



notitie

FORUM STANDAARDISATIE 4 maart 2020 Agendapunt 6B Communicatieplan 2020

Nummer: FS20200304.6B

Aan: Forum Standaardisatie

Van: Communicatieadviseur Bureau Forum Standaardisatie

Datum: 12-02-2020

Versie: 1.0

Bijlagen: geen

Samenvatting

Ter bespreking

Er is een concept communicatieplan opgesteld om de communicatie vanuit Forum Standaardisatie richting te geven in 2020. Het voorstel is gemaakt op basis van het vastgestelde werkplan en beschrijft hoe de communicatie kan bijdragen aan het verhogen van de naamsbekendheid van Forum Standaardisatie en de 'pas toe of leg uit'-lijst.

We zetten in op een strategische aanpak, waarbij we ons richten op een aantal belangrijke projecten. In onze communicatie willen we ons steviger 'branden'. Beelden én teksten moeten herkenbaar zijn voor onze doelgroepen en passen bij het beeld dat wij willen uitstralen. We blijven daarom inzetten op onze merk(huis)-bijeenkomsten waarin we dit als team oppakken. Verder proberen ook meer en slimmer gebruik te maken van de communicatiemiddelen die we al hebben of deze door te ontwikkelen als dat nodig is. Een voorbeeld is dat we bij het uitdelen van oorkondes vaker gebruik willen maken van het netwerk van de ontvangende partij in plaats van dat wij zelf berichten schrijven. Dit is namelijk een ideaal moment om ook buiten ons eigen netwerk te stappen en in andermans netwerk onze naamsbekendheid te vergroten.

Ter bespreking

Communicatieplan 2020

Het Forum Standaardisatie wordt gevraagd om in te stemmen met het volgende:

Communicatieplan 2020

Kadering

De politieke agenda [NL DIGIbeter 2019](#) creëert kansen voor de positie van Forum Standaardisatie. Open standaarden worden namelijk meerdere malen benoemd, voornamelijk voor het verhogen van informatiebeveiliging en digitale toegankelijkheid. Verder spelen ook de thema's [Regie op gegevens](#) en [Gebruiker Centraal](#) een rol. Burgers zouden meer regie moeten krijgen op hun persoonlijke data en hun belangen zouden centraal moeten staan in de dienstverleningen.

De [Direct Duidelijk Brigade](#) van minister Knops stelt dat alle teksten van de overheid eenvoudiger moeten. Een tekst kan van alles zijn: een brief, een formulier, een (telefoon)gesprek, een folder, een website of een twitterbericht. Dit is niet alleen naar burgers essentieel, maar voor communicatie naar alle doelgroepen. Dit betekent dat we - waar mogelijk - moeten spreken over "het vastleggen van afspraken en processen" in plaats van standaardisatie. En "het bevorderen van samenwerking tussen computersystemen" schrijven, in plaats van uit te moeten leggen wat interoperabiliteit betekent.

In de kamerbrief van minister Knops, met daarin [de kabinetsreactie](#) op het onderzoek Inventarisatie Standaardisatie, beschrijft het kabinet het belang van samenwerking om standaardisatie te bereiken. Hier kan Forum Standaardisatie zeker mee uit de voeten. Zo werden de berichten over het maken van streefbeeldafspraken voor de versnelde implementatie van IPv6 goed gelezen en ontvangen. Een toekomstige communicatiekans die hierbij aansluit is de wens van Knops om een conferentie te organiseren. "Ik heb het Forum Standaardisatie gevraagd het initiatief te nemen om in de eerste helft van 2020 [een] werkconferentie te organiseren", aldus minister Knops. Dit is een uitstekende kans om naamsbekendheid van standaardisatie te vergroten en om te tonen hoe we partijen samenbrengen. Als we dit organiseren is het een mooi moment voor een communicatiecampagne, wat een werkgroep vraagt voor de organisatie en een 'campagneplan' van de communicatieadviseur. Kortom, het is een vraag waarvoor veel tijd gereserveerd moet worden.

Dat onze thematiek politiek interessant en een hoge bijdrage levert aan het oplossen van maatschappelijke problemen blijkt ook uit de recente debatten over de [wet Digitale Overheid](#). Veiligheid en betrouwbaarheid voor burgers komen steeds weer terug in de discussies.

In 2019 is een Merkhuis ontwikkeld voor het Forum Standaardisatie. Die positioning stelt dat we het merk Forum Standaardisatie als verbindende regisseur 'branden'. Daarmee wordt bedoeld dat we in de basis verbindend en vakkundig zijn (en dat ook uitstralen). En dat het ons streven is om leiding, inventiviteit en duidelijkheid uit te stralen.

Ten slotte is het [werkplan 2020](#) opgesteld door Forum Standaardisatie zelf. Daarin staat onder andere vastgesteld dat:

- het belang van open standaarden benadrukt moet worden;
- we werken aan een verhoging van bezoekers op de website;
- we in belangrijke beleidsstukken en externe nieuwsartikelen genoemd moeten worden;
- we samenwerkingsverbanden moeten benadrukken;
- bekendheid van 'Pas toe of leg uit'-beleid en Forum Standaardisatie moeten verhogen;
- en dat er scherp(nauw) gecommuniceerd moet worden naar verschillende stakeholders en doelgroepen voor het oplossen van maatschappelijke opgaven. Daarvoor zouden concrete voorbeelden uit de samenleving gebruikt moeten worden.

De volledige 'goals' en 'measures' worden verderop beschreven (zie: doelstellingen).

Bijkomende uitdagingen

- Beleidsmakers moeten op korte termijn inzien dat het gebruik van open standaarden voor gegevensuitwisseling belangrijk is. Op dit moment staat het onderwerp op de politieke agenda, wat betekent dat er nu vragen over gesteld worden.
- Uit Forum-vergaderingen klinkt de wens om niet te vergeten dat bedrijven en semioverheden zich niet aangesproken voelen als alle teksten (alleen) op de overheid gericht zijn. Dit moet aangepast worden, bijvoorbeeld door te schrijven dat het Forum de publieke sector adviseert.
- De beschikbare capaciteit voor communicatie moet slim ingericht worden. Beheerklussen, zoals nieuwsberichten schrijven en social media managen, mogen niet in de weg staan van een strategische aanpak in het belang van de Forum-doelstellingen. Deze klussen moeten aansluiten op die aanpak en zo ingezet worden dat ze elkaar versterken.

Doelstellingen op basis van het werkplan

Ieder jaar stelt het Forum Standaardisatie een werkplan op. In dat plan staan verschillende 'goals' en 'measures' beschreven om het hoofddoel te ondersteunen: "Het Forum Standaardisatie zorgt voor een beter en veiliger verbonden overheid door het belang van open ICT-standaarden duidelijk te maken, relevante open standaarden te selecteren en het gebruik te bevorderen". Hieronder staan de vastgestelde doelstellingen die bijdragen aan het bereiken van het hoofddoel en een (directe of indirecte) relatie tot communicatie hebben:

- Goal: 10% meer bezoekers op de website.
- Goal: Alle doelgroepen uit het communicatieplan benaderen.
- Measure: Opstellen communicatieplan 2020 en verder
- Measure: Overheidsbrede bekendheid 'Pas toe of leg uit' en Forum Standaardisatie verhogen, inclusief de meerwaarde voor burgers en bedrijven.
- Measure: Gerichtte communicatie aan stakeholders middels voorbeelden voor het oplossen van maatschappelijke opgaves
- Measure: Content website minimaal 2x per jaar (laten) controleren op actualiteit
- Ondersteunend: Een Monitor Open Standaarden helpen publiceren
- Ondersteunend: Twee IV-metingen helpen publiceren

Communicatieambities

Bij het werken aan van doelstellingen willen we de communicatie sturen in de volgende richtingen:

1. **We leggen voorafgaand aan het 'waarom' ook het 'wat' uit**
Beleidsmakers en ICT-Architecten en -projectleiders moeten overtuigd worden om gebruik te maken van open standaarden. Dat kan alleen als zij snappen wat deze afspraken en processen inhouden. We moeten dus stoppen met 'cadeaupapier om onze standaarden te doen' en hints te geven door het maatschappelijk nut te benadrukken. We moeten uitleggen dat iets een controlemiddel is of een encryptiemethode, voordat we de volgende stap zetten. Het Merkhuis kan hierbij een handig hulpmiddel zijn (duidelijkheid) om dit doel na te streven bij alle medewerkers.
2. **We geven het signaal af dat 'pas toe of leg uit' verplicht is**
Bij inkopers, ICT-Architecten en -projectleiders moeten we glashelder zijn over het feit dat het gebruik van de open standaarden op de 'Pas toe of leg uit-lijst' geen vrijblijvendheid is. Het doel is om in doelgroepgerichte teksten de verantwoordelijkheden van die doelgroep te verwoorden.
3. **We pakken de door ons gewenste merkpositie**
Hogere besluitorganen, zoals het Overheidsbreed Beleidsoverleg Digitale Overheid (OBDO) en koepels en brancheorganisaties (waaronder VNG, UvW, IPO, PIANOo en NORA) moeten Forum Standaardisatie zien als een regisserende en actieve partner: een onmisbaar orgaan dat de publieke sector kwalitatief en helder adviseert over gegevensuitwisseling door

onderzoek uit te voeren en hen bij elkaar te brengen voor afspraken om specifieke ontwikkelingen te stimuleren.

4. En een strategische aanpak staat centraal

Door in communicatie op enkele grotere projecten te richten met een duidelijk begin en eindpunt, wordt het werk doelmatig, effectief en meetbaar. Er kan zo actief gekeken worden hoe doelgroepen benaderd worden, in plaats van de 'usual suspects' te benaderen via nieuwsbrieven en -berichten. Bij dit doel helpt een lange termijn werkwijze: noem het 'campagnes' of 'projecten'.

Communicatiedoelgroepen

De primaire communicatiedoelgroepen zijn de onderstaande medewerkers uit de publieke sector:

- Beleidsmedewerkers, van:
 - Departementen (Ministeries)
 - Koepels (VNG)
 - Uitvoeringsorganisaties (SZW, UWV)
 - Gemeentes, provincies, waterschappen
- ICT-Architecten en projectleiders van overheidsorganisaties
- Inkopers van overheidsorganisaties
- Afdelingshoofden

Naast de primaire doelgroepen zou het mooi zijn als leveranciers, Tweede Kamer-leden en bewindspersonen en pers ook bereikt worden. Al wordt daar niet actief op ingezet in de communicatie.

Communicatiestrategie

We stellen enkele projecten centraal die bijdragen aan naamsbekendheid en een vakkundig en samenwerkend imago voor de 'Pas toe of leg uit'-lijst en Forum Standaardisatie. Daarbij werken we vanuit een 'Less is more'-gedachte. We gebruiken de natuurlijke momenten die we voorafgaand kunnen inplannen om strategisch te werk te gaan. De belangrijke projecten waarover wein 2020 kunnen communiceren zijn:

- De werkconferentie standaardisatie
- Streefbeeldafspraken IPv6
- Monitor Open Standaarden en de twee IV-metingen
- Samenwerkingsprojecten waarin we partnerschap tonen of die over DigiToegankelijk gaan.

Een ander belangrijk punt is 'branding'. We moeten meer gebruik maken van het merkhuus dat we hebben laten ontwikkelen. Het merkhuus is een strategie die stelt dat onze identiteit "duidelijk, vakkundig, leidend, verbindend en inventief" moet zijn. We zijn *vakkundige regisseurs* en dat mogen we laten zien. Niet alleen in communicatiemiddelen, maar ook in persoonlijk contact en onze initiatieven. Het is daarom belangrijk dat alle medewerkers bouwen aan deze kwaliteiten in hun werk. Opfrissessies; vaker de strategie aanhalen in bijeenkomsten en het opstellen van een handzame stijlgids (of merkgids) zou medewerkers kunnen inspireren en handvatten bieden. Een belangrijk onderdeel van goede branding is dat we onze nieuwe en zeker ook onze huidige middelen, stijlvol en overzichtelijk laten opmaken. Waar mogelijk kiezen we liever voor een stijlvolle infographic dan het schrijven van een handboek.

Strategie m.b.t. teksten

Bij het voorbereiden van de communicatiemomenten stellen we begrijpelijke teksten op. Die teksten kunnen, als ze door de betreffende dossierhouders én door de communicatieadviseur akkoord zijn bevonden, worden vastgesteld tot basistekst. Wanneer iemand een nieuwe tekst moet opstellen kan hij of zij zonder problemen zelf communiceren omdat die teksten breed gedragen zijn.

In teksten benadrukken we de maatschappelijke effecten van standaardisatie (zoals veiligheid, privacy, regie op gegevens en gemak). Die effecten relateren we aan persoonlijke referentiekaders: je wilt dat jouw aanslag veilig bij de belastingdienst aankomt, dat een slechtziende moeder ook haar weg kan vinden op het internet en dat de elektricien en architect die aan jouw huis werken niet twee verschillende plattegronden gebruiken. Als 'call-to-action' bieden

we het liefst een oplossing. Dit is namelijk wat Forum Standaardisatie doet: advies geven. Bijvoorbeeld:

Voorbeeldstructuur
"De helft van alle e-mail is nog onvoldoende beschermd. [issue] Voorkom met een strikte DMARC-configuratie [advies over specifieke handeling] dat een aanvaller zich in een e-mail voordoet als de afzender door zijn adres te vervalsen [maatschappelijk nut]."

Zo kan een lezer nooit zeggen dat hij niet weet wat hij moet doen. Een voorbeeld waar op dit gebied veel te behalen valt is toegankelijkheid. Daarom komen er ook zo ontzettend veel mensen op praktische workshops voor toegankelijkheid af. Zij willen weten wat er onder het 'cadeaupapier' genaamd toegankelijkheid zit. Wat zijn de afspraken, handelingen en processen?

In het kader van deze strategie hebben we de flyer van november 2019 laten ontwerpen. Enkele voorbeelden van de oude en nieuwe situatie zijn:

Voorbeeld oude situatie	Visie nieuwe situatie
DKIM = preventie van mailspoofing/phising	DKIM = <i>Echtheidskenmerk</i> voor ontvangen e-mail, ter preventie van phishing
SPF = preventie van mailspoofing/phising	SPF = <i>Machtiging</i> om e-mail te verzenden, ter preventie van phishing
DMARC = Anti phishing	DMARC = <i>Beleid</i> bij SPF-/DKIM ongeldige e-mail, ter preventie van phishing

Communicatiekanalen en -middelen

Van alle mogelijke communicatiekanalen en drukwerk zetten we voornamelijk in op de onderstaande zaken:

Een vakkundige website

We zetten in op een overzichtelijke en eenvoudige website. We willen met heldere en beknopte informatie de maximumwaarde creëren voor de gebruiker. De nieuwe website van Forum Standaardisatie bevat daarom geen dubbele informatie, heeft pagina's specifiek toegespitst op verschillende doelgroepen en biedt 'development notes' (een lijst met wijzigingen) om inzichtelijk te maken wat er aan de 'Pas toe of leg uit'-lijst veranderd is.

Tweemaal per jaar organiseren of benutten we een interne bijeenkomst om te controleren of de website nog actueel is en of we tevreden zijn hoe deze aansluit op het merkhuus. Op basis van de huidige statistieken dat het 'Pas toe of leg uit'-beleid, definities van open standaarden (voor gegevensuitwisseling) en de 'Pas toe of leg uit'-lijst verreweg het meeste bezocht worden. Daarom gaan ze deze punten prominentere plekken geven op de nieuwe website.

Sociale media voor aankondigingen

Een laagdrempelige manier om het Forum als vakkundig en verbindend te presenteren is om social media in te zetten. We kunnen onze podium- en congrespresentaties onderzoeken en samenwerkingsverbanden benadrukken. Twitter wordt ingezet voor officiële aankondigingen, LinkedIn voor meer inhoudelijke (technische) meldingen en verhalen. In beide gevallen willen we meer 'hashtags' (#) en 'mentions' (@) gebruiken van partners en koepels om zo in hun netwerken door te dringen tot de doelgroep, in de hoop dat zij zich aansluiten op ons netwerk. Kortom, we proberen te stimuleren dat partners en koepels meer praten over ons.

(Digitale) publicaties benadrukken expertise

Iedere oplevering van een publicatie levert een communicatiemoment op. Wanneer dossierhouders een digitaal magazine maken, bijvoorbeeld Monitor Open Standaarden of IV-metingen, kunnen we dat momentum gebruiken om doelgroepen te benaderen.

Oorkondes beter benutten

Oorkondes zijn een goed middel om inhoud te creëren voor sociale media. Bovendien zetten wij onszelf hiermee als vakkundige partij neer. Wat wel een gemiste kans is, dat de overhandigingen achter 'gesloten deuren' worden uitgereikt en het ontbreken van een kwalitatieve foto's. Het advies is daarom om waar mogelijk de overhandigingen op een podium (een bijeenkomst) te doen.

Het is cruciaal om te zorgen voor een leuke foto met zoveel mogelijk bekende figuren erop, zodat ook hun sociale netwerken bereikt kunnen worden.

Niet schromen om advertorials 'in te kopen'

Vakbladen worden nog altijd goed gelezen. Het is een uitstekende manier om specifieke doelgroepen te benaderen. Het voorstel is daarom om vaker het nieuws naar de doelgroep te brengen. Bijvoorbeeld de publicatie van de monitor open standaarden combineren met een advertorial of een interview van forumleden voorstellen voor onze eigen BZK-krant of VNG Magazine. Andere opties zijn: Deal!, Scope, iBestuur, Publiek Denken, Binnenlands bestuur en Computable Magazine.

Relatiegeschenken en drukwerk benutten

Als verbindende vakkundige regisseurs is ons netwerk cruciaal. We hebben daarom altijd een zekere hoeveelheid relatiegeschenken en gedrukte naslagwerken/handreikingen op kantoor. Deze materialen moeten goed benut worden omdat ze de naamsbekendheid en merkherkenning van de lijst en Forum Standaardisatie kunnen stimuleren. Bovendien is het een goede methode om huidige gebruikers trouw te houden en te stimuleren volgende keer ook alle standaarden uit te vragen. Het toesturen van een taart of relatiegeschenk een kans om op de gebruiker zijn sociale netwerken te verschijnen en daarmee een aansporing voor anderen om ook goed werk te verrichten.