

Technische vragen raad- en commissieleden aan het college

Datum indiening : 15 maart 2021
Registratienummer : E202109100



Onderwerp: communicatie over de omgevingswet

Aan het college,

Inleiding

Op 1 januari 2022 treedt de Omgevingswet in werking. Al ongeveer 2 jaar wordt vanwege de invoering van de Omgevingswet aan de Omgevingsvisie gewerkt. Deze wordt opgesteld o.a. met input/participatie van inwoners en ondernemers. De omgevingswet gaat veel veranderen op het gebied van ruimtelijke ordening. Het is alleen al om die reden van belang dat inwoners goed worden geïnformeerd rondom het opstellen van de Omgevingsvisie en de uiteindelijke invoering van de Omgevingswet. Echter, op dit moment is de informatieverstrekking rondom dit thema vrij beperkt. Zo kan op de website van de gemeente Heerhugowaard geen aanvullende informatie worden gevonden in tegenstelling tot andere gemeentes.

Voorbeelden:

Heiloo: <https://www.heiloo.nl/plannen-en-projecten/omgevingsvisie-heiloo>

Edam-Volendam: <https://omgevingsvisie.edam-volendam.nl/>

Daarom de volgende technische vragen:

Vragen over communicatie naar inwoners en organisaties rondom (opstellen) omgevingsvisie

1. Waarom is er op de website geen aparte informatiepagina of website waar de stand van zaken staan rondom de Omgevingsvisie/invoering van de Omgevingswet?
2. Worden inwoners en organisaties op de hoogte gehouden m.b.t. de nieuwste ontwikkelingen van de omgevingsvisie? Zo ja, gebeurt dit regelmatig en hoe gebeurt dit? Zo nee, waarom gebeurt dit niet?
3. Welke communicatiemiddelen worden ingezet om onze inwoners op een juiste wijze te informeren?
4. Waar kunnen inwoners, organisaties en ondernemers terecht voor hun vragen omtrent de nieuwe Omgevingsvisie?

Vragen over communicatie naar inwoners en organisaties rondom invoering Omgevingswet

5. Hoe worden de inwoners en organisaties in Heerhugowaard komend jaar geïnformeerd over de wijzigingen die zullen optreden als gevolg van de invoering van de omgevingswet? Is hiervoor een communicatieplan opgesteld?
 - a. Zo ja, kan het college daar inzage in geven?
 - b. Zo nee, is het college voornemens om dit alsnog op te stellen?
 - i. Zo ja, wanneer is die gereed?
 - ii. Zo nee, waarom niet?

Milo Poland
D66 Dijk en Waard

Antwoord van het college

I

Reactie

Ja, er is een communicatieplan opgesteld. In het communicatieplan staan de volgende uitgangspunten:

Situatieschets Communicatie

De invoering van de Omgevingswet en de totstandkoming van de omgevingsvisie zijn een voortdurend, steeds veranderend proces. De communicatie is daarom flexibel en agile maar vooral: uitnodigend.

We onderscheiden externe en interne doelgroepen voor de communicatie. Hieronder een overzicht van de doelgroepen en wat het resultaat van communicatie voor hen moet zijn. De communicatie-uitingen vanuit het programma Invoering Omgevingswet worden op elkaar afgestemd, zodat het duidelijk is dat het om hetzelfde programma gaat en de aandachtsgebieden een onderdeel zijn van een grote verandering in de organisatie. Op deze manier is de communicatieaanpak ondersteunend aan de programma-aanpak.

Intern

- Raad/B&W/raadsmeedenkgroep: zijn op de hoogte, voelen zich betrokken, hebben het gevoel van urgentie, hebben er vertrouwen in, verliezen de invoering van de Omgevingswet niet uit het zicht door de fusie, weten wat gedeeld eigenaarschap betekent.
- MT: is op de hoogte, is meegenomen in gedeeld eigenaarschap, levert capaciteit voor de uitvoering van de zes projecten binnen het programma Invoering Omgevingswet en de bijbehorende opleidingen/trainingen.
- Inhoudelijk betrokken medewerkers (professionals): zijn op de hoogte, zijn actief betrokken, voelen zich gezamenlijk verantwoordelijk, voelen zich gehoord.
- Alle andere medewerkers: zijn op de hoogte.

Extern

- Andere overheden/ketenpartners: weten welke rol zij hebben, wat de rol van de gemeente is en dat de intentie is om constructief samen te werken.
- Experts/professionals: voelen zich mede-eigenaar en zijn ambassadeur voor 'de samenleving aan zet'.
- Georganiseerde bewoners: voelen zich uitgenodigd om mee te denken over de visie en werkprocessen en zorgen voor draagvlak.
- Alle inwoners/bedrijven/maatschappelijke organisaties: weten dat ze op een korte termijn duidelijkheid krijgen over de haalbaarheid van een plan en relevante randvoorwaarden en weten dat zij zelf moeten zorgen voor afstemming met de omgeving. Ze zijn op de hoogte van de visie. Onderstaande uitgangspunten zijn leidend in de communicatiestrategie voor de invoering van de Omgevingswet:

Het verhaal van het programma (storytelling)



We redeneren niet vanuit de Omgevingswet maar vanuit de achterliggende gedachte. Niet vanuit de regels en wetten die veranderen, maar vanuit de werkwijze: de reden waarom de Omgevingswet wordt ingevoerd. Zo weinig en zo eenvoudig mogelijke kaders en regels zijn dan een logisch gevolg. De kracht zit in de herhaling. Herhalen van de boodschap: waarom doen we dit? Het belang en de urgentie – het programmaverhaal van de Omgevingswet –

moet duidelijk zijn en in iedere uiting herhaald worden. Een 'praatplaat' voor het Programma Omgevingswet ondersteunt gesprekken.

Veranderende rollen voor alle partijen



de achterliggende boodschap? Welke zorgen hebben ze?

We communiceren niet vanuit het programma, maar vanuit de partners met wie we te maken hebben. Per fase wordt daarom een belangenanalyse gemaakt: wat zijn voor de betrokken partijen de belangrijkste voor- en nadelen van deze verandering? Wat beweegt hen om te veranderen of wat beweegt hen juist tot stilstand? Wat is

Extern winnen is intern beginnen



We hanteren een olievlekbenadering vanuit onszelf. Als wij goed begrijpen wat de bedoeling is van de Omgevingswet en wat dat voor ons (bestuur en medewerkers) betekent dan kan open het gesprek gevoerd worden met de ketenpartners en de samenleving over de diverse behoeften. Interne communicatie gaat daarom altijd voor externe communicatie.

Aansluiting op fusie en andere ontwikkelingen



Er wordt aangesloten bij bestaande ontwikkelingen daar waar raakvlakken zitten vanuit de bedoeling van de Omgevingswet. Dit heeft verschillende voordelen: de samenwerking wordt bevorderd, het biedt kansen om te experimenteren en de 'gewenste nieuwe norm' wordt breed als een olievlek verspreid door de medewerkers in de teams. Dit heeft een positief effect op gedrags- en cultuurverandering.

Uitnodigend



bieden voor het gesprek.

De communicatie rondom de Omgevingswet is uitnodigend. Ons uitgangspunt is immers: Ja, mits. We nodigen mensen uit mee te denken en mee te doen. Bij alle communicatie-uitingen is dit het uitgangspunt.

Het programmateam moet beschikbaar en vindbaar zijn voor samenleving, ketenpartners en de medewerker en bestuur en ruimte