

Datum : 16 maart 2006
Aan : Provinciale Staten
Van : Programmabureau Groene Hart Tel.: 030-2582760
Onderwerp : Communicatieactiviteiten Groene Hart

Inleiding

De provincies Utrecht Noord-Holland en Zuid-Holland werken aan het ontwikkelen van het Groene Hart tot een Nationaal Landschap in de Randstad. Vertrekpunt is de Nota Ruimte van het Rijk. De drie provincies hebben op zich genomen om de regie te voeren op het maken van een Uitvoeringsprogramma voor het Groene Hart. In de aanloop daar naartoe zijn in 2005 twee producten verschenen: de Balans van het Groene Hart (wat is er aan lopende projecten) en het Ontwikkelingsprogramma (wat willen de drie provincies). Over de hoofdlijnen van het Ontwikkelingsprogramma is overeenstemming met het Rijk. Gemeenten en maatschappelijke organisaties en organisaties en ondernemers op het gebied van toerisme en recreatie zijn via resp. het Woerdens Beraad, het Groene Hartpact en het samenwerkingsverband Groene Hart Kloppend Hart betrokken bij de totstandkoming van het Ontwikkelingsprogramma. Dat geldt ook voor de Waterschappen. De genoemde organisaties stemmen ook in met de hoofdlijnen van het Ontwikkelingsprogramma.

Bij de bespreking van het Ontwikkelingsprogramma in de diverse Provinciale Staten is bijzondere aandacht gevraagd voor verdere communicatie met deze en andere betrokkenen bij de uitwerking van het programma. In dit communicatieplan staat een overzicht van de daartoe in te zetten middelen en acties.

Vertrekpunt: de opgave voor 2006

De opgave voor 2006 is drieledig:

- het Ontwikkelingsprogramma uitwerken in een Uitvoeringsprogramma.
- Afspraken maken met Rijk, gemeenten, waterschappen en maatschappelijke organisaties over de inhoud, kwaliteit, financiering en organisatie van het programma
- Uitwerken van de concrete iconen en projecten die zorgen voor de transformatie van het Groene Hart tot een mooi, waardevol en vitaal Nationaal Landschap zoals bedoeld in de Nota Ruimte en uitgewerkt in het Ontwikkelingsprogramma.

De stap van Ontwikkelingsprogramma naar Uitvoeringsprogramma en het uitwerken van de iconen richting concrete projecten gebeurt in een in alle opzichten dynamische omgeving. Tal van mensen en partijen in het Groene Hart zijn volop bezig met plannen. Bijbehorende projecten bevinden zich in allerlei fasen van planvorming, planvoorbereiding of uitvoering en velen in het Groene Hart zijn via uiteenlopende vormen van interactie daarbij betrokken. Het Uitvoeringsprogramma zal daarbij steeds meer gepositioneerd moeten worden als een richtinggevend document voor huidige en toekomstige ontwikkelingen, waar partijen vanuit hun eigen rol en belang invulling aan geven. Het Uitvoeringsprogramma is zeker geen dichtgetimmerde blauwdruk, maar moet in alle betekenissen van het woord een uitnodigend ontwikkelingsdocument worden, waar lopende en nieuwe projecten steeds meer op aansluiten.

De communicatie over het Uitvoeringsprogramma Groene Hart is de komende periode gekoppeld aan het proces van totstandkoming ervan. In het door de Stuurgroep vastgestelde strategisch communicatieplan is de opgave als volgt geformuleerd:

“De afgelopen periode overziend zijn we er vooral in geslaagd om de communicatie over het primaire proces met belangrijke stakeholders bij rijk, waterschappen, Woerdens Beraad en Pact op poten te

zetten. Voor het Ontwikkelingsprogramma en de uitwerking richting Uitvoeringsplan staan op bestuurlijk en managementniveau de communicatielijnen open en is er inmiddels een behoorlijk draagvlak. De communicatieopgave in de komende periode is vooral de boodschap verder brengen bij de achterbannen van de partners en bij organisaties in de gebieden. Daar is de kennis over de ontwikkelingsvisie nog te gering en soms meer gebaseerd op beeldvorming dan op feiten.”

Deze algemene communicatieopgave werken we hieronder uit.

Communicatiedoelen en doelgroepen

De communicatiedoelen voor de komende periode zijn de volgende:

- partijen informeren over het Ontwikkelingsprogramma en de stappen richting Uitvoeringsprogramma en draagvlak winnen voor deelname aan de uitvoering
- rijk overtuigen van de noodzaak van mee-investeren in de grote landschappelijke opgaven in het Groene Hart
- partners gelegenheid geven om vanuit hun eigen rol en verantwoordelijkheid input te laten geven voor het Uitvoeringsprogramma
- belanghebbenden en betrokkenen inzicht geven in de inhoud en de mogelijke consequenties van het ontwikkelen van het Groene Hart tot een Nationaal Landschap in de Randstad
- belanghebbenden en betrokkenen gelegenheid bieden om te reageren op het Uitvoeringsprogramma
- Burgers informeren over de plannen om het Groene Hart te ontwikkelen tot Nationaal Landschap.

Belangrijke doelgroepen in de communicatie over het Uitvoeringsprogramma Groene Hart zijn:

- Tweede Kamerleden
- Betrokken (top)ambtenaren bij LNV, VROM, V&W, EZ
- Leden provinciale staten
- Besturen en leden van Woerdens Beraad (gemeenten), Groene Hartpact (maatschappelijke organisaties), Waterschappen, Groene Hart Kloppend Hart (toeristisch-recreatieve instellingen en ondernemers)
- Gebiedscommissies
- Agrariërs en andere ondernemers in het Groene Hart
- Lokale en regionale belangenorganisaties
- Inwoners
- Bezoekers en recreanten.

Naast deze doelstellingen en doelgroepen zijn er aanvullende communicatiedoelen en -groepen per afzonderlijk icoon en project, bijvoorbeeld als het gaat om het bevorderen van marketing en recreatie en het trekken van bezoekers naar het Groene Hart. De communicatie over het Uitvoeringsprogramma zal nauw aan sluiten op al lopende icoonprojecten als De Venen in het Utrechtse, de Groene Uitweg in Noord-Holland en de Krimpenerwaard in Zuid-Holland. Met de projectleiders en communicatieadviseurs van deze en andere projecten vindt regelmatig afstemming plaats.

Prioriteiten

Voor de communicatie in de komende periode heeft de Stuurgroep Groene Hart naast het permanent bij doelgroepen onder de aandacht brengen van het Groene Hart als Nationaal Landschap vier prioriteiten benoemd:

- Provinciale staten permanent betrekken bij het proces en de inhoud
- Lobby richting Kabinet en Tweede Kamer
- Informatie en dialoogronde
- Slotconferentie.

De prioriteiten worden ondersteund met algemene voorlichtings- en informatiekanalen en met gerichte procescommunicatie richting partners. Doel is niet een dichtgetimmerd plan te maken, maar partijen uit te nodigen én uit te dagen om gezamenlijk te investeren in tijd, kwaliteit en geld ten behoeve van het Groene Hart als Nationaal Landschap en open ruimte in de Randstad. Communicatie is daarbij een ondersteunend instrument voor het verwerven van draagvlak en het mede wegnemen van belemmeringen. De agenda wordt daarbij veelal door zender en doelgroep gezamenlijk bepaald en is geen éénrichtingverkeer.

Communicatie- en procesactiviteiten tot aan de zomer 2006

<p>Algemeen en PR</p> <ul style="list-style-type: none"> - Website, actueel en portal voor het GH - Elektronische Nieuwsbrief 1 x per maand of als nodig - Papieren Nieuwsbrief 3 x per jaar - Samenwerking met Groene Hart Magazine - Uitbouwen logo en beeldmerk met o.a. Pact en GHKH - Groene Hart borden, vlaggen e.d. bij bezoekerspunten - Fotokaartenactie Kwaliteitbeelden vh Groene Hart 	<p>permanent maandelijks elk kwartaal kwartaal permanent juni, juli, augustus juni, juli, augustus</p>
<p>Procescommunicatie</p> <ul style="list-style-type: none"> - Regulier informatief overleg met Woerdens Beraad, Waterschappen, Pact, Groene Hart Kloppend Hart - Werkplaats <i>Samenwerken, sturen en investeren</i> - Groene Hart slotconferentie 	<p>Maandelijks met elk van de partijen 31 maart juni</p>
<p>Betrekken Statencommissies</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elektronische Nieuwsbrief - Gezamenlijke informatie- en discussiebijeenkomsten - Agenderen Uitvoeringsplan en Samenwerkingsovereenkomst in commissies - Groene Hart slotconferentie 	<p>Eerste in week 11 Maart en mei/juni Mei en juni</p>
<p>Lobby inzet op Europese fondsen, FES-claims en overig</p> <ul style="list-style-type: none"> - Maken positionpaper Groene Hart algemeen - Manifest Westelijke veenweiden - Inzet op ambtelijke ICRE-top - Informeren en betrekken kamerleden; inzet mede gericht op landelijke verkiezingsprogramma's - Publiciteitactie rond doelen, inzet en noodzakelijke middelen Uitvoeringsprogramma - Inzet richting bewindslieden - Inzet richting verkiezingen en formatie 	<p>Maart/april Maart Maart/april April/mei/juni Mei/juni Vanaf juni Vanaf najaar</p>
<p>Informatie en dialoogronde</p> <ul style="list-style-type: none"> - Eerste ronde van zes tot acht regionale* informatiebijeenkomsten voor belanghebbenden en belangstellenden; doelgroepen en thema's worden voorbereid met WB, Pact. Voorbeelden thema's: gevolgen van Groene Hart ontwikkelen tot Nationaal Landschap voor landschap, landbouw, wonen en werken, toekomst kernen. - Aansluitende Informatieronde in lokale en regionale h.a.h.-bladen over regionale thema's; reactiemogelijkheid via de site - Bij uitkomen Uitvoeringsplan h.a.h.-krant: wat willen de provincies met het Groene Hart plus reactiemogelijkheid via site - N.a.v. uitkomsten eerste ronde: mogelijke tweede 	<p>April/mei April/mei Mei/juni Najaar</p>

<p>ronde van zes tot acht regionale bijeenkomsten</p> <p>(*globaal opgedeeld in de gebieden van de intergemeentelijke samenwerkingsverbanden Bestuur Regio Utrecht, Gewest Gooi en Vechtstreek, Intergemeentelijk samenwerkingsorgaan Midden-Holland, Regio Zuid-Holland Zuid, Rijnstreekberaad en Samenwerking Utrecht West.)</p>	
<p>Concrete projectcommunicatie vindt in de vele projecten in het Groene Hart plaats en wordt in toenemende mate afgestemd met de overall communicatie voor het Groene Hart. Onderstaande communicatie-activiteiten geven inzicht en voorbeelden van de vele activiteiten op lokaal niveau. Ook in deze projecten geldt dat boodschappen en middelen in samenspraak met partners en doelgroepen tot stand komen.</p> <p>Voorbeeld 1 Projectcommunicatie De Venen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aanpassing logo en naam Venen aan Groene Hart - Eigen internetsite www.devenen.nl - Nieuwsbrief Veenstroom met projectpartners - Verspreidingsgebied en frequentie vanaf nu groter - Gemeentepagina's in h.a.h.-bladen - Onderdeel provinciale Publiekscampagne: de Venen en Water: publieksdebat met statenleden, informatiemiddelen en ontmoeting tussen stakeholders, boeren en publiek - Projectcommunicatiegroep met belanghebbenden, bundelen en benutten kennis van partners bij zichtbaar maken uitvoering - Dag van het Veen, gebiedsdag waar vraagstuk bodemdaling, water, toekomst landbouw, landschapontwikkeling etc. op positieve manier centraal staat. 	<p>al gerealiseerd</p> <p>al gerealiseerd, wordt uitgebreid</p> <p>Was twee keer per jaar, wordt vaker.</p> <p>Regulier bij projectnieuws augustus</p> <p>Reguliere afstemming</p> <p>26 augustus</p>
<p>Voorbeeld 2 Projectcommunicatie Krimpenerwaard</p> <p>Onderstaande activiteiten zijn nog in de conceptfase en nog niet vastgesteld door de strategiegroep:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Eigen huisstijl voor de Krimpenerwaard - Nieuwsbrief (verspreiding 2 keer per jaar) - internetsite - Inloopavonden over proces en inhoud van de herinrichting voor bewoners, agrariërs en natuurorganisaties. Met mogelijkheid voor discussie. 	<p>In voorbereiding</p> <p>In voorbereiding</p> <p>Op korte termijn te realiseren</p> <p>Twee in het gebied</p>