerjarenplanning geldt een verplichte betrokkenheid van belanghebbenden en/of bevoegde adviesraden.
- ▶ Elke burger heeft het recht om (bijna) alle **bestuursdocumenten in te kijken**, er een kopie van te ontvangen en er uitleg bij te krijgen.
- ▶ Mits voldoende handtekeningen kan iedere burger een **vraag of voorstel agenderen** op de agenda van de gemeenteraad. Daarnaast kan iedereen ook een schriftelijk verzoekschrift indienen, waar de gemeenteraad gemotiveerd op moet antwoorden.

Tip 5: Leef je in in je publiek

Hou rekening met de **kenmerken** van de **doelgroep** waarmee je wil communiceren. Welke informatienoden en interesses hebben zij? Welke drempels of barrières ervaren ze? Stem je communicatie af op de **diversiteit** binnen de doelgroep.

- ▶ Pas de **formulering en vormgeving** van je boodschap aan naargelang het profiel van het publiek dat je wilt bereiken. Let op de inhoud, het taalgebruik, de lettergrootte, de foto's, de uitstraling, ...
- ▶ De ene oudere is de andere niet. Denk dus ook aan ouderen in armoede, personen met een andere etnisch-culturele achtergrond, met een beperking, hoger en lager geschoolden, ...
- ▶ Leg het ontwerp van je brochures en teksten eens voor aan iemand van de doelgroep alvorens ze gedrukt worden. Voldoet het aan de noden, trekt het aan, ...?

Tip 6: Maak bekend wat je doet

Als adviesraad heb je een belangrijke maatschappelijke rol te vervullen in de gemeente. **Kom dus met je boodschap naar buiten!** Als anderen weten wie je bent en welke resultaten je bereikt, word je vanzelf ook meer aangesproken en betrokken.

- ▶ Stuur de adviezen van de adviesraad door naar **verschillende partners**, niet alleen naar het gemeentebestuur.
BV. VERENIGINGEN, LOKALE POLITIEKE PARTIJEN, GEMEENTELIJKE DIENSTEN, CULTUURRAAD, JEUGDRAAD, MOBILITEITSRAAD, ...
- ▶ Schrijf over de problemen die je aankaart in je adviezen een artikel dat in het **gemeenteblad** gepubliceerd kan worden.
- ▶ Organiseer een **open bijeenkomst** rond het onderwerp en nodig alle ouderen uit.
- ▶ De leden van de lokale ouderenadviesraad zijn ook de **ambassadeurs** ervan. Vertel op activiteiten van verenigingen, in je persoonlijke omgeving, ... waar de adviesraad mee bezig is.

Tip 7: Zet verschillende communicatiekanalen in

Afhankelijk van wát je wilt bereiken met je communicatie, zet je verschillende kanalen in.

- ▶ Als je de **aandacht** wilt **trekken**, dan kies je voor één of meer van volgende kanalen:
Lokale pers (ook het gemeentelijk informatieblad), affiches op geschikte locaties, folder, persoonlijke brief, mondelinge communicatie (aanspreken, telefoneren, ...), stand op een beurs/evenement, sms-bericht, e-mail, e-zine (elektronische nieuwsbrief) of een Facebookbericht.
- ▶ Als je net iets meer wilt dan aandacht trekken, en ook wilt **informer** (bv. ook het programma van de activiteit bekendmaken), dan ga je voor één of meer van volgende media:
Website, folder / brochure, direct mail, mondelinge media (aanspreken, telefoneren, infolijn, vergadering, stand...) of een e-zine.
- ▶ En wil je uiteindelijk ook **overtuigen**? Dat doe je zelfs in de eenentwintigste eeuw nog het best via mondelinge, persoonlijke communicatie.
- ▶ Wil je op termijn je **publiek behouden**? Maak dan werk van een digitaal en/of gedrukt tijdschrift of mondelinge, persoonlijke communicatie.

Tip 8: Bespeel de lokale pers

De lokale pers is een sterk middel om de ouderenbelangen onder de aandacht van het beleid te brengen en om de bekendheid van de adviesraad bij het publiek te vergroten.

- ▶ Wie is de lokale pers in jouw gemeente? Wie kan je aanspreken? Wat zijn hun contactgegevens? Vaak heeft het gemeentebestuur een **lijst** van de lokale pers die je gerust kan **opvragen**.
- ▶ Heb je enkele **suggesties** ter verbetering van het beleid? Organiseer een originele of ludieke **actie** die de pers aantrekt. Werk daarbij visueel: wat levert een relevant of opvallend beeld op voor de krant of regionale televisie?
- ▶ Doe aan '**storytelling**': presenteer niet gewoon de droge feiten, maar koppel ze aan een markant en menselijk verhaal. Verwijs journalisten voor een interview door naar iemand die zijn getuigenis doorleefd kan vertellen.

Tip 9: Sla de digitale weg in

Niet alle ouderen gaan de digitale toer op. Toch zijn al heel wat ouderen aanspreekbaar via het **internet** en blijft deze groep groeien. Maak hier gebruik van.

- ▶ Start je **eigen website of Facebookpagina** op. Deze kunnen handig zijn om adviezen te raadplegen, foto's te delen, data van activiteiten aan te kondigen, ...
- ▶ Maak gebruik van de **gemeentelijke website**.
BV. EEN EIGEN LUIK ONDER DE GEMEENTELIJKE WEBSITE, ACTIVITEITEN INGEVEN, ...
- ▶ Probeer bij elke gelegenheid **e-mailadressen** van ouderen in te zamelen.
- ▶ Verstuur een aantal keer per jaar een **infomail** over de ouderenadviesraad.
- ▶ Tegenwoordig vergemakkelijken heel wat **apps** de communicatie binnen de ouderenraad of tussen burger en bestuur. Maak deze bekend!
BV. 'FIX MY STREET' IS EEN APP WAARMEE MENSEN IN HET BRUSSELS HOOFDSTEDELIJK GEWEST MANKEMENTEN AAN WEGEN KUNNEN SIGNALEREN. OOK IN TURNHOUT IS DE TESTFASE VAN EEN VERGELIJKBARE APP AFGELOPEN. ZIJ WILLEN DEZE NOG UITBREIDEN NAAR HET MELDEN VAN OVERLAST, ZOALS SLUIKSTORTEN.

Tip 10: Bewaak je beeldvorming

Doe aan **realistische** en **gediversifieerde** beeldvorming over ouderen en de ouderenadviesraad.

B.V. FOTODATABANK VLAAMSE OUDERENRAAD

- ▶ Let erop dat je eventuele vooroordelen over de ouderen en de lokale ouderenraad niet bevestigt door je manier van communiceren, zowel in woord als in beeld.

B.V. NIET TELKENS OVER ZORGASPECTEN SPREKEN

- ▶ Kaart in je communicatie niet alleen de negatieve elementen aan. Wijs ook op **positieve ervaringen** van ouderen, goed beleid in andere gemeenten, ... Met andere woorden: geen probleemszenario's.
- ▶ Hou ook de beeldvorming over ouderen vanuit de gemeente in de gaten. Durf hen gerust vragen andere beelden te gebruiken wanneer deze te eenzijdig negatief of stereotiep zijn.

Verantwoordelijke uitgever:

Mie Moerenhout

Redactie:

Roos Sierens, Mie Moerenhout, Nils Vandenweghe, Veerle Quiryne en Eric Goubin

Lay-out:

Eveline Soors

Drukwerk:

Drukkerij Lamine, Herent

Secretariaat Vlaamse Ouderenraad vzw

Koloniënstraat 18-24 bus 7 - 1000 Brussel

Tel.: 02 209 34 51

E-mail: info@vlaamse-ouderenraad.be

Website: www.vlaamse-ouderenraad.be

