



Nataša Krivokuta

Belangrijke thema's

Vitens houdt de politieke agenda in de gaten en gript actualiteiten aan om op te komen voor de drinkwatervoorraad. De belangrijkste issues:

Drukke de ondergrond Waardoor boringen naar schaliegas en de opslag van nucleair afval.

Bodemverontreinigingen Bijvoorbeeld door landbouw, medicijnen, historische verontreinigingen, maar ook nano-deeltjes en microplastics.

Bewustwording Met het programma 'Kraanwater Graag' blijven we mensen bewust maken van de kwaliteit van ons drinkwater. Ons doel is om kraanwater overal en voor iedereen beschikbaar te maken.

Duurzame innovatie Aandacht voor hergebruik recyclofen, verduurzaming en expertise drinkwaterproductie.

Manager Communicatie Nataša Krivokuta is verantwoordelijk voor het strategische programma 'Vergroten zichtbaarheid als waterautoriteit'. Zij legt uit: 'Op dit moment vormen onder andere de boringen naar schaliegas een bedreiging voor ons drinkwater. Bij dit soort ontwikkelingen heeft de politiek wel aandacht voor economische belangen en voor natuurbelangen, maar de veiligheid van drinkwater is nog geen zelfstandige factor in besluitvormingsprocessen. Dat moet veranderen. Als marktleider op het gebied van drinkwater moeten we hier het voortouw in blijven nemen.'

Profileren op issues

'Vitens neemt al steeds vaker deel aan het publieke debat', vervolgt Nataša. 'Om nog beter zichtbaar te worden, profileren we ons de komende jaren vooral op twee fronten. Enerzijds blijven we zorgen dat drinkwater de aandacht krijgt die het verdient, bijvoorbeeld met de campagne 'Kraanwater Graag'. Anderzijds gaan we ons als kennispartij scherp en inhoudelijk profileren op drinkwaterissues.' Het versterken van onze positie

vraagt wel iets van collega's. Nataša: 'We moeten nog scherper zijn op politiek relevante issues, want we willen snel inhoudelijke standpunten kunnen innemen. Om dit te kunnen doen gaan we vaker werken met multidisciplinaire teams, bestaande uit bijvoorbeeld inhoudsdeskundigen, communicatiespecialisten, juristen en Strategisch Omgevingsmanagers. Hen wil ik aanmoedigen om vooral niet bang te zijn voor vakinhoudelijke discussies.'

Contacten benutten

'Om onze standpunten onder de aandacht te brengen, of om zelf het publieke debat aan te zwengelen, willen we een betere aansluiting krijgen met zowel de landelijke als de lokale politiek. We gaan onze contacten daarom met meer focus onderhouden. Ook gaan we op basis van de politieke en publieke agenda gericht samenwerken met Wavin (Vereniging van Waterbedrijven in Nederland) om met elkaar actief deel te nemen aan actuele discussies.' Dat onze strategie haar vruchten afwerpt, merken we al in de praktijk. Nataša: 'Een goed voorbeeld van

STRATEGISCHE PROGRAMMA'S

- vergroten zichtbaarheid als waterautoriteit
- vergroten van de aantrekkingskracht van Vitens

PODIUM

Natuurlijk, we willen klanten blijven voorzien van **goed en veilig drinkwater**. Maar excellente processen alleen zijn daarvoor niet genoeg. We zullen belangrijke drinkwaterthema's een podium moeten geven. En dat kan alleen als we een stevige gesprekspartner zijn waar de politiek niet omheen kan en dat ook niet wil.

'Integratie met lokale verankering' zien we in Noardburgum, waar de Vitens Innovation Playground staat. Burgemeester en wethouders zijn zo enthousiast over de slimme put die we net geplaatst hebben dat er binnenkort een groot bord komt over het belang van een goed grondwaterpeil, met een grondwaterpeilmeter erbij. Ook verbindingen met de landelijke politiek worden steviger. Je ziet dat politici ons verhaal als leidraad nemen bij vragen die ze stellen over drinkwaterkwaliteit. En we denken verder. Komend voorjaar bezoekt een aantal Europarlementariërs ons om op verschillende Vitens-locaties grondwaterissues te bespreken. Hoe beter we in beeld komen, hoe vaker we onze waterzorgen op de agenda kunnen zetten. En hoe beter onze bronnen uiteindelijk beschermd worden.'

Aantrekkingskracht

'In het kader van Customer Excellence werken we ook aan onze zichtbaarheid. Met het strategisch programma 'Vergroten van de aantrekkingskracht van Vitens' laten we meer van onszelf zien aan klanten en mogelijk toekomstige medewerkers. De meesten weten wel wat we doen en we staan gelukkig bekend als betrouwbaar bedrijf. Toch hebben we weinig gevoel bij Vitens. We willen ons merk 'laden' door te laten zien dat we geen 'saai nutsvoorziening' zijn, maar een innovatieve leverancier van een belangrijk en mooi natuurproduct: hun eigen kraanwater. Om dit te bereiken verstoren we onder andere een digitale nieuwsbrief naar klanten, organiseren we opvallende acties met de campagne 'Kraanwater Graag' en zorgen we dat we nog vaker in de media te vinden zijn met innovatieve projecten.'