

GEEN TOEKOMST MUZIEK!

STEM VAN 7 T/M 17 APRIL OP ONZE TOEKOMST
WWW.MIJNBORNE2030.NL

In gesprek over...

Een toekomstvisie voor en door de gemeenschap

"Intermediairs als kanaal zijn belangrijk voor het bereiken van je doelgroep."

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 gemeente Borne liet als eerste gemeente in Nederland haar toekomstvisie maken voor en door de gemeenschap. Inwoners van Borne, maatschappelijke partners en de gemeenteraad bepaalden samen hoe hun Borne er in 2030 uit moet komen te zien. Met deze aanpak won de gemeente in 2011 de Galjaardprijs voor beste overheidscommunicatie. Miranda Mulder, beleidsadviseur communicatie & adviseur overheidsparticipatie bij gemeente Borne vertelt hoe deze aanpak is ontstaan en wat de kansen en belemmeringen voor de gemeente waren.

Inwoners Borne bepalen toekomstvisie

De gemeente Borne moest in 2010 een nieuwe toekomstvisie voor de komende 20 jaar opstellen. De gemeenteraad organiseerde daarom in samenwerking met maatschappelijke partners een interactief proces dat moest leiden tot een nieuwe visie. "Gemeente Borne vond het belangrijk dat ook de ideeën van de inwoners werden gehoord. De gemeente wilde de eerste gemeente zijn die het hele proces rond de toekomstvisie vanaf het beginpunt liet bepalen door de gemeenschap", vertelt Miranda.

Samenleving aan het roer

Tijdens de aftrapbijeenkomst is een regiegroep, gevormd door 20 organisaties, ontstaan. Gemeente Borne was één van die organisaties. "De regiegroep opereerde zelfstandig, maar gaf aan wel behoefte te hebben aan budget, een projectleider en een communicatieadviseur van de gemeente. Vanaf dat moment ben ik aangesloten als communicatieadviseur bij de regiegroep."

De regiegroep heeft drie bouwstenen onderzocht: identiteit, trends en ambities. Wat is de identiteit van Borne en welke trends en ambities komen op ons af? Onder leiding van de regiegroep werden ambitiegesprekken gevoerd. In deze gesprekken konden alle inwoners meepraten over de toekomst van Borne. "Als de voorzitter van de voetbalclub alle leden oproept om naar een ambitiegesprek te komen, dan zit de hele zaal vol. Dan komt het dichtbij."

Na het vormen van deze drie bouwstenen, zijn er vier visies opgesteld. Alle Bornse inwoners boven de vijftien jaar konden op een van deze visies stemmen. Uiteindelijk zijn er ruim 4.000 stemmen binnengekomen en kwam de visie Dynamische dorpen als winnaar uit de bus.

De gemeente als partner

Vanaf het begin was het duidelijk waar de gemeente stond en waar ze naar toe moest. "De gemeente heeft aan de regiegroep gevraagd hoe we daar het best konden komen. In dit proces was de gemeente dus echt een partner.

De regiegroep heeft wel aangegeven dat ze de opgestelde toekomstvisie wilde laten vaststellen door de Raad. De Raad is ons 'orgaan voor volksvertegenwoordiging'. Als zij het vaststelt, werd het dus echt een visie van de gemeenschap", vertelt Miranda.

De Raad heeft de regiegroep enkele kaders meegegeven. Er moest een systeem bedacht worden dat iedereen de kans gaf om mee te denken en mee te praten. Daarnaast moesten er minimaal 1.000 stemmen uitgebracht worden, zodat het echt een visie van de gemeenschap zou zijn. Dit doel is met 4.000 stemmen ruimschoots behaald!

In gesprek blijven

"We organiseerden ieder jaar een toekomstgesprek. Nu gebeurt dat door de gemeenschap zelf in MijnBornecafés. We bespreken samen waar we staan, wat we doen en wat we willen bereiken. Ik vind het heel opvallend dat het juist de gemeenschap was die aangaf dat niet alleen de gemeente verantwoordelijk is voor de toekomstvisie, maar dat thema's ook opgedeeld konden worden." Zo is de gemeente verantwoordelijk voor duurzaamheid, de Bundeling Bornse Ondernemers (BBO) voor Economie & Ondernemen, Welbions (eerder Woonbeheer Borne) voor Ruimte & Wonen en ligt Welzijn & Samenleving bij het Kulturhus.

Niet de gemeente als afzender

We vroegen Miranda naar de kansen en belemmeringen van deze aanpak. "De overheid vindt het denk ik eng om tussenpersonen te gebruiken. Wordt de boodschap dan wel duidelijk overgebracht? Maar ik denk juist dat dit een kans is! De kracht van de boodschap en het bereik is veel groter als je deze angst los durft te laten. De omgeving heeft waarschijnlijk meer vertrouwen in de tussenpersonen dan in de overheid. Je gaat naar de gemeente voor het verlengen van je paspoort of voor het ophalen van je rijbewijs. Een andere band is er niet. Maar met de voorzitter van je sportvereniging of de leerkracht van je kind heb je wel een band. Het is belangrijk dat je de doelgroep via het juiste middel bereikt. De overheid moet dus eigenlijk meer gaan netwerken, een intermediair zoeken en ambassadeurs gebruiken. Jij bent niet de enige zender, de mensen moeten de boodschap verder brengen."

Intermediairs als kanaal

Ook vroegen we Miranda naar de rol van communicatie. "Communicatie moet zorgen voor verbinding en ingezet worden als netwerkinstrument. Als overheid ben je erg geneigd om alleen eigen communicatiemiddelen, zoals de website of een mailing, in te zetten. Zo bereik je niet iedereen, want 'de gemeente' is nog steeds de afzender. Je bereikt iedereen juist door samen een sterke boodschap neer te zetten en door te vragen of ambassadeurs deze boodschap verder uit willen dragen. Dat is een nieuwe kijk op communicatie."

Wat ons heeft geïnspireerd

Samenleving aan het roer

We zien het weinig dat gemeenten de regie in een participatieproces echt durven los te laten. Mooi om te zien hoe positief dit bij gemeente Borne heeft gewerkt. Een inspirerend voorbeeld voor anderen. Wij hebben gemeentesecretaris Gertjan Rozendom in het kader van het online magazine '[Democratie anno nu](#)' hierover gesproken. In verschillende video's deelt hij ook zijn ervaringen over het participatieproces rondom de toekomstvisie.

Intermediairs als kanaal

We delen de visie van Miranda dat partners goede intermediairs zijn om je boodschap over te brengen. Want de gemeente is niet altijd de logische afzender. Maar een voetbalvereniging, een buurthuis of een zorgorganisatie is dat wel. Dat betekent dat je de communicatieboodschap en middelen daarop aanpast. Zodat partners de content snel en makkelijk kunnen verspreiden.

Miranda Mulder werkt sinds 2010 als beleidsadviseur communicatie bij gemeente Borne. Sinds januari 2016 is ze ook aan de slag als adviseur overheidsparticipatie. In deze rol zet Miranda zich in voor het stimuleren van een participerende overheid die als netwerkpartner optimaal gebruik maakt van de krachten van de gemeenschap.

Miranda is ook mede-auteur van het boek '[communicatieverhaal halen](#)'. Hierin gaat zij dieper in op de ambassadeursmethode.

Kijk voor meer informatie op www.borneboeit.nl/mijnborne

