

Verslag

Praktijkdag Communicatie en faunabeleid

Een inventarisatie van communicatiestrategieën in de praktijk

16 april 2015





“Communicatie is een spel, leer het te spelen en geniet er van!”



1. Inleiding

Hoe kan communicatie helpen het draagvlak voor het voorkomen en bestrijden van schade te vergroten? Op 1 april 2015 organiseerde Wing, in opdracht van BIJ12 Unit Faunafonds, de praktijkdag 'Communicatie en faunabeleid'. Tijdens deze bijeenkomst stond het uitwisselen van ervaringen met communicatie over faunaschadebeleid centraal.

De praktijkdag was bedoeld voor provincie-medewerkers fauna en/of communicatie, secretarissen van FBE's en betrokken medewerkers van het Faunafonds. Met meer dan 30 deelnemers werd de dag goed bezocht.

Het programma bestond uit de volgende onderdelen:

- Resultaten literatuur- en praktijkstudie: In het najaar van 2014 hebben Wing en Alterra op basis van telefonische interviews met de FBE-secretarissen en een literatuuranalyse gekeken naar de inzet van communicatie bij schadebestrijding en de mogelijkheden tot verbetering. Annemieke Smit (Alterra) presenteerde de bevindingen.
- Ervaringen uit de Oostvaardersplassen: Presentatie door Hans Breeveld, boswachter bij Staatsbosbeheer over de communicatie en het mediabeleid voor de Oostvaardersplassen.
- Praktijktafels: Gelegenheid voor gesprek over de resultaten uit de studie en concrete casussen. O.a. wat kunnen we leren van successtories? Moet je proactief of reactief communiceren? En hoe ga je om met politieke en publieke weerstand in het debat?
- Slotconclusies

Doel van de praktijkdag was het delen van ervaringen en expertise, om zo de bevindingen uit de praktijkstudie te toetsen. En het wordt duidelijker aan welke kennis behoefte is en welke ervaringen en kennis al voor handen is in de groep om uit te wisselen. Tijdens de dag is (voort) gebouwd aan een netwerk dat kennis delen ook in de toekomst mogelijk maakt.

2. Communicatie over faunabeheer en schadebestrijding

2.1. Inventarisatie van communicatiestrategieën in de praktijk van FBE's

Toelichting op rapport door Annemieke Smit, Alterra

In het najaar van 2014 hebben Alterra en Wing een literatuur- en praktijkstudie gedaan naar de manier waarop (andere) communicatie het draagvlak voor schadebestrijding kan vergroten. Ook keken zij naar handvatten voor het opstellen van een communicatiestrategie over faunabeleid. Annemieke Smit presenteerde aan het begin van de bijeenkomst de resultaten van deze studie.

De literatuurstudie geeft inzicht in de verschillende manieren waarop professionals en burgers redeneren en communiceren als het gaat om faunabeleid. Zo baseren professionals hun argumenten voornamelijk op feiten en reageren burgers vaker op een emotionele manier. Dit kan botsen wanneer zij met elkaar in gesprek gaan. De telefonische interviews met de twaalf FBE-secretarissen gaven inzicht in de huidige werkwijze rondom communicatie en de behoefte aan ondersteuning.



Voor de inhoud van de presentatie verwijzen we naar het rapport (Alterra-rapport 2611, te downloaden via www.alterra.nl) en de powerpoint slides in de bijlage.

Reacties van deelnemers

Naar aanleiding van de presentatie kwamen onder andere de volgende vragen en opmerkingen aan bod:

- De FBE's hebben het gevoel dat de uitvoer van de faunabeheerplannen geen vertraging oploopt door publieke (media)aandacht, maar wel door politieke weerstand. Dat de publieke druk minder wordt gevoeld, komt niet omdat deze per se minder is geworden maar omdat politici hiervoor gevoeliger zijn geworden. Daardoor gaan ze gevoelige ingrepen eerder uit de weg.
- Vaak zie je dat een negatieve reactie op het faunabeheer resultaat is van een combinatie van keuzes uit verschillende beleidsvelden. Zo worden bijvoorbeeld ecoducten aangelegd, maar geen oversteekplaats voor kinderen. Dat voelt tegenstrijdig en is moeilijk uit te leggen.
- In het rapport staat dat de KNJV als een onbetrouwbare bron wordt beschouwd, Staatsbosbeheer als betrouwbaar en dat boeren voor 100% als betrouwbaar worden beoordeeld. Hoe kan dit?
 - Die laatste bevinding kwam uit een Amerikaans onderzoek (Campbell en Mackay, 2014), waarin boodschappen over de jacht door de grote meerderheid werden geaccepteerd, wanneer deze door boeren verteld werden.
- Je kan vanuit verschillende visies naar de waarde van jagen kijken: antropocentrisme, biocentrisme, ecocentrisme. Is er iets te zeggen over de verdeling van deze visies onder de Nederlandse bevolking?
 - Dit is lastig te onderzoeken omdat een persoon vanuit meerdere visies kan redeneren. Zo kan iemand op het werk, als recreant en als consument in de supermarkt verschillende argumenten aanvoeren om bepaalde dingen wel of niet te doen.

2.2. Uit de praktijk: communiceren over de Oostvaardersplassen

Het verhaal van Hans Breeveld, boswachter Staatsbosbeheer in de Oostvaardersplassen

Hans Breeveld nam de deelnemers mee in de communicatie van Staatsbosbeheer, die de afgelopen jaren flink geprofessionaliseerd is. Als boswachter van de Oostvaardersplassen gaf hij een kijkje in de keuken van de manier waarop de communicatie rondom dit gebied wordt georganiseerd.

“Ik denk dat bij communicatie transparantie en openheid heel belangrijk is.

Ik ben boswachter bij Staatsbosbeheer. Ik zag in de presentatie dat SBB werd gezien als een betrouwbare bron. Maar dit is niet altijd zo geweest. We zijn de laatste jaren hier wel flink in geprofessionaliseerd. In het verleden deden we maar wat, we waren arrogant en iedereen wist het beter. Tegenwoordig is de communicatie gestructureerd opgezet. Boswachters zijn hierin de sleutelpersonen. Die worden gezien als vertegenwoordigers van de organisatie.

We hebben de afgelopen jaren flink geïnvesteerd in contacten, vooral met de lokale media. We sturen veel persberichten uit, en zijn actief via Twitter. Zorgvuldigheid hierin is heel belangrijk.

De Oostvaardersplassen is een verhaal apart, ook binnen Staatsbosbeheer. Dit is begonnen bij Rijkswaterstaat, en die organisatie was erg intern gericht.



Daar komt bij, de natuur is eigenlijk een ongeleid projectiel. De eerste vijftien jaar waren prachtig. Er werden veel jonge dieren geboren en dat vonden mensen mooi. Maar kalfjes worden oud, en wat dan? Tegelijkertijd zijn we onze gebieden meer open gaan stellen, mensen konden bij ons komen meekijken. Het gevolg hiervan was dat je (vooral in de winter) te maken krijgt met principes waar je voor moet staan. Ga je bijvoorbeeld bijvoeren als dieren honger lijden? Op zo'n moment moet je je verhaal duidelijk hebben en dat moet je uitdragen. De dieren die leven in de Oostvaardersplassen hebben een prachtig leven. Dat verhaal uitdragen ging in het begin goed.

Maar vanaf 2010 gingen mensen zich er meer mee te bemoeien. Een Vandaag kwam langs en in de Tweede Kamer werden vragen gesteld. Een commissie heeft onderzoek gedaan naar het beheer van de Oostvaardersplassen en is tot een aantal aanbevelingen. Eén aanbeveling was het opstellen van een PR-team speciaal voor de Oostvaardersplassen. Deze heeft ervoor gezorgd dat iedereen hetzelfde verhaal verteld. Een tweede aanbeveling was dat er een groep van stakeholders en vertegenwoordigers uit de maatschappij moest komen die advies geeft en meedenkt.”

Als het gaat over communiceren over emoties of feiten, in de OVP gaat het in de eerste plaats om het uitwisselen van informatie. Maar het is wel belangrijk om te vertellen waarom je keuzes maakt en hoe die passen in je ideaalbeeld. Je moet mensen in dit verhaal meenemen. Zo kun je zelfs met felle tegenstanders in gesprek gaan. Bijvoorbeeld emoties bij de Partij voor de Dieren kun je erkennen. Maar we leggen ook uit dat hun visie past bij ons beheer: de dieren krijgen bij ons de ruimte en hebben een goed leven.

Stel dus je eigen boodschap op, die kun je uitleggen. Dat doen we bij de Oostvaardersplassen en dat gaat eigenlijk steeds beter. Ook proberen we altijd bereikbaar te zijn: zorg dat mensen je kunnen vinden.

Met communicatie ga je niet bereiken dat iedereen je verhaal leuk gaat vinden maar je gaat wel zorgen dat mensen het begrijpen.”



Reacties deelnemers

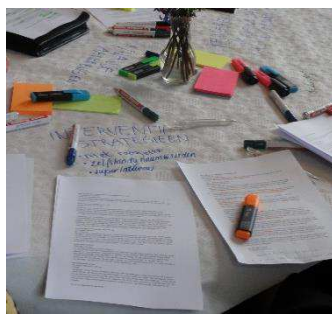
- Ik heb het hele proces rond de OVP gevolgd en dan zie ik dat er een nieuwe lijn komt in de communicatie. Maar als je in de trein zit zie je steeds hetzelfde beeld: een leeg landschap. Er zit een verschil in wat je in het gebouw van de OVP te zien krijgt en wat je in het landschap ziet.
 - Het landschap verstoppen geeft geen vertrouwen. We krijgen bij de NS geen ingang om in de trein rond de OVP te communiceren. Er wordt over nagedacht om het landschap daar wat aan te passen. Kadavers worden pal langs de spoorlijn verwijderd.
- Als je het verhaal van de OVP doortrekt naar het faunabeleid, vind je dat wij ook anders moeten communiceren?
 - De wijze van de OVP is zeker niet overal toepasbaar. Maar het is wel belangrijk om je open op te stellen. Mensen zijn niet dom.
- Is er al onderzoek gedaan naar hoe anderen naar de OVP communicatie kijken?
 - Daar heb ik geen harde cijfers voor. Ik weet wel dat het draagvlak is toegenomen. De nieuwe wildernis enorm veel publiek heeft getrokken. Dit heeft grote aantallen bezoekers opgeleverd, en mensen weten ons nu te vinden.
- Is er over nagedacht om mensen voor het bezoek aan de OVP te interviewen en achteraf?
 - Dat is een wat te simpele vraag. Het hangt er vanaf wat het doel is van de mensen, het verwachtingspatroon.
- Wanneer worden de plassen drooggelegd?
 - De OVP worden niet drooggelegd, er vindt een waterpeilverlaging plaats. Hier zie je een belangrijk nuanceverschil in communicatie. Wanneer dit wordt gedaan hangt van de provincie af.

3. Praktijktafels

Tijdens vijf praktijktafels in het tweede deel van de middag werden verschillende bevindingen uit de studie van Wing en Alterra aan de praktijk getoetst. De onderwerpen van de verschillende tafels waren:

- Succesfactoren voor communiceren over het faunabeleid
- Communiceren als de emoties hoog oplopen
- Overwegingen om proactief of reactief te communiceren
- Hoe nieuws zich verspreidt: de impact van persberichten en sociale media
- Speeddate: gelegenheid tot reageren op het rapport en het uitwisselen van vraag en aanbod rondom concrete communicatiemiddelen

Hieronder staat een bondige weergave van de bevindingen per tafel.



Succesfactoren voor de communicatie over faunabeleid

Wat leren we van situaties uit de praktijk over communiceren over het faunabeleid? We deelden aan deze tafel de successtories waar we met trots op terugkijken. Wat waren hiervoor de succesfactoren? Zo stond het leren van elkaars praktijkervaring centraal.

Casussen die voorbij kwamen waren o.a. de communicatie over muizenschade, het in de media brengen van het ganzenakkoord, berichtgeving over de ruimingsactie rond Schiphol en het bezoek van een wolf aan ons land. Uit de gesprekken kwamen vijf overkoepelende succesfactoren naar voren: (1) de confrontatie aangaan, (2) een gezamenlijke boodschap naar buiten brengen, (3) heldere afstemming over rollen en taken, (4) relatiemanagement (pers en stakeholders), en (5) te raadplegen feitenmateriaal goed toegankelijk maken voor pers.

Praktische adviezen voor betere communicatie

De adviezen staan hieronder per overkoepelende succesfactor gegroepeerd.

De confrontatie aangaan

- Transparant en open communiceren, ga de confrontatie dus niet uit de weg.
- Bijvoorbeeld door proactief presentaties te verzorgen of door in te gaan op een uitnodiging om uitleg te geven aan de tegenstanders van het beleid.
- Een gedeputeerde met gezag bij de doelgroep meenemen om toelichting te geven of vragen te beantwoorden levert ook succes op in de praktijk.
- Bij vragen niet gelijk diep vanuit de inhoud/vanuit beleid reageren. Dit kan pas in een later stadium.
- Tip voor het reageren op beschuldigingen: "Dat is een serieuze beschuldiging mevrouw." Dan voelen mensen zich serieus genomen én beseffen ze dat ze niet zomaar alles kunnen roepen.
- Deelnemers adviseren niet met PvdD of met de Faunabescherming in debat te gaan.
- Soms is niet communiceren ook een optie (uit ervaring met damherten schieten in Zuid-Holland).



Presenteren van feiten

- Maak het feitenmateriaal goed toegankelijk voor de pers
- Voorbeeld is de website van FBE Gelderland: “Eindelijk las ik een neutraal artikel over de ganzen met de juiste cijfers en feiten! Toen bleek dat de gegevens letterlijk van onze website overgenomen waren.”

Relatiemanagement

- Werk aan een goede relatie met de pers. Zodat wanneer het nodig is snel geschakeld kan worden.
- Durf ook NEE te zeggen tegen journalisten.
- Een ‘scoop’ levert veel aandacht op en kan versterkend werken voor een relatie.
- Maak gebruik van bestaande media, toegepast op doelgroep, om mee te communiceren. Maak bijvoorbeeld gebruik van het tijdschrift ‘de Boerderij’ om te communiceren met boeren.
- Schuif regelmatig aan bij gelegenheden waar doelgroepen aanwezig zijn.
- Samenwerken met partij die in principe tegen is, kan ook winst opleveren. Bijvoorbeeld in het geval van de muizenschade werd door het Faunafonds samengewerkt met de LTO die een muizenmeldpunt had ingericht. Ook is hier goed samengewerkt met de provincie. Provincie kon net voor de verkiezingen aankondigen dat er iets zou gaan gebeuren (goed nieuws bericht) en het Faunafonds kon duidelijk vertellen hoe ze taxatie van de schade gingen aanpakken en tegelijkertijd duidelijk maken dat het Faunafonds niet ging uitkeren.
- In de Kop van Schouwen nemen ze de pers mee tijdens de hoefdiertellingen. Na afloop worden de cijfers gepresenteerd, deze worden door de pers direct meegenomen. Dit zorgt voor een juiste verslaglegging.

Gezamenlijke boodschap naar buiten brengen

- Naar buiten komen met één afgestemde boodschap levert helderheid op in de berichtgeving.
- Vaak is één aanspreekpunt handig zodat duidelijk is waar mensen terecht kunnen met al hun vragen. Voorbeeld hiervan is de communicatie over de wolf in Groningen, waarbij de provincie het aanspreekpunt was.
- Een lijstje met mensen als aanspreekpunt aandragen, kan ook in sommige gevallen. Voordeel hiervan is dat antwoord gegeven kan worden vanuit ieders eigen expertise.
- Voorbeelden waarbij succesvol gebruik gemaakt is van een gezamenlijke boodschap (met diverse aanspreekpunten) is de ruimingsactie rond Schiphol en het ganzenakkoord.

Heldere afstemming over rollen en taken

- Stem onderling helder af wie welke rollen en taken heeft. En communiceer dit ook helder naar buiten toe.
- In Noord-Holland is afgesproken dat de provincie over het beleid communiceert en de FBE over de uitvoer. Dit geeft helderheid, ook aan de omgeving, over wie aanspreekpunt is in welk geval.
- Voorbeeld waarin dit goed heeft gewerkt is de ruimingsactie van ganzen rond Schiphol.





Als de emoties hoog oplopen

In de drie rondes werden veel verschillende voorbeelden genoemd als mogelijke casus en als ervaring. Faunabeheer en emoties delen een lange geschiedenis zo blijkt. Uiteindelijk zijn de gesprekken gegaan over het beheer van de damherten in de waterleidingduinen van Noord-Holland én Zuid-Holland, de muizenplaag in Noord-Nederland en de reddings- en dodingsactie van de wilde zwijnen in de Zuid-Willemsvaart.

Het Faunafonds en de muizenplaag

De muizenplaag in Noord-Nederland betreft een voorbeeld van de grote faunaschade waar boeren mee geconfronteerd kunnen worden. Maar is het daarmee ook direct een gebeurtenis waar de overheid dan voor moet bijspringen? De boeren vonden van wel. Zij hebben via de media een offensief ingezet en hebben zich voor schadevergoeding tot het Faunafonds gewend. Die heeft dat moeten afwijzen, want het Faunafonds heeft binnen haar regels geen mogelijkheid om deze schade te kunnen vergoeden. Imagoschade dreigt voor het Faunafonds, maar het verleden biedt uitkomst. Acht jaar geleden is bij een eerdere muizenplaag bij hoge uitzondering de schade wel vergoed, maar toen is ook afgesproken: “Dit is eens maar nooit weer”. De landbouwsector zou zelf voorzien in een early warning systeem, maar die blijkt nu, zo veel jaar na dato, nog niet op orde. De strijd via media en langs de bestuurlijke lijnen heeft uiteindelijk niet geresulteerd in een schadevergoeding van het Faunafonds, maar wel in de mogelijkheid voor de boeren om leningen bij de provincie te kunnen afsluiten tegen aantrekkelijke voorwaarden. Voor het Faunafonds vroeg deze hele situatie om een communicatiestrategie op het hoogste niveau.

Damherten in de waterleidingduinen, vooral een Noord-Hollands probleem

Het plaatsen van een afrastering om de emigratie van damherten uit het waterleiding gebied te voorkomen zorgt voor dode dieren langs het hekwerk die van honger zijn omgekomen. Het bijvoeren van dieren in het gebied is ten strengste verboden en ook het afschot van dieren in het gebied zelf kan niet op maatschappelijke en bestuurlijke instemming rekenen. De provincie Noord-Holland heeft veel last van deze situatie, omdat de beheerder, de gemeente Amsterdam, geen duidelijk beleid nastreeft. Er is dus nog geen deugdelijke oplossing voor de situatie gevonden. En het verhaal krijgt steeds nadrukkelijk de aandacht van de diverse media in Noord-Holland. Het gebied ligt deels ook in de provincie Zuid-Holland en daar leidt het beheer en afschot tot geen enkele commotie. De provincie Zuid-Holland kiest hier bewust voor een reactieve communicatiestrategie.

Wilde zwijnen in de Zuid-Willemsvaart, zorgplicht en nulstandbeleid

Een uiterst spraakmakende casus uit de recente berichtgeving betrof het afschot van wilde wijnen die net door de brandweer van de verdrinkingsdood waren gered uit de Zuid-Willemsvaart. De jachtopziener verwees naar de Valwildregeling en heeft de dieren die de zwemtocht hadden overleefd vanuit oogpunt van dierenwelzijn gedood. Ze zouden de stress en de hoeveelheid water in de longen niet hebben overleefd. Bijkomstigheid was hun verblijf buiten de aangewezen leefgebieden. Voor de provincie Limburg was het vervolgens spitsroeden lopen om de ophef die is ontstaan van hun lading te ontdoen. Door de feiten te accepteren, een duidelijke verhaallijn vast te houden en niet in de verdediging te schieten is men daar uiteindelijk in geslaagd.

Leerpunten

- Veronachtzaam de invloed van de sociale media niet
- Erken de emoties, maar sta voor je eigen beleid
- Communiceer alleen voor jezelf, niet voor een ander
- Ook via communicatie kun je partners aanspreken op hun verantwoordelijkheden
- Hoe leg je iets uit wat een toekomstig probleem is?
- Bij emotionele vraagstukken helpt “de-fusing”: Het actief voorkomen van “ongewenste” berichtgeving in de media door jouw eigen medianetwerk van de “juiste” informatie te voorzien.

- Reactief communiceren kan ook een heel heilzame en beproefde aanpak zijn, zo blijkt uit de praktijk van Zuid-Holland in het dossier damherten.
- In geval van een calamiteit is het belangrijk om er voor te zorgen dat alle betrokkenen dezelfde boodschap afgeven (en organiseer dat zo spoedig mogelijk binnen de hele organisatie).
- Maak actief gebruik van je eigen netwerk met journalisten en mediabeïnvloeders om te zorgen voor een adequate berichtgeving.

Praktische adviezen voor betere communicatie

- Bij (persoonlijke) bedreigingen via mail of Twitter: Zoek de afzender op en treedt in contact.
- Probleemhouder aanspreken op verantwoordelijkheden
- Bagatelliseer het probleem nooit, heb aandacht/begrip voor emoties, maar geef het handen en voeten
- Roep alleen dat wat je kunt waarmaken
- Als er meerdere partijen betrokken zijn: zorg voor één communicatieboodschap.



Proactief of reactief communiceren?

Communicatie naar het brede publiek is een vak apart. En de timing van communiceren kan een groot verschil maken. Zo is de ene provincie net begonnen met proactief communiceren en gaat de andere juist weer meer reactief communiceren. Aan deze tafel werden de voor- en nadelen van beide communicatiestrategieën besproken. Door middel van een debat ging de helft van de tafel nadenken over argumenten voor proactief en de helft over argumenten om reactief te communiceren.

Proactief communiceren

- Relatie met achterban wordt beter. Door actief te informeren en kennis te geven krijg je meer acceptatie.
- De relatie met de pers verbetert. Het heeft als voordeel dat je als autoriteit gezien wordt.
- Regie houden in plaats van toeval. Je kunt zelf framen hoe iets naar buiten wordt gebracht. Hiermee kun je ook bekendheid geven aan iets.
- Door gepaste kennisdeling kan het belang van bepaalde dingen worden benadrukt.
- Het scheelt tijd (op de lange termijn) en daarmee geld.



Reactief communiceren

- Je kunt gericht ingaan op kritiek.
- Door reactief te communiceren creëer je geen nodeloze emotie.
- Je maakt geen slapende honden wakker.
- Je kunt boodschap beter kanaliseren aan de hand van probleemstelling.
- Het geeft je mogelijkheid tot nadenken.
- Het is minder werk in eerste instantie en daarmee scheelt het geld (korte termijn).

Ervaringen en voorbeelden

- Het Faunafonds communiceert steeds meer proactief: Meer communicatie vooraf naar de doelgroep.
- In Noord-Holland hebben ze gemerkt dat communicatie veel tijd en energie kost. Maar iedereen schuift het van zich af, waardoor proactieve communicatie niet van de grond komt.
- Een aantal aanwezigen van de FBE's geven aan dat ze meer proactief willen communiceren. Maar op communicatie wordt het eerst bezuinigd, dus er is geen geld voor proactief communiceren.
- Proactieve communicatie via informatieavonden wordt vaak als moeilijk ervaren. Je loopt dan snel het risico dat je bij het publiek verwachtingen schetst die je niet waar kunt maken.
- Proactief is niet altijd beter. In Limburg werd er een online evenement aangemaakt op de site van de FBE voor de exotenbestrijdingsdag. Dit werd in de media groot opgepikt als 'wedstrijd ganzen schieten'.
- Er vindt op dit moment veel reactieve communicatie plaats. Een aantal deelnemers gaf aan dat er eigenlijk veel meer proactief gecommuniceerd kan worden. Ze zien dat dit op korte termijn geld kost maar op de lange termijn geld kan opleveren.



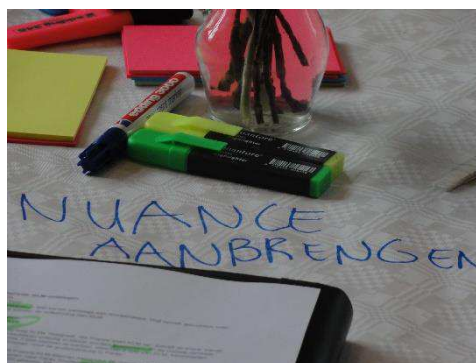
Praktische adviezen voor betere communicatie

- Zorg voor helderheid over verdelen van taken en verantwoordelijkheden is van belang. FBE geeft vaak aan dat ze communicatie meer een taak van de provincie vinden.
- De timing van communicatie is essentieel. Maak daarom een bewuste keuze tussen proactief of reactief communiceren.
- Proactieve communicatie bij voorkeur lokaal houden en dus niet provinciebreed.

Hoe nieuws zich verspreidt

Berichtgeving in de pers leidt soms tot onnodige commotie. Zorgvuldig gekozen woorden kunnen door journalisten verkeerd opgepikt en uitvergroot worden. Aan de hand van twee voorbeelden analyseerden we hoe een bericht zich in de media verspreidt.

- KLM-ontslagen: bij KLM verdwijnen 7500 banen vanwege een reorganisatie.
Wat als een getal zijn eigen leven gaat leiden?
- Was #pgbalarm een truc? Een kleine groep twitteraars krijgt met #pgbalarm een Kamerdebat voor elkaar. We keken naar de impact van social media.



Aan de hand van de artikelen gingen we in op mogelijke interventiestrategieën om te reageren op nieuws dat in omloop is.

Interventiestrategieën

- Het gebruik van bepaalde zelfstandig naamwoorden of superlatieven (om iets bijvoorbeeld heel groot of heel klein te laten lijken)
- Focussen op wie je gunstig gezind is
- Geef één duidelijke verklaring en blijf daarnaar verwijzen
- Geef gecoördineerd, via één centraal aanspreekpunt of woordvoerder, antwoord
- Niet reageren is ook een strategie
- “Alles wat je aandacht geeft, groeit”

Praktische adviezen voor betere communicatie

Naast mogelijke strategieën werden ook praktische tips en tricks gedeeld, die kunnen helpen om je boodschap zo goed mogelijk over te brengen of media-ophef te verminderen

- Niet in bijzinnen spreken
- Zorg voor heldere interne én externe communicatie
- Niet bagatelliseren en ontkennen
- Persoonlijk contact met journalisten
- Niet isoleren, in gesprek blijven

Speeddate

Aan deze tafel was gelegenheid tot reageren op het rapport Communicatie over faunabeheer en schadebestrijding. Daarnaast konden deelnemers vraag en aanbod matchen in de vorm van speeddate: aan welke vormen van communicatie-ondersteuning heb je behoefte en waar heb je behoefte aan? Aan deze tafel werden verder uiteenlopende discussies gevoerd en praktische tips voor de communicatie gedeeld.



Aanbod

- Een basis powerpointpresentatie over “Voorkomen, Bestrijden en Betalen van Faunaschade”. Een verhaal over de drietrapsraket, waarbij voorkomen de meeste inzet vraagt, bestrijden wat minder en betalen alleen aan de orde komt als er echt geen andere mogelijkheden zijn. B12, in de persoon van Johan Wesselink of collega komt de presentatie ook graag geven, maar dan in samenwerking met een FBE-secretaris. (Johan Wesselink, BIJ12, 06-11615036, johan.wesselink@bij12.nl).
- Provincie Gelderland heeft net een 47 pagina's tellend RTV-document opgesteld (rollen, taken en verantwoordelijkheden), waarin zij alle afspraken tussen Provincie en FBE hebben opgeschreven. Dit document kan als voorbeeld dienen voor andere provincies, hoewel afspraken elders mogelijk anders uitpakken.

Gezocht

- Opzet voor een communicatieplan voor proactieve communicatie (Johan Westerink, Bij12).
- Draaiboek voor grootschalige ingrepen. Nog af te stemmen wie dat moet doen, FBE wil graag dat de provincie dat doet (FBE Zuid-Holland).

Praktische adviezen voor betere communicatie

- Wanneer je een persbericht uitstuurt, of wanneer je een persconferentie belegt, zorg dat je een lijst met FAQ's paraat hebt. Het opstellen van deze lijst dwingt je vooraf om goed na te denken met welke vragen (vooral) de pers zal komen en het geeft je de gelegenheid om met weloverwogen antwoorden te komen, die je bovendien ook ter plekke schriftelijk kunt uitdelen. Aan de voorkant nadenken dus, dat voorkomt problemen.
- Wanneer je een persbericht uitgeeft met een telefoonnummer voor gedupeerden, dan kun je er zeker van zijn dat je door de media benaderd wordt. Houd daar maar rekening mee.
- Spreek de WBE's ook aan op hun emotie. Bijvoorbeeld in Drenthe komt de FBE bij de WBE's vertellen dat ze verstandig moeten zijn bij de schadebestrijding en hun registratie netjes op orde moeten houden, omdat er anders geen reden is om een vergunning te geven en ze de jacht/schadebestrijding niet meer mogen uitvoeren. Dat raakt ze.
- Provincie en FBE samen afspraken maken over rollen, taken en verantwoordelijkheden.





4. Conclusie

Tijdens deze bijeenkomst is in korte tijd veel kennis en ervaringen uitgewisseld tussen FBE's, provincie en Faunafonds. De deelnemers geven aan dat het waardevol is om samen communicatiemiddelen te ontwikkelen of bestaande middelen onderling uit te wisselen om zo bewuster en effectiever te kunnen communiceren. De resultaten van de praktijkdag bevestigen de meeste conclusies van het onderzoek 'Communicatie over faunabeheer en schadebestrijding'.

Zo was een terugkomend gespreksonderwerp de afstemming over taken, rollen en verantwoordelijkheden voor de communicatie tussen FBE en provincies. In veel provincies moeten hierover betere afspraken over gemaakt worden. Vervolgens kan dan per situatie partijen nadere afspraken maken over de gemeenschappelijke boodschap en het aanspreekpunt.

Verder werd geconcludeerd dat op dit moment nog vaak reactief gecommuniceerd wordt. Ten eerste vanwege het risico om slapende honden wakker te maken en ten tweede vanwege beperkte tijd en middelen (in het geval van de FBE's). Al beaamen de deelnemers dat proactieve communicatie het meest effectief is voor de lange termijn, ze concluderen ook dat reactieve communicatie geen zonde is en soms zelfs een positieve uitwerking heeft.

Wat betreft de discrepantie tussen emotie en kennis wordt geconcludeerd dat het in de praktijk verstandig is om niet gelijk te diep vanuit de inhoud te reageren op vragen. Tegelijkertijd is een les uit de praktijk dat het een positief effect heeft voor de berichtgeving om het feitenmateriaal op een toegankelijke manier te ontsluiten voor de pers.

Aanbevelingen voor het vervolgproces

Op basis van de bijeenkomst staan hieronder een aantal concrete aanbevelingen:

- **Maak gebruik van de opgedane contacten en versterk deze.**
Het Faunafonds zou dit kunnen faciliteren door deze groep mensen in de toekomst zowel via de digitale weg als tijdens incidentele bijeenkomsten een ontmoetingsplatform te bieden. De reacties tijdens de praktijkdag waren zeer positief. De deelnemers waardeerden de gelegenheid om aan de hand van praktische gebeurtenissen ervaringen uit te wisselen in dit gemêleerde gezelschap van zowel faunadeskundigen als beleidsmedewerkers en communicatieprofessionals. De bijeenkomst voorzag, ook gezien de opkomst, in een duidelijke behoefte en smaakt naar meer.
- **Zorg voor een handreiking communicatie en/of een gezamenlijk communicatieformat**
Bundel energie en expertise. Ontwikkel met elkaar communicatiemiddelen of wissel al bestaande middelen met elkaar uit. De deelnemers gaven aan vooral behoefte te hebben aan communicatieformats op het gebied van proactieve communicatie en communiceren over grootschalige ingrepen.
- **Maak afspraken over de verdeling van rollen, taken en verantwoordelijkheden**
Uit meerdere discussies bleek het belang van duidelijke afspraken of de verdeling van rollen, taken en verantwoordelijkheden tussen FBE's en provincies met betrekking tot de communicatie over het faunabeleid. Uit het rapport van Alterra en Wing komt naar voren dat er vaak de afspraak wordt gemaakt dat provincies communiceren over beleid en de FBE's over uitvoering. Hier blijkt echter een groot grijs gebied te zitten. De FBE's signaleren in sommige gevallen een communicatiebehoefte en vragen zich dan af of zij een rol moeten pakken en zo ja, welke. Tegelijkertijd geven zij aan dat ze communicatie meer een taak van de provincie vinden en zelf beperkt zijn in mankracht, budget en expertise.



Bijlage 1. Presentatie Annemieke Smit

Communicatie over Faunabeheer en Schadebestrijding

Inventarisatie van communicatiestrategieën in de praktijk van FBE's

1-4-2015

A. Smit, C. Hoon en R. Lanthers



Dit onderzoek is uitgevoerd in opdracht van en gefinancierd door het Ministerie van Economische Zaken, in het kader van het Beeldsondersteunend onderzoeksthema 'Biodiversiteit terrestrisch' (projectnummer BO-11-011.01-088), en het Faunafonds

Wat is het probleem?

Faunabeheer leidt tot weerstand bij publiek en politiek



2



Wat is het probleem?

- Weerstand levert mogelijk vertraging (in het veld en in juridische trajecten)
- Vertraging leidt tot meer werk en hogere kosten
- Sinds januari 2015 staan provincies aan de lat voor Faunabeheer en zullen zij te maken krijgen met de hogere kosten



3

De vragen van het Faunafonds

- Kan (andere) communicatie het draagvlak voor faunabeleid vergroten?
- Wat zijn handvatten voor het opstellen van communicatiestrategie over faunabeleid?
- Literatuurstudie
- Telefonische interviews met FBE-secretarissen



4

Literatuurstudie

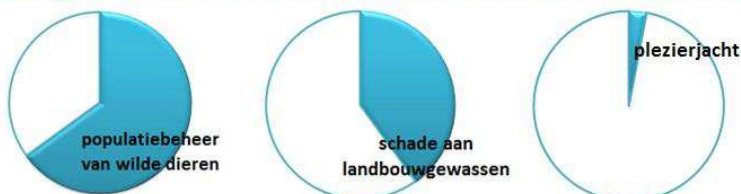


Perceptie van de jacht

■ Reden voor de jacht volgens ondervraagden:



■ Acceptatie van bovenstaande redenen voor de jacht





Motivatie van de jagers

Jagen	Schadebestrijding
1. Goed wild- en faunabeheer	1. Voorkoming en bestrijden van schade
2. Liefde voor de natuur	2. Goed wild- en faunabeheer
3. Benutten van wild / de natuur	3. Goede relatie met grondgebruiker
4. Het aspect van samen doen / in goed gezelschap	4. Bevorderen van de biodiversiteit
5. Voorkoming en bestrijden van schade	5. Uitvoeren jachtplicht

↑ Intern gedreven

↑ Extern gedreven



Lanters et al., 2013

7

Wat vindt het publiek?

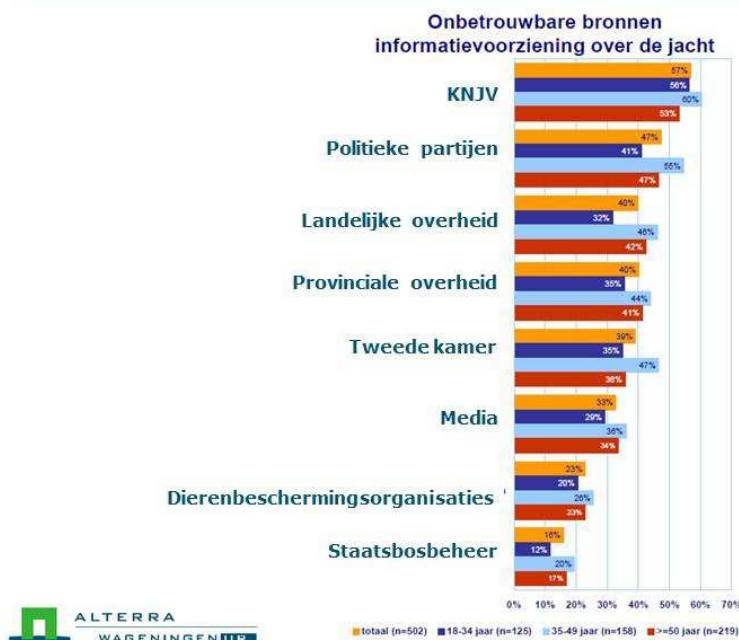
Legitiem		Niet legitiem
Als benodigde voedselbron	Jagen voor voedsel ↔	Als vlees op een andere manier verkregen kan worden -> jagers als 'slagers'
Het verdienen van geld in een kansarm landelijk gebied om op die manier te zorgen voor bestaanszekerheid	Jagen als levensonderhoud ↔	Commerciële jacht, luxe, 'hebberigheid'
Zorgen voor, rentmeesterschap, conserveren	Jagen als zorgen voor de natuur ↔	'Voor god spelen', moorden, verstoren van een natuurlijke balans
Leren, verbondenheid met de natuur	Jagen voor recreatie ↔	Enkel voor het plezier, sensatie, adrenaline stoot
Het doorgeven van cultureel erfgoed	Jagen voor culturele redenen ↔	Pronken
Gemeten, matig beheerst Het verschaffen van bredere voordelen aan de natuur en de maatschappij		Overmatig, ongecontroleerd Egocentrisch, focus op het individu
←-----→		



Overzicht van het verloop van morele argumenten voor het (de)legitimeren van motieven om te jagen. De figuur is gebaseerd op zes verschillende studiegebieden in Europa en Oost-Afrika. Naar Fisher et al. (2012)

8

Geloofwaardigheid van de bron

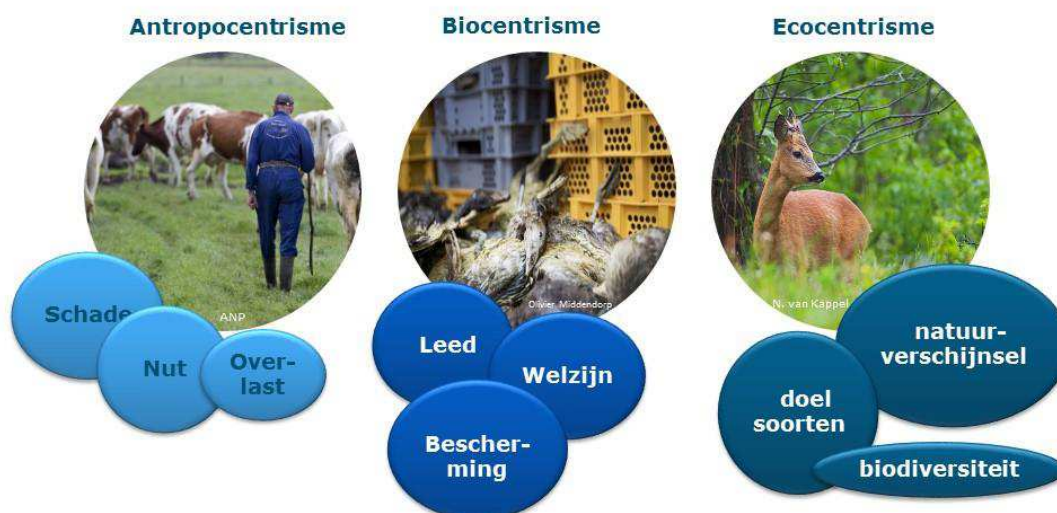


Blauw, 2006

Het doden van dieren: een ethische kwestie



Drie basis visies t.a.v. dieren



Interviews FBE's

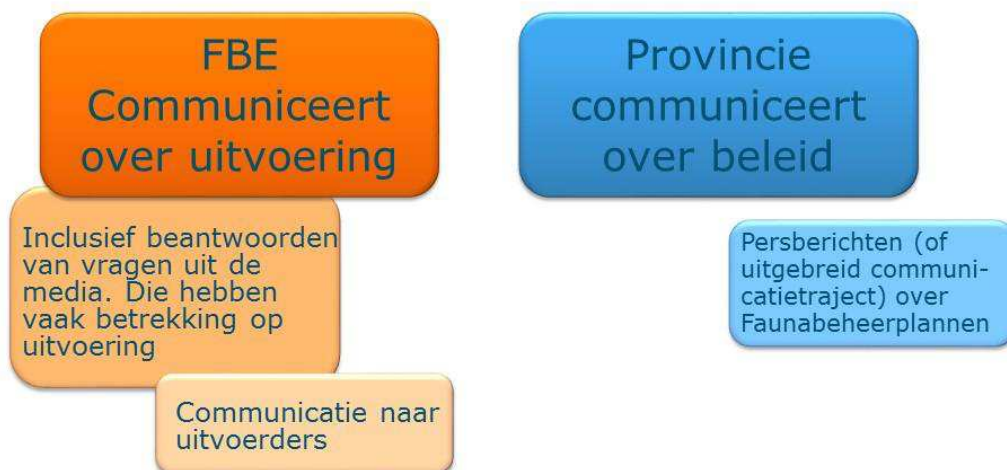
Telefonische interviews FBE-secretarissen
sept. – okt. 2014

- Communicatie
 - Organisatie
 - Proactief of reactief
- Effect publieke en politieke weerstand op uitvoering
- Behoefte aan ondersteuning





De organisatie rond communicatie



Proactieve of reactieve communicatie?

- **Communicatie naar jagers**
 - Meestal pro-actief via website, nieuwsbrief, faunaregistratiesysteem
 - Problemen met het 'systeem' levert veel vragen op
- **Communicatie naar grondgebruikers**
 - Persoonlijk bij korte lijntjes (Flevoland)
 - Geen rechtstreekse kanalen, moet via persbericht
- **Communicatie bij grootschalige ingrepen**
 - Meldkamer, gemeente en omwonenden informeren

Proactieve of reactieve communicatie?

- Communicatie naar publiek
 - 'het is een vak apart'
 - Vermijden of informeren
 - Website, flyer voor in het veld, facebook
 - Alleen reageren op vragen (uitleggen)
 - Niet naar publieksavonden of juist wel
 - Emoties erkennen, of juist uit de discussie halen



15

De ervaringen bij de FBE's

- Publieksacties en media-aandacht lijkt af te nemen, confrontaties in het veld leiden niet tot vertraging
- Juridische trajecten kunnen uitvoering vertragen



16



Het probleem is niet groot, maar ondersteuning is welkom

- Draaiboek bij grootschalige ingrepen
- Hoe om te gaan met de media
- Faunabeheersysteem verbeteren
- Zorgen voor directe kanalen naar grondeigenaren
- Flyers, betere website
- “Hoe kan ik het nog beter uitleggen?”
- Ervaringen uitwisselen



17

Conclusies en aanbevelingen

- Conclusies uit de interviews:
 - Vertraging door publieke en politieke weerstand wordt door FBE's niet herkend
 - Grootste 'probleem' zit in stichting Faunabescherming, daar helpt betere communicatie niet tegen
- Communicatie over feiten of emoties
 - Kennisoverdracht door FBE's vs. emoties bij het publiek.
- Communicatie naar brede publiek
 - Verschillen in 'hitte'
 - Zorgvuldige berichtgeving (taal) is van groot belang

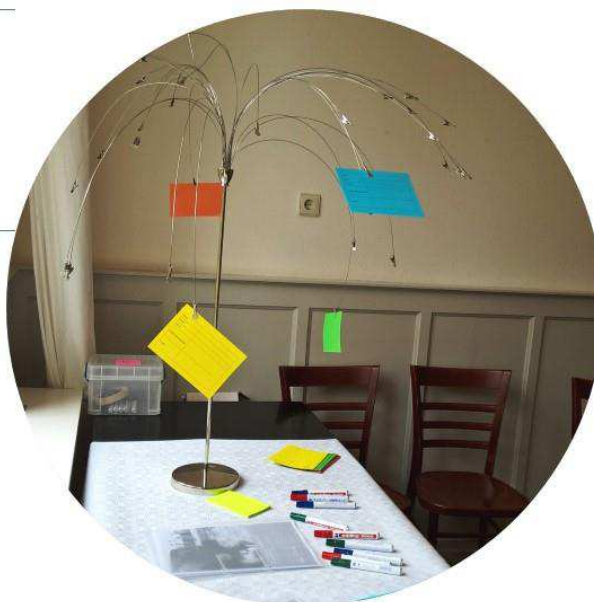


18



Verder praten bij de speeddate

Vraag en aanbod



ALTERRA
WAGENINGENUR



wing
partner
in ruimte
en ontwikkeling

19



Bijlage 2. Deelnemerslijst

Naam	Organisatie
Annemieke Smit	Alterra Wageningen UR
Sandra Binken	BIJ12
Marieke van der Haar	BIJ12
Kelly Habets	BIJ12
Ton Heeren	BIJ12
Daan Jacobs	BIJ12
Koos Maasbach	BIJ12
Wilmer Remijnse	BIJ12
Rob Schuitemaker	BIJ12
Johan Wesselink	BIJ12
Mark Westebring	BIJ12
Esther van Wijk van Brievingh	BIJ12
Cas Wichers	FBE Drenthe
Gijs Wouters	FBE Friesland
Teun Achterkamp	FBE Gelderland
Laura Schrauwen	FBE Gelderland
Henny van Koot	FBE Groningen
Alfred Melissen	FBE Limburg
Gijs van Aardenne	FBE Noord-Brabant / Natuurlijk Communicatie
Erik Koffeman	FBE Noord-Brabant
Chris Segeren	FBE Noord-Brabant
Jeroen Nuissl	FBE Utrecht
Liduin Paree	FBE Zeeland
Mariette Huber	FBE Zuid-Holland
Riëtte Iken	Provincie Flevoland
Alex Osten	Provincie Gelderland
Matthé ten Wolde	Provincie Groningen
Jeannette Duin	Provincie Noord-Holland
Arthur Raphet Meeng	Provincie Noord-Holland
Emilie Wijers	Provincie Noord-Holland
Frank Hoekstra	Provincie Overijssel
Fenneke van der Vegte	Provincie Overijssel
Jessica Grootenboer	Provincie Utrecht
Roland Zoer	Provincie Utrecht
Linneke van Heemskerck Duker	Provincie Zuid-Holland
Hans Breeveld	Staatsbosbeheer
Frans van Bommel	Van Bommel Faunawerk
Anne Krufft	Wing
Céline Hoon	Wing
Roel van Cauwenberghe	Wing
Ronald Lanfers	Wing