De online communicatieve kant van participatie met de Omgevingswet

**De inzet van Facebook, Twitter, YouTube en andere online media naast een traditionele bewonersavond en offline communicatiemiddelen blijkt effectief in participatietrajecten. Communicatie en participatie bepalen straks ook in belangrijke mate het succes van de nieuwe Omgevingswet. Centraal tijdens praktijkbijeenkomst van Platform31 en Nu al aan de slag met de Omgevingswet op 8 september 2016, stonden daarom enkele inspirerende voorbeelden die lieten zien hoe digitale communicatie positief kan bijdragen aan participatie.**

“Participatie is maatwerk in de Omgevingswet”, vindt Nicole Fikke, projectleider wetsvoorstel Omgevingswet bij het ministerie van Infrastructuur en Milieu. “Nieuw is dat initiatiefnemers bij het indienen van een vergunning ook moeten aangeven hoe zij met de omgeving over hun project hebben gesproken. Participatie draagt dus volop bij aan de kwaliteit van de besluitvorming, aan de democratische legitimiteit en kan aansluiten op nieuwe maatschappelijke ontwikkelingen.”

Het is daarom logisch om vernieuwde vormen van participatie te gebruiken bij projecten. Online middelen kunnen een goede toevoeging zijn op de bestaande middelen om zo het bereik te vergroten of meer draagvlak te krijgen.”

**StinsKracht**

StinsKracht laat bijvoorbeeld laat zien hoe - in dit geval - de Zwolse wijk Westenholten aan de voorkant investeert om in gesprek te komen én blijven met buurtbewoners. Het buurtplatform werd oorspronkelijk opgezet door vrijwilligers vanuit het idee vraag en aanbod van burenhulp en het Sociaal Wijkteam Zwolle West op elkaar af te stemmen. Op het hulpvlak hebben sindsdien al diverse geslaagde matches plaatsgevonden. Bewoners, organisaties, professionals en gemeente hebben bijvoorbeeld samen een buurtloket opgericht voor vragen over zorg en welzijn.

**Digitaal dorpsplein**

Tegelijkertijd wilden vrijwilligers en professionals hun buurtbewoners ook online bereiken en op meerdere thema’s, dus ook bij ruimtelijke plannen. “Op basis van het succesvolle concept van [www.MijnBuurtje.nl](http://www.MijnBuurtje.nl) uit Nijmegen, richtten zogeheten buurtverbinders een online buurtplatform op: [www.stinskracht.nl](http://www.stinskracht.nl). Hierop is een digitaal dorpsplein te vinden met een marktplaats, buurtagenda, nieuws en persoonlijke verhalen, foto’s en video’s van buurtbewoners”, vertelt Elma van Dongen van MijnBuurtje.nl. “Zo kan de hele buurt zich informeren over plannen in de wijk. Nieuw is bijvoorbeeld de pagina over het StinsPark waar bewoners kunnen meepraten over de invulling van het park en zelf ideeën kunnen aandragen. Overigens is alle informatie op stinskracht.nl zorgvuldig afgestemd op andere mediakanalen, zoals de wijkkrant Stins, Twitter en Facebook.”

**Publiekscampagne Sliedrecht**

Ook de gemeente Sliedrecht ontdekte de afgelopen twee jaar hoe goede publiekscommunicatie het verschil kan maken. Rico den Boer, bestuursvoorlichter gemeente Sliedrecht bij Servicecentrum Drechtsteden (SCD) legt uit: “Het college wilde graag actiever communiceren via sociale media over de revisie van de zogeheten ouverture, oftewel het veelbesproken kruispunt op de A15 richting Gorinchem bij de afrit Sliedrecht-West. Het project stond al een tijd op de planning, maar in 2016 ging pas daadwerkelijk de schop in de grond. In de tussentijd werd een stevige publiekscampagne opgetuigd voor het creëren van draagvlak bij bewoners, openbaar vervoerbedrijven en hulpdiensten.”

**Video trekt kijkers**

Den Boer werd hiervoor bijgestaan door communicatieadviseur Kristel Witvliet: “We lanceerden vier video’s die inzichtelijk maakten wat er allemaal komt kijken bij zo’n ingewikkelde infrastructurele ingreep. De campagne bleek succesvol. Op Facebook bereikten we bijna 12.000 mensen, waaruit 193 interacties voortvloeiden. Via Twitter registreerden we 840 weergaven en op YouTube hebben mensen in totaal 17 uur naar onze films gekeken. Rond de lancering van de films zagen we ook een piek in het aantal bezoekers op de [website](https://www.sliedrecht.nl/wonen-en-leefomgeving/plannen-en-projecten/verbetering-aansluiting-ouverture-a15): rond de 2.000 bezoekers per week. De opbrengst van de traditionele bewonersavond was twintig bewoners en zeventien. Uiteindelijk bereikten we dankzij de gecombineerde inzet van online- en offlinemiddelen een goede dwarsdoorsnede van de Sliedrechtse bewoners.”

**Gebiedsvisie Capelle aan de IJssel**

En optimale integratie van online- en offline communicatie bij bewonersparticipatie kwam tot wasdom bij de totstandkoming van de gebiedsvisie voor het centrum van Capelle aan de IJssel: een gebied met negen ontwikkellocaties op één vierkante meter voor publiek-, privaat,- en maatschappelijk vastgoed en woningbouw. Om te voorkomen dat al die ontwikkellocaties los van elkaar tot ontwikkeling zouden komen, besloot de gemeente hiervoor een visie op te stellen en daar ook de bewoners bij te betrekken. Onno de Vries, adviseur gebiedsontwikkeling bij de gemeente Capelle aan de IJssel: “We startten dit proces door met een ‘blanco vel’ het gebied in te gaan en onze eigen ideeën inhoudelijk te verrijken met die van bewoners en organisaties. Bovendien wilden we de relatie tussen gemeente en partners via dit traject versterken.”

**Online/offline**

“Uitgangspunt was dat het voor iedereen mogelijk moest zijn om mee te doen en mee te denken”, vervolgt hij. “Om écht ruimte te kunnen maken voor nieuwe ideeën en initiatieven, wilden we niet alleen in gesprek met de vaste groep mensen die altijd naar bewonersavonden komen. Zo organiseerden we zo veel mogelijk bijeenkomsten in scholen, kerken en parken of gewoon bij mensen thuis. Ondersteunend daaraan testten we diverse online communicatiemiddelen. Zo ontdekten we dat we de doelgroep onvoldoende bereikten met LinkedIn, maar juist wel goed via Facebook. Ook succesvol bleek de inrichting van een huiskamer in leeg kantoorpand waar de wethouder wekelijks vragen beantwoordde.”

**Centrumexpeditie**

“In lijn met het interactieve proces willen we uiteindelijk geen standaard rapport opleveren, maar een gebiedsvisie in de vorm van een routekaart waarop we letterlijk zichtbaar maken wat we waar willen ontwikkelen. Geïnteresseerden kunnen de route straks lopen met behulp van de navigatie op hun smartphone of met de papieren plattegrond. Het belangrijkste is dat mensen al wandelend op straatniveau beleven wat we daar de komende vijf tot tien jaar gaan doen.”

**Civocracy**

Dat burgerparticipatie leidt tot betere besluitvorming en meer draagvlak, dringt ook door in de provincie Noord-Holland. “Onze wens was economisch beleid te maken dat aansluit bij de wensen van de Noord-Hollanders”, vertelt Rieneke Kanne, beleidsmedewerker bij de provincie Noord-Holland. “Hoewel de kaders al vastlagen, wilden we graag de input van stakeholders die we nog niet goed kenden en over onderwerpen die voor ons betrekkelijk nieuw waren, zoals de bevordering van biodiversiteit, de aanpak van leegstand en het stimuleren van innovaties in het MKB.” Dat de provincie niet koos voor de geijkte sociale media heeft ermee te maken dat Civocracy is een neutraal online netwerk is dat tussen burger en politiek instaat.

Iedereen die kennis deelt op dit platform, moet zich registreren. Leonie Kok, Country Manager Netherlands bij Civocracy legt hoe het platform werkt: “Eenmaal binnen, kunnen bezoekers zowel verdiepende informatie vinden als actief meedoen. Wie zoekt op onderwerp ontvangt een bericht als er een nieuwe bijdrage is geleverd. Op die manier ontstaat er een community rondom een specifiek onderwerp. Overigens kan iedereen een onderwerp indienen waarvan mensen vinden dat het behandeld moet worden op Civocracy. Als een voorstel wordt ondersteund door meer dan vijftig mensen, dan wordt de discussie geopend. Ruim 2.000 mensen bezochten de onderwerpen van Noord-Holland. Ook werden ruim honderd constructieve reacties geplaatst. Verder zijn er ‘invloedrijke partijen’ (stakeholders) en links naar artikelen toegevoegd door inwoners, en bijna alle stakeholders.”

**Zuidwest op z’n best**

Waar de provincie Noord-Holland gebruik maakt van een bestaand platform, gebruikt de gemeente Breda een eigen tijdelijk platform voor het online participatietraject voor de ontwikkeling van een omgevingsplan in Breda Zuidwest. “Het doel is hetzelfde, namelijk informatie ophalen over wat burgers en bedrijven graag willen in dit gebied”, beaamt Eefje Remijn, planologisch jurist bij de gemeente Breda. “In combinatie met vier werkateliers en een aantal parallelsessies levert het traject bouwsteden op voor het omgevingsplan: ideeën voor de groenvoorziening, een veilige omgeving en initiatieven die leiden tot meer onderlinge betrokkenheid en ontmoeting.”

<kader>

**Niet buiten de burger rekenen**

Het essay ‘Niet buiten de burger rekenen’ van het Sociaal Cultureel Planbureau plaatst een kritische noot bij de Omgevingswet die in 2018 in werking treedt. Minder regels en meer verantwoordelijkheid bij burgers: het is een mooi streven dat echter nog niet zo makkelijk vanzelf van de grond komt. De auteurs vinden dat de overheid drie randvoorwaarden moet garanderen: hoge kwaliteit van communicatie, goede antennes van overheden en oog voor de reikwijdte en grenzen van participatie. Onderdeel van de essay is de casus ‘wind op land’, over het plaatsen van windmolenparken. Met behulp van deze casebeschrijving maken de auteurs duidelijk hoe belangrijk het is om draagvlak voor ingrepen in de omgeving te verwerven. Voor omwonenden zit de pijn in gebrekkige informatie, het gevoel niet gehoord te zijn en de input niet in de uitkomst terug te zien. Een ‘one size fits all’ benadering blijkt in elk geval niet altijd de aangewezen weg: want niet iedereen kan in gelijke mate informatie opsporen en inzetten, bezwaren articuleren of de mogelijkheden tot participatie benutten. Meer lezen? U kunt het essay ‘Niet buiten de burger rekenen’ [downloaden](https://www.scp.nl/Publicaties/Alle_publicaties/Publicaties_2016/Niet_buiten_de_burger_rekenen).