

**Digitale communicatie
rijke groenblauwe leefomgeving
Zuid-Holland**
Opdrachtgever: Provincie Zuid-Holland
Rapportage



Bezuidenhoutseweg 50 | 2594 AW Den Haag | 070 3040114 | info@milieufederatie.nl | www.milieufederatie.nl

Inhoud

Rapportage

1. Aanleiding.....	3
2. Digitale behoefte peiling	3
3. Verdiepingsbijeenkomst.....	4
4. Aanbevelingen.....	4

1. Aanleiding

In juni 2017 vonden drie werkateliers rijke groenblauwe leefomgeving (GBL) plaats in Gouda, Zoetermeer en Dordrecht. Tijdens deze bijeenkomsten zijn maar liefst 50 deals ontstaan. Uit de deals bleek dat diverse partijen behoefte hebben aan digitale communicatie rond de ambitie om tot de meest rijke groenblauwe leefomgeving in Zuid-Holland te komen. Er is een enquête gehouden onder de betrokkenen bij de werkateliers GBL om hun behoeften verder te inventariseren en concretiseren. De uitkomsten daarvan zijn in een verdiepingsbijeenkomst besproken om vandaaruit de provincie te adviseren over de verdere invulling van de digitale communicatie. De behoeftepeiling is uitgevoerd onder een honderdtal betrokken uit het netwerk rond de groenblauwe leefomgeving in Zuid-Holland. Daarvan hebben 42 de peiling ingevuld.

2. Digitale behoefte peiling

Als het gaat om *communicatiedoelen* bij het bereiken van een groenblauwe leefomgeving, vindt het merendeel van de respondenten belangrijk: het verstrekken van informatie daarover; het creëren van draagvlak ervoor en het uitwisselen van ideeën, kennis en ervaring over de groenblauwe leefomgeving. Bij de thema's die van belang worden gevonden zijn dat: behoud en beheer van natuur; een gezonde leefomgeving en recreatie; landschap, landbouw en erfgoed. Overigens lag bij het belang van de thema's de uitslag heel dicht bij elkaar. In de enquête is gewerkt met een gewogen gemiddelde, dus de vierpuntsschaal die is gehanteerd van belangrijk naar onbelangrijk wordt mede gewaardeerd op hoeveel mensen welke antwoordcategorie hebben ingevuld.

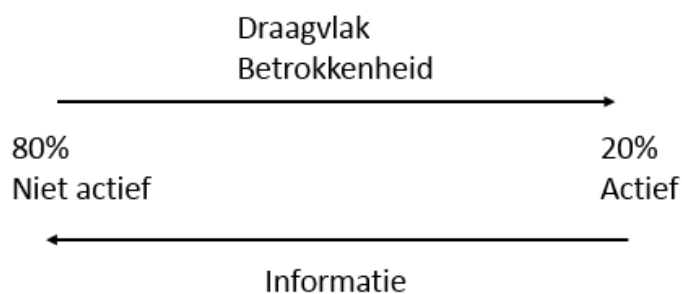
De belangrijkste *doelgroepen* die respondenten bij digitale communicatie over de groenblauwe leefomgeving van belang vinden zijn achtereenvolgens burgers, maatschappelijke organisaties en bedrijven. Achteraf had hier de enquête meer onderscheid moeten maken, want burgers als geheel is iedereen en dus onvoldoende onderscheidend. Bij de vraag naar de door respondenten gebruikte communicatiemiddelen lijkt het erop dat deze vooral gebruikt worden om zich te informeren/op de hoogte te blijven van ontwikkelingen. Wat namelijk opvalt, ook bij volgende vragen, is dat vooral (digitale) nieuwsbrieven en websites worden benoemd. App's worden wel persoonlijk maar niet als organisatie veel gebruikt. Email wordt zowel persoonlijk als binnen de organisatie het belangrijkste communicatiemiddel gevonden.

Bij de behoefte aan *communicatiemiddelen* bij het werken aan een rijke groenblauwe leefomgeving worden vooral de behoefte aan een interactieve kaart, nieuwsbrieven en een digitaal loket/helpdesk genoemd. Zeker de eerste en laatste verschillen van met het huidige gebruik aan communicatiemiddelen en zijn interessant om over door te praten. Immers, hoe ziet dat er dan uit en hoe gaat dat dan waartoe helpen? Zie ook de eerder genoemde communicatiedoelen als informeren, draagvlak creëren en uitwisseling mogelijk maken. Gaat dit primair over meedenken met beleid mogelijk maken of om faciliteren/stimuleren van meedoen? Dat gaan we in de discussie verder proberen uit te diepen.

3. Verdiepingsbijeenkomst

In de bijlage staat een verslag van de verdiepingssbijeenkomst. Een belangrijke conclusie waarop door kan worden gebouwd is dat van alle inwoners van Zuid-Holland maximaal circa 20% ook echt actief mee willen doen als het gaat om de groenblauwe leefomgeving. De rest kan of wil niet actief meedoen, maar (!) heeft wel een behoefte aan informatie.

Het doel van de digitale communicatie moet zijn om voor de 80% van de mensen die niet actief zullen worden te zorgen dat zij enerzijds op de hoogte zijn en zij daarnaast, als ze dat toch zouden willen, de mogelijkheid hebben om ook mee te denken. De overige 20% heeft vooral behoefte aan het stimuleren en faciliteren van hun activiteiten via digitale communicatie. Het doel is dus wel om handelingsperspectief te bieden, maar 80% zal geen gebruik gaan maken van die mogelijkheid.



Gemeenten zouden een belangrijke rol kunnen spelen bij het doorgeven aan informatie aan de burger. Zij staan immers op het lokale niveau aan de lat en zouden dus ook de vertaalslag moeten maken van het provinciale niveau naar lokaal niveau.

4. Aanbevelingen

Op basis van de enquête en de verdiepingsbijeenkomst worden de volgende conclusies getrokken en aanbevelingen voor het vervolg gedaan:

- Het onderscheid tussen de 80% niet-actieven en 20% actieven is structurerend voor de digitale communicatie. De 20% actieven moeten worden gefaciliteerd in actief/actiever zijn en kunnen dienen als bron van informatie voor de 80% niet-actieven. Deze wisselwerking zou een hoofdrol moeten spelen in de verdere te nemen stappen richting het ontwikkelen van communicatiemiddelen en een communicatiestrategie.
- Om de 80% niet-actieven van informatie te voorzien vanuit de 20% actieven is het een randvoorwaarde dat de 20% actieven hun informatie willen delen. Het is daarom van belang om na te gaan onder welke voorwaarden, zoals voldoende middelen en capaciteit, deze 20% actieven informatie willen aanleveren.
- Er zijn al een aantal bestaande middelen die min of meer volgens dit 80% / 20% principe werken of hier een rol in zouden kunnen gaan spelen, bijvoorbeeld de interactieve kaart van de Groene Motor of de buurtapp Next Door. Het is daarom raadzaam om te inventariseren welke bestaande middelen er zijn en of en hoe deze middelen gebruikt zouden kunnen worden bij de verdere versterking van de digitale communicatie via de gekozen strategie.

- Er wordt opgemerkt dat de communicatie bij gemeenten en provincie nu nog te intern gericht zijn in plaats van op de burger die in staat moet worden gesteld om mee te denken (werkwijze Omgevingswet). De inzet op digitale communicatie met betrekking tot de groenblauwe leefomgeving kan dus ook benut worden voor het teweeg brengen van een cultuuromslag binnen overheden met betrekking tot hun omgang met burgers.

Vervolg

Voor de totstandkoming van de visie op de groenblauwe leefomgeving vindt eind maart 2018 een 'broedweek' plaats waarin de visie en de bijbehorende uitvoeringsagenda verder worden vormgegeven. Daarbij worden ook de resultaten van deze bijeenkomst en het idee om een app te ontwikkelen meegenomen. NMZH stelt voor in deze week een workshop te organiseren om dit samen met (toekomstige) gebruikers verder vorm te geven. In ieder geval wil de provincie niet volledig zelf aan de lat staan om tot een dergelijke app te komen en deze te onderhouden, daar zullen partners ook actief aan mee moeten doen zodat het een gezamenlijk product wordt en blijft.

Bijlage 1, bij rapportage Digitale communicatie rijke groenblauwe leefomgeving

Verslag van de verdiepingsbijeenkomst met betrokkenen over behoeften rond digitale communicatie 22 februari 2018

Deelnemers:

- Lotte Blanken, ZHL, De Groene Motor
- Martina Meerkerk, LTO Noord Krimpenerwaard
- Petra Vos, LTO Noord Krimpenerwaard
- Wout van der Slikke, ZHL, De Groene Motor
- Eric Wisse, St. Duinbehoud
- Jan Helder, PAL
- Peter Hegi, AVN
- Gert Jan Oelderik (DDK)
- Peggy-Ann de Ridder, Provincie Zuid-Holland
- Tirza Molegraaf, Provincie Zuid-Holland
- Jan Kastje (NMZH)
- Susanne Kuijpers (NMZH)

Inleiding

Jan Kastje heet iedereen welkom namens de Provincie Zuid-Holland en de Natuur en Milieufederatie Zuid-Holland. Hierna volgt een voorstelrondje.

Aanleiding

Vervolgens geeft Susanne Kuijpers een presentatie waarin de aanleiding van de bijeenkomst geschetst wordt. De Provincie Zuid-Holland is namelijk bezig om samen met partners een nieuwe visie op de groenblauwe leefomgeving op te stellen. Het is nodig om tot een nieuwe visie te komen vanwege enerzijds diverse maatschappelijke en ruimtelijke ontwikkelingen zoals de woningbouwopgave en de energietransitie. Anderzijds geven een aantal beleidsmatige ontwikkelingen aanleiding om het provinciale beleid ten aanzien van de groenblauwe leefomgeving te actualiseren, bijvoorbeeld de inwerkingtreding van de Wet natuurbescherming, de Omgevingswet en de doelen vanuit het Natuurpact. Voor de nieuwe visie op de groenblauwe leefomgeving zijn inmiddels zes opgaven benoemd, te weten gezondheid, stad, economie, participatie, landschap & erfgoed en bescherming en beheer. Wanneer de groenblauwe leefomgeving in Zuid-Holland vergeleken wordt met andere provincies, dan valt op de natuur- en recreatiegebied relatief schaars is in Zuid-Holland, zeker als dit in oppervlak per inwoner gezien wordt. Dit maakt het belang van de groenblauwe leefomgeving in Zuid-Holland des te groter. Als het gaat om (het vergroten van) betrokkenheid bij de groenblauwe leefomgeving, dan kan onderscheid worden gemaakt tussen informeren, meedenken van meedoen door belanghebbenden. Hier kan op veel verschillende manieren invulling aan gegeven worden: van meedenken over de totstandkoming en voortgang van beleid tot initiatieven om meer groen te realiseren tot het verzamelen van gegevens over de groenblauwe leefomgeving (citizen science). Ook de doelgroepen voor deze betrokkenheid zijn veelzijdig, van individuele inwoners tot maatschappelijke organisaties en bedrijven. Het is voor inzet op digitale communicatie dus belangrijk om helder te hebben welke doelgroep met welk doel benaderd wordt.

Enquete

Voorafgaand aan de bijeenkomst is een digitale enquête gehouden onder de betrokkenen bij de visie op de groenblauwe leefomgeving om zicht te krijgen op doelen en doelgroepen ten aanzien van digitale communicatie. Jan Kastje ligt de resultaten van en enkele observaties bij de enquête toe. Het doel van de enquête was om na te gaan wat het huidige gebruik van en de behoefte aan digitale communicatie(middelen) is onder allerlei mensen die zich om uiteenlopende redenen, beleidsmatig of meer praktisch, inzetten voor een rijke groenblauwe leefomgeving. De enquête is uitgezet via surveymonkey onder ruim honderd mensen, daarvan hebben 42 de enquête ingevuld.

Als het gaat om communicatiedoelen bij het bereiken van een groenblauwe leefomgeving, vindt het merendeel van de respondenten belangrijk: het verstrekken van informatie daarover; het creëren van draagvlak ervoor en het uitwisselen van ideeën, kennis en ervaring over de groenblauwe leefomgeving. Bij de thema's die van belang worden gevonden zijn dat: behoud en beheer van natuur; een gezonde leefomgeving en recreatie; landschap, landbouw en erfgoed. Overigens lag bij het belang van de thema's de uitslag heel dicht bij elkaar. In de enquête is gewerkt met een gewogen gemiddelde, dus de vierpuntsschaal die is gehanteerd van belangrijk naar onbelangrijk wordt mede gewaardeerd op hoeveel mensen welke antwoordcategorie hebben ingevuld. De thema's overlappen voor een deel de ruimtelijke opgaven zoals door Susanne Kuipers benoemd.

De belangrijkste doelgroepen die respondenten bij digitale communicatie over de groenblauwe leefomgeving van belang vinden zijn achtereenvolgens burgers, maatschappelijke organisaties en bedrijven. Achteraf had hier de enquête meer onderscheid moeten maken, want burgers als geheel is iedereen en dus onvoldoende onderscheidend. Bij de vraag naar de door respondenten gebruikte communicatiemiddelen lijkt het erop dat deze vooral gebruikt worden om zich te informeren/op de hoogte te blijven van ontwikkelingen. Wat namelijk opvalt, ook bij volgende vragen, is dat vooral (digitale) nieuwsbrieven en websites worden benoemd. App's worden wel persoonlijk maar niet als organisatie veel gebruikt. Email wordt zowel persoonlijk als binnen de organisatie het belangrijkste communicatiemiddel gevonden.

Bij de behoefte aan communicatiemiddelen bij het werken aan een rijke groenblauwe leefomgeving worden vooral de behoefte aan een interactieve kaart, nieuwsbrieven en een digitaal loket/helpdesk genoemd. Zeker de eerste en laatste verschillen van met het huidige gebruik aan communicatiemiddelen en zijn interessant om over door te praten. Immers, hoe ziet dat er dan uit en hoe gaat dat dan waartoe helpen? Zie ook de eerder genoemde communicatiedoelen als informeren, draagvlak creëren en uitwisseling mogelijk maken. Gaat dit primair over meedenken met beleid mogelijk maken of om faciliteren/stimuleren van meedoen? Dat gaan we in de discussie verder proberen uit te diepen.

Discussie

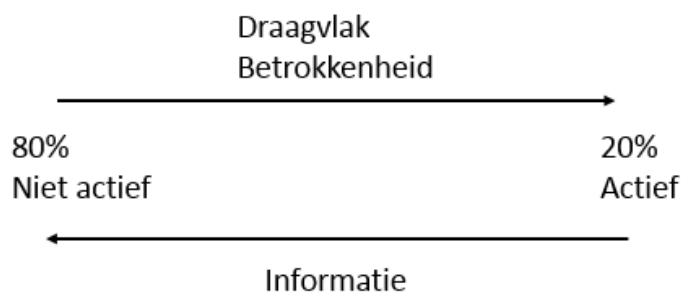
Na de presentaties vult Gert Jan Oelderik, expert op het gebied van digitale communicatie, aan met zijn visie op de kansen en mogelijkheden omtrent digitale communicatie in relatie tot de visie op de groenblauwe leefomgeving. Gert Jan geeft aan dat de geografische locatie, Zuid-Holland, de bindende factor is voor de doelgroep. Het gaat dan om het lokale niveau. Je kunt burgers en andere belanghebbenden wel onderverdelen in klassen of categorieën, maar behoeften op het gebied van woonniveau zijn voor iedereen gelijk. Van alle inwoners van Zuid-Holland zal maximaal circa 20% ook

echt actief mee willen doen als het gaat om de groenblauwe leefomgeving. De rest kan of wil niet actief meedoen, maar heeft wel een behoefte aan informatie. Het is dus belangrijk om deze twee groepen (20% en 80%) van elkaar te onderscheiden.

De 80% die niet actief mee wil doen, heeft wel behoefte aan informatie, maar komt die informatie niet zelf ophalen. Maar pas op, als mensen niet tijdig of op een goede manier worden geïnformeerd over wat er vooral in hun omgeving plaatsvindt, loop je het risico van het verwijt 'er wordt wel over ons maar niet met ons gecommuniceerd'. Die informatie zal dus actief en direct aangeboden moeten worden, bijvoorbeeld via nieuwsbrieven, een push melding vanuit een app, nieuwsbrieven etc. Die informatie moet vooral gaan over de eigen, directe leefomgeving en tijdig en specifiek zijn. Hoe dichterbij, hoe belangrijker de informatie veelal is voor de doelgroep. Zij moeten dus alleen voorzien worden van informatie, wanneer dat voor hen ook echt relevant is. Dat kan dus bijvoorbeeld via een app die je één keer installeert en waarin je dan je postcode opgeeft en die je vervolgens via een push melding laat weten als er iets relevants gebeurt in je eigen, directe leefomgeving. Via teasers zouden mensen verleid moeten worden om de app te installeren. Het is belangrijk dat de informatie vanuit de app toegankelijk en makkelijk te begrijpen is. Nu is veel informatie vanuit de overheid over natuur en milieu te ingewikkeld. Belangenorganisaties of 'influencers' kunnen een belangrijke rol spelen bij het duiden en versterken van informatie.

Het doel van de digitale communicatie is om voor de 80% van de mensen die niet actief zullen worden te zorgen dat zij enerzijds op de hoogte zijn en zij daarnaast, als ze dat toch zouden willen, de mogelijkheid hebben om ook mee te denken. De overige 20% heeft vooral behoefte aan het stimuleren en faciliteren van hun activiteiten via digitale communicatie. Het doel is dus wel om handelingsperspectief te bieden, maar 80% zal geen gebruik gaan maken van die mogelijkheid. Misschien is op deze manier een doelenvolgorde op te stellen. Het 1) om informeren, waarmee (het gevoel van) op de hoogte te zijn en meedenken mogelijk wordt gemaakt. Daarnaast om 2) het mogelijk maken van faciliteren en stimuleren van deelname door het aanbieden van specifieke informatie en handelingsmogelijkheden. En tot slot 3) mensen die al actief zijn vast te houden, verder uit te dagen en aan te zetten tot delen van informatie en ervaringen (die weer uitnodigend kan zijn voor hen die nog niet actief zijn).

Vanuit de deelnemers wordt benadrukt dat het wel belangrijk blijft om niet te vergeten om de mensen die al actief zijn voldoende te faciliteren op het gebied van digitale communicatie. Zij zijn nu volop bezig met allerlei initiatieven, maar weten vaak van elkaar niet voldoende waar ze mee bezig zijn. Door die initiatieven meer zichtbaar te maken kunnen ze meer met elkaar verbonden worden en daardoor aan kracht winnen. Vanuit De Groene Motor wordt aangegeven dat er al een platform 'Zelf doen in erfgoed en groen' is dat een dergelijke functie heeft. Daar zouden dus zoveel mogelijk initiatieven op aangesloten moeten worden, deze interactieve kaart is nu nog te onbekend. En de visie op de groenblauwe leefomgeving zou hieraan gekoppeld kunnen worden als overkoepelende inspiratiebron. Dit kan dan vervolgens een bron van informatie vormen voor het informeren van de 80% die niet actief is (zie figuur 1). Om de informatie vanuit de 20% actieven aantrekkelijk te maken voor de 80% niet actieven, is een redactie nodig.



Figuur 1: Schematische weergaven van wisselwerking tussen actieve en niet-actieve burgers

Gemeenten zouden een belangrijke rol kunnen spelen bij het doorgeven aan informatie aan de burger. Zij staan immers op het lokale niveau aan de lat en zouden dus ook de vertaalslag moeten maken van het provinciale niveau naar lokaal niveau.

Om een en ander concreet te maken, wordt nagegaan wat deze aanpak zou kunnen betekenen voor de aanwezige melkveehouders uit de Krimpenerwaard. Zij geven aan dat de grootste zorg op dit moment in dit gebied is de stroperige gang van zaken rond de realisatie van natuur. Dit ligt hier heel gevoelig waardoor actief inzetten op digitale communicatie in dit gebied nu lastig is. Op de langere termijn liggen er wellicht wel kansen, juist ook om te laten zien dat boeren hier een belangrijke bijdrage leveren aan diverse maatschappelijke doelen. De groenblauwe visie kan dan juist dienen als overkoepelend gedeeld toekomstbeeld waar processen op gebiedsniveau zoals in de Krimpenerwaard in passen.

Conclusies en aanbevelingen

Op basis van de discussie worden de volgende conclusies getrokken en aanbevelingen voor het vervolg gedaan:

- Het onderscheid tussen de 80% niet-actieven en 20% actieven is structurerend voor de digitale communicatie. De 20% actieven moeten worden gefaciliteerd in actief/actiever zijn en kunnen dienen als bron van informatie voor de 80% niet-actieven. Deze wisselwerking zou een hoofdrol moeten spelen in de verdere te nemen stappen richting het ontwikkelen van communicatiemiddelen en een communicatiestrategie.
- Om de 80% niet-actieven van informatie te voorzien vanuit de 20% actieven is het een randvoorwaarde dat de 20% actieven hun informatie willen delen. Het is daarom van belang om na te gaan onder welke voorwaarden, zoals voldoende middelen en capaciteit, deze 20% actieven informatie willen aanleveren.
- Er zijn al een aantal bestaande middelen die min of meer volgens dit 80% / 20% principe werken of hier een rol in zouden kunnen gaan spelen, bijvoorbeeld de interactieve kaart van de Groene Motor of de buurtapp Next Door. Het is daarom raadzaam om te inventariseren welke bestaande middelen er zijn en of en hoe deze middelen gebruikt zouden kunnen worden bij de verdere versterking van de digitale communicatie via de gekozen strategie.
- Er wordt opgemerkt dat de communicatie bij gemeenten en provincie nu nog te intern gericht zijn in plaats van op de burger die in staat moet worden gesteld om mee te denken (werkwijze Omgevingswet). De inzet op digitale communicatie met betrekking tot de

groenblauwe leefomgeving kan dus ook benut worden voor het teweeg brengen van een cultuuromslag binnen overheden met betrekking tot hun omgang met burgers.

Vervolg

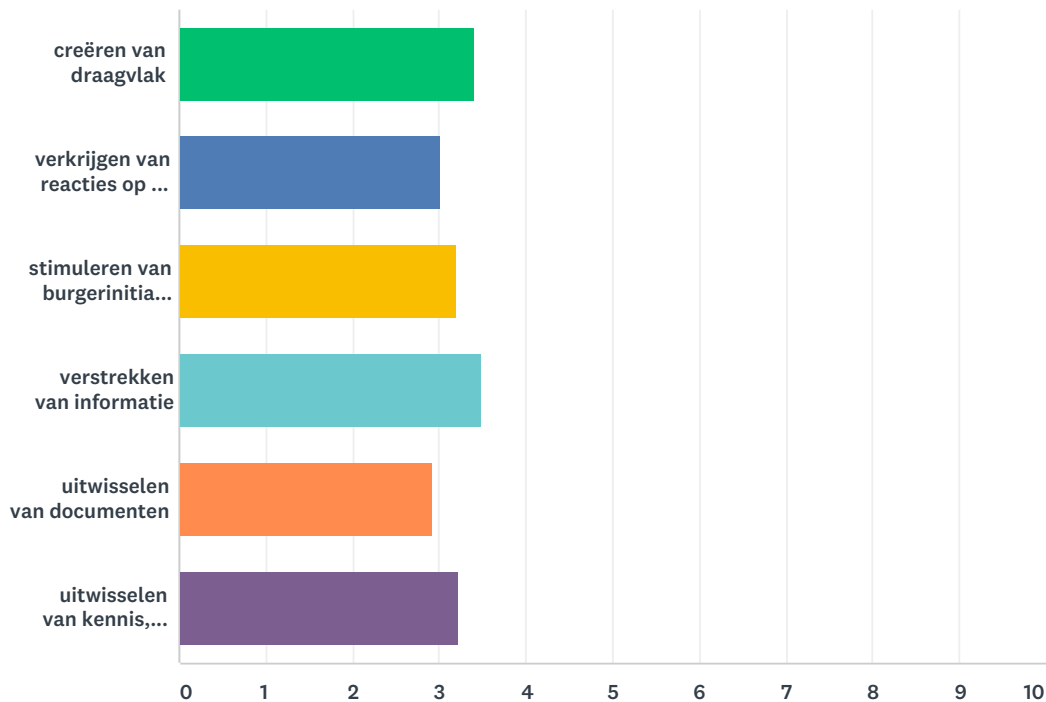
Voor de totstandkoming van de visie op de groenblauwe leefomgeving vindt eind maart een 'broedweek' plaats waarin de visie en de bijbehorende uitvoeringsagenda verder worden vormgegeven. Daarbij worden ook de resultaten van deze bijeenkomst en het idee om een app te ontwikkelen meegenomen. NMZH stelt voor in deze week een workshop te organiseren om dit samen met (toekomstige) gebruikers verder vorm te geven. In ieder geval wil de provincie niet volledig zelf aan de lat staan om tot een dergelijke app te komen en deze te onderhouden, daar zullen partners ook actief aan mee moeten doen zodat het een gezamenlijk product wordt en blijft. De deelnemers zullen op de hoogte gehouden worden van eventuele vervolgstappen.

Bijlagen

- Resultaten digitale enquête over behoeften digitale communicatie groenblauwe leefomgeving
- Sheets inleidende presentaties bijeenkomst 22 februari

Q1 Digitale communicatie kan helpen bij het creëren van een rijke groenblauwe leefomgeving. Welke communicatiedoelen vindt u belangrijk met het oog op een rijke groenblauwe leefomgeving?

Beantwoord: 41 Overgeslagen: 1

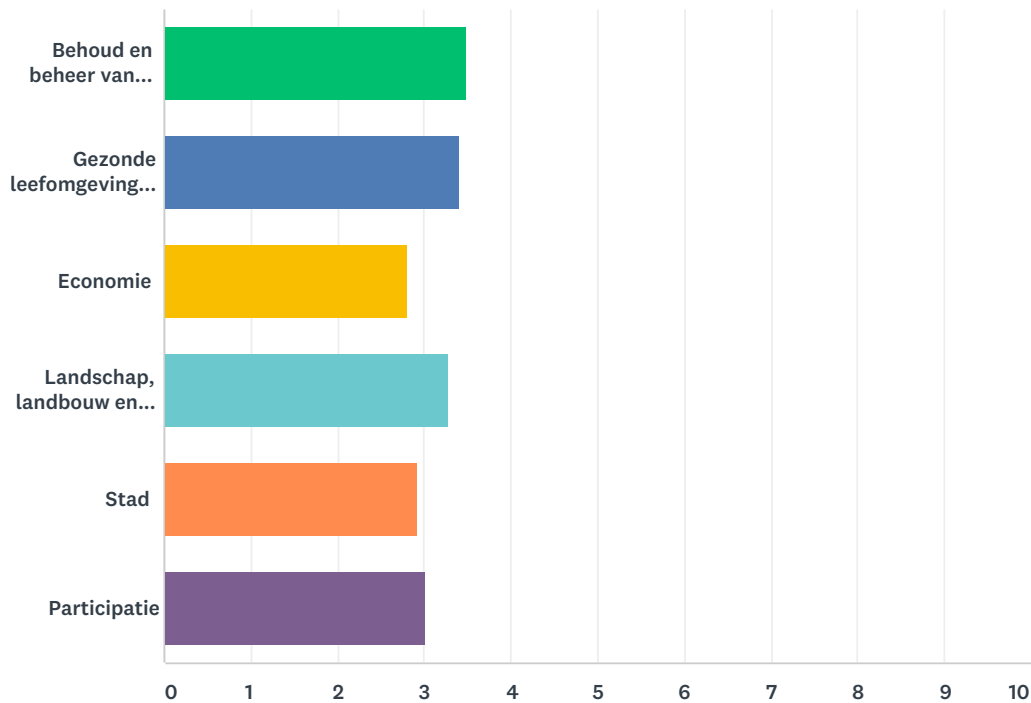


	ZEER ONBELANGRIJK	ONBELANGRIJK	BELANGRIJK	ZEER BELANGRIJK	TOTAAL	GEWOGEN GEMIDDELDE
creëren van draagvlak	0,00% 0	7,50% 3	42,50% 17	50,00% 20	40	3,42
verkrijgen van reacties op het beleid	2,44% 1	7,32% 3	75,61% 31	14,63% 6	41	3,02
stimuleren van burgerinitiatieven	2,44% 1	9,76% 4	53,66% 22	34,15% 14	41	3,20
verstrekken van informatie	0,00% 0	2,44% 1	46,34% 19	51,22% 21	41	3,49
uitwisselen van documenten	2,44% 1	17,07% 7	65,85% 27	14,63% 6	41	2,93
uitwisselen van kennis, ideeën en ervaringen	0,00% 0	9,76% 4	58,54% 24	31,71% 13	41	3,22

#	INDIEN U ANDERE DOELEN BELANGRIJK VINDT DIE NIET GENOEMD ZIJN, KUNT U DIE HIER VERMELDEN.	DATUM
1	komen tot betere voorzieningen en beheer die aansluiten op de wensen van de mensen	5-2-2018 16:07
2	Het ontdekken van bestaande beleidskaders, intenties (ook van overheden), visies en projecten/initiatieven, ter inspiratie, als uitgangsbasis of om je concreet bij aan te sluiten, zowel als vrijwilliger als bedrijf. Afstemmen vraag en aanbod, kan concrete vraag van bedrijf zijn.	4-2-2018 13:53
3	rapporteren monitoring van beleidsdoelen	31-1-2018 17:47

Q2 Digitale communicatie kan zich op verschillende thema's richten. Welke thema's vindt u belangrijk met het oog op een rijke groenblauwe leefomgeving?

Beantwoord: 41 Overgeslagen: 1



	ZEER ONBELANGRIJK	ONBELANGRIJK	BELANGRIJK	ZEER BELANGRIJK	TOTAAL	GEWOGEN GEMIDDELDE
Behoud en beheer van natuur	0,00% 0	2,44% 1	46,34% 19	51,22% 21	41	3,49
Gezonde leefomgeving en recreatie	0,00% 0	2,44% 1	53,66% 22	43,90% 18	41	3,41
Economie	4,88% 2	21,95% 9	60,98% 25	12,20% 5	41	2,80
Landschap, landbouw en erfgoed	0,00% 0	7,32% 3	56,10% 23	36,59% 15	41	3,29
Stad	2,44% 1	14,63% 6	70,73% 29	12,20% 5	41	2,93
Participatie	2,44% 1	17,07% 7	56,10% 23	24,39% 10	41	3,02

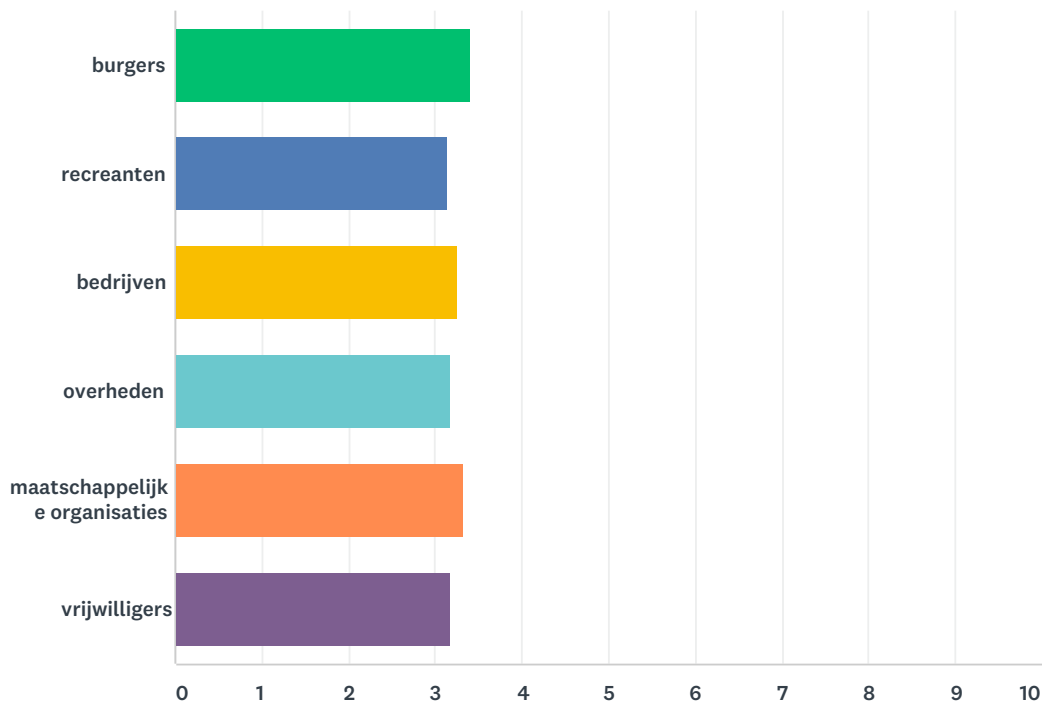
#	INDIEN U EEN ANDERE THEMA'S BELANGRIJK VINDT, DIE NIET GENOEMD ZIJN, KUNT U DIE HIER VERMELDEN.	DATUM
1	kwaliteit van de infrastructuur/mobiliteit in relatie met landschappelijke kwaliteit	9-2-2018 15:05
2	verbinding groenblauwe leefomgeving met de stad via veilige wegen voor langzaam verkeer dwz wandelen en fietsen en varen.	8-2-2018 11:34
3	samenspel stad en landschap	5-2-2018 16:07

Digitale Communicatie Groenblauwe Leefomgeving

4	Participatie is wel heel ruim. Denk daarbij ook aan monitoring flora- en fauna (laagdrempelig geworden). Verder innovatieplatform duurzaamheid. Kaartmateriaal vindbaar maken. Loketten voor hulp bij initiatieven (stroomlijnen samenwerking/communicatie, waar haal ik expertise/financiering). Waar vind ik info over bodem/vervuilingen, etc.	4-2-2018 13:53
5	Jammer dat Landschap, erfgoed en landbouw bij elkaar genomen zijn. Hiermee is de hetgeen beschermd moet worden samengenomen met hetgeen dit aantast.	2-2-2018 11:10
6	de verbinding tussen de thema's zijn zeer belangrijk	31-1-2018 18:06

Q3 Digitale communicatie kan gericht zijn op verschillende doelgroepen. Welke doelgroepen zijn volgens u belangrijk met het oog op een rijke groenblauwe leefomgeving?

Beantwoord: 41 Overgeslagen: 1

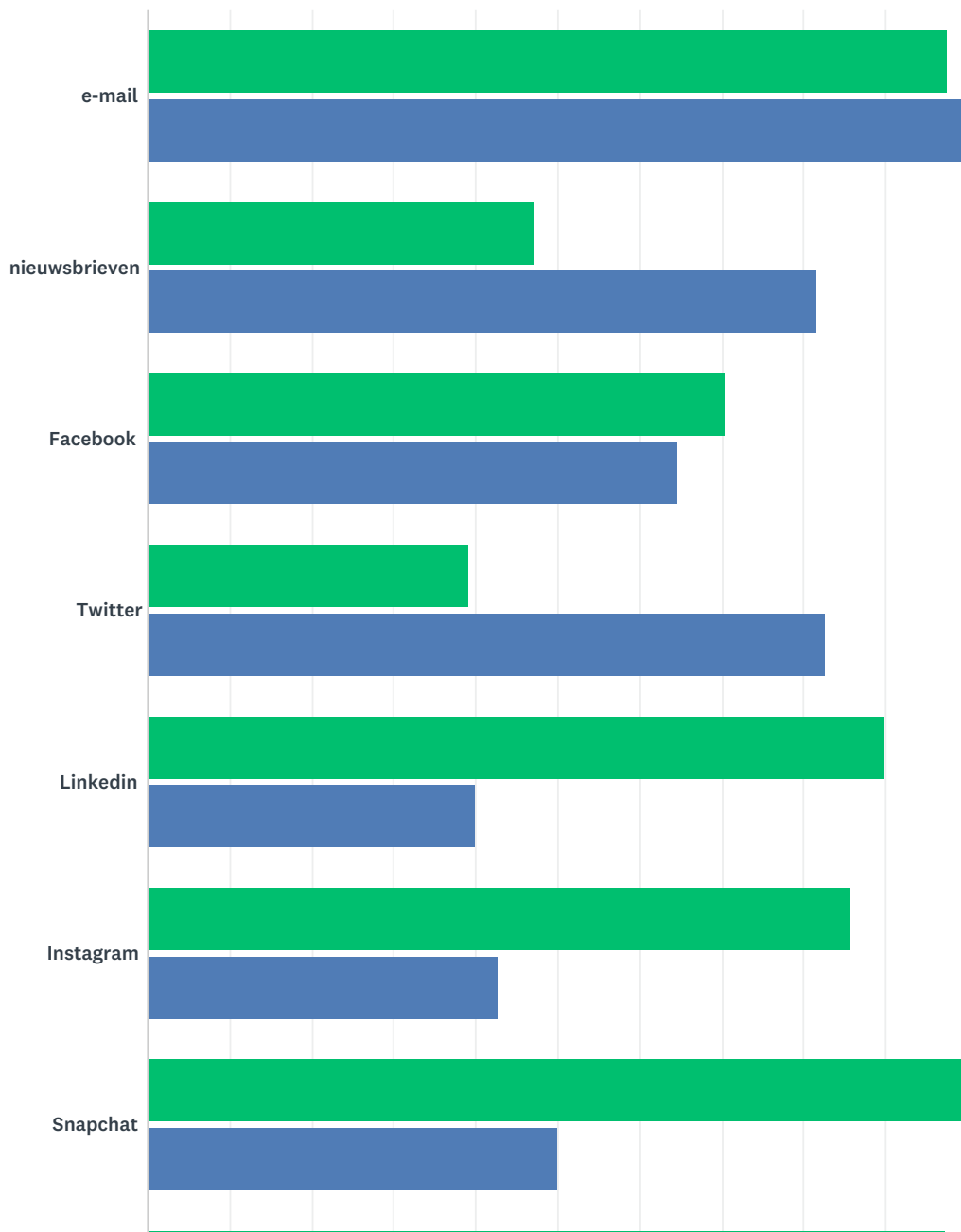


	ZEER ONBELANGRIJK	ONBELANGRIJK	BELANGRIJK	ZEER BELANGRIJK	TOTAAL	GEWOGEN GEMIDDELDE
burgers	2,50% 1	5,00% 2	42,50% 17	50,00% 20	40	3,40
recreanten	0,00% 0	12,50% 5	62,50% 25	25,00% 10	40	3,13
bedrijven	0,00% 0	12,50% 5	47,50% 19	40,00% 16	40	3,27
overheden	0,00% 0	15,00% 6	52,50% 21	32,50% 13	40	3,17
maatschappelijke organisaties	0,00% 0	5,00% 2	57,50% 23	37,50% 15	40	3,33
vrijwilligers	0,00% 0	17,07% 7	48,78% 20	34,15% 14	41	3,17

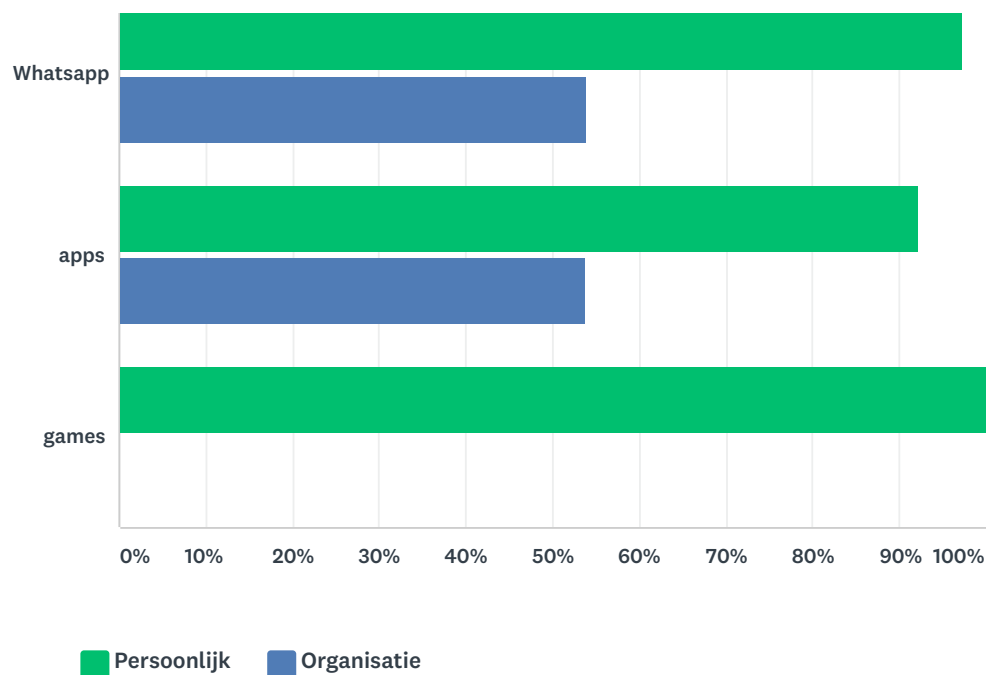
#	INDIEN U ANDERE DOELGROEPEN BELANGRIJK VINDT, DIE NIET GENOEMD ZIJN, KUNT U DIE HIER VERMELDEN.	DATUM
1	onderwijs	9-2-2018 15:05
2	speciale doelgroepen zoals kinderen of juist minder validen	5-2-2018 16:07
3	Wetenschappers, universiteiten!	4-2-2018 13:53
4	media	2-2-2018 14:44
5	Bedrijven: digitale communicatie is wél belangrijk voor agrariërs en (particuliere) grondeigenaren	1-2-2018 10:54
6	wel met andere insteek. bijvoorbeeld bedrijven vanuit vergroening bedrijventerrein	31-1-2018 15:17

Q4 Welke digitale communicatiemiddelen gebruikt u persoonlijk en welke als organisatie? Vink aan indien van toepassing.

Beantwoord: 40 Overgeslagen: 2



Digitale Communicatie Groenblauwe Leefomgeving



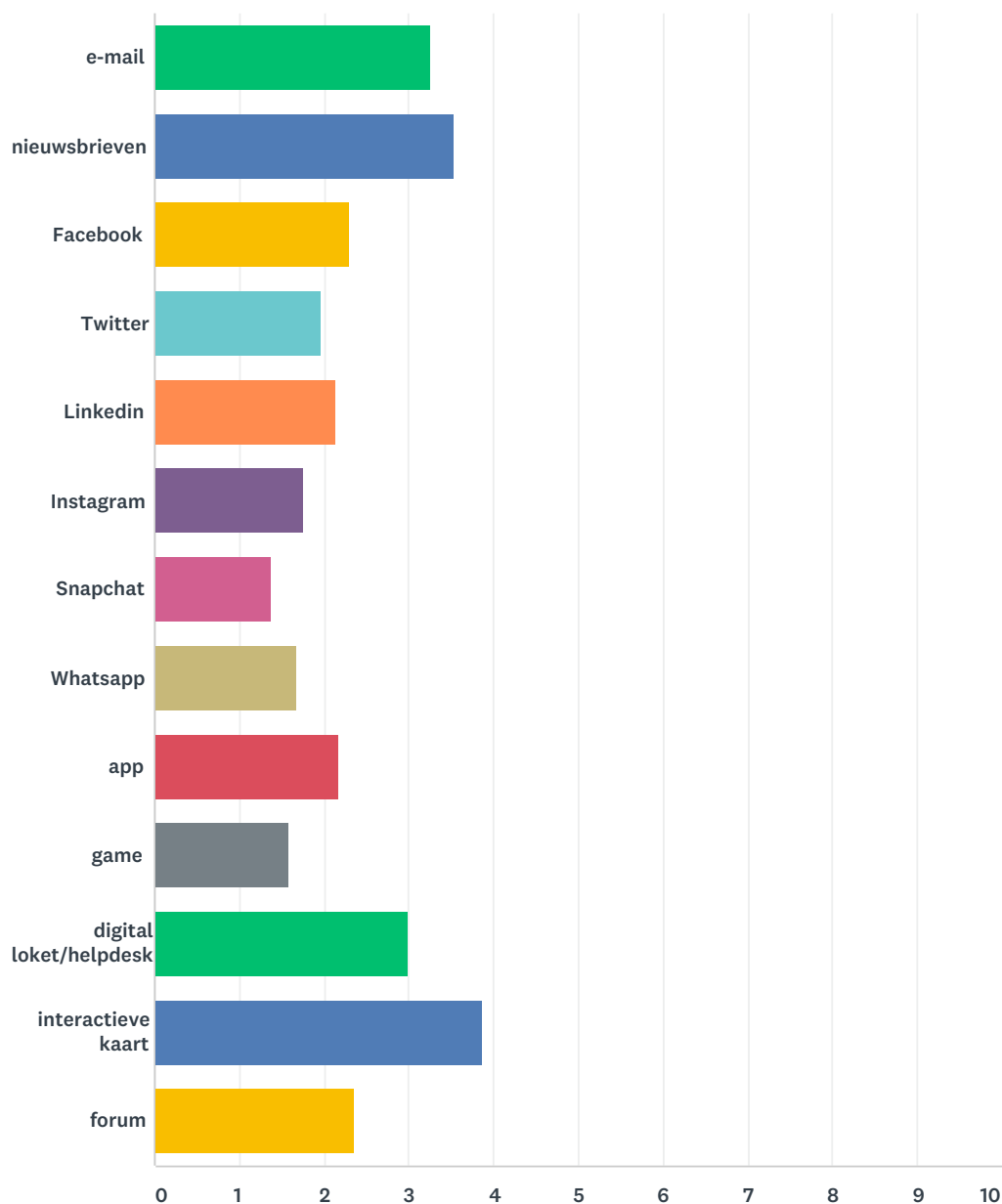
	PERSOONLIJK	ORGANISATIE	TOTALE AANTAL RESPONDENTEN
e-mail	97,50% 39	100,00% 40	40
nieuwsbrieven	47,37% 18	81,58% 31	38
Facebook	70,59% 24	64,71% 22	34
Twitter	39,13% 9	82,61% 19	23
Linkedin	90,00% 27	40,00% 12	30
Instagram	85,71% 6	42,86% 3	7
Snapchat	100,00% 2	50,00% 1	2
Whatsapp	97,30% 36	54,05% 20	37
apps	92,31% 24	53,85% 14	26
games	100,00% 4	0,00% 0	4

#	INDIEN U NOG ANDERE DIGITALE COMMUNICATIEMIDDELEN GEBRUIKT DIE NIET GENOEMD ZIJN, KUNT U DIE HIER VERMELDEN.	DATUM
1	eigen website (als organisatie)	9-2-2018 9:33
2	Intranet voor interne en externe gebruikers	8-2-2018 13:00
3	website van mijn organisatie	8-2-2018 11:37
4	website van de organisatie	2-2-2018 11:12
5	Het overzichtelijk plaatsen van informatie op de eigen website (te vinden via google) is ook van groot belang	1-2-2018 11:08

6	youtube (als organisatie)	1-2-2018 7:51
7	blog, radio,	31-1-2018 15:25

Q5 Aan welke digitale communicatiemiddelen heeft u behoefte met het oog op een rijke groenblauwe leefomgeving?

Beantwoord: 40 Overgeslagen: 2



	GEEN BEHOEFTE	WEINIG BEHOEFTE	ENIGE BEHOEFTE	VEEL BEHOEFTE	TOTAAL	GEWOGEN GEMIDDELDE
e-mail	5,13% 2	20,51% 8	46,15% 18	28,21% 11	39	3,26
nieuwsbrieven	5,26% 2	10,53% 4	47,37% 18	36,84% 14	38	3,53

Digitale Communicatie Groenblauwe Leefomgeving

Facebook	37,84% 14	21,62% 8	27,03% 10	13,51% 5	37	2,30
Twitter	44,12% 15	26,47% 9	23,53% 8	5,88% 2	34	1,97
Linkedin	36,11% 13	25,00% 9	33,33% 12	5,56% 2	36	2,14
Instagram	63,64% 21	21,21% 7	3,03% 1	12,12% 4	33	1,76
Snapchat	72,73% 24	21,21% 7	3,03% 1	3,03% 1	33	1,39
Whatsapp	52,94% 18	32,35% 11	11,76% 4	2,94% 1	34	1,68
app	36,36% 12	27,27% 9	27,27% 9	9,09% 3	33	2,18
game	58,06% 18	25,81% 8	16,13% 5	0,00% 0	31	1,58
digital loket/helpdesk	17,14% 6	11,43% 4	48,57% 17	22,86% 8	35	3,00
interactieve kaart	5,13% 2	10,26% 4	30,77% 12	53,85% 21	39	3,87
forum	30,30% 10	33,33% 11	21,21% 7	15,15% 5	33	2,36

#	INDIEN U BEHOEFTE HEEFT AAN EEN ANDER DIGITAL COMMUNICATIEMIDDEL, DAT NOG NIET GENOEMD IS, KUNT U DAT HIER VERMELDEN.	DATUM
1	Website	9-2-2018 9:33
2	Facebook kan ook per project ingezet worden.	4-2-2018 14:00
3	Website waar je alles kunt vinden (zie Ruimte voor de rivier van RWS, synbiosys van LNV)	1-2-2018 11:08
4	als de uitwisseling uitsluitend digitaal is vind ik t onvoldoende	31-1-2018 18:09
5	elk weer vanuit andere invalshoek als kennis, inhoud, maar soms ook potentieel behoefte als game tbv draagvlak	31-1-2018 15:25

Q6 Graag horen wij welke digitale communicatiemiddelen u momenteel gebruikt om uzelf te informeren over de groenblauwe leefomgeving. Vermeld, indien van toepassing, de naam van het communicatiemiddel. Bijv. website: Provincie Zuid-Holland. Indien u geen gebruik maakt van het communicatiemiddel, kunt u de vraag open laten of n.v.t. vermelden.

Beantwoord: 28 Overgeslagen: 14

ANTWOORDKEUZEN	REACTIES
websites	96,43% 27
nieuwsbrieven	64,29% 18
Facebook	42,86% 12
Twitter	42,86% 12

Digitale Communicatie Groenblauwe Leefomgeving

app	21,43%	6
game	17,86%	5
anders namelijk:	42,86%	12

#	WEBSITES	DATUM
1	cchw	11-2-2018 15:58
2	Prov. ZH, PAL info,	9-2-2018 15:07
3	PZH	9-2-2018 10:31
4	Hof van Delfland, Provincie Zuid-Holland	9-2-2018 9:33
5	Provincie zuid Holland	9-2-2018 8:58
6	provincie Zuid-Holland	8-2-2018 17:22
7	provincie Zuid-Holland	8-2-2018 11:37
8	provincie zuid-holland	8-2-2018 10:48
9	www.ndff.nl, linkedin, webpagina's van KNNV, SOVON, RAVON etc.	8-2-2018 10:05
10	Hof van Delfland, Natuurmonumenten, ZHL, SBB	5-2-2018 16:11
11	LTO, PZH, GroenLicht, diverse Groene hart sites, Leidse Ommelanden	5-2-2018 14:02
12	dat zijn er zeer veel met dit thema, o.m. site van N en M-federatie	4-2-2018 14:00
13	websites PZH, TBO's	2-2-2018 14:47
14	Website Provincie ZH	1-2-2018 20:03
15	www.hethaagsegroen.nl	1-2-2018 11:31
16	PZH, OBN, NDFF/verspreidingsatlas, SOVON, RWS, Synbiosys, Nm, Staatsbosbeheer, lokale natuurorganisaties, google maps, nature today	1-2-2018 11:08
17	Provincie ZH	1-2-2018 9:37
18	ja, divers	1-2-2018 7:51
19	PZH	1-2-2018 7:06
20	PZH	31-1-2018 18:09
21	PZH, NMZH, gemeenten/regio's	31-1-2018 17:49
22	indien in een nieuwbrief naar een website verwezen wordt	31-1-2018 17:05
23	pzh, milieudefensie, rijk, verenigingen, vng, NGO's, mrdh etc. (veel)	31-1-2018 15:25
24	te veel op op te noemen	31-1-2018 14:43
25	Provincie Zuid-Holland	31-1-2018 13:53
26	website PZH	31-1-2018 13:48
27	website van de provincie, website van WSRL, website van Blauwzaam, website van gebiedsontwikkeling nu,	31-1-2018 13:35

#	NIEUWSBRIEVEN	DATUM
1	cchw	11-2-2018 15:58
2	Groene Flits, Nieuwsbrief Prov. ZH, FPG, LTO	9-2-2018 15:07
3	Diverse groene organisaties en PZH	9-2-2018 10:31
4	nvt	8-2-2018 10:05
5	GS nieuwsbrief PZH	8-2-2018 8:16
6	WNF, ZHL	5-2-2018 16:11

Digitale Communicatie Groenblauwe Leefomgeving

7	wekelijkse vh Groene Hart	5-2-2018 14:02
8	enkele, zoals van gemeente DH en IVN/Sovon	4-2-2018 14:00
9	omgevingsdiensten	2-2-2018 14:47
10	PZH, OBN	1-2-2018 11:08
11	ja, nieuwsflits stad en regio, andere divers	1-2-2018 7:51
12	NMZH, Groene Hart	31-1-2018 17:49
13	natuur en milieu zuid holland, zuid hollands landschap, nieuwsbrief groene ruimte etc	31-1-2018 17:05
14	zowel van overheid als bedrijven (innovatie)	31-1-2018 15:25
15	idem	31-1-2018 14:43
16	Provincie Zuid-Holland	31-1-2018 13:53
17	nieuwsbrieven pzh	31-1-2018 13:48
18	van de stad Gorinchem, gebiedsontwikkeling, PZH,	31-1-2018 13:35
#	FACEBOOK	DATUM
1	cchw	11-2-2018 15:58
2	Enkele groene organisaties	9-2-2018 10:31
3	Hof van Delfland	9-2-2018 9:33
4	nvt	8-2-2018 10:05
5	Hof van Delfland	5-2-2018 16:11
6	Kaag en Braassem promotie	5-2-2018 14:02
7	zo nu en dan, niet heel informatief over het algemeen	4-2-2018 14:00
8	n.v.t.	1-2-2018 11:08
9	platform groen in rijswijk, ecologie en natuur,	31-1-2018 17:05
10	delft, hof van delfland, NGO's	31-1-2018 15:25
11	-	31-1-2018 14:43
12	Natuurlijk Gorinchem, Blauwzaam	31-1-2018 13:35
#	TWITTER	DATUM
1	cchw	11-2-2018 15:58
2	nvt	9-2-2018 10:31
3	nvt	8-2-2018 10:05
4	-	5-2-2018 16:11
5	ik volg diverse personen en organisaties uit Groen/Blauw	5-2-2018 14:02
6	n.v.t.	1-2-2018 11:08
7	PZH, gemeenten	31-1-2018 17:49
8	ecoloog gouda, ecologica, hh delfland	31-1-2018 17:05
9	veel op vlak van ontwikkeling, beheer, energie, klimaat circ. economie etc.	31-1-2018 15:25
10	-	31-1-2018 14:43
11	Provincie Zuid-Holland	31-1-2018 13:53
12	Natuurlijk Gorinchem. WSRL, Blauwzaam,	31-1-2018 13:35
#	APP	DATUM
1	nvt	9-2-2018 10:31
2	nvt	8-2-2018 10:05

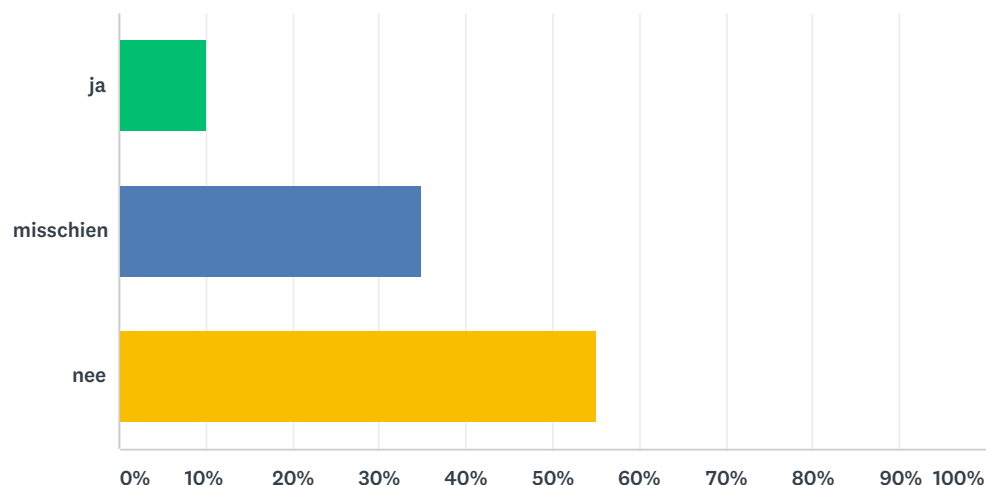
Digitale Communicatie Groenblauwe Leefomgeving

3	-	5-2-2018 16:11
4	n.v.t.	1-2-2018 11:08
5	inhoudelijke biodiversiteitsapps, TEEB	31-1-2018 15:25
6	-	31-1-2018 14:43
#	GAME	DATUM
1	nvt	9-2-2018 10:31
2	nvt	8-2-2018 10:05
3	-	5-2-2018 16:11
4	n.v.t.	1-2-2018 11:08
5	-	31-1-2018 14:43
#	ANDERS NAMELIJK:	DATUM
1	nvt	9-2-2018 10:31
2	Vooralsnog hoofdzakelijk via de mail en persoonlijk	9-2-2018 8:58
3	nvt	8-2-2018 10:05
4	tijdschriften	5-2-2018 16:11
5	telefoon ;)	4-2-2018 14:00
6	groep op LinkedIn	2-2-2018 14:47
7	Bezoek van symposia/kennisbijeenkomsten	1-2-2018 11:08
8	diverse nieuwsbrieven/sites/mails	1-2-2018 7:06
9	mails en gesprekken met mensen die betrokken zijn en die ik heb leren kennen tijdens de werkateliers. We bellen en mailen elkaar.	31-1-2018 18:09
10	AD Groene Hart Editie	31-1-2018 17:49
11	rapporten (digitaal)	31-1-2018 15:25
12	-	31-1-2018 14:43

Q7 Op donderdag 22 februari 2018 organiseren wij een bijeenkomst over de digitale communicatie voor een groenblauwe leefomgeving. De bijeenkomst vindt plaats van 10 tot 12 uur in Den Haag. Graag horen we of u aan de bijeenkomst zou willen deelnemen.

Beantwoord: 40 Overgeslagen: 2

Digitale Communicatie Groenblauwe Leefomgeving



ANTWOORDKEUZEN	REACTIES	
ja	10,00%	4
misschien	35,00%	14
nee	55,00%	22
TOTAAL		40

Q8 Vul uw contactgegevens in, zodat wij contact met u kunnen opnemen over de bijeenkomst op 22 februari.

Beantwoord: 16 Overgeslagen: 26

ANTWOORDKEUZEN	REACTIES	
Naam	100,00%	16
Bedrijf	93,75%	15
Adres	0,00%	0
Adres 2	0,00%	0
Plaats	0,00%	0
Land/provincie	0,00%	0
Postcode	0,00%	0
Land	0,00%	0
E-mailadres	93,75%	15
Telefoonnummer	0,00%	0

#	NAAM	DATUM
1	Reinder de Boer	11-2-2018 14:19
2	Arthur Hilgersom	9-2-2018 22:49
3	Jan Helder	9-2-2018 15:08
4	Danielle gram	9-2-2018 9:01

Digitale Communicatie Groenblauwe Leefomgeving

5	A.S. Vonk Noordegraaf	8-2-2018 19:15
6	Tonja van Gorp	8-2-2018 13:01
7	Henk Saak	8-2-2018 10:49
8	Mechteld Oosterholt	5-2-2018 16:11
9	Y. Peters-Adrian	5-2-2018 14:03
10	H.A.M. Ketelaars	4-2-2018 16:00
11	Eric Wisse	4-2-2018 14:02
12	Arnoud Meijering	1-2-2018 11:57
13	Wim van den Assem	1-2-2018 9:38
14	M. Vergeer	1-2-2018 7:07
15	Peter Hegi	31-1-2018 17:07
16	Jolanda Joyce	31-1-2018 13:54

#	BEDRIJF	DATUM
1	Gemeente Rijswijk	11-2-2018 14:19
2	PAL, prov. ZH	9-2-2018 15:08
3	Stichting veldleeuwerik	9-2-2018 9:01
4	Hoeve Linqenda	8-2-2018 19:15
5	IVN	8-2-2018 13:01
6	Dienst Gezondheid & Jeugd	8-2-2018 10:49
7	gemeente Rotterdam	5-2-2018 16:11
8	Gemeente Kaag en Braassem	5-2-2018 14:03
9	Evides	4-2-2018 16:00
10	Stichting Duinbehoud	4-2-2018 14:02
11	Jagersvereniging	1-2-2018 11:57
12	Fbe Zuid-Holland	1-2-2018 9:38
13	organisatie: Rijn & Gouwe Wiericke	1-2-2018 7:07
14	Algemene Vereniging voor Natuurbescherming voor 's Gravenhage e.o.	31-1-2018 17:07
15	Gemeente Zuidplas	31-1-2018 13:54

#	ADRES	DATUM
	Er zijn geen reacties.	

#	ADRES 2	DATUM
	Er zijn geen reacties.	

#	PLAATS	DATUM
	Er zijn geen reacties.	

#	LAND/PROVINCIE	DATUM
	Er zijn geen reacties.	

#	POSTCODE	DATUM
	Er zijn geen reacties.	

#	LAND	DATUM
	Er zijn geen reacties.	

#	E-MAILADRES	DATUM
---	-------------	-------

Digitale Communicatie Groenblauwe Leefomgeving

1	rdboer@rijswijk.nl	11-2-2018 14:19
2	j.helder@ziggo.nl	9-2-2018 15:08
3	danielle.gram@veldleeuwerik.nl	9-2-2018 9:01
4	info@hoevelinquenda.nl	8-2-2018 19:15
5	t.van.gorp@ivn.nl	8-2-2018 13:01
6	h.saak@dienstgezondheidjeugd.nl	8-2-2018 10:49
7	mv.oosterholt@rotterdam.nl	5-2-2018 16:11
8	Ypeters@kaagenbrassem.nl	5-2-2018 14:03
9	h.ketelaars@evides.nl	4-2-2018 16:00
10	ericwisse@hotmail.com	4-2-2018 14:02
11	arnoud.meijering@jagersvereniging.nl	1-2-2018 11:57
12	wimvandenasse@fbez.nl	1-2-2018 9:38
13	info@rijnengouwewiericke.nl	1-2-2018 7:07
14	hegi@xs4all.nl	31-1-2018 17:07
15	J.Joyce@zuidplas.nl	31-1-2018 13:54
#	TELEFOONNUMMER	DATUM
Er zijn geen reacties.		

Q9 Indien u nog vragen of opmerkingen heeft n.a.v. deze enquête horen wij die graag. Vermeld, indien u een reactie wenst, ook uw naam en e-mailadres.

Beantwoord: 7 Overgeslagen: 35

#	REACTIES	DATUM
1	Het is in deze enquête soms niet helemaal duidelijk of het gaat over het programma 'groenblauwe leefomgeving' of over de leefomgeving zelf. Dus laat je je informeren over het 'programma' of over activiteiten die er in de leefomgeving te doen zijn (als bewoner).	9-2-2018 9:35
2	Ik zou wel willen deelnemen, maar de uitnodiging kwam nadat ik een andere bijeenkomst geaccepteerd had. Ben derhalve helaas verhinderd. ik zou graag zien dat er een netwerkstructuur op dit onderwerp blijft bestaan, zodat we van elkaar kunnen leren.	8-2-2018 17:24
3	onderschat ook niet de kracht en reikwijdte van de 'ouderwetse' papieren media	5-2-2018 16:12
4	Facebook noemde ik; een groot voordeel is hier dat je evenementen kunt maken en delen. Ik denk dat het enerzijds gaat om lopende zaken die raken aan het thema GB-leefomgeving en daarnaast om nieuwe ontwikkelingen, waarbij stedelijke en landschappelijke ontwikkelingen kunnen worden gevolgd en begeleid door mensen met constructieve ideeën en expertise. Blijf hierbij eerlijk en transparant om vertrouwen te wekken tbv de samenwerking en verwachtingen. Laat bijv. zien hoe groot de bevolkingsaanwas is (prognose) voor de komende decennia.	4-2-2018 14:09
5	Wat volgens mij nog heel belangrijk is in de communicatie is de rol van media en het positief in het nieuws brengen van met name natuur. Nu is dit vaak negatief (kost geld, houdt ontwikkelingen tegen etc)	2-2-2018 14:48
6	Ik kom niet omdat het niet tot de primaire taken van de Omgevingsdienst Haaglanden (mijn werk) behoort.	1-2-2018 11:09
7	Wel interesse maar verhinderd.	31-1-2018 15:25

Naar een rijke Zuid-Hollandse groenblauwe leefomgeving en digitale communicatie



22 februari 2018

Natuur en Milieufederatie Zuid-Holland iov. Provincie Zuid-Holland

Naar een rijke Zuid-Hollandse groenblauwe leefomgeving en digitale communicatie

Programma 22 februari 2018

1. Kennismaking
2. Presentatie: GBL visie en toelichting uitkomsten meetings
3. Presentatie resultaten enquête GBL
4. Toelichting (on)mogelijkheden digitale communicatie
5. Discussie

Afsluiting met een lunch

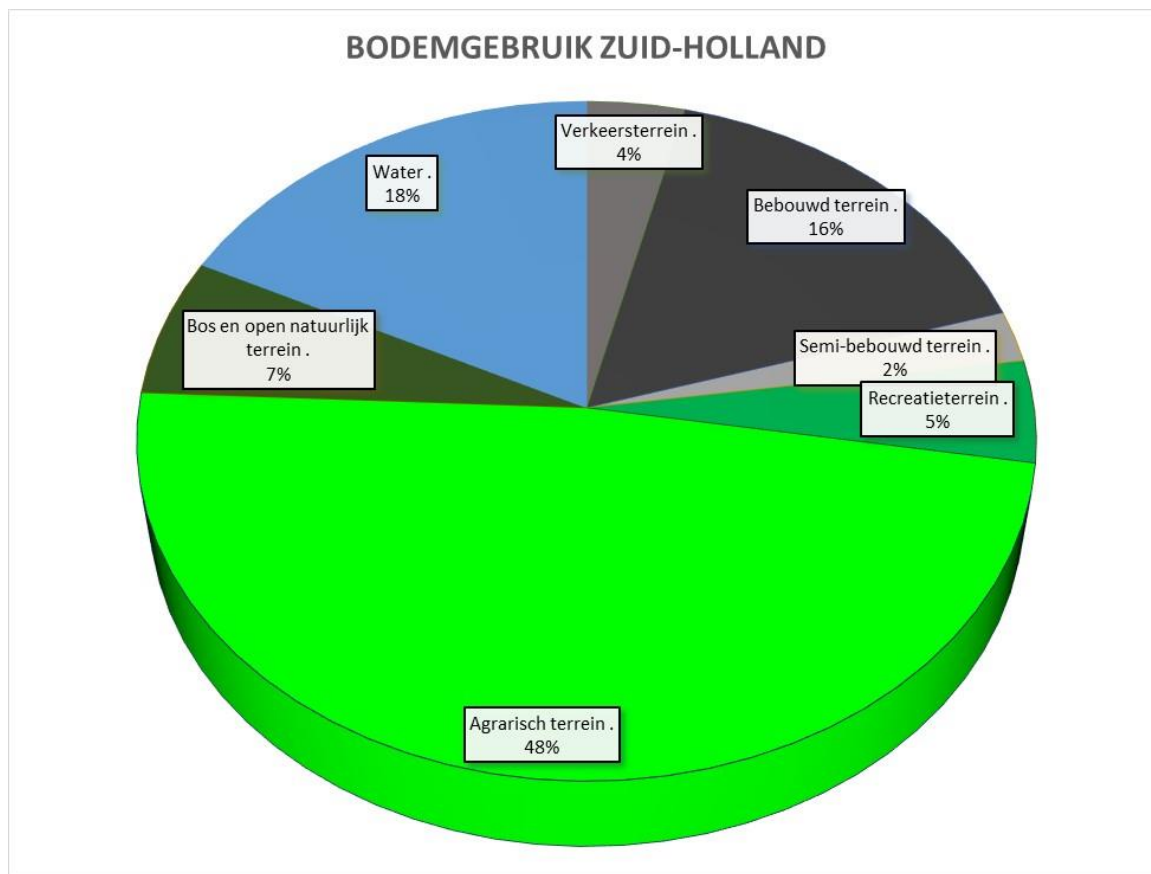
Nieuwe visie op de groenblauwe leefomgeving

- Voldoen aan eisen vanuit de Wet natuurbescherming (natuurvisie)
- Verstedelijkingsopgave
- Klimaatopgave
- Biodiversiteitsdoelen (Vogel- en Habitatrichtlijn)
- Omgevingswet komt eraan (Omgevingsvisie, integraal beleid)
- Doelen natuurpact (biodiversiteit, maar ook maatschappelijke betrokkenheid en verbinding natuur-economie)
- Betrekken partners: gedragen visie

Groenblauwe visie: zes opgaven

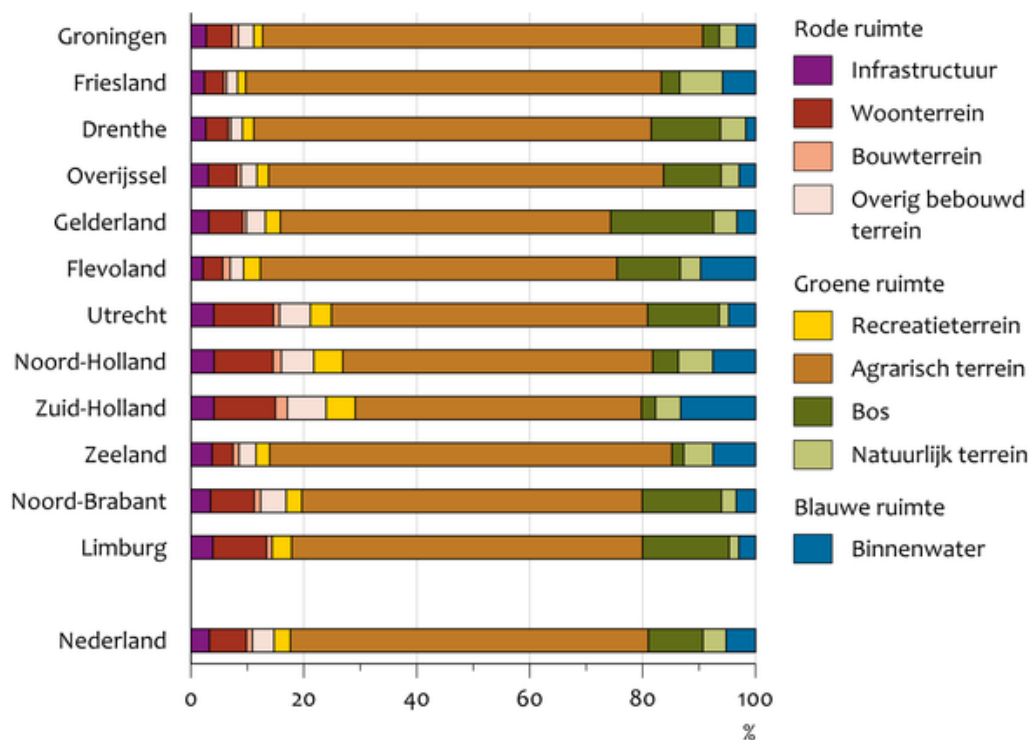
- Gezonde leefomgeving en welbevinden mens
- Stad: meer groen en blauw in en om de stad
- Economie: natuurlijk kapitaal meenemen bij maatschappelijk verantwoord ondernemen
- Stimuleren participatie en mede-eigenaarschap
- Investeren in landschap
- Behoud en versterken van natuurgebieden, soortenbescherming en beheer

Groenblauwe leefomgeving Zuid-Holland



Groenblauwe leefomgeving Zuid-Holland

Ruimtegebruik per provincie, 2012

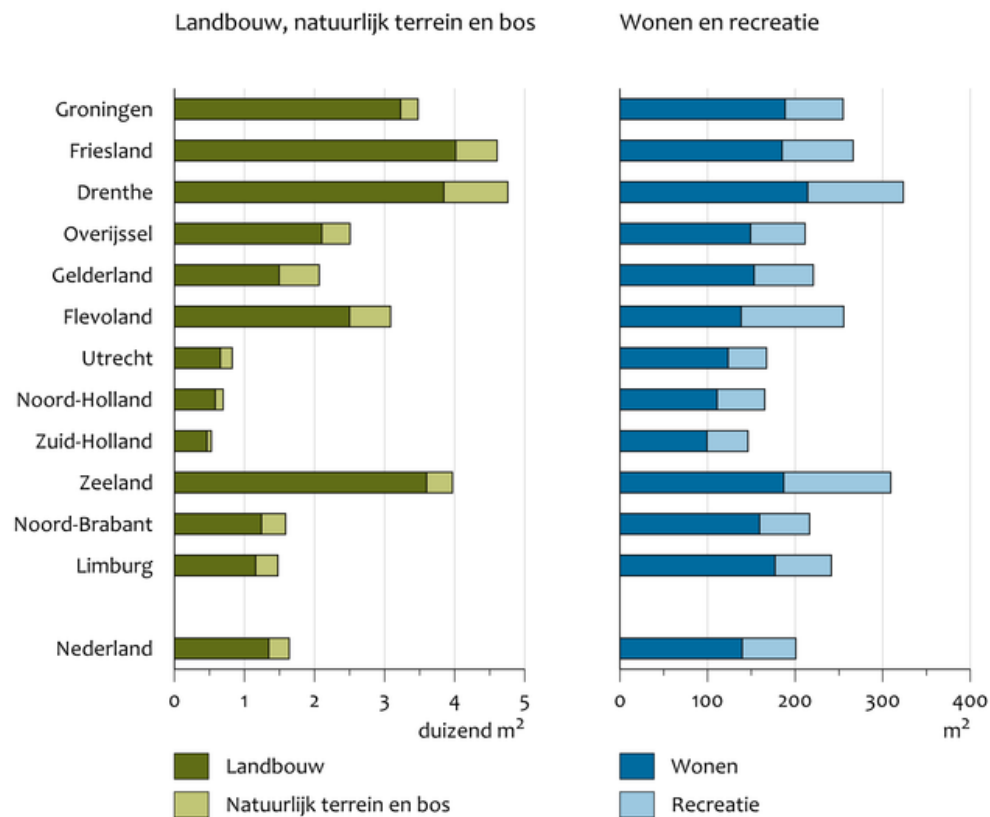


Bron: CBS.

CBS/feb16
www.clo.nl/nl006110

Groenblauwe leefomgeving Zuid-Holland

Areaal per inwoner per provincie, 2012



Bron: CBS.

CBS/feb16
www.clo.nl/nl006210

Ruimtelijke opgaven van betekenis

- ▶ Verstedelijking: in periode 2025-2040 vraag naar meer dan 200.000 nieuwe woningen in zuidelijke Randstad
- ▶ Energietransitie
- ▶ Klimaatadaptatie (waaronder bodemdaling veenweidegebied)
- ▶ Toekomst landbouw (Zuid-Holland: glastuinbouw, melkveehouderij, akkerbouw)

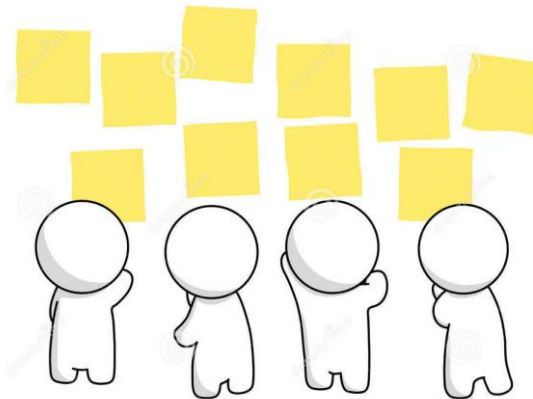


Interactie met betrokkenen

Informeren



Meedenken



Meedoen



Betrokkenheid zeer veelzijdig

- ▶ Bekendmaken met beleid / groenblauwe leefomgeving
- ▶ Meedenken beleid overheid en natuurbeheerders (gebruikersgroepen etc.)
- ▶ Beheer bestaande natuur- en recreatiegebieden en landschapselementen of buurtgroen
- ▶ Initiatieven voor nieuw groen en natuur (ook buurttuinen, stadslandbouw, voedselbossen etc.)
- ▶ Onderzoek en kennis (citizen science, inventarisaties flora en fauna, maar ook milieukwaliteit etc.)
- ▶ Natuurbeleving en educatie
- ▶ Initiatieven verbinding groen met sociaal of gezondheid

Ook doelgroepen veelzijdig

- ▶ Individuele inwoner Zuid-Holland
- ▶ Bestaande of nieuwe initiatieven (georganiseerde inwoners)
- ▶ Maatschappelijke organisaties
- ▶ Ondernemers
- ▶ Etc.



Naar een rijke Zuid-Hollandse groenblauwe leefomgeving: ***peiling digitale communicatie***



Bijeenkomst 22 februari 2018
Natuur en Milieufederatie Zuid-Holland

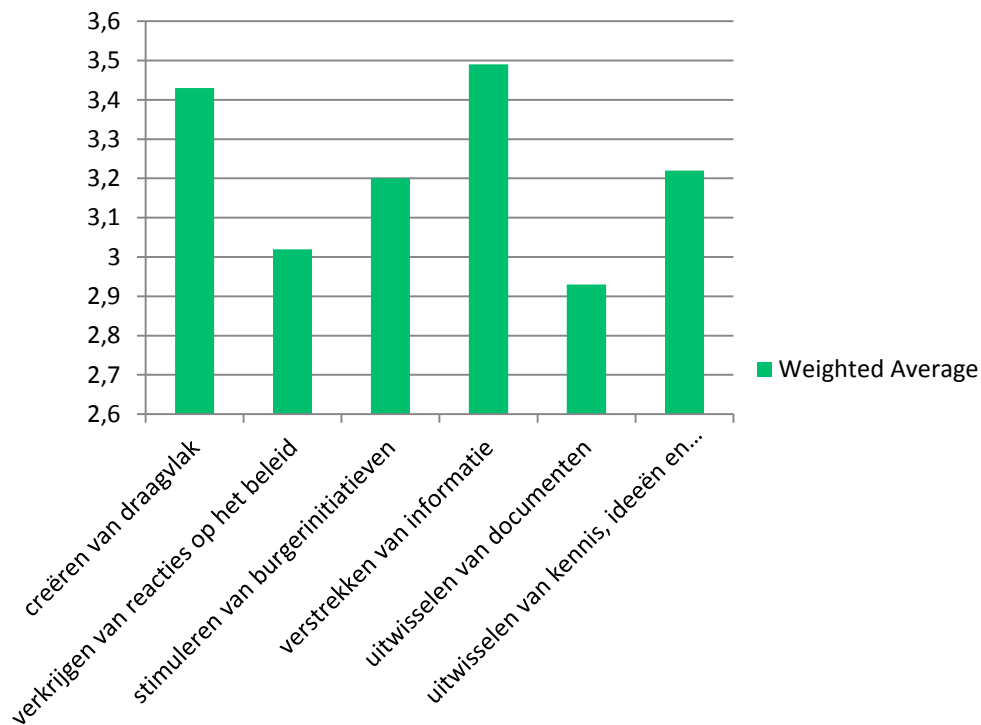
Peiling digitale communicatie GBL

Doel: nagaan gebruik van en behoefte aan digitale communicatiemiddelen in het bereiken van een rijke groene blauwe leefomgeving

De peiling via surveymonkey stond twee weken uit, 42 mensen hebben via de peiling gereageerd.



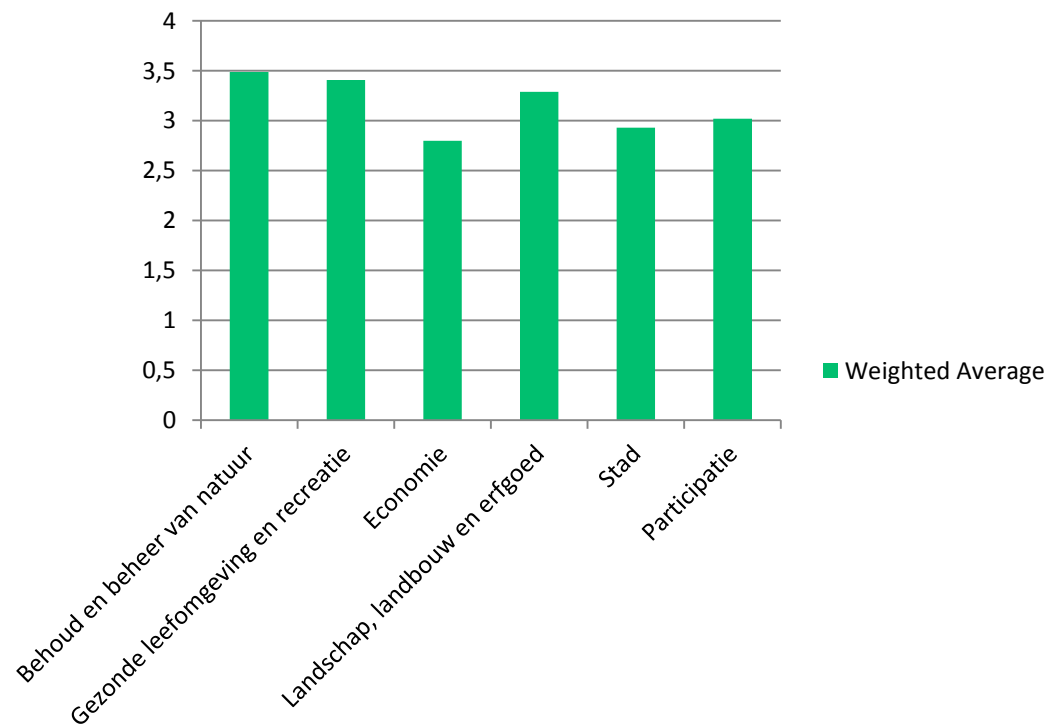
Welke communicatiedoelen vindt u belangrijk met het oog op een rijke groenblauwe leefomgeving?



Doelen:

1. Verstrekken van informatie
2. Creëren van draagvlak
3. Uitwisselen van ideeën, kennis en ervaring

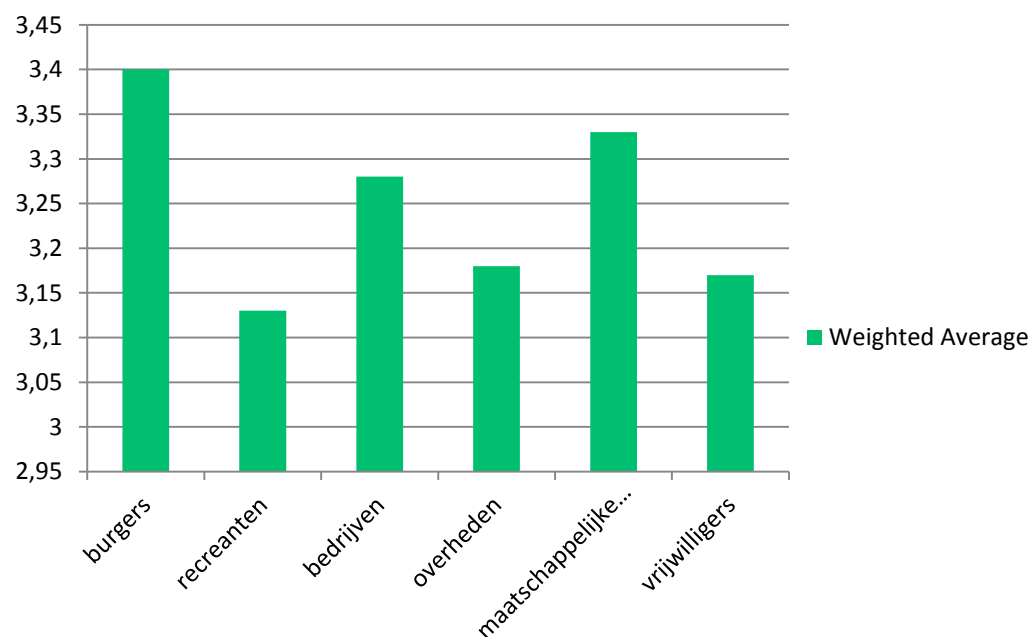
Welke thema's vindt u belangrijk met het oog op een rijke groenblauwe leefomgeving?



Belangrijke thema's

1. Behoud en beheer van natuur
2. Gezonde leefomgeving en recreatie
3. Landschap, landbouw en erfgoed

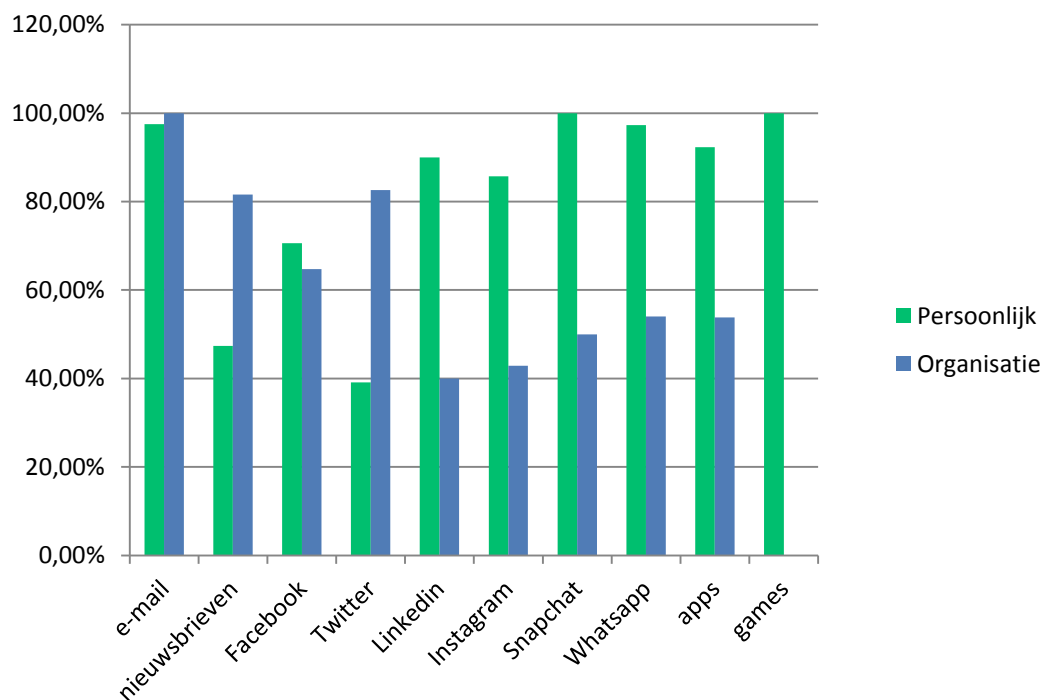
Welke doelgroepen zijn volgens u belangrijk met het oog op een rijke groenblauwe leefomgeving?



Doelgroepen

1. Burgers
2. Maatschappelijke organisaties
3. Bedrijven

Welke digitale communicatiemiddelen gebruikt u persoonlijk en welke als organisatie?



Middelen

-> persoonlijk

1. Email
2. Whatsapp
3. (diverse) App's
4. (LinkedIn)

Middelen

-> organisatie

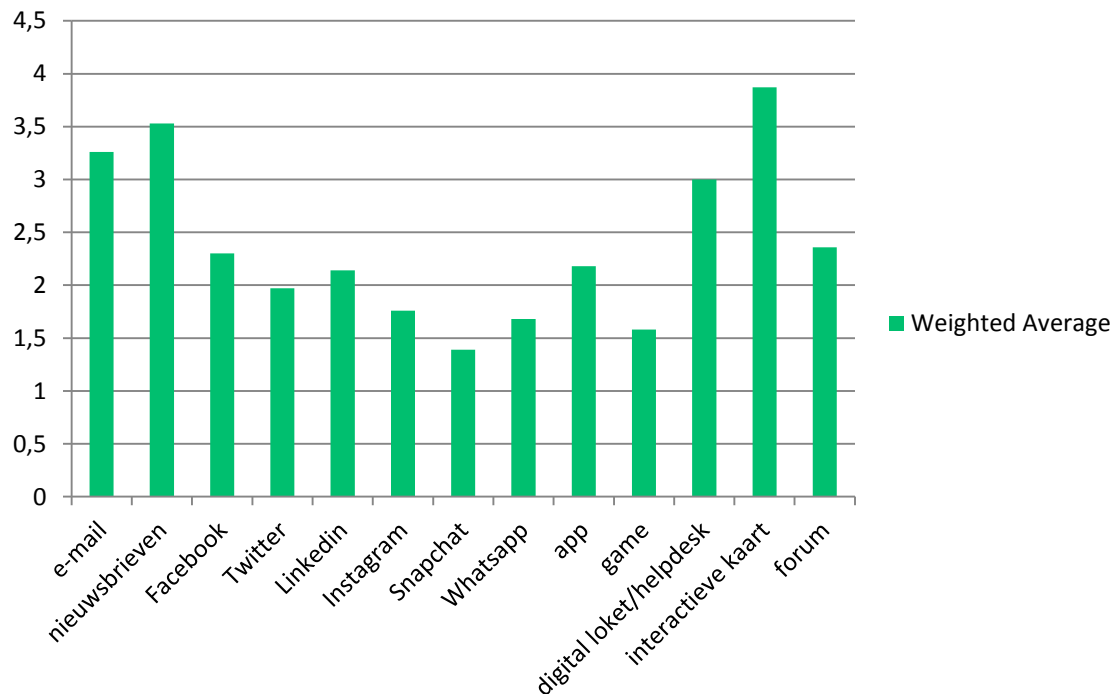
1. Email
2. Nieuwsbrieven
3. Twitter

Welke digitale middelen gebruikt u nu om zich te informeren?

1. Websites (!)
2. Nieuwsbrieven
3. Facebook / Twitter / Anders



Aan welke digitale communicatiemiddelen heeft u behoefte met het oog op een rijke groenblauwe leefomgeving?



Behoefte

1. Interactieve kaart
2. Nieuwsbrieven
3. Digitaal loket / helpdesk
4. (e-mail)

Naar een rijke Zuid-Hollandse groenblauwe leefomgeving *met* digitale communicatie?

Gebruik nu: websites, nieuwsbrieven, facebook/twitter

Behoefte: interactieve kaart, nieuwsbrieven, digitaal loket / helpdesk

Stel, interactieve kaart of digitaal loket: welk primair communicatie doel?

- Meedenken met beleid mogelijk maken?
- Juist stimuleren en / of faciliteren van zelf aan de slag gaan?
(en door wie dan?)
- Anders?

Natuur en Milieufederatie Zuid-Holland

info@milieufederatie.nl

070-3040114

www.milieufederatie.nl