



Crisiscommunicatieplan **Hoera kindercentra**

Opdrachtgever : Hoera kindercentra
Door : De Melding
Datum : 19 april 2017
Versie : 3



Inhoud

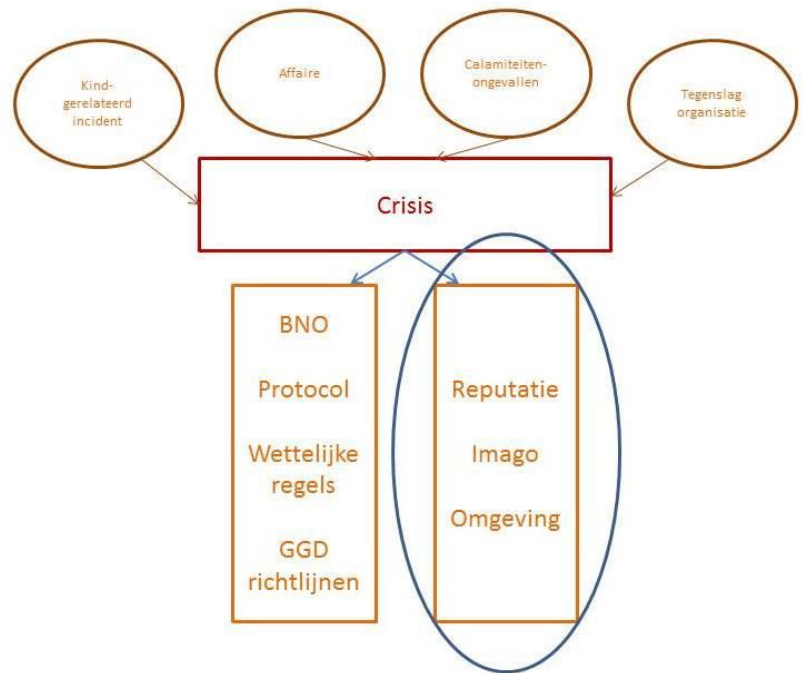
1. Inleiding	3
2. Crisiscommunicatie bij Hoera kindercentra	3
2.1. Hoera als organisatie.....	3
2.2. Crisissituaties bij Hoera	6
2.2.1. Risicoanalyse mbt communicatie	7
2.3. Doelen crisiscommunicatie.....	7
2.4. Crisisteam.....	8
2.5. Faciliteiten: crisiscentrum	9
3. Stappenplan crisiscommunicatie	10
3.1. Formuleren boodschap.....	10
3.2. Stakeholders en crisiscommunicatie	11
4. Communicatie met de media	15
4.1. Richtlijnen	15
4.2. Communicatiemiddelen	15
4.2.1. (Telefonische) reactie op persvragen	16
4.2.2. Persberichten	16
5. Contactgegevens	17
6. Tot slot	18

1. Inleiding

Hoera kindercentra is een organisatie die zich richt op de opvang én ontwikkeling van kinderen. Dit gebeurt in samenwerking met ouders, maar bewust ook met onderwijs, verenigingen en welzijn. Hoera streeft naar integrale kindcentra (IKC) waar kinderen van nul tot dertien jaar met elkaar spelen, leren en zich ontwikkelen.

Ter bescherming en ter voorkoming van calamiteiten met ‘klanten’ zijn er reeds vele veiligheidsvoorschriften vanuit gemeenten, GGD en het Rijk. Het behartigen van de reputatie van Hoera zelf is echter geen overheidstaak. Vertrouwen van ouders is echter wel cruciaal binnen de kinderopvang. Hoera hecht daarom grote waarde aan een open en duidelijke communicatie. Het onderdeel crisiscommunicatie heeft daarom aparte aandacht en een verdere uitwerking in dit plan.

Dit crisiscommunicatieplan is een aanvulling op de wet- en regelgeving en de al bestaande interne protocollen. Zo treedt in het geval van crisis ten gevolge van calamiteiten (zoals brand of overstroming), of ten gevolge van veiligheidsissues in ruime zin (zoals ongelukken of agressie), het **Bedrijfsnoodplan (BNO)** in werking.



Afbeelding 1

De basis voor dit plan is gelegd in samenspraak met directie en de clustermanagers. Het plan beschrijft de interne taken, rollen en procedures bij crisis. Op deze manier is het planbare deel van een crisis geregeld. Het plan bevat voorts de relevante in- en externe namenlijsten inclusief contactgegevens en geeft aan hoe externe hulpkrachten kunnen worden ingeschakeld.

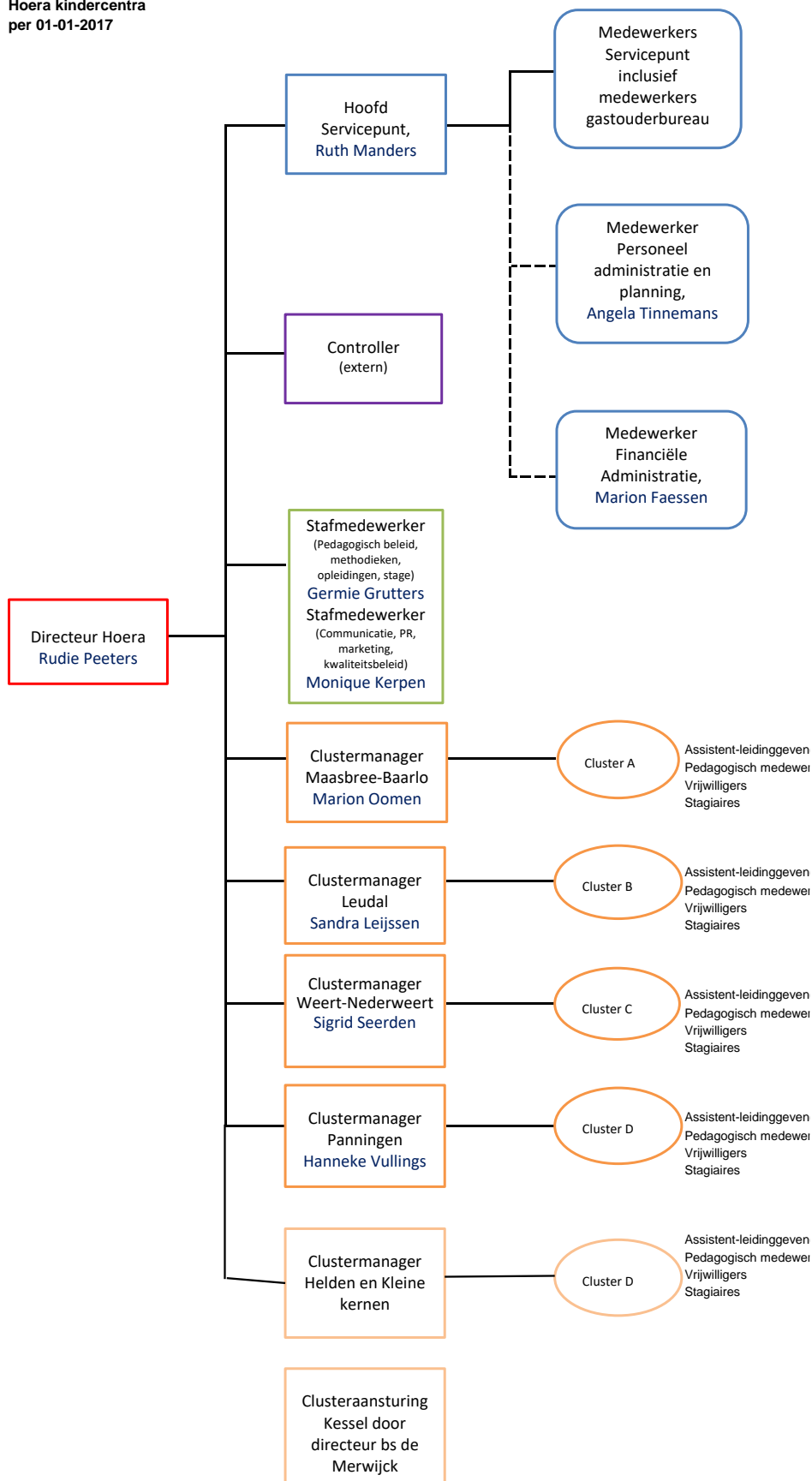
2. Crisiscommunicatie bij Hoera kindercentra

2.1. Hoera als organisatie

Hoera beschikt over diverse vestigingen in verschillende gemeenten en werkt intensief samen met vele partners. Daarbij werkt Hoera met het meest kostbare goed ter wereld, ‘je eigen kroost’: kinderen. Een overzicht van de diverse locaties, medegebruikers en de organisatiestructuur van Hoera kindercentra vindt u op de volgende pagina’s:

Locatie Hoera	Medegebruikers gebouw:
Baarlo	Basisschool
Baexem	Basisschool, Bibliocenter
Beringe	Basisschool Bibliotheek Coöperatie Beringe
Egchel	Basisschool
Eil	Basisschool, logopedie
Grashoek	Basisschool
Grathem	Basisschool, Bibliotheek, gemeenschapshuis, aangrenzende sportzaal
Haelen	Basisschool, Bibliocenter, muziek leraren
Helden, Kloosterstraat	IVN
Helden, de Liaan	Basisschool
Helden, de Pas	Basisschool
Heythuysen, de Neerakker	Basisschool, hoofdkantoor SPOLT, bibliocenter, PSW, Op maat, aangrenzende sportzaal
Heythuysen, 't Akkertje	Geen andere gebruikers
Ittervoort	Basisschool, Bibliocenter
Kelpen-Oler	Basisschool
Kessel, Binnenweg	Tandarts Daelzicht Bibliotheek
Kessel, Schijfweg-Zuid	Scouting
Kessel-Eik	Basisschool
Koningslust	Basisschool
Maasbree, Violier	Basisschool
Maasbree, MVC'19	Voetbalvereniging
Maasbree, Dynamic	Sportcentrum
Nederweert, De Kerneel	Basisschool
Nederweert, de Bongerd	Basisschool
Nederweert, Budschop	Basisschool Budschop Wijkteam gemeente Nederweert, dinsdag 13:00-14:00 uur Harmonie St. Jozef, blokfluit-les, donderdag 19:00-20:00 uur
Panningen, Ruijsstraat	PSW
Panningen, Kinderdrôme	Kinderdrôme binnenspeeltuin Sport Helden
Panningen, de Groenling	Basisschool Caesar to move Daelzicht Zorggroep GGD
Panningen, Nieuweschool	Basisschool
Weert, Laar	Basisschool
Weert, Leuken	Basisschool
Hoofdkantoor, Kerkstraat	Vorkmeer, Prisma, Cultuurpad, aangrenzend advocatenkantoor van der Pluijm

**Organisatiestructuur
Hoera kindercentra
per 01-01-2017**



2.2. Crisissituaties bij Hoera

In geval van een crisis is het van belang dat iedereen weet wat te doen, om de schade zoveel mogelijk te beperken en belanghebbenden en de omgeving te informeren. Communicatie hierbij is onmisbaar.

Allereerst bekijken we wanneer er sprake is van een crisis. Crises kunnen vele gedaanten hebben en vanuit verschillende hoeken ontstaan. Crisis is daarnaast ook een subjectief begrip: wat de een als een heuse crisis ervaart, is voor de ander wellicht niet meer dan een klein incident.

Bij Hoera kindercentra zijn globaal de volgende crisissituaties te onderscheiden:

- Kind-gerelateerde incidenten (wiegendood, algemene veiligheid, ongelukken)
- Affaire (ontucht, agressie, relaties, echtscheidingen)
- Calamiteiten/ Ongevallen (brand, overstroming, ontploffing)
- Zakelijke en organisatorische tegenslag (financieel, bestuurlijk, personeel, datalek)

(Zie ook afbeelding 1)

In het geval van calamiteiten/ ongevallen, maar ook in bepaalde gevallen bij affaires of kind-gerelateerde incidenten, zal het Bedrijfsnoodplan in werking treden.

Het bestrijden van de calamiteit heeft dan vaak de eerste prioriteit (denk aan brand, wateroverlast). Het Bedrijfsnoodplan wordt per locatie opgesteld waardoor er ook vaak een voortrekkersrol zal zijn weggelegd voor de hoofdhuurder van een gebouw (meestal de school).

In alle situaties wil Hoera het belang van een goede communicatie ook zelf in het oog blijven houden. In de Bedrijfsnoodplannen zal dus duidelijk aangegeven worden welke Hoerafunctionaris (dit zal meestal de clustermanager of directeur zijn) lid is van het calamiteitenteam op locatie. En hoe deze functionaris contact onderhoudt met Hoera (met de directeur/ manager, communicatiemedewerker, hoofd BHV).

Het zal vaak wenselijk zijn om, naast de communicatie die in het Bedrijfsnoodplan voorzien is (bv door de schooldirecteur of bij "opschaling" door de burgemeester), ook zelf als organisatie onze medewerkers en klanten te informeren. Het is niet prettig als zij het idee hebben dat ze het nieuws over de eigen organisatie steeds pas uit tweede hand horen.

Een goede "koppeling" over en weer tussen Bedrijfsnoodplan en Crisiscommunicatieplan is dus belangrijk! Tijdig onderkennen van de situatie en schakelen met de betrokken locatie/ partnerorganisatie(s) is essentieel.

De traditionele en social media spelen hierbij ook nog een belangrijke rol. Vaak wordt een crisis pas als dusdanig ervaren, als de media het als een crisis bestempelen. Het vroegtijdig onderkennen van een potentiële crisis en de daarbij behorende maatregelen treffen helpt een crisis te beheersen en levert een belangrijke bijdrage aan het voorkomen van escalatie.

2.2.1. Risicoanalyse mbt communicatie

In onderstaande tabel zijn kort de communicatierisico's beschreven met daarbij het tijdsraam waarbinnen de risico's kunnen optreden en de mogelijke effecten.

Risico's kind-gerelateerde incidenten	Time window	Effect
Ouders/verzorgers via social media eerder op de hoogte dan via Hoera Contact medewerkers/ouders met media	< ½ uur	Onjuiste beeldvorming bij stakeholders

Risico's affaire	Time window	Effect
Einde loopbaan medewerkers Twijfels aan professionaliteit (in ruime zin) Hoera (zwarte piet krijgen bij externe aanleiding)	< 12 uur	Reputatieschade Hoera Persoonlijke beschadiging kinderen/ouders

Risico's calamiteiten/ ongevallen	Time window	Effect
Niet handelen volgens protocol	< 1 uur	Reputatieschade Hoera

Risico's zakelijke en organisatorische tegenslag	Time window	Effect
Verwijt wanbestuur	<12 uur	Reputatieschade Hoera Reputatieschade Bestuurders/toezichthouders

Als deze risico's zich daadwerkelijk voordoen, brengen ze al snel een volgende crisis teweeg. Zo kan negatieve publiciteit dusdanig het imago schaden, dat klanten en leveranciers geen vertrouwen meer hebben in Hoera kindercentra. Als gevolg hiervan kan Hoera kindercentra zakelijke tegenslag krijgen, rode cijfers draaien en genoodzaakt worden mensen te ontslaan. Dit kan weer protesten vanuit de omgeving of het eigen personeel tot gevolg hebben.

2.3. Doelen crisiscommunicatie

De diverse crisissituaties die zich kunnen voordoen en de effecten daarvan zijn beschreven in diverse protocollen van Hoera. Dit crisiscommunicatieplan geeft aan hoe de communicatie te organiseren en wat de doelen van deze crisiscommunicatie zijn. Bovenstaand schema van het actieplan is de leidraad als het gaat om de ernst van de calamiteit en daarmee de te volgen stappen m.b.t. communicatie. Ongeacht de ernst is het van belang om vooraf vast te stellen wat de doelen van crisiscommunicatie zijn, zowel intern als extern.

De doelen van crisiscommunicatie voor Hoera zijn als volgt te definiëren:

- **Schadebeperking/instructie:** materiële en immateriële schade, gedrags- en handelingsadviezen aan de klanten en omgeving
- **Informatieverstrekking:** algemene informatie, openbaarmaking, verklaring en toelichting beleid
- **Betekenisgeving:** duiding, betekenis voor de samenleving

De crisiscommunicatie is gericht op de relatie, draagvlak en de lange termijn; de reactiestijl in geval van een ramp zal daarom in principe empathisch/offensief zijn, waarbij te allen tijde bovenstaande doelstellingen nagestreefd worden.

2.4. Crisisteam

Het crisisteam van Hoera kindercentra is onderstaand ingevuld, met ieders rol.

Naam	Taken	Eerste persoon	Back-up
Hoofd Crisisteam	Sturen op hoofdlijnen Beslisvaardig Vertegenwoordiging management Eindverantwoordelijk Boegbeeld Liaison naar Bestuur/RvT	Rudie Peeters (roept als enige de crisis uit i.s.m. de clustermanager!)	Monique Kerpen
Hoofd Calamiteiten	Operationele leiding registratiesysteem (Beheer Systeem)	Clustermanager vestiging	Clustermanager andere Hoera-vestiging
Interne communicatie	Informereren, reageren op vragen medewerkers, zorgen voor adequate verwerking ervaringen door contact met personeel ICT	Monique Kerpen	Germie Grutters
Externe communicatie	Woordvoerder (media) Monitoring en informeren externe stakeholders Omgevingsanalyse Liaison naar Veiligheidsregio Limburg-Noord (evt. bij RCC Nijmeegseweg Venlo)	Rudie Peeters	Clustermanager (evt. van andere locatie)
Secretariaat/plotter	Verslaglegging Facilitaire ondersteuning	Ruth Manders Peter Moors	Angela Tinnemans
Facultatief: extern verantwoordelijke		IKC, directeur basisschool	

Goede afstemming met de verantwoordelijke bestuurder is een must!

2.5. Faciliteiten: crisiscentrum

Het crisisteam komt bij voorkeur op locatie bijeen. Wanneer als gevolg van de crisis de locatie niet beschikbaar is, geeft het calamiteitenplan de alternatieve locatie (nabij de crisislocatie) aan. Bij niet-lokale crises (m.n. zakelijke en organisatorische tegenslag) vergadert het crisisteam op de Hoera-hoofdvestiging in Panningen.

Een goede vergader- en werkruimte die dient als crisiscentrum vergroot de slagkracht van een crisisteam. Bij crisis bij Hoera kindercentra zijn de onderstaande locaties beschikbaar als crisisruimte. Afhankelijk van de soort crisis, de ernst, de grootte en de locatie van de crisis, wordt een van deze faciliteiten in gebruik genomen. Onderstaande tabel dient als leidraad.

Crisissituatie	Faciliteit voor crisisteam
Kind-gerelateerde incidenten (wiegendood, algemene veiligheid, ongelukken)	Indien beschikbaar Kantoor Clustermanager
Affaire (ontucht, agressie, relaties, echtscheidingen)	PM
Calamiteiten/ Ongevallen (brand, overstroming, ontploffing)	
Zakelijke en organisatorische tegenslag (financieel, bestuurlijk, personeel, datalek)	

De crisiscentra beschikken over de volgende faciliteiten:

- Telefoon
- Laptop(s)
- Internet/ wifi
- TV met kabelverbinding (evt. via laptop)
- Eten en drinken, of de mogelijkheid dit te laten bezorgen
- Aparte vergaderruimte

Aanvullend op bovenstaande is het van belang dat te allen tijde in elke reguliere 'werktelefoon van het crisisteam' een WhatsApp-groep aangemaakt wordt onder de noemer 'Calamiteiten'.

Onder deze groep staan de telefoonnummers vermeld van de:

- Hulpdiensten (zie de uitgebreide lijst verderop)
- Faciliteiten (zie de uitgebreide lijst verderop)

Op deze wijze heeft iedereen toegang tot alle 'alarmnummers' op iedere telefoon.

3. Stappenplan crisiscommunicatie

In het voorgaande hoofdstuk is beschreven wie in het crisisteam zitten, welke rol ze vervullen en waar het crisisteam zijn werkzaamheden uitvoert in geval van een crisis. In dit hoofdstuk wordt het te volgen stappenplan beschreven in geval van een crisis.

Crisis verschillen, maar de crisiscommunicatie volgt een vast patroon:

1. Uitroepen crisis → starten van continue feitenstroom – Rudie i.s.m. clustermanager

- Vaststellen welk soort crisis het is en wat dus mogelijke gevolgen kunnen zijn
- Bij een calamiteit: direct na de gebeurtenis dienstdoende BHV-er waarschuwen (Treedt BNO in werking? I contact met andere organisatie(s) gewenst?)
- Opstellen overzicht van feiten en omstandigheden voor zover bekend. Dit door het crisisteam (plotter). Vervolgens tenminste regelmatig (bv. elk uur) dit eerste bericht over de feiten en omstandigheden aanvullen of actualiseren. Paragraaf 3.1. gaat dieper in op het formuleren van de boodschap.

2. Omgevingsanalyse

In kaart brengen van de stakeholders en hun kennis, houding en gedrag ten aanzien van de crisis. Het schema in paragraaf 3.2 geeft de stakeholders weer. Per stakeholderscategorie dient gevolgd te worden:

- De kennis: wat weten stakeholders? Wat willen zij weten? Wat is de informatiebehoefte?
- De houding: hoe stellen stakeholders zich op? Hoe reageren ze?
- Het gedrag: hoe handelt de stakeholder naar aanleiding van de calamiteit?

De omgevingsanalyse dient snel doch zorgvuldig uitgevoerd te worden, zodat per stakeholdercategorie geacteerd kan worden. De omgevingsanalyse wordt uitgevoerd door De Melding.

Gezien het belang van **social media** is het onmisbaar om ook online te kijken naar het sentiment, om hier adequaat naar te kunnen handelen. Hiervoor kan De Melding de hierin gespecialiseerde organisatie Digitale Opsporing/Com-Connect inschakelen.

3. Strategiebepaling

Zoals in het vorige hoofdstuk beschreven, is de communicatiestrategie bij voorkeur offensief (niet afwachtend), met empathie voor eventuele getroffen. Daarnaast dient bij alle communicatie de eerder beschreven doelen nagestreefd te worden. De communicatie per doelgroep wordt in de volgende paragrafen verder toegelicht.

4. Uitvoering: buitenwereld naar binnen brengen

Doelgroepen voor zover mogelijk gericht voorzien van hun informatiebehoefte volgens omgevingsanalyse. Hiervoor bestaan drie hoofdcategorieën (primair, secundair en media). De uitwerking van deze doelgroepen volgt in de volgende paragrafen van dit hoofdstuk.

5. Effect

Communicatieacties hebben een effect in de buitenwereld. Deze effecten zijn weer input voor de daaropvolgende berichtgeving. Op basis van de effecten zal de kernboodschap al dan niet aangepast dienen te worden. Daarom is het van belang om de omgevingsanalyse (wie weet wat, wie wil iets weten, wat is de informatiebehoefte etc.) na iedere berichtgeving door te lopen en waar nodig bij te sturen.

3.1. Formuleren boodschap

De boodschap die naar buiten wordt gebracht (ook intern) dient altijd eerlijk, open, feitelijk, consistent, relevant, snel en accuraat te zijn. De boodschap moet voor alle doelgroepen begrijpelijk en duidelijk worden geformuleerd. Tevens moet de boodschap voor iedere doelgroep gemakkelijk te verkrijgen zijn. Het is daarom belangrijk tijdig aandacht te geven aan de inhoud van de boodschap.

De volgende punten moeten altijd aan de orde komen:

Wie	is er bij betrokken
Wat	is er gebeurd zijn de gevolgen en gevaren moet er worden gedaan doet Hoera kindercentra
Waar	is het gebeurd
Wanneer	is het gebeurd
Waarom	is het gebeurd/ wat was de oorzaak
Hoe lang	gaat de situatie duren
Vervolg	wanneer wordt er weer een update gegeven

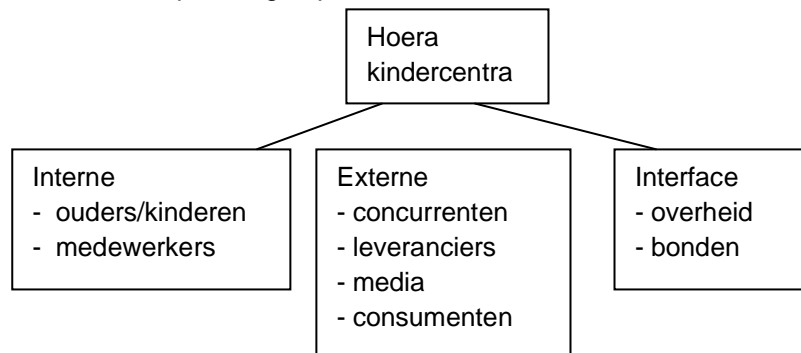
Als over bepaalde aspecten (nog) geen duidelijkheid bestaat, wordt daarover zo open mogelijk gecommuniceerd. De boodschap moet duidelijk afkomstig zijn van het crisisteam en gericht zijn op het vaststellen van de feiten, het tegengaan van geruchten en het tonen van empathie.

Daarnaast kan het van belang zijn dat de communicatie niet alleen in het Nederlands, maar waar nodig ook in Duits, Pools of Engels plaatsvindt (afhankelijk van afkomst kinderen).

3.2. Stakeholders en crisiscommunicatie

In onderstaand schrijven en bijbehorende tabel, staan de diverse stakeholders van Hoera kindercentra opgesomd. Tevens is aangegeven welk soort communicatiemiddel te gebruiken om betreffende stakeholder te benaderen en met welke boodschap deze groep te benaderen.

Stakeholders van Hoera kindercentra zijn alle partijen die op enige wijze belang hebben bij, en/ of invloed uitoefenen op de organisatie. Daarbij is de invloed van de verschillende stakeholders niet gelijk; we kunnen een onderscheid maken tussen primaire en secundaire stakeholders en de media, waarbij de primaire stakeholders een redelijk tot groot en direct belang hebben bij de organisatie. Secundaire stakeholders hebben geen direct belang maar wel invloed op het bedrijf. Media zijn een grote beïnvloeder en opiniemaker.



De primaire stakeholders voor Hoera kindercentra in het kort:

- Ouders/ kinderen (klanten)
- Medewerkers
- Management
- Raad van toezicht
- Belangengroepen voor ouders zoals BOink
- Belangenorganisaties voor de kinderopvang zoals de BMK

Partnerorganisaties

- Scholen
- Schoolbesturen
- Welzijnsorganisaties
- Bibliotheken

- Verenigingen op het gebied van sport, muziek, cultuur, enz.
- Jeugdgezondheidszorg
- GGD
- Organisaties die specialistische zorg verlenen
- Gemeentes (beleidsmedewerkers, burgemeester, wethouder zorg)
- Leveranciers
- Samenleving

De secundaire stakeholders voor Hoera kindercentra in het kort:

- Concurrenten
- Oudercommissies van Hoera
- Het algemeen publiek
- GGD
- Financiële instellingen
- Overheid

Media

- Gedrukte media
- Online media

Nadere uitwerking van de analyse:

De primaire stakeholders voor Hoera kindercentra:

Ouders en kinderen/ onze klanten: zij zijn de belangrijkste belanghebbenden in onze branche; degenen die van de diensten gebruik maken. Zonder kinderen en ouders geen kinderopvang. Aan deze groep ontleen we ons bestaansrecht.

Medewerkers en het management die het realiseren van de diensten mogelijk maken. Daarbij zijn de pedagogisch medewerkers van doorslaggevend belang. Zij zijn degenen die het verschil kunnen maken voor een kind met hun warmte, inlevingsvermogen, creativiteit, enz. De band van de medewerkers met de ouders is ook heel belangrijk; ouders moeten in het volste vertrouwen hun 'klompje goud' in goede handen kunnen achterlaten. Medewerkers kunnen daarbij ook een vraagbaak en steun zijn voor ouders bij opvoedingsvragen. En zij leveren tenslotte een belangrijke bijdrage aan de ontwikkeling van de kinderen.

Partnerorganisaties: met hen is er sprake van intensieve en essentiële samenwerking. Het meest van belang zijn daarbij voor Hoera kindercentra de **scholen/ schoolbesturen**, aangezien Hoera vanuit haar visie graag voorzieningen voor kinderen van 0-13 jaar wil samenbrengen om de ontwikkeling van kinderen zo optimaal mogelijk te kunnen begeleiden. Onze huisvesting is vaak geregeld in scholen en samen proberen we in kleine kernen voorzieningen overeind te houden. Hoera heeft in haar werkgebied met diverse schoolbesturen van doen en de intensiteit van de samenwerking verschilt daarbij. Deze kan heel intensief zijn maar ook slechts zijdelings. Dit is vaak ook afhankelijk van personen; zowel op bestuursniveau als op de werkvloer waar we er naar streven dat pedagogisch medewerkers en leerkrachten intensief samenwerken ten behoeve van de kinderen.

Ook **welzijnsorganisaties** zijn vanuit dat oogpunt erg belangrijk. En alle lokale **verenigingen (sport, muziek, enz.), de bibliotheken, Jeugdgezondheidszorg, GGD, organisaties die specialistische zorg verlenen**, enz.

De gemeentes (lokale overheid, burgemeester, wethouder zorg) behoren ook tot de binnenste schil; met hen hebben we te maken op het gebied van beleid, subsidies, vergunningen, controles, enz. Een goede samenwerking en een gedeelde visie kunnen er voor zorgen dat er veel gerealiseerd kan worden voor kinderen en jonge gezinnen in een gemeente. Gemeentelijk beleid is afhankelijk van politieke keuzes. Hierdoor hebben we in elk van de vier gemeentes waar we werkzaam zijn, te maken

met andere dynamieken. In de ene gemeente wordt er bijvoorbeeld meer geld vrijgemaakt voor taalstimulering dan in de andere. Ook de persoonlijke relatie met de medewerkers bij de gemeente is hierbij van belang. In de ene gemeente wordt ons meer “gegund” dan in de andere. Al deze factoren zijn van invloed bij het meer of minder kunnen realiseren van goede voorzieningen voor onze klanten.

Belangengroepen: De ouders worden landelijk vertegenwoordigd door **BOink**, de landelijke Belangenvereniging voor ouders in de kinderopvang en peuterspeelzalen. Binnen onze organisatie worden de belangen van ouders behartigd door de, wettelijk verplichte, **oudercommissies**. Zij kunnen gevraagd en ongevraagd advies uitbrengen over uiteenlopende onderwerpen die te maken hebben met de kwaliteit, openingstijden, prijzen, enz. in de organisatie.

Er zijn ook twee landelijke **belangenorganisaties voor de kinderopvang**; de Brancheorganisatie Kinderopvang en, sinds april 2016, de Brancheorganisatie Maatschappelijke Kinderopvang. De recente oprichting van deze laatste groep laat zien dat er een “tweedeling” binnen de kinderopvang is tussen de commerciële en de maatschappelijke kinderopvangorganisaties. Hoera is een stichting die alle opbrengsten wil laten terugvloeien in de organisatie, waar het ten goede komt aan de kinderen/ ouders en medewerkers.

Leveranciers: zij hebben met de levering van hun producten invloed op de prijs van de kinderopvang. Voor Hoera is een goede levering van belang en kwalitatief hoogwaardige producten. Of het nu gaat om voeding, knutselspullen of meubilair.

De samenleving: heeft belang bij goede kinderopvang als arbeidsmarkt instrument. Maar ook als plek waar wordt zorggedragen voor de ontwikkeling van kinderen, en dus de burgers van de toekomst.

De secundaire stakeholders voor Hoera kindercentra:

Concurrenten: zoals hiervoor al besproken zijn deze in sommige kernen wel en in andere niet aanwezig. Waar aanwezig zijn zij altijd een factor om rekening mee te houden. Waar niet aanwezig ook; het is belangrijk hier niet ‘lui’ te worden en altijd bedacht te zijn op concurrentie.

Het algemeen publiek Consumenten kunnen zich zowel positief als negatief uitlaten over kinderopvang, of ze er nu wel of niet gebruik van maken. Zo kunnen meningen post vatten. In heel Nederland of in een bepaalde regio of dorp. Als de publieke opinie kinderopvang duur vindt of zielig voor kinderen, zal dat invloed hebben op de potentiële klanten. Het is dus zaak positief in beeld te blijven.

Financiële instellingen: voor Hoera is de bank geen factor waarvan men afhankelijk voor het realiseren van haar doelen. Er is voldoende eigen vermogen om investeringen te kunnen doen. Natuurlijk is de bank wel nodig voor al het betalingsverkeer.

De overheid: De overheid is van belang op het gebied van wetgeving (Wet kinderopvang, Wet OKE). Hieruit vloeien eisen voort waaraan de kinderopvangsector moet voldoen. De keuzes die door de landelijke overheid gemaakt worden kunnen op allerlei vlakken liggen. Zo maken zij beleid rondom veiligheid en gezondheid, over pedagogische onderwerpen, de benodigde kwalificaties voor medewerkers, enz.

Heel fundamenteel zijn de keuzes op het gebied van de financiering van de kinderopvang. Zij kunnen kinderopvang aantrekkelijk maken door de tegemoetkomingen te verhogen. Maar ook het tegenovergestelde kunnen ze bewerkstelligen. Deze keuzes hebben vaak langjarige invloed op de richting die de sector inslaat.

(De lokale overheid is al beschreven in de binnenste schil.)

GGD: als controlerende instantie (in opdracht van de gemeentes) een belangrijke organisatie op het gebied van pedagogisch beleid, veiligheid, gezondheid, ouderinspraak, enz. De GGD-inspecteurs kunnen soms kritisch zijn op kleine onderdelen, die in een inspectierapport voor een negatieve beoordeling zorgen. Gelukkig is de tendens dat er minder gecontroleerd wordt op minder belangrijke zaken als het invullen van de koelkasttemperatuurlijst, en meer gekeken wordt naar pedagogisch handelen en veiligheid. De sfeer tijdens de inspecties gaat ook meer naar een klimaat van

samenwerking waarin het gezamenlijke doel is de kwaliteit in de sector te waarborgen en de “rotte appels” uit de mand te halen. Dit laatste is voor de sector ook van belang om imagoschade te voorkomen.

De media

De media kunnen heel sterke beelden neerzetten die de mening van het publiek beïnvloeden. Berichten in kranten, tijdschriften, op TV en vooral ook social media, kunnen een behoorlijke impact hebben. Negatieve berichten kunnen aardig veel aanrichten. Maar positieve berichten kunnen ook veel goeds doen voor het imago.

De Melding biedt in samenwerking met een partner bij crises monitoring van (social) media.

Hoera zoekt geregeld de media op om in beeld te blijven bij het publiek en dat doen we vooral door het uitdragen van onze maatschappelijke betrokkenheid. Personeelsadvertenties gaan vaak alleen nog uit via Facebook, waar ook veel “feel good” berichten op komen van leuke activiteiten die er met de kinderen gedaan worden. De reacties op Facebook worden goed gevolgd om zo nodig te reageren en zo eventuele discussies of negatieve reacties bij te sturen.

STAKEHOLDERS		
Stakeholder	Communicatiemiddel	Boodschap
Hulpdiensten		
Brandweer		
Politie	Telefoon: 112	Beschrijving en toelichting situatie
Ambulance	Liaison veiligheidsregio	Wens crisisteam op locatie in te richten
Primair PM		
Secundair PM		
Media PM		

4. Communicatie met de media

Ten tijde van een crisis spelen de media een cruciale rol. Journalisten zullen vragen stellen en verslag leggen van de situatie, zeker bij grotere calamiteiten. Het is dan ook van belang te bepalen hoe de media te benaderen, om de schade en (negatieve) geruchten te beperken.

4.1. Richtlijnen

De boodschap richting de media dient altijd eerlijk te zijn, dat is niet voor niets ook het credo van Hoera kindercentra. Voor perscommunicatie wordt De Melding ingeschakeld. Enkele adviezen aan leden van het crisisteam die gevraagd of ongevraagd in contact komen met de media:

- Communiceer helder overeenkomstig de gekozen strategie.
- Communiceer geen meningen maar feiten.
- Ontkracht geruchten.
- Beantwoord serieus vragen welke worden gesteld om geruchten te toetsen op hun juistheid.
- Realiseer dat het niet persoonlijk is maar gaat om de situatie.
- Communiceer indien mogelijk eerst snel en duidelijk naar interne doelgroepen. Licht daarna externe doelgroepen in.
- Houd de feiten actueel.
- Neem zelf het initiatief om te communiceren met de media.
- Zorg voor een centraal aanspreekpunt voor alle doelgroepen.
- Ben eerlijk en duidelijk.

Houd hierbij in uw achterhoofd dat mensen horen wat ze willen horen, meer niet!

4.2. Communicatiemiddelen

Richting de media kunnen diverse communicatiemiddelen worden ingezet. De ervaren adviseurs van De Melding kunnen gebruik maken van een breed scala aan communicatiemiddelen. Het communicatieplan noemt alleen de belangrijkste. Welke ingezet dienen te worden, is afhankelijk van de situatie. Onderstaand worden dus alleen de belangrijkste communicatiemiddelen toegelicht.

4.2.1. (Telefonische) reactie op persvragen

De woordvoerder kan persoonlijk of per telefoon vragen van journalisten beantwoorden.

4.2.2. Persberichten

Het uitgeven van een persbericht of een persverklaring is een goede optie voor de eerste opvang van de media. Journalist zijn niet per definitie tegenstanders. Ze kunnen u ook ondersteunen bij het naar buiten brengen van de boodschap en het informeren van de omgeving. Houd er wel rekening mee dat een journalist de boodschap vaak 'vermakelijker' brengt dan u zelf beoogt.

Een persbericht is een kort en bondig bericht over de ontstane crisissituatie. Vermeld in het bericht:

- Een samenvatting over de crisissituatie en de al genomen maatregelen. Beantwoord hierin de vragen uit paragraaf 3.1.
- Uitleg van de procedures welke worden gevolgd in een crisissituatie.
- Verschaffen van achtergrondinformatie over Hoera kindercentra die meer inzicht geeft in de omstandigheden van de crisis.
- Algemene informatie over Hoera kindercentra.

In opvolgende persberichten worden nieuwe vastgestelde en gecheckte feiten door het crisisteam over de crisis naar buiten gebracht. Centraal in deze persberichten staan de genomen stappen om de crisis op te lossen. De berichten kunnen in verschillende vormen zowel off- als online worden verspreid.

5. Contactgegevens

Onmisbaar bij een crisiscommunicatieplan zijn de contactgegevens van alle relevante partijen.

STAKEHOLDERS				
Stakeholder	Contact gegevens mobiel	Contact-gegevens vast	Mailadres zakelijk	Mailadres privé
CRISISTEAM				
HULPDIENSTEN				
Brandweer		112		
Politie		112		
Ambulance		112		
De Melding		077-7201717		
FACILITEITEN				
Primair				
Secundair				

