

# Tips & Tricks communicatie en participatie

Hier vind je een overzicht van 16 tips & tricks voor het inrichten van het communicatie-/participatieproces. De eerst 6 hebben specifiek betrekking op communicatie en participatie over AGWP, de overige zijn tips die van toepassing zijn op communicatie en participatie in het algemeen.





# Overzicht Tips & Tricks

## Tips & Tricks specifiek voor AGWP

### 1 – Kijk breed

Richt de communicatie en participatie op het gehele invloedgebied van het beoogde AGWP-systeem. Vaak is dit gebied groter dan het gebied waar het systeem eventueel wordt aangelegd. Het is erg vervelend als je mensen vergeet te betrekken die er wel mee te maken krijgen.

### 2 – Verantwoordelijk

Eigenaren zijn verantwoordelijk voor het grondwater op het eigen terrein. De gemeente heeft 'slechts' een inspanningsverplichting om doelmatige maatregelen te nemen gericht op een, gezien de belangen die spelen, gunstig grondwaterpeil (grondwaterzorgplicht). Bij eigenaren is hier vaak weinig over bekend. Als de overheid met de aanleg van een AGWP-systeem tracht de grondwaterstand actief te beïnvloeden wordt dit vaak geïnterpreteerd als een bewijs dat de overheid verantwoordelijk is voor al het grondwater. Het is daarom belangrijk vroegtijdig en helder te communiceren over AGWP en de juridische aspecten daarvan.

### 3 – Onbegrip

Goede communicatie over wie waarvoor verantwoordelijk is bij AGWP betekent niet dat iedereen ook begrip zal opbrengen voor hoe e.e.a. geregeld is. Belangrijkste punt daarbij is dat eigenaren (financieel) verantwoordelijk zijn voor alles wat te maken heeft met grondwater op



het eigen terrein, terwijl ze daar, in hun beleving en/of in werkelijkheid, weinig invloed op hebben. Dat is een begrijpelijk punt. Het helpt om daar begrip voor te tonen.

#### 4 – Samen

Particuliere eigenaren kunnen bij AGWP een actieve rol spelen:

- door (vanaf het begin!) mee te denken over de beste oplossing voor de problemen die spelen;
- doordat soms delen van het systeem op hun terrein worden aangelegd;
- omdat zij een rol kunnen spelen bij het meten van effecten;
- omdat zij een rol spelen bij beheer en onderhoud.

Een aanpak waarbij privé-eigenaren een rol spelen biedt kansen om een beter systeem te maken én het draagvlak te vergroten.

#### 5 – Belangen

Heb oog voor de belangen die spelen bij AGWP. Deze zijn vaak zeer divers. Zo kunnen er in het gebied flinke hoogteverschillen zijn of gebouwen met - en zonder houten paalfundering. Deze en andere factoren maken dat de gevolgen van AGWP voor de betrokken flink uiteen kunnen lopen.

#### 6 – Fases

Bij communicatie en participatie over AGWP kun je onderscheid maken in drie fases:

##### Planvorming

In deze fase is er nog geen keuze gemaakt (zie punt 7). In deze fase ligt de nadruk op participatie.

##### Realisatie

Cruciaal is om te zorgen dat iedereen weet waar hij/zij aan toe is, van

planvorming tot oplevering. Dat is zelden eenrichtingsverkeer; er is bijna altijd ook sprake van participatie. Dit is zeker het geval als er maatregelen op privéterrein worden genomen, maar bijvoorbeeld ook om de gang van zaken rond het bouwproces af te stemmen.

##### Beheer

Hoe communicatie en participatie worden ingericht tijdens deze fase hangt af van de gemaakte afspraken, bijvoorbeeld: 'spelen eigenaren een rol bij het meten van de effecten?' en 'wie doet wat bij het onderhoud van delen van het systeem die op privéterrein liggen?'.

### Algemene Tips & Tricks

#### 7 – Begin op tijd

Communicatie en participatie begint ruim voordat de oplossing is gekozen. Het gesprek moet daarbij in eerste instantie gaan over de problemen die mensen ondervinden (zie ook tip 12) en in tweede instantie pas over mogelijke oplossingen. Vermijd dat je vooringenomen bent t.a.v. de problemen die spelen en/of de meest gewenste oplossing.

#### 8 – Contactpersonen

Breng in beeld met wie je te maken krijgt binnen je eigen organisatie en daarbuiten.

*Intern:* contactpersonen o.a. bij beleid, beheer, realisatie, juridische zaken, financiën, communicatie, energietransitie, klimaat.

*Extern:* contactpersonen o.a. bij het waterschap, de nutsbedrijven, woningcorporaties, particuliere verhuurders, wijkverenigingen, ondernemersverenigingen en VvE's.



## 9 – Stakeholderanalyse

Maak een stakeholderanalyse. Een eenvoudige opzet:

- Inventariseer met wie (specifieke individuen, groepen mensen, (belangen) organisaties) je te maken krijgt. Zet ze stuk voor stuk op een eigen post-it.
- Plak deze in een assenkruis, met op de x-as 'groot belang – vs. klein belang bij de keuze die wordt gemaakt' en op de y-as 'veel invloed – vs. weinig invloed op de keuze die wordt gemaakt'.

Een stakeholderanalyse maak je tijdens een sessie met het hele projectteam. Zo is de kans groot dat de analyse klopt én dat alle direct betrokken het zelfde startbeeld hebben.

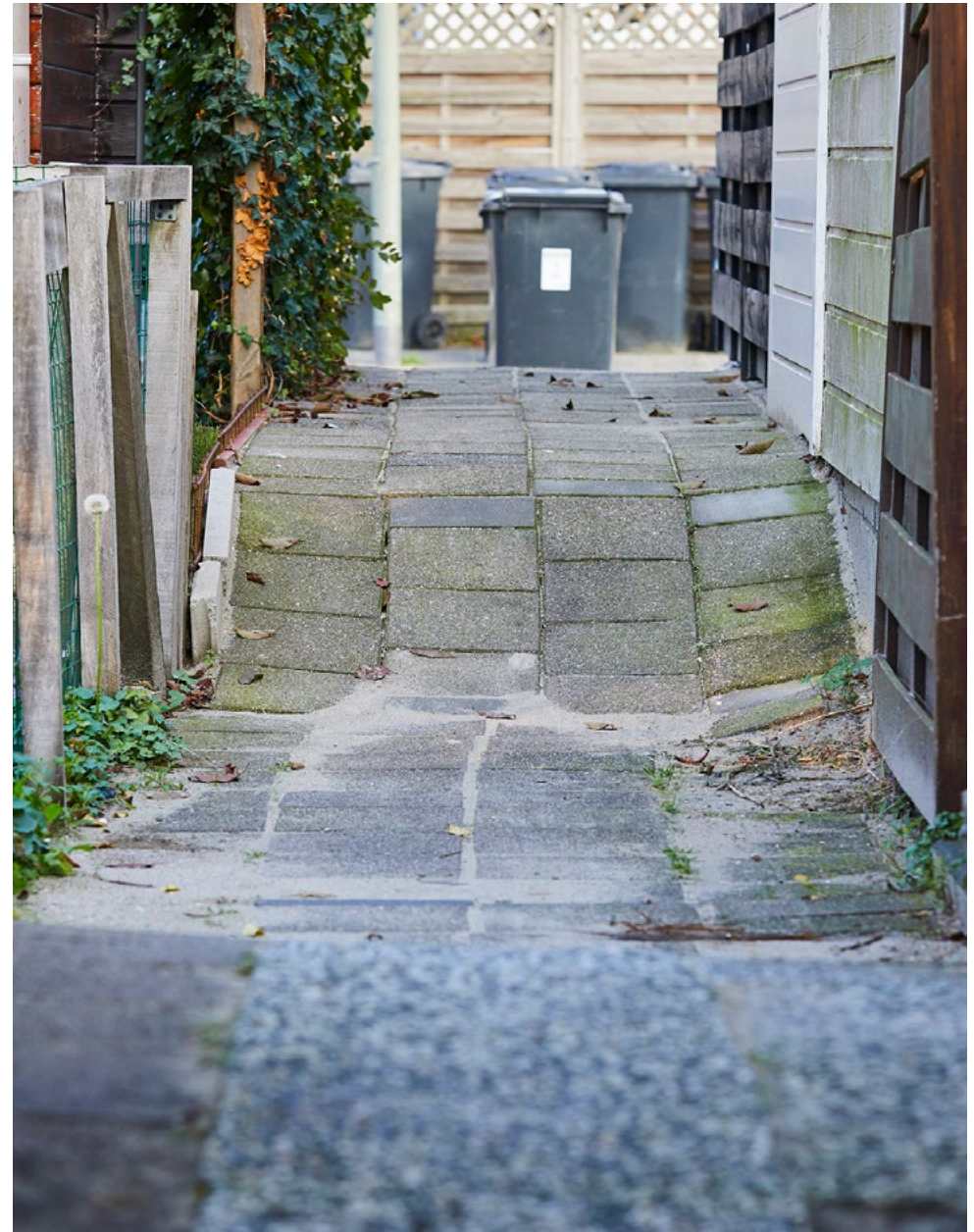
Nb: neem interne personen, afdelingen of teams ook mee in de stakeholderanalyse.

## 10 – Verschillen

Wees je er van bewust dan mensen verschillen. Sommige mensen praten graag mee, andere willen alleen maar weten wat ze moeten doen, weer andere vinden gewoon alles stom. Hoe houd je rekening met deze verschillen? Zorgvuldig en eerlijk communiceren is altijd het beste medicijn. Je aanpak differentiëren naar verschillende type mensen kan, maar is erg arbeidsintensief.

## 11 – Bestuur

Houd het bestuur en zo nodig ook de gemeenteraad steeds op te hoogte van de communicatiestappen. Zij worden er (op straat) op aangesproken. Laat de wethouder belangrijke brieven en folders goedkeuren.



## 12 – Eerst luisteren

Begin met luisteren naar de belangrijkste belanghebbenden (meestal bewoners/ondernemers). Je kunt o.a. de volgende vragen stellen:

- Is er overlast?
- Hoe wordt de overlast beleefd?
- Hoe wordt gedacht over de oorzaak ervan?
- Welke netwerken zijn er in de buurt?
- Welke andere problemen spelen er?

### Tips over het voeren van de eerste gesprekken

- Weersta de verleiding om tijdens de eerste gesprekken over oplossingen te praten.
- Ga met z'n tweeën, twee horen meer dan één.
- Sta open voor kortetermijnoplossingen die de overlast (tijdelijk) verminderen. Dat kan je veel krediet opleveren.
- Je kunt ook luisteren door een enquête uit te zetten. Dat is een goed idee, maar ga eerst praten met mensen. Daar wordt je enquête ook beter van. De enquête is een goed middel om het kwalitatieve beeld uit de gesprekken cijfermatig in te kleuren.

## 13 – Vast aanspreekpunt

Zorg voor een vast aanspreekpunt voor bewoners/ondernemers die ook verstand van zaken heeft. Wees terughoudend met het wisselen van aanspreekpunt en/of communiceer zorgvuldig over de overdracht.

## 14 – Kraakhelder

Communiceer helder over mogelijke oplossingen:

- Hoe werkt het?
- Wat komt er bij kijken om het aan te leggen?
- Wat kost het en wie betaalt wat?
- Wie is waarvoor verantwoordelijk?

Investeer in het ontwikkelen van krachtige communicatiemiddelen. Een goede tekening of een filmpje kan helpen. Dit is met name het geval in de fase dat nog geen besluiten zijn genomen. Mogelijk kun je gebruik maken van het filmpje, de model-FAQ en de infographic uit deze Toolbox.

## 15 – Geen volle zalen

Vermijd plenaire bijeenkomsten met een presentatie en een vragenronde. Het lijkt een korte klap, maar het is zelden bevredigend voor de betrokkenen. Alternatief: formeer een klankbordgroep waarmee je in discussie kunt gaan. Houd die goed op de hoogte. Die klankbordgroep kun je samenstellen uit de deelnemers aan de startgesprekken die je hebt gevoerd.

Tips:

- Vraag de leden van de klankbordgroep om commentaar op conceptbrieven en -folders.
- Stel een emailadres open voor vragen.
- Organiseer een inloopspreekuur met ruime openingstijden.

## 16 – Herhaal herhaal herhaal

Ga zo min mogelijk uit van voorkennis. Blijf de kern wat je gaat doen en 'het waarom' steeds herhalen. Doe dat in alle fases van het project. Zorg dat achtergrondinformatie steeds online beschikbaar is.

### Meer informatie

Meer algemene informatie over communicatie en participatie vind je op de website van de Rijksoverheid: Factor C.