

## Voorstel communicatie SPRONG -algemene leerpunten

### Waarom willen we communiceren?

Hoe te komen tot duurzaam bodem beheer in Nederland, door het uitdragen van de leerpunten uit het SPRONG project. Het accent van deze leerpunten richt zich op: 1) hoe betrek ik mijn collega's en externe belanghebbenden bij het opstellen van een bodemvisie 2) welke kennis (inhoudelijk en proces) en vaardigheden zijn hierbij belangrijk en hoe vergaar/krijg ik die? Daarnaast worden met name de punten die vanuit de cases als belangrijk worden ervaren meegenomen in de communicatie.

### Wat willen we communiceren?

#### Algemeen

- Dat duurzaam bodemgebruik alleen maar te realiseren is door dit begrip samen met verschillende perspectieven/belangen (maatschappelijke thema's: klimaat en water, energie, natuurlijke bronnen) te vertalen naar beleid *en* (beleids)uitvoering;
- Dat het opstellen van een bodemvisie (duurzaam bodemgebruik gekoppeld aan duurzaam bodembeheer) hiertoe een eerste stap is;
- Dat het betrekken van collega's, bestuurders en externe belanghebbenden bij het opstellen van een bodemvisie essentieel is voor het succes van de bodemvisie en hoe dit kan worden georganiseerd;

#### Specifiek

De situaties bij gemeenten en provincies verschillen wezenlijk van elkaar. Provincie: meer regierol, visie, conceptueel, hoofdlijnen en gebieden. Gemeente: uitvoeringsgericht, dichter op gebruiker. Op een aantal punten zal er ook overlap zijn, of handig samen op te trekken: vergunningverlening en handhaving bijvoorbeeld. Dat vraagt naast algemene communicatie dus aandacht voor de specifieke situatie van de doelgroep.

- de gemeentelijke situatie.
- de provinciale situatie

### Met wie willen we communiceren?

De bovenstaande boodschap is belangrijk om neer te leggen bij ambtenaren op lokaal en regionaal niveau (gemeenten, provincies, waterschappen, milieudienst, DLG) Globaal is de primaire doelgroep:

Beleidsambtenaren bodem werkzaam op lokaal of regionaal niveau bij gemeenten, provincies, waterschappen, milieudiensten en DLG die geconfronteerd worden of zich bezig houden met: onder andere RO, Landgebruik, Water, Bodem, Energie, Grondverzet etc.

Deze ambtenaren vervullen de rol van trekker en brengen de partijen samen (het doel van SPRONG). De reden om juist voor deze doelgroep te kiezen is dat we anders het risico lopen weer iedereen te willen bedienen.

De secundaire doelgroepen zijn:

- Ambtenaren werkzaam op andere beleidsterreinen die wel geconfronteerd worden met bodem, denk hierbij aan: RO, Landgebruik, Water, Bodem, Energie, Grondverzet. Om deze doelgroep te bereiken fungeert de bodemambtenaar als intermediair.
- Bodemgebruikers, inrichters en belangenorganisaties.

In het communicatieplan is ook de groep

### Hoe willen we communiceren en welke contacten leggen we daarvoor?

Het voorstel is om de volgende communicatiemiddelen in te zetten<sup>1</sup>, hierbij wordt onderscheid gemaakt naar de primaire en secundaire doelgroep. Bij ieder middel is aangegeven of dit een globaal informerend doel heeft (INFORMEREN) of echt een verandering wil bereiken (VERANDERING):

Voor de primaire doelgroep (bodemambtenaren):

1. VERANDERING: (regio)bijeenkomsten + presentatie: in afstemming met de Bodem+ accountmanagers kan door (een van de leden van) het projectteam (inclusief de case

---

<sup>1</sup> De SPRONG communicatie acties hebben oog voor bestaande communicatie activiteiten van andere organisaties en zullen hier nadrukkelijk aanvullend op zijn.

- eigenaren) een presentatie in den lande worden gehouden. De te gebruiken presentatie dient dan professioneel te zijn vormgegeven met toepasselijk/aansprekend en kwalitatief hoogstaand beeldmateriaal. Suggestie is om de presentatie in een aantal versies te maken zodat deze presentatie ook kan worden 'gerycled': bijvoorbeeld naast de hoofdversie ook een versie voor bestuurders en een voor belanghebbenden.
2. VERANDERING: cursussen: de leerervaringen uit de case kunnen in een 1 daagse cursus worden gegoten. Hierbij kunnen dan de belangrijkste thema's als onderdelen van de cursus worden besproken.
  3. INFORMEREND: flyer: in de flyer worden de belangrijkste leerpunten en adviezen opgenomen die het resultaat zijn van het SPRONG project. De flyer moet een praktisch document zijn, dat samenvat wat er in bijeenkomsten is verteld. Vervolgens worden de twee case eigenaren geïnterviewd om hier (op basis van hun ervaringen) een korte toelichting op te geven + een lijst van personen waar de informatie kan worden gehaald. Suggestie is om de flyer in de vorm van een 'learning history' te maken.
  4. INFORMEREND: informatie op de websites van betrokken organisaties (Bodem +, SKB, Provincie Groningen en Gemeente Gorinchem). Resultaten van het SPRONG project zijn voor een deel beleidsstukken (bodemvisie van Groningen en Gorinchem). Deze concrete resultaten horen thuis op de website van de gemeente en de provincie. De algemene leerpunten horen thuis op de website van SKB. Bodem+ zou dan een website zijn waar deze twee sporen samenkomen en waarbij op basis van een inleidende tekst, waarin kort wordt samengevat wat SPRONG beoogt, kan worden verwezen naar de andere sites (SKB, Gorinchem, Groningen).

Voor zowel de primaire en secundaire doelgroep

5. INFORMEREND: Als de resultaten van de pilots in Groningen en Gorinchem worden bekend gemaakt een nieuwsbericht plaatsen op websites SKB en Bodem+ met verwijzing naar de algemene leerpunten op de SKB-site, de resultaten op de sites van de case eigenaren en de inleiding op de Bodem+-site.
6. INFORMEREND: In de Editie Bodem+ van oktober of december en vakbladen een achtergrond artikel over SPRONG op basis van een interview met Groningen en Gorinchem. Hierin kan ook worden verwezen naar de geplande cursussen.
7. INFORMEREND: Buiten de bodemwereld: koepels en publicaties in vakbladen. In de boodschap ligt dan de nadruk op de bijdrage van SPRONG aan maatschappelijke thema's.

Hieronder worden kort de bijbehorende acties benoemd en wie hiervan de (beoogd) trekker is. Tevens is een kolom opgenomen waarin mogelijke samenwerkingspartners benoemd, die vanuit hun rol/positie contacten kunnen leveren of een platform kunnen bieden. Daarnaast is een mogelijke start en eind datum aan gegeven (met harde einddatum voor SPRONG: 31-12-2009). Tenslotte is nog enig inzicht in de kosten gegeven: in mensuren en in directe projectkosten

## Uitvoering

Communicatie – actie	Wie	Samenwerking	Start-Eind	Mensuren	Directe projectkosten
1 Regio bijeenkomsten (uitgaande van drie bijeenkomsten) <ul style="list-style-type: none"> <li>- Afstemmen met accountmanagers Bodem+</li> <li>- Plannen van bijeenkomst</li> <li>- Deelnemerslijst vaststellen</li> <li>- Uitnodigingen laten maken (of e-mail op naam?)</li> <li>- Aankondiging op website Bodem+ en SKB</li> <li>- Presenteren + vragen inventariseren</li> <li>- Of kiezen we ervoor dat gemeenten zelf dit verhaal vertellen</li> <li>- .....</li> </ul>	Deltares/TNO/RHK	Bodem+	1-10-2009-31-12-2009	- 72 uur (=3*24 uur – uitgaande van 24 uur per sessie)	2000 Euro (met name locatie en uitnodigingen)
2 Presentatie die goed doordacht is en die de algemene leerpunten uit SPRONG helder neerzet + hoogwaardig beeldmateriaal dat een toegevoegde waarde heeft. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aanleveren belangrijkste leerpunten uit SPRONG door projectteam</li> <li>- Laten maken van een presentatie structuur door een communicatie expert</li> <li>- Foto's laten maken</li> <li>- Presentatie voorbereiden en uitschrijven</li> <li>- Geven van presentatie tijdens Regiobijeenkomst (Regiobijeenkomsten gaan over handhaving Bbk, sluit dus niet aan op onderwerp en doelgroep. Beter is Schakeldagen in najaar en Bodembreed)</li> </ul>	Deltares/TNO/RHK	SKB/Bodem+	1-9-2009-1-10-2009	-24 uur	4000 Euro (met name presentatie en foto materiaal)
3 Cursus opstellen <ul style="list-style-type: none"> <li>- Belangrijkste leerpunten van SPRONG benoemen en rode lijnen hieruit halen als elementen voor een cursus;</li> <li>- Elementen of leerpunten bespreken met cursus aanbieder zoals GEOPLAN, BODEMBREED ACADEMY, NIROV</li> <li>- Vervolgens cursus beschrijven en docenten verzamelen</li> <li>- Cursus communiceren en organiseren</li> </ul>	Deltares/TNO/RHK	Afhankelijk van cursus aanbieder Suggestie: Bodembreed academie (Cor Neeft), GEOPLAN	1-10-2009-31-12-2009	Moeilijk in te schatten afhankelijk van ondersteuning	Moeilijk in te schatten afhankelijk van ondersteuning
4 Flyer opstellen <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aanleveren belangrijkste leerpunten uit SPRONG door projectteam</li> <li>- Tekst laten opstellen door communicatie expert</li> <li>- Case eigenaren laten interviewen</li> <li>- Vormgeven (keuze is dan of dit als vrije vorm naar buiten gaat of onder de vlag van bijvoorbeeld SKB of Bodem+)</li> </ul>	Deltares/TNO/RHK	Communicatie afdelingen SKB en Bodem+	1-9-2009-1-10-2009	-24 uur	Oplage: 100 stuks: drukkosten + vormgeving 500 euro
5 Websites: SPRONG op de websites van projectteam, SKB en Bodem+ laten landen <ul style="list-style-type: none"> <li>- Webbeheerders benaderen met idee</li> <li>- Tekst van de flyer gebruiken als inleidend stuk op centrale website (suggestie bodem+)</li> <li>- Doorlinken naar SKB (rapportage en achterliggende stukken SPRONG)</li> <li>- Doorlinken naar cases (Groningen en Gorinchem) waar bodemvisies te vinden zijn</li> <li>- Contactpersonen duidelijk neerzetten (op alle niveaus)</li> </ul>	<b>Projecteamleden</b>	Communicatie afdelingen SKB, Bodem+ en Gorinchem en Groningen	1-10-2009-31-12-2009	<b>-16 uur</b>	
6 Nieuwsbericht plaatsen op de website van projectteam <ul style="list-style-type: none"> <li>- Als de resultaten van de pilots in Groningen en Gorinchem worden bekend gemaakt een nieuwsbericht plaatsen op websites SKB en Bodem+ met verwijzing naar de algemene leerpunten op de SKB-site, de resultaten op de sites van de case eigenaren en de inleiding op de Bodem+-site.</li> </ul>	<b>SKB/Bodem+</b>	Communicatie afdelingen TNO, RHK, Deltares, Gorinchem en	1-10-2009-31-12-2009		

		Groningen			
7 de Editie Bodem+ van oktober of december en vakbladen een achtergrond artikel over SPRONG op basis van een interview met Groningen en Gorinchem. Hierin kan ook worden verwezen naar de geplande cursussen.	<b>SKB/Bodem+</b>	Communicatie afdelingen TNO, RHK, Deltares, Gorinchem en Groningen	1-10-2009- 31-12-2009		
8 Buiten de bodemwereld communiceren: publicaties in vakbladen. In de boodschap ligt dan de nadruk op de bijdrage van SPRONG aan maatschappelijke thema's.	<b>Projectteam</b>	Communicatie afdelingen TNO, RHK, Deltares, Gorinchem en Groningen	1-10-2009- 31-12-2009		
	Totale uren en kosten			<b>136</b>	<b>5000</b>