



In gesprek over...

Hoe je samen met inwoners, ondernemers en experts een omgevingsvisie ontwikkelt

Als SIR Communicatiemanagement laten wij ons graag inspireren door aansprekende voorbeelden, visies van ervaringsdeskundigen en meningen van experts. We zoeken ze op en gaan met ze in gesprek. En vertalen wat we hebben gehoord in toepassingen voor communicatie en participatie.

De provincie Flevoland is bezig met de ontwikkeling van een nieuwe Omgevingsvisie: een provinciaal strategisch plan voor de leefomgeving. Als communicatieadviseur en kwartiermaker denkt Saskia Vonk mee in de mogelijkheden om de omgeving intensief te betrekken bij het ontwikkelen van dit plan. Contentmarketing en social media worden ingezet om ook partijen te ontmoeten waarmee de provincie niet eerder sprak. Publiek vinden, binden en activeren in het co-creatietraject op weg naar de Omgevingsvisie Flevoland. SIR ging hierover met Saskia in gesprek.

Waarom betrek je inwoners en ondernemers bij het ontwikkelen van de Omgevingsvisie. Vroeger schreven overheden toch ook gewoon zelf hun plannen?

"Om meerdere redenen," zegt Saskia Vonk. "Als eerste de samenwerking. Een provincie kan weinig zelf, als je dat als provincie al zou willen. Je hebt partners nodig die meewerken in de plannen. En om ervoor te zorgen dat ze willen meewerken is het belangrijk hen vroegtijdig te betrekken bij je plannen. De tweede reden is kennis. Als ambtenaar kun je van alles bedenken vanachter je bureau, maar je hebt de input van buiten nodig om je plannen beter te maken."

Ook bij het schrijven van het vorige omgevingsplan, nu 10 jaar geleden heeft de provincie de omgeving betrokken. "Toen zijn met name partijen gehoord, die de provincie al kent. Denk aan gemeenten, waterschappen, LTO's, etc. Nu zijn we ook nadrukkelijk op zoek naar partijen die we nog niet goed in beeld hebben. We denken dat er allerlei ondernemers- en bewonersinitiatieven zijn, die een inhoudelijke bijdrage kunnen leveren aan de omgevingsvisie of aan een van de elementen daarvan. Deze unusual suspects willen we bereiken. Hoe we dat het beste kunnen doen, zijn we nu aan het uitvinden. Dat is de uitdaging!"

Hoe betrek je inwoners? De provincie staat ver van de inwoners af.

"We zijn niet direct op zoek naar de 'gewone man op straat'. Voor hem zal het onderwerp waarschijnlijk te abstract zijn. Hij mag meepraten, begrijp me niet verkeerd, maar onze strategie is er niet op gericht om hem te vinden. We richten ons op mensen die op enige wijze al bezig zijn met de omgeving. Denk bijvoorbeeld aan ondernemers, samenwerkingsverbanden rondom energie en burgerinitiatieven. Deze groepen mensen zijn al bezig met bepaalde onderwerpen uit de omgevingsvisie, maar hebben nog niet direct een haakje met de omgevingsvisie of met de provincie. Die mensen proberen we te vinden. En dat is best lastig want we weten niet precies wie ze zijn."

Je zoekt dus themagericht?

"Ja en nee. Het is bijna niet te doen om niet themagericht te zoeken. We hebben zeven grote thema's benoemd bijvoorbeeld bereikbaarheid en mobiliteit of milieu, energie en klimaat."

We zijn op zoek naar trends en ontwikkelingen binnen deze thema's. Tegelijkertijd willen we ook de deur open houden voor thema's waar we niet aan gedacht hebben. Want de opdracht van het Flevo-atelier is ophalen welke thema's er leven in Flevoland. En ons niet te laten beperken door de zeven kerntaken van de provincie. Er is duidelijk gezegd: ga breder kijken want misschien zijn de thema's wel te beperkt. In het atelier zijn we dus agendaloos gestart. Maar toch worden onderwerpen en bijeenkomsten wel aan thema's opgehangen anders word je niet concreet."

Welke tools zet je in om inwoners en ondernemers te betrekken?

"We proberen ondernemers en inwoners zoveel mogelijk multimediaal te bereiken. Het onlineplatform visieopflevoland.nl is onze basis. Hierop vind je alle informatie. Daarnaast hebben we ook een fysieke plek: het Flevo-atelier. Een creatieve plek waar we ontmoetingen organiseren om in gesprek te gaan over de ontwikkelingen en trends in de provincie.

Via Facebook, Twitter en LinkedIn delen we thema's. En het is best zoeken hoe je deze kanalen in kunt zetten. Want social media en de provincie is niet een combinatie die gebruikelijk is. De onderwerpen waarmee een provincie zich bezig houdt staan soms ver van mensen af.

Daarnaast maken we gebruik van de monitoringstool Coosto. We monitoren niet alleen wat er op social media gezegd wordt over de visie. We kijken ook nadrukkelijk op basis van de inhoudelijke thema's wie er over een onderwerp praten, bijvoorbeeld over energie. Want die mensen die we nog niet kennen, willen we ook graag spreken en ontmoeten in het kader van de Omgevingsvisie. Om ook jongeren te betrekken, hebben we een fotowedstrijd onder jongeren uitgezet."

Hoe zorgen jullie ervoor dat je relevant wordt voor je omgeving?

"We hebben een projectteam waarvan de deelnemers verantwoordelijk zijn voor het maken en publiceren van content. Maar hier zijn wel wat uitdagingen qua beschikbare tijd van de teamleden, capaciteit en inzichten hoe dit zou moeten. Iedereen heeft een thema als aandachtsgebied. Verder hebben we gekozen voor verschillende invalshoeken om het over deze thema's te hebben, zoals de omgevingswet en samenwerking. Deze maand zijn er veel ateliersessies. We gaan dan met experts trends ontdekken. En meteen de vertaling maken naar hoe deze trends uitpakken in Flevoland. Dit wordt ook allemaal gedeeld via de website en social media. Het is nog even zoeken in welke vorm we dit het beste kunnen doen, want niemand zit te wachten op paginadikke verslagen.

Voor social media hebben we een aantal formats bedacht, die we redelijk eenvoudig kunnen inzetten. Elke twee weken plaats de ateliermeester een blog, deze gaat niet alleen over de inhoud maar ook over het proces

van het ontwikkelen van de Omgevingsvisie. We hebben de Friday Flevofact: wekelijks een feitje over Flevoland. Want een van de dingen waarnaar we op zoek zijn, is waar Flevoland trots op zijn. Dit past daar goed bij. En tweewekelijks hebben we een poll met een stelling."

Op welke mate van participatie zet je in?

"We ondernemen acties op elke trede van de ladder. Niet iedereen hoeft ook op de hoogste trede te participeren. Op dit moment zijn we in gesprek met experts. In co-creatie of co-productie bepalen we gezamenlijk de trends en ontwikkelingen. Iedereen kan hier vervolgens over meepraten en reactie geven. Mensen kunnen ook zelf hun ideeën kwijt via de website. Dit is op het niveau van raadplegen. Verder zijn we ook nadrukkelijk op zoek naar partijen die de Omgevingsvisie samen met de provincie willen oppakken en zelf dingen willen organiseren. Dit is de hoogste trede van de participatieladder."

Is er ruimte om iets te doen met de uitkomsten? Ook als dit niet past binnen de thema's?

"Dit is wel het spannende van agendaloos en participatief werken. Je weet niet wat de uitkomst is. In principe is er ruimte om iets te doen met de uitkomsten. De vraag is of de provincie dit zelf moet doen, want de provincie gaat niet over elk onderwerp. Maar bij belangrijke onderwerpen waarvan de provincie niet de trekker is, zie ik voor de provincie wel een rol als makelaar weggelegd. Om ervoor te zorgen dat het onderwerp terecht komt bij een partij die er iets mee gaat doen."

Waar sta je nu?

De eerste fase, de atelierfase, is afgerond. Het heeft 7 perspectieven opgeleverd: grote trends waarvan experts en betrokkenen vinden dat we er iets mee moeten in Flevoland. Provinciale Staten heeft opdracht gegeven om hier verder mee te gaan. Zij zijn actief betrokken bij de verschillende perspectieven. Op dit moment is de tweede fase in volle gang! Per perspectief zijn groepjes betrokkenen gevormd die nadere invulling geven aan het perspectief. Zodat het uiteindelijk concreet vertaald kan worden naar de omgevingsvisie. Idee is dat deze groepjes uitgroeien tot 'communities' die daadwerkelijk gaan samenwerken aan een thema. Het proces is te volgen op www.visieopflevoland.nl.

Saskia Vonk is zelfstandig communicatieadviseur en tekstschrijver. Ze startte haar eenmanszaak De CommunicatieVonk in 2008 en werkte sindsdien voor klanten als Gemeente Almere, het Oranje Fonds en diverse mkb-bedrijven. Voor de Provincie Flevoland vervulde ze de laatste anderhalf jaar verschillende rollen. Van strategisch communicatieadviseur tot onderzoeksjournalist/ tekstschrijver en online campagne manager voor Nationaal Park Nieuw Land. www.decommunicatievonk.nl

