

Omgevingsvisie NH2050

Participatie- en communicatieplan

Gedeputeerde Staten

Augustus 2016

1. Aanleiding

De komst van de Omgevingswet in voorjaar 2019 integreert een groot deel van de wetgeving van ruimte, wonen, infrastructuur, milieu, natuur en water. Kernpunten van de Omgevingswet zijn integraliteit, bestuurlijke afwegingsruimte en flexibiliteit. Een van de kerninstrumenten van de Omgevingswet is de omgevingsvisie. Onze huidige provinciale plannen (Structuurvisie, Provinciaal Verkeer- en Vervoerplan, Milieubeleidsplan, Watervisie en Agenda Groen) komen te vervallen en gaan op in een integrale omgevingsvisie voor de fysieke leefomgeving met onderliggende programma's en bijbehorende verordening. Hiermee kan de provincie een antwoord bieden op de groeiende samenhang tussen de opgaven in de leefomgeving, nu en in de toekomst.

Provinciale Staten hebben 23 mei 2016 de Startnotitie Omgevingsvisie NH2050 vastgesteld. Met de startnotitie hebben PS de kaders gesteld voor het proces van totstandkoming en de rol van participatie hierin. Uitgangspunt is om verschillende vormen van participatie toe te passen (van cocreatie tot consultatie en inspraak), al naar gelang de fase van het proces hierom vraagt. Daarnaast is een belangrijk uitgangspunt om, naast professionals, ook inwoners van Noord-Holland actief te betrekken. Voorliggend participatie- en communicatieplan geeft handen en voeten aan deze uitgangspunten.

Gedragen visie

In het Coalitieakkoord hebben we de ambitie uitgesproken op zoek te gaan naar uitbreiding van ons instrumentarium voor burgerparticipatie. We willen de omgevingsvisie gebruiken om te experimenteren met nieuwe vormen waarin we inwoners van Noord-Holland betrekken bij het beleidsproces. Door vroegtijdig 'aan de voorkant' alle belanghebbenden te betrekken bij visie- en planvorming ontstaat meer draagvlak. Ook worden plannen inhoudelijk beter en realistischer.

De Omgevingswet neemt vertrouwen en participatie van alle belanghebbenden bij de planvorming als uitgangspunt. Dit sluit goed aan bij de ambitie van Provincie Noord-Holland. Mede gezien het zelfbindende karakter van de omgevingsvisie is een zorgvuldige afweging nodig van de inzet van participatie. Wie betrekken we, wanneer doen we dat, welke vorm gebruiken we hiervoor en welke rol geven we de omgeving in het proces?

De ontwikkeling van de fysieke leefomgeving raakt iedere Noord-Hollander. Daarom willen we, naast de professionals, ook de inwoners van Noord-Holland actief betrekken. Geen 'nietje' door de bestaande strategische plannen, maar een omgevingsvisie die gedragen wordt door zo veel mogelijk partijen. We zetten verschillende niveaus van participatie (co-creatie, consultatie, inspraak) en participatievormen in om zowel online als offline het gesprek aan te gaan. Deze participatie ondersteunen we met verschillende communicatiemiddelen. Hiermee willen we bewustwording en een gevoel van urgentie creëren over de lange termijn opgaven voor de fysieke leefomgeving van Noord-Holland.

Het participatie- en communicatieplan is als volgt opgebouwd:

1. Aanleiding
2. Doelstellingen en doelgroepen
3. Participatieaanpak
4. Communicatiemiddelen

Werkgroep burgerparticipatie PS

Provinciale Staten hebben een werkgroep burgerparticipatie ingesteld onder voorzitterschap van de CdK. De werkgroep heeft aangegeven het proces naar de Omgevingsvisie NH2050 te willen gebruiken om nieuwe c.q. andere vormen van (burger)participatie toe te passen vanuit PS. Ondersteund door de griffie heeft de werkgroep hiervoor een voorstel aan PS voorbereid.

Voorliggend participatie- en communicatieplan, dat invulling geeft aan het participatietraject vanuit GS, is daarom afgestemd met de griffie en de PS-werkgroep. Dit om ervoor te zorgen dat beide trajecten (vanuit GS en vanuit PS) goed op elkaar aansluiten en helder zijn voor de buitenwereld. Dit laatste is essentieel voor het welslagen van de participatie bij de Omgevingsvisie NH2050.

2. Doelstellingen en doelgroepen

De wereld is aan verandering onderhevig. Denk aan de impact van klimaatverandering op de inrichting van onze kusten en de beschikbaarheid van drinkwater, de consequenties van de zelfrijdende auto op het wegverkeer en de zoektocht naar hernieuwbare energiebronnen. Merkbaar is dat groepen en individuen in de samenleving zich steeds vaker organiseren tot nieuwe coalities die werk maken van een prettige en duurzame leefomgeving. Deze kracht willen we benutten.

Het doel is om in juni 2018 te komen tot een door de Provinciale Staten goedgekeurde Omgevingsvisie NH2050. De in te zetten participatie dient verschillende subdoelen:

- Beter beleid en betere visie
- Vlot beleidsproces waarin verschillende belangen meegenomen worden
- Draagvlak en meer kans op wederzijds begrip en consensus
- Meer vertrouwen tussen inwoners, stakeholders en provincie
- Gedeelde verantwoordelijkheid
- Beter beeld van rol en bestaansrecht provincie bij doelgroepen
- Ervaring opdoen met nieuwe vormen van participatie

Om bovenstaande te realiseren leggen we een hoge ambitie neer. We willen zo veel mogelijk Noord-Hollanders in staat stellen om op een of andere wijze een bijdrage te leveren. Dit doen we door zowel offline (naar de mensen toe) als online (groter bereik) mogelijkheden te bieden. Waar we kwaliteit van de participatie belangrijker vinden dan de kwantiteit. Dit neemt niet weg dat de ambitie is om een paar honderd professionals en een paar duizend inwoners te betrekken in het proces.

De participatie van professionals en inwoners gaat deels gelijk op in de tijd. Voor het betrekken van inwoners zullen echter andere communicatiemiddelen en -vormen worden ingezet. De inbreng van inwoners is erop gericht de inhoud van onze omgevingsvisie te verrijken en ook andere invalshoeken aan bod te laten komen dan alleen die van de professionals. Daarnaast willen we hiermee het bewustzijn vergroten over de opgaven die spelen in de leefomgeving in Noord-Holland, nu en in de toekomst.

Professionals

De provincie beschikt over een uitgebreid netwerk aan professionele stakeholders, die we door de fases heen op verschillende manieren betrekken.

- Overheden: gemeenten, buur provincies, ministeries, Rijkswaterstaat, waterschappen, recreatieschappen, omgevingsdiensten e.d.
- Kennisinstellingen, Hogescholen, Wetenschap, adviesbureaus e.d.
- Marktpartijen: landbouworganisaties, economische motoren (havens, Schiphol, Tata steel e.d.) ondernemersverenigingen, recreatie organisaties, ontwikkelaars, energiebedrijven e.d.
- Belangenorganisaties: monumenten, natuur- en milieuorganisaties, bonden en verenigingen (ANWB, Fietsersbond, VVN, Watersportverbond e.d.)

Inwoners

- Specifieke aandacht voor jongeren, want de Omgevingsvisie gaat immers over hun toekomst.
- Brede afspiegeling van de samenleving van Noord-Holland. De ambitie in de participatie ligt hier niet zozeer op grote aantallen als wel een goede verdeling van de participanten in de verschillende regio's. Hierbij moet aangegeven worden dat online maar beperkt te

achterhalen is wat de diversiteit van de participanten is. Dit omdat elke extra vraag over bijvoorbeeld leeftijd, opleiding, woonplaats e.d. de respons snel verlaagd.

Communicatie ondersteunt de participatie met procescommunicatie (gericht op samenwerking en participatie) en projectcommunicatie (doelgroepen informeren en bijdrage leveren aan bewustwording bestaansrecht provincie).

Gemeenten

Bij de communicatie en participatie gaat speciale aandacht uit naar gemeenten. Niet alleen omdat zij één van onze belangrijkste partners c.q. doelgroepen zijn als het gaat om doorwerking van onze visie, maar ook omdat gemeenten gelijktijdig zelf aan de slag gaan met hun omgevingsvisie. Wij vinden het daarom belangrijk dat we onze participatieaanpak goed afstemmen met die van gemeenten. Dit doen we zoveel mogelijk via de bestaande overlegstructuren (ambtelijk en bestuurlijk). Voor het zuidelijk deel van de provincie, de metropoolregio Amsterdam, biedt de in 2015 tot stand gekomen MRA Actie Agenda daarbij een gedragen vertrekpunt.

3. Participatieaanpak

Participatie is een kernbegrip in de Omgevingswet. Door vroegtijdig aan de voorkant, alle belanghebbenden te betrekken bij visie- en planvorming, ontstaat meer draagvlak. Ook worden de plannen inhoudelijk beter en realistischer. Dit geldt bij uitstek ook voor de omgevingsvisie. Provinciale Staten van Noord-Holland (PS) hebben om die reden bij de behandeling van de Startnotitie Omgevingsvisie NH2050 een grote ambitie getoond op het gebied van burgerparticipatie. Om deze ambitie waar te maken, zullen zo veel mogelijk inwoners geactiveerd moeten worden. Daarom zal er een publiekscampagne worden opgezet, zodat zo veel mogelijk mensen bekend worden met de mogelijkheid hun stem te laten horen.

Participatieprincipes

We hanteren een aantal principes in de participatie met de doelgroepen:

- In de participatie sluiten we zoveel mogelijk aan bij relevante initiatieven en bestaande overlegstructuren van de doelgroepen en in de regio. Denk aan het project OVERMOOI van Mooi Noord-Holland, het Goede Diensten Overleg (GDO) van Ruimtelijke ontwikkeling. Maar ook initiatieven als een woonsymposium in de Haarlemmermeer.
- Waar nodig organiseren we extra bijeenkomsten, zoals een congres of regiobijeenkomsten.
- We maken gebruik van bestaande afspraken met media (RTV-NH, HMC, TMG) of maken nieuwe afspraken, zodat zij inhoudelijke bijdrages leveren over de omgevingsvisie en het participatieproces.
- We verbinden offline (bijeenkomsten, naar doelgroepen toe gaan) met online participatie (e-participatie op de projectwebsite www.noord-holland.nl/omgevingsvisie). Offline creëert content op een dieper niveau, maar heeft een beperkt bereik. Online heeft een breder bereik, maar is oppervlakkiger. Door deze te combineren versterken ze elkaar.
- We stappen in de belevingswereld van de professionals en de inwoners door het gesprek te voeren op een niveau dat relevant (denk aan de regionale verschillen) en begrijpelijk is (herkenbare thema's als werkgelegenheid, leefbaarheid en duurzaamheid). De Omgevingsvisie kent door het strategisch karakter een zeker abstractieniveau. Dit vraagt om een vertaalslag naar verschillende soorten professionals en zeker naar inwoners. We realiseren ons dat dit consequenties heeft voor de wijze waarop ze betrokken worden in het proces.

- Relatie gaat voor Participatie: als er doelgroepen zijn waar de relatie niet op het gewenste niveau is dan wordt hier eerst aan gewerkt, voordat we inhoudelijk het gesprek aan gaan.

Planning

Per doelgroep en zelfs per fase kan het niveau van participatie verschillen. Grofweg kunnen we zeggen dat we gedurende de fases de participatieladder afdalen. Er wordt tevens aangesloten op de zogenaamde BOB methodiek van PS. Er wordt gewerkt via de trits Beeldvorming, Oordeelsvorming en Besluitvorming. Deze methodiek is ingepast in de fases van het proces om te komen tot een Omgevingsvisie:

Fase 1: Verkenningen mei 2016 – dec 2016 (Beeldvorming)	In <u>co-creatie</u> met overheden, bedrijfsleven, maatschappelijke organisaties en kennisinstellingen antwoord geven op de vragen: Hoe staat de fysieke leefomgeving ervoor, welke trends zien we en welke opgaven en dilemma's vloeien hieruit voort?
Fase 2: Koers jan 2017 – juni 2017 (Oordeelsvorming, Besluitvorming)	Op basis van <u>consultatie</u> bij inwoners en stakeholders keuzes maken ten aanzien van de opgaven en dilemma's uit de Verkenningen. Dit wordt vertaald in ambities en doelen voor de provincie in een document Koers NH2050. Provinciale Staten stellen in juni 2017 de Koers NH2050 vast
Fase 3: Visie (concept) juli 2017 – dec 2017 (Oordeelsvorming)	Op basis van <u>consultatie</u> vertalen van de keuzes naar ontwikkelrichtingen/principes voor Noord-Holland. Concept Omgevingsvisie NH2050 wordt in november 2017 vastgesteld door Gedeputeerde Staten en in december 2017 besproken in de Statencommissie
Fase 4: Visie (besluit) jan 2018 – juni 2018 (Besluitvorming)	Concept wordt ter inzage gelegd. Na de <u>inspraakronde</u> , stellen Provinciale Staten in juni 2018 de definitieve omgevingsvisie vast.

Hieronder is per fase aangegeven hoe we de participatieaanpak per fase voor ons zien, voor de professionals en voor de inwoners. Voor de Verkenningsfase en in iets minder mate voor de Koersfase hebben we dit al vrij scherp voor ogen. De fases die wat verder in de tijdslijn zitten, zijn op dit moment wat minder uitgekristalliseerd.

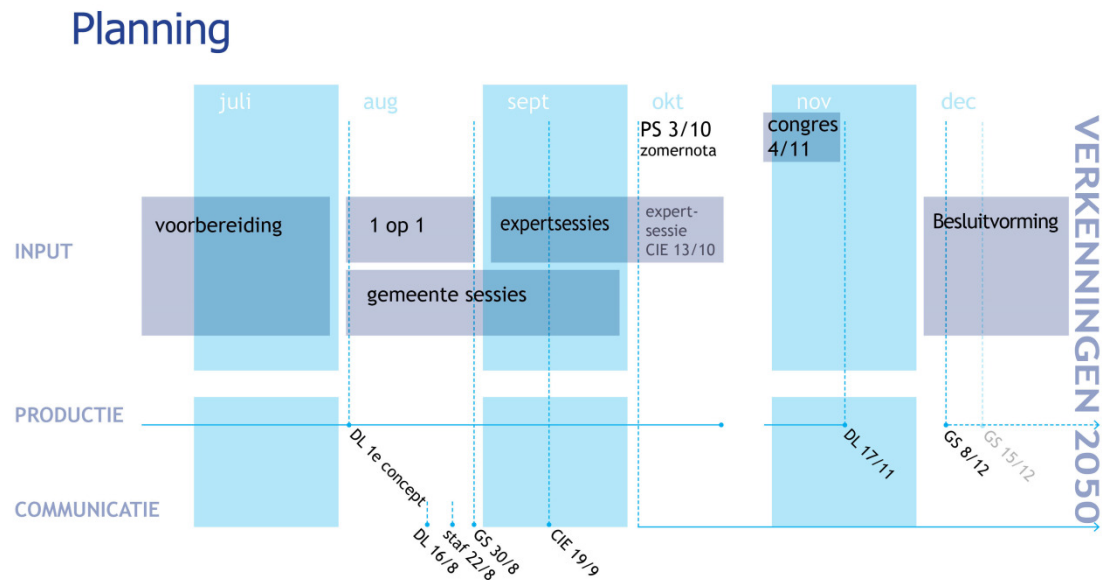
1. Verkenningsfase: co-creatie (tweede helft 2016)

In de Verkenningsfase brengen we in co-creatie en op basis van gelijkwaardigheid feitelijke informatie over trends en ontwikkelingen van Noord-Holland in kaart. Hoe staat de fysieke leefomgeving in Noord-Holland er nu voor, welke trends en ontwikkelingen zien we op onze provincie afkomen en welke opgaven en dilemma's vloeien hieruit voort? Doel van deze fase is een gemeenschappelijk vertrekpunt en referentiekader in de vorm van een gedeeld beeld van de toekomst. Opgeschreven in de Verkenningen NH2050.

Professionals

De beleidscollega's van de provincie maken een start door voor hun sectoren aan te geven welke trends en ontwikkelingen zij zien. Dit wordt in de sectoren opgehaald en tijdens informatiebijeenkomsten over de omgevingsvisie en bijvoorbeeld het ToekomstCongres besproken. Deze input vormt de basis voor de participatie met de professionele omgeving.

Belangrijke doelgroepen als gemeenten, Waterschappen, Natuur en Milieuorganisaties en economische motoren als Schiphol, Tata steel en de havens nodigen we uit om een actieve bijdrage te leveren. Net als toeleveranciers van kennis: adviesbureaus, kennisinstellingen, hogescholen, Rijkswaterstaat e.d. Daaromheen zwerft een grote groep aan belanghouders die meedenken: ontwikkelaars, corporaties, recreatieschappen, energiebedrijven, monumentenorganisaties, recreatie organisaties, buur provincies e.d.



Voor de professionals hanteren we in de Verkenningfase de volgende werkvormen:

- 1 op 1 gesprekken: in augustus en september gaan leden van het project- en kernteam het gesprek aan met trendwatchers, kennisexperts en sleutelfiguren over welke trends en ontwikkelingen er spelen en op ons afkomen.
- Expertsessies: in september en oktober volgen een aantal sessies waarbij we op thema's doelgroepen met verschillende invalshoeken (marktpartijen, overheden, wetenschap) bij elkaar brengen om over de trends en ontwikkelingen door te praten. Indien er behoefte aan is organiseren we een dergelijke expertsessie voor de Commissie RWW.
- Gemeentelijke sessies: in september en oktober zorgen beleidsmedewerkers, regio coördinatoren, accountmanagers ervoor dat tijdens de reguliere overleggen de omgevingsvisie op de agenda staat en waar nodig organiseren we extra sessies.
- Congres: begin november komt alle opgehaalde informatie over trends en ontwikkelingen samen op een congres waar alle doelgroepen voor worden uitgenodigd. Na dit congres beschikken we over voldoende informatie en draagvlak om het Verkenningendocument af te ronden.

Inwoners

In de Verkenningfase maken we tevens een start met de burgerparticipatie door aan te haken bij het door de provincie gesponsorde project OVERMOOI van MOOI Noord-Holland. Van 9 tot en met 23 september wordt tijdens een reis van twee weken op zeven locaties in de provincie het gesprek aangegaan over wat Noord-Hollanders 'mooi' vinden aan hun provincie.

Er worden verschillende participatievormen ingezet als een kaart van Noord-Holland op een schaal van 1 cm staat voor 20 meter (half voetbalveld), inzenden van foto's, een educatieprogramma voor

basisschoolleerlingen, aanspreken passanten, pitches van bewoners, ondernemers, studenten. De provincie is hierbij zowel ambtelijk als bestuurlijk aanwezig, om het gesprek aan te gaan met de inwoners.

Aan het eind van deze fase wordt het document Verkenningen NH2050 opgeleverd. Dit stuk wordt geschreven door het projectteam en kernteam, eventueel aangevuld met enkele sleutelfiguren die uit de 1 op 1 gesprekken en de expertsessies naar boven zijn komen drijven en twee gemeentelijke vertegenwoordigers vanuit het noordelijk en zuidelijk deel van de provincie. Het Verkenningendocument wordt eind 2016 vastgesteld door GS en januari 2017 in PS (Commissie) besproken.

2. Koersfase: consultatie (eerste helft 2017)

De opbrengst van de Verkenningfase wordt gebruikt om in de Koersfase keuzes te maken over te stellen ambities en doelen. Centraal staat de vraag hoe we om willen gaan met de opgaven die we op ons af zien komen en welke opgaven we als prioriteit zien. Waar willen we dat Noord-Holland langjarig voor staat en welke waarden vinden we daarbij van belang? Welke principes zijn leidend? Als vertrekpunt zetten we de trends, ontwikkelingen en hiermee gepaard gaande opgaven op provinciaal en regionaal niveau af tegen ons huidige strategische beleid.

Inwoners

De burgerparticipatie neemt in deze fase een grotere rol aan. Door een publiekscampagne (RTV, AT5, regionale vervoerders, lokale en sociale media) die loopt van februari tot en met april, worden inwoners opgeroepen om hun mening te geven op de projectwebsite of tijdens een van de bijeenkomsten in de regio. De ambitie is om in maart en april de zeven regio's langs te gaan (rondgang) om het gesprek aan te gaan. Wat vind jij belangrijk? Welke keuze zou jij maken? Dit kan door zelf georganiseerde bijeenkomsten, maar ook door aan te haken bij bestaande organisaties en initiatieven als scholen, (woon)beurzen, festivals, bijeenkomsten van belangen groepen e.d.

We hanteren hierbij herkenbare thema's en onderwerpen als werkgelegenheid, leefbaarheid en duurzaamheid. Naast het benaderen van Noord-Hollanders breed, hebben we specifieke aandacht voor jongeren, aangezien zij de toekomst zijn van de provincie. Een samenwerkingsverband met onderwijsinstututen of de organisatoren van OVERMOOI is een mogelijkheid die we verder onderzoeken. Denk o.a. aan het aansluiten bij lesprogramma's in de vorm van een essay, foto- of filmwedstrijd.

Wat we ophalen in de regio wordt online gebruikt om de e-participatie te ondersteunen. Denk hierbij aan het plaatsen van nieuwsberichten, filmpjes en foto's. Op de website kunnen bezoekers met polls de belangrijkste dilemma's waarderen of keuzes maken bij voorgelegde dilemma's. Uiteindelijk moet de offline en online participatie elkaar aanvullen, versterken en ondersteunen.

Professionals

Deze fase resulteert in de Koers NH2050. Hierin staan ambities en doelstellingen van de provincie voor de toekomst en gaat over onze eigen inzet bij opgaven in de fysieke leefomgeving. Richting de professionals kiezen we daarom voor consultatie. Ook hier geldt dat we proberen zoveel mogelijk aan te haken bij bestaande initiatieven in de regio en rekening houden met een regionaal perspectief. Denk bijvoorbeeld aan het woonsymposium in de Haarlemmermeer. Halverwege de fase volgt een grote bijeenkomst, met debatsessies.

De Koers NH2050 wordt door GS en PS in juni 2017 vastgesteld.

3. Conceptfase: Opstellen concept Omgevingsvisie(tweede helft 2017)

In deze fase vertalen we de keuzes in Koers NH2050 naar ontwikkelrichtingen/principes voor Noord-Holland. Hoe zien wij de gewenste ontwikkeling van de fysieke leefomgeving? Welke ontwikkelprincipes vormen de kaders voor ontwikkelingen in Noord-Holland? Wat is nodig om dit doel te bereiken? Hierbij is veel aandacht voor de regionale verschillen. Waar nodig wordt de visie vertaald naar een verordening die een weerslag is van onze sturingsfilosofie.

In deze fase kunnen we ook, indachtig de geest van de Omgevingswet, aan de hand van concrete voorbeelden al met professionals en inwoners vooruit kijken naar de rol en verantwoordelijkheid die anderen op kunnen pakken en de ruimte die hiervoor nodig is vanuit de provincie. Een passende vorm hiervoor is 'Right to Challenge', dat door gemeenten al veelvuldig wordt toegepast om meer ruimte te geven aan burgerinitiatief op lokaal niveau.

Professionals

Aan de hand van regiobijeenkomsten en een grote bijeenkomst aan het eind van deze fase gaan we het gesprek aan met de gemeenten, bedrijfsleven en maatschappelijke organisaties. Met deze bijeenkomsten toetsen we de ontwikkelrichtingen en creëren we draagvlak voor ons verhaal. Halverwege de fase volgt een grote bijeenkomst.

Inwoners

Het brede publiek consulteren we door tijdens een rondgang door de provincie zo veel mogelijk aan te haken bij bestaande evenementen en bijeenkomsten. Indien nodig organiseren we deze zelf. In de vorige fases hebben we een bestand aangelegd met geïnteresseerde inwoners die we digitaal benaderen om hun mening te geven. Een tweede ronde van de publiekscampagne ondersteunt deze fase.

GS stellen eind 2017 de conceptvisie vast en deze wordt voorafgaand aan de terinzagelegging in de Statencommissie besproken.

4. Besluitvormingsfase: inspraak en besluitvorming PS (eerste helft 2018)

De concept omgevingsvisie NH2050 ligt in deze fase ter inzage. De inspraakreacties worden voorzien van advies meegenomen in voorstellen bij de besluitvorming over de definitieve omgevingsvisie. In juni 2018 stellen GS en PS de visie vast. Het moment van vaststellen van de omgevingsverordening is gekoppeld aan het daadwerkelijk moment dat de Omgevingswet van kracht wordt. Dit zal naar de huidige inzichten in het voorjaar 2019 plaatsvinden.

4. Communicatiemiddelen

Communicatie wordt ingezet ter ondersteuning van de participatie. Hiervoor hanteren we een aantal communicatieprincipes.

- Communicatie op maat: een visie gaat voor veel mensen over lange vergezichten en abstracte zaken. Door een vertaling te maken naar de alledaagse werkelijkheid en belevingswereld aan de hand van herkenbare regio's en onderwerpen als werkgelegenheid, leefbaarheid en duurzaamheid gaan we het gesprek aan. Dit betekent dus maatwerk en dat de aanpak en uitvoering van de communicatie per fase verschilt.
- Noord-Hollanders zelf inzetten als afzender: de provincie staat relatief ver van de inwoners af. Door overheden, bedrijfsleven, kennisinstellingen, maatschappelijke organisaties, mediaorganisaties, maar ook (bekende) Noord-Hollanders in staat te stellen om zelf afzender te worden komt het dichterbij de mensen.
- Relatie gaat voor Communicatie: ook hier geldt dat indien een relatie ernstig verstoord is hier eerst aan gewerkt moet worden voor dat communicatie succesvol kan zijn.

De provincie beschikt over verschillende communicatiemiddelen die we in ieder geval in zullen zetten, naast reguliere communicatiekanalen als regionale media.

Met het oog op de ambitie die we hebben om ook inwoners (met speciale aandacht voor jongeren) actief te betrekken, zullen we echter in aanvulling hierop ook andere communicatiemiddelen (laten) ontwikkelen en toepassen.

Website en digitale nieuwsbrief

De projectsite www.noord-holland.nl/omgevingsvisie is het punt waar alle communicatie samenkomt en naar verwijst (digitaal eerst). Met de komst van de nieuwe provinciewebsite beschikken we over verschillende e-participatie tools (forum, poll, enquête e.d.) die ingezet worden. Indien nodig breiden we deze functionaliteiten uit.

De website geeft goed weer wat er in de provincie aan participatie wordt gepleegd met berichten, filmpjes, foto's, weblogs van gedeputeerden en (bekende) Noord-Hollanders.

Geïnteresseerden kunnen zich inschrijven op een digitale nieuwsbrief, die minimaal 4 x per jaar wordt verstuurd. De nieuwsbrief laat de voortgang van het proces zien en deelt inhoud waar mogelijk.

Sociale media

Provincie Noord-Holland beschikt over verschillende social media kanalen:

- Twitter: voor de omgevingsvisie is een aparte twitteraccount in het leven geroepen OmgevingsvisieNH2050@NH2050. Vanuit dit account worden tweets verstuurd, die worden getweet door het account van de provincie (1.700 volgers). Als we oproepen om tweets te versturen over de omgevingsvisie dan is dat met #NH2050.
- Facebook: het account van de provincie (11.500 volgers) wordt ingezet om mensen naar de website te trekken en te attenderen op de publiekscampagne en de participatiemogelijkheden. Er wordt geen aparte facebook pagina in het leven geroepen.
- LinkedIn (5.500): via dit account worden relevante items verspreid en oproepen gedaan aan de professionele doelgroepen.

- Youtube: filmpjes die gemaakt worden tijdens het participatieproces worden op het youtube account van de provincie (260 volgers) gedeeld.

NH Weekbericht

Bevat feitelijke procesinformatie als door Gedeputeerde Staten genomen besluiten. Op het moment dat de verschillende documenten door GS goedgekeurd zijn wordt dit via het weekbericht gedeeld en wordt doorverwezen naar de projectwebsite.

NH-kwartaalblad

Provincie Noord-Holland staat een nieuwe manier van werken voor waarin ze beter laat zien wat ze doet en op welke wijze. Meer samenwerken en meer overlaten aan stakeholders. In het kwartaalblad verschijnen artikelen over de Omgevingswet en de omgevingsvisie.

Naast de verschillende communicatiemiddelen van de provincie zetten we ook extra middelen in of proberen we aan te haken bij andere media en communicatiemiddelen.

Publiekscampagne

In opmaat naar de Koersfase wordt een regionale publiekscampagne gevoerd met inzet van RTV, AT5 media, regionale vervoerders, kranten en sociale media. De publiekscampagne roept op om een bijdrage te leveren aan de omgevingsvisie op de website of tijdens bijeenkomsten. Voor de campagne wordt een concept ontwikkeld dat terugkomt in de verschillende communicatiemiddelen als advertenties, website, filmpjes, maar ook drukwerk als flyers en posters. Door slim media in te kopen, met daarbij aandacht voor de verschillende regio's zorgen we voor een goede dekking.

Daarbij gaan we kijken of we met verschillende media samenwerkingsverbanden aan kunnen gaan zodat zij inhoudelijke content genereren over de omgevingsvisie en het participatieproces.

Noord-Hollanders als afzender

De provincie staat relatief ver van de inwoners af. Door overheden, bedrijfsleven, kennisinstellingen, maatschappelijke organisaties in staat te stellen om zelf afzender te worden van ons verhaal komt het dichterbij de mensen. Zij beschikken vaak over eigen communicatiemiddelen en achterban. Met de komst van het internet en mobiele telefoons zien we zelfs dat individuen een eigen achterban creëren. Hier willen we zoveel mogelijk gebruik van maken:

- Maatschappelijke en belangenorganisaties hebben vaak beperkte capaciteit om content te creëren voor hun eigen achterban. Door hun hierin te ondersteunen en content aan te leveren word ons bereik vergroot.
- In deze tijd van sociale media is het ondenkbaar om film achterwege te laten. Vele jongeren lezen geen kranten en kijken geen televisie meer, maar kijken naar filmpjes en vlogs op youtube. Door hier gebruik van te maken heb je een groter bereik. Een idee is om een bekend vlogger met een grote achterban straatfilmpjes te laten maken over hoe mensen denken dat 2050 er uit ziet of aan te geven wat zij belangrijk vinden.
- Bekende Noord-Hollanders die via hun vakgebied een logische link hebben met de omgevingsvisie inschakelen als afzender. Denk bijvoorbeeld aan een Andre Kuipers als het gaat om duurzaamheid. Dit kan tevens onderdeel zijn van het concept van de publiekscampagne.

