



GROEN
AAN DE BUURT

aan de slag in je omgeving

Verslag

Themabijeenkomst

Groen aan de Buurt Bewonersinitiatieven in tijden van Corona

26 november

Groen aan de Buurt

Leefbare buurten door een groenere leefomgeving. Buren die weer met elkaar in contact komen en met hun omgeving. Landschap Erfgoed Utrecht, IVN Utrecht en Natuur en Milieufederatie Utrecht zien dat steeds meer mensen aan de slag willen met de natuur in hun eigen buurt. Voor mooier groen, meer biodiversiteit, een beter klimaat of gewoon voor de gezelligheid. Onze droom is deze groeiende groep mensen in provincie Utrecht te ondersteunen.

Met het programma Groen aan de Buurt begeleiden en faciliteren we bewoners en overheden bij het realiseren van groene bewonersinitiatieven. Onze aanpak is driedig. We introduceren een participatieve buurtaanpak, waarmee we in elke buurt aan de slag kunnen. Met een voucherregeling stimuleren we zoveel mogelijk kleine initiatieven. En via ons kennisnetwerk verbinden we bewonersinitiatieven met elkaar en zorgen we voor kennisuitwisseling tussen overheden. Juist de samenhang tussen deze drie manieren maakt Groen aan de Buurt tot een succes.

Online themabijeenkomst 26 november 2020

Gedurende de looptijd van het programma organiseren we diverse themabijeenkomsten. De zevende themabijeenkomst vond plaats op 26 november 2020. Een online Webinar over bewonersinitiatieven in tijden van Corona. De Corona maatregelen hebben een groot effect op ons werk. We werken zoveel mogelijk thuis. Collega's en andere mensen met wie we samenwerken spreken we online of telefonisch. Inspraak, participatie, overleg, brainstormen, het gaat allemaal door. We hebben snel veel geleerd. Vooral over de technische (on)mogelijkheden en ervaringen met allerlei tools. Tijdens de bijeenkomst behandelden we de volgende vragen: Wat betekenen de maatregelen voor het samenwerken met bewoners en bewonersinitiatieven? Hoe bereik je deze mensen? Welke participatievorm kies je? Bij de bijeenkomst waren 16 vertegenwoordigers van gemeenten, waterschap HDSR en waterschap Vallei en Veluwe aanwezig. Er deden 8 verschillende gemeenten mee.

Projectleider H el ene Hine trapte de avond af met een update over het programma Groen aan de Buurt. In de gemeenten Lopik en de Ronde Venen start in samenwerking met de gemeenten een Buurtaanpak. De voucherregeling Beleef en Bewonder! gaat volgend jaar 2021 weer open. Daarbij breidt het netwerk Groen aan de Buurt zich steeds verder uit met meer bewoners en gemeenten die actief participeren.

Groen aan de Buurt is een initiatief van IVN Utrecht, NMU en Landschap Erfgoed Utrecht. Provincie Utrecht is opdrachtgever en financier.

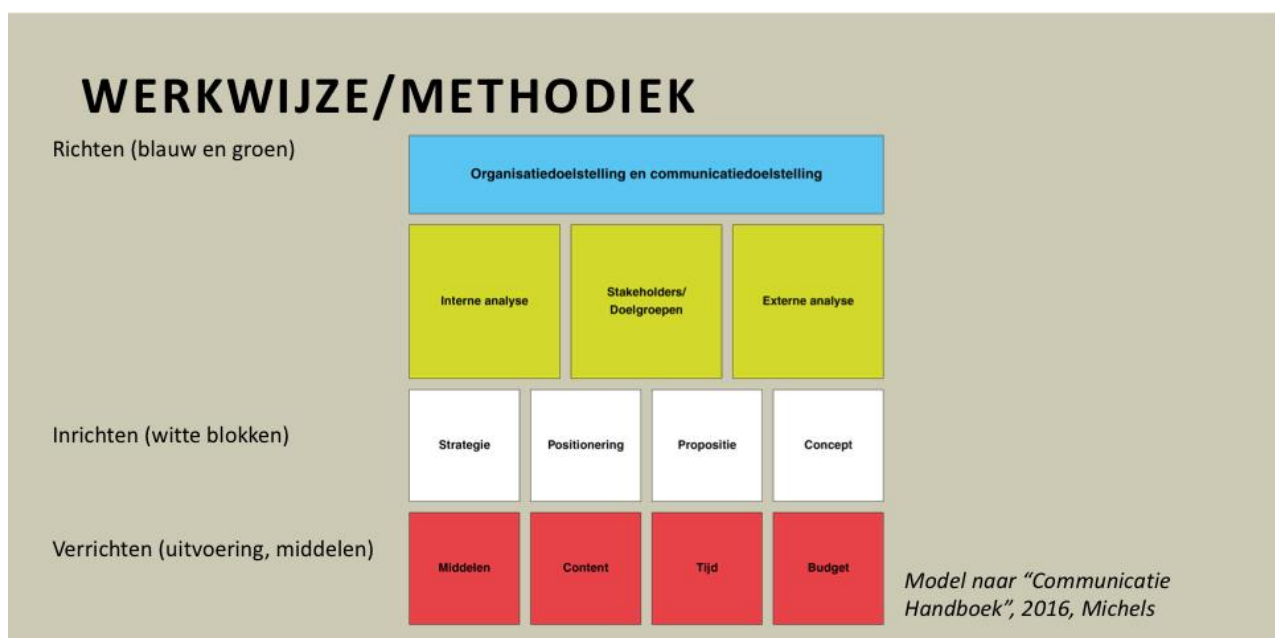
Op zoek naar de stem van je doelgroep

Hoe kom je tot een succesvol verhaal om bewoners te bereiken? Hoe zorg je voor verbinding en breng je mensen in beweging? Welke aanpak en middelen kies je in tijden van corona? Linda Troost (Beaumont Communicatie en Management) vertelde tijdens de bijeenkomst over haar aanpak voor een projectopgave. Hiervoor gebruikt ze de techniek van Michels (2016); richten (doelstelling), inrichten (aanpak) en verrichten (middelen). Deze techniek werkt stapsgewijs toe naar (online) middelen. Juist in tijden van corona is het belangrijk dat je opgave en wat je wilt bereiken helder is en vervolgens een passende aanpak en middelen kiest.

Vaak is er al veel bekend dus ga je vervolgens aan de slag met een interne en externe analyse. Stilstaan bij wat er bekend is (rapporten, SWOT etc.), is de sleutel om een succesvolle aanpak te bedenken. Daarbij kijk je naar je doelgroep. Met wie heb je te maken? Daarvoor kun je de methode van [Brand Strategy Research-model](#) of [Motivaction](#) gebruiken. Door te analyseren leer je je doelgroep kennen. Voor wie doe ik het en hoe moet je hen aanspreken?

Vervolgens ga je nadenken over de strategie. Hoe ga ik de groep bereiken? Hoe ga ik de opgave bereiken? Dit is het moment dat je richting uitvoer gaat. Het is belangrijk om een strategie te kiezen die dicht bij je doelgroep ligt. Voorkom wantrouwen dus zorg dat je zo dicht bij je doelgroep communiceert en denk dus ontvanger gericht. Vraag aan de doelgroep wat werkt. Zijn online bijeenkomsten geschikt of juist niet? Ontwikkel je strategie bijvoorbeeld in coproductie met je doelgroep. En gebruik de energie die er is.

Tot slot kijk je welke middelen, content, tijd en kosten hierbij horen.



Wat is het effect van corona op de strategie?

In deze bijzondere tijd worden bijeenkomsten veelal online georganiseerd. Maar dat is niet voor elke doelgroep geschikt. Iedere doelgroep vraagt een andere aanpak. In een casus die besproken werd, was de doelgroep op hogere leeftijd en het bleek dat bewoners vooral mee wilden doen, omdat ze het leuk vonden om buurtgenoten te ontmoeten. Deze mensen zaten dus niet te wachten op een efficiënte onlinebijeenkomst. Daarom zijn vrijwilligers in kleine groepjes langs de deuren gegaan. Hierbij werd wel via mail toestemming gevraagd aan de doelgroep of ze hiervoor open stonden. Tegelijkertijd zagen ze dat mensen met kinderen juist wel naar online (avond)bijeenkomst komen, omdat dit prettig in te passen is in een druk schema.

Ervaringen met online middelen in Amersfoort

Dimitri van Dam (Waterschap Vallei en Veluwe) en Elke Blänsdorf (tuinontwerpster) vertelden over ervaringen met digitale middelen en wat wel en niet werkte voor Amersfoort Rainproof. Dit is een netwerk

Groen aan de Buurt is een initiatief van IVN Utrecht, NMU en Landschap Erfgoed Utrecht. Provincie Utrecht is opdrachtgever en financier.

van ondernemers, de gemeente Amersfoort en het waterschap dat Amersfoort bestand wil maken tegen de steeds vaker voorkomende hoosbuien, en periodes van hitte en droogte. Er worden activiteiten georganiseerd gericht op particulieren (workshops, groen cafés) en deze zijn omgezet naar coronaproof varianten.

Online workshops:

Er zijn online workshops georganiseerd over het vergroenen en water vasthouden in tuinen. Van te voren is aan de deelnemers gevraagd of ze dit digitaal wilden doen. In groepjes van 5 à 6 deelnemers hebben de deelnemers in korte sessies oplossingen bedacht. Door een goede voorbereiding was interactie mogelijk, omdat mensen van te voren foto's hadden gemaakt die ze konden delen in de groep. Deze bijeenkomsten waren snel vol en een succes. De bijeenkomsten zijn daardoor meerdere keren georganiseerd.

Eerste hulp bij tuinieren in tijden van corona:

Dit was een snelle digitale actie om contact te houden met de doelgroep. Het idee was dat mensen via beeldbellen vragen konden stellen aan specialisten. Dit was aangekondigd via de lokale krant. Helaas werkte deze actie niet. Er waren maar een handje vol aanvragen. Er was bewust gekozen deze actie in De Week van de Groene Tuin te organiseren, zodat ze mee konden liften op deze actie. De actie was kort dag aangekondigd, dus dat zou een verklaring kunnen zijn waarom er maar weinig animo was.

Regenwatercoaches:

Bij deze actie gaven Regenwatercoaches advies aan huis over het vergroenen en water vasthouden in tuinen. Dit traject werd gestart toen de restricties afnamen en het was een groter succes dan vorig jaar met maar liefst 180 adressen waar advies is gegeven. Door de droogte sloot het thema goed aan. De coaches stonden buiten waardoor corona geen drempel was. Dit project kon niet omgezet worden naar een online variant omdat het belangrijk was dat coaches de plek kunnen zien.

De conclusie van deze activiteiten is dat je moet uitproberen wat wel en niet werkt. In dit geval vonden ze digitaal beter dan niets doen. Nood breekt wet. Daarbij zijn er door deze aangepaste activiteiten weer andere doelgroepen bereikt dus het heeft ook nieuwe mogelijkheden geboden.

Naslagwerk met tips praktische tools:

<https://beaumontcommunicatie.nl/onze-ervaringen-5-online-participatie-tips/>

<https://beaumontcommunicatie.nl/wp-content/uploads/2020/04/Online-beslistool-Beaumont-Communicatie.pdf>

<https://www.movisie.nl/publicatie/keuzewijzer-e-tools>

In gesprek over mogelijkheden

In drie break-out rooms gingen we aan de slag om voor verschillende cases het doel, de aanpak en middelen te bepalen om participatie van bewoners te bereiken. In groepjes bespraken we een Klimaatpleinproject in de gemeente Utrechtse Heuvelrug, de Groen aan de Buurtaanpak in Lopik en bewonersparticipatie in een versteende wijk in Baarn. In de groepjes werd het systematisch denken van de techniek van Michels goed toegepast. We sloten gezamenlijk af met een aantal tips:

- Achterhaal de echte vraag. Waarom wil je in deze wijk iets doen?
- Maak concreet wat je wilt bereiken. Wanneer is het een succes?
- Formuleer de propositie: wat spreekt aan? Individualistische benadering vs. collectieve benadering
- Bedenk wie de afzender is.
- Plaats de oproep ook fysiek op de plek waar je aan de slag wilt. Bijv. met afzender wijkregisseur (als die bekend gezicht is in de wijk)
- Pas op voor het gebruik van jargon
- Gebruik beeld / korte tekstjes zodat iedereen mee kan doen.
- Blijf goed contact met bewoners.
- Passie werkt om samen met bewoners wijken groener maken.

Groen aan de Buurt is een initiatief van IVN Utrecht, NMU en Landschap Erfgoed Utrecht. Provincie Utrecht is opdrachtgever en financier.