



COMMUNICATIE ESSENTIEEL

Als je aan de slag gaat met een Bloemrijk, kun je niet om communicatie met anderen heen. Allereerst met de mensen die je Bloemrijk willen gaan inrichten en onderhouden: de vrijwilligers (= interne communicatie). Maar ook met omwonenden van je bloemrijke locaties en andere dorps-, wijk- of stadsgenoten (= externe communicatie). Hoe pak je dit aan en waar let je op in je communicatie?

COMMUNICATIE INTERN: MET VRIJWILLIGERS

Als je eenmaal een clubje enthousiaste mensen hebt verzameld (zie het werkblad 'Werken met Vrijwilligers'), is het handig om regelmatig met elkaar te overleggen. Wat ga je doen, wanneer, waar en wie heeft welke verantwoordelijkheid? Dat kun je natuurlijk 'live' doen, bijvoorbeeld aan het begin van een nieuw project (op de betreffende locatie, bij iemand thuis of in een buurthuis bijvoorbeeld), maar sociale media kunnen ook een handig middel zijn om iedereen betrokken te houden.

APP- OF FACEBOOKGROEP: INTERNE COMMUNICATIE 'PLUS'

Ook een bredere groep, buiten de 'harde kern' Bloemrijkers, kun je gemakkelijk via sociale media betrekken. Start bijvoorbeeld een appgroep of een Facebook-groep om iedereen die betrokken is in te lichten en te laten meedenken over de plannen en uitvoering van jullie projecten. Schrijf een kort profiel van je app- of Facebookgroep, waarin je duidelijk maakt waarvoor de groep bedoeld is (en desnoods waarvoor juist niet). Bijvoorbeeld:

"In deze appgroep delen we ideeën over een groener en bloemrijker [plaatsnaam] en plannen we zaai- en plantacties in het dorp/de wijk. Maar we delen ook kennis over biodiversiteit en tuinieren, en ruilen planten en zaden."

Maak iemand verantwoordelijk voor het beheer van de groep, zodat diegene desnoods kan ingrijpen als de berichten te veel van het Bloemrijk-thema afwijken. Je wilt natuurlijk voorkomen dat mensen afhaken vanwege een slechte of te uitgebreide communicatie. Maar wees er ook voorzichtig mee om mensen (zeker voor de hele groep) terecht te wijzen, omdat je juist het enthousiasme bij iedereen wilt blijven aanwakkeren.

WAAROVER COMMUNICEER JE 'INTERN'?

Wat kun je zoal delen om elkaar te inspireren en iedereen te blijven betrekken?

- Foto's uit je eigen Bloemrijk (de eerste bloembol in bloei, een bijzondere vlinder in jullie bloeiende berm, vrijwilligers in actie...) – hiermee creëer je een gezamenlijk gevoel van trots;
- Krantenartikelen en/of berichten van digitale media over jullie acties en resultaten;
- Berichten over (acties van) andere Bloemrijken in de buurt;
- Landelijke initiatieven om bij aan te sluiten (NK Tegelwippen, Nationale Zaaidag, Plant je mee, de jaarlijkse bijtelling, etc.). Dit zijn ook goede haakjes om (laagdrempelig) meer bewoners te betrekken bij jullie Bloemrijke activiteiten.
- Nieuws over het belang van meer biodiversiteit, zodat je steeds blijft wijzen op waar je het allemaal voor doet;
- Het bestaan van de werkbladen van 'Bloemrijken'.





COMMUNICATIE EXTERN: PERSOONLIJK MET BUURTBEWONERS

Om zoveel mogelijk draagvlak voor een Bloemrijk te creëren, is het belangrijk om omwonenden in een vroeg stadium bij jullie plannen te betrekken en ze daarna steeds op de hoogte te houden. Zo smoor je eventuele bezwaren al in de kiem. Ga bijvoorbeeld voorafgaand aan een geplande actie langs de deuren om erover te vertellen, inventariseer mogelijke bezwaren en voorkeuren en hou daar waar mogelijk rekening mee. Bijvoorbeeld over de soort beplanting voor een bloembak of de hoogte van een geplande heg. Door mensen persoonlijk aan te spreken, kun je goed vertellen wat je doet en vooral ook waaróm jullie dit doen (vertel over de noodzaak bestuivers te helpen!). En echt luisteren naar wat zij te zeggen hebben, zorgt dat zij zich gehoord voelen.

COMMUNICATIE EXTERN: BREDERE KRING

Vervolgens zijn er in jouw dorp of buurt vast bestaande communicatiemiddelen waar je regelmatig van gebruik kunt maken om acties aan te kondigen en resultaten te delen. Zodat die ook buiten jullie Bloemrijk-groep bekend worden. Bijvoorbeeld:

- Een dorpskrantje of nieuwsbrief
- Een lokale appgroep, Facebookgroep, Instagram-account
- Lokale krant

Tip: Deel niet alleen de mooie resultaten, maar laat ook zien wanneer iets (nog) niet goed gaat. Wellicht zijn er dan mensen die nog niet direct betrokken zijn, maar wel mee willen werken aan een oplossing.

Tip: Schakel mensen in die goed zijn in ofwel verbale communicatie (bewoners aanspreken, overleg met gemeente) of tekstuele communicatie (bv. persberichten schrijven) en daarin ook genuanceerde keuzes kunnen maken. Misschien zijn er vrijwilligers betrokken die beroepsmatig als tekstschrijver of communicatieadviseur werken en dit onderdeel graag op zich willen nemen?

WEBSITE

Heb je enthousiaste communicatoren in je vrijwilligersgroep, maak dan een eigen website! Handig om bij al je communicatie naar te verwijzen. Maar een pagina op de website van het dorpsplatform, de wijkraad of een andere duurzame club in de buurt is ook een optie.

COMMUNICATIE MET DE PERS

Om in de (lokale) krant te komen met je initiatief schrijf je een persbericht, dat je aan de redactie mailt inclusief foto. Of je kunt het uploaden op de website van de krant via bijvoorbeeld 'lezersnieuws'. Lokale media nemen dit bericht vaak één op één over (eventueel ingekort). 'Free publicity' moet in deze tijden van sociale media toch niet onderschat worden! De lokale krant kent nog steeds een groot en breed lezerspubliek.

COMMUNICATIE MET ANDERE BLOEMRIJKEN

- Er is een besloten groep op [LinkedIn: 'Gonzend Rivierenland'](#). Word lid! Je kunt dan nieuwsberichten volgen die Team Gonzend plaatst, maar ook zelf berichten plaatsen. Inspireer ook elkaar!
- Volg elkaars Facebook-pagina of Instagram-account;
- Kom naar de Bloemrijke(n) bijeenkomsten die Team Gonzend organiseert;
- Stuur een bericht aan gonzend@defruitmotor.nl als je iets te melden hebt voor de e-mail-nieuwsbrief van Gonzend Rivierenland.

MEER WETEN?

- Leefbaarheidsalliantie Gelderland geeft allerlei advies aan leefbaarheidsinitiatieven, ook voor het schrijven van een [persbericht](#).
- Via jouw gemeente of welzijnsorganisatie kan er aanbod zijn voor vrijwilligersorganisaties van cursussen voor bijvoorbeeld effectieve inzet van sociale media.

