

Auteurs Annemarie van Oorschot en Guido Rijnja

Foto ANP

Stikstof op je bord: een ongekende opgave

Aan de bak met stikstof: wat gaat er dan als
communicatieadviseur door je heen? Rudi Buis van het ministerie
van Landbouw, Wytze Sonnema van LTO Nederland en docent/
onderzoeker Korien van Vuuren delen hun professionele puzzels
en passies. Met één gedeelde vraag: waar is het nieuwe verhaal?

Rudi Buis:

‘De ziel van mensen is geraakt’



“Herinner je je de Rubiks kubus?”, vraagt Rudi Buis, hoofd woordvoering bij het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit (LNV). “Die is normaal gesproken al lastig op te lossen, maar als de rijen en vlakken ook nog eens constant van kleur verschieten... Als ik zoek naar woorden voor wat we meemaken op stikstofgebied laat dit beeld me niet los. Ik zie me weer zitten met de vorige minister van LNV, Carola Schouten, na de roemruchte uitspraak van de Raad van State in mei 2019. We wisten natuurlijk meteen dat dit impact zou hebben, maar deze impact...”

Juridisch moeras

“Twee ontwikkelingen maken het lastig om een communicatieve oplossing te vinden. De eerste is de totale juridisering van het onderwerp. Als je ziet hoeveel rechtszaken er lopen. Het ene moment is er een rechterlijke uitspraak en gaan we al dan niet gedwongen die kant op met het dossier, en het volgende moment vraagt jurisprudentie om op een ander spoor verder te gaan. Het is vooral lastig om duidelijk te zijn, en dat is toch een van de belangrijkste dingen in ons vak. We zitten in een juridisch moeras en dat maakt heldere communicatie lastig.”

“Daar komt een tweede probleem bij. Dit heeft alle kenmerken van een ‘kampendossier’: óf je gelooft dat stikstof het einde van de wereld betekent óf je wuift het weg en zegt: het stikstofprobleem bestaat niet. Er wordt heel veel onderzoek gedaan en via allerlei kanalen komen allerlei deskundigen met studies en artikelen die de twee kampen voeden en de polen steeds groter maken. De verharding neemt toe en het is lastig om dan voor nuancering te zorgen”, aldus Buis.

Een kwestie van identiteit

“De juridisering en de verzuiling maken het heel moeilijk om als ministerie te manoeuvreren. Van het weekend merkte ik het nog op een familiëreünie, ergens in de Betuwe. De omgekeerde vlaggen, de zakdoeken wapperen overal. Ik word aangesproken en meteen is de kracht van een zuil merkbaar. ‘Kijk nou naar dat weiland, er groeit toch gewoon van alles’, roept de een. Waarop een ander er een studie bijhaalt, die juist de ernst van de situatie aantoont. Wat me professioneel bezighoudt, is dat dit niet zomaar een gepolariseerd debat is. Dit steekt veel dieper. Mensen zijn in hun identiteit geraakt”, zegt Buis.

Nieuw verhaal

“Als communicatieman houdt het me vooral bezig hoe we wegkomen van dat uitdelen van verwijten over en weer. Hoe spelen we in op die geraakte identiteit? Als iemand roept ‘Blijft het platteland wel wat het was?’, vraagt hij niet om een studie naar beplanting, maar om zorg voor de ziel; van het land, de mensen, van zichzelf. Het gaat over de angst dat de leefbaarheid (verder) verdwijnt. Daar is een slag in te maken, en de vraag is: hoe? Dat is de communicatieve uitdaging voor nu.”

Wytze Sonnema:

‘Voorkomen dat het vastloopt’



Toen Wytze Sonnema in 2018 als adviseur Public Affairs bij LTO (Land- en Tuinbouworganisatie) Nederland begon, had hij niet kunnen denken dat hij vier jaar later als hoofd Public Affairs en Communicatie voor een van de grootste uitdagingen in zijn vakgebied kwam te staan: het platteland en de boeren door de stikstofcrisis loodsen. Geld voor massacampagnes heeft de vereniging niet, maar de leden, ruim 30.000 boeren en tuinders, brengen de boodschap voortdurend over het voetlicht. Sonnema vindt er geen doekjes om: “Tot hier en niet verder is nu onze boodschap richting de overheid. LTO heeft eerder, samen met onder meer milieuorganisaties en VNO-NCW, een realistisch plan gepresenteerd, waarmee we de natuur beschermen, voorkomen dat de vergunningverlening vastloopt en de boeren perspectief bieden. In dat plan wordt het beleid van onderop gevormd, op maat per gebied, waarbij iedereen aan tafel zit. Minister Van der Wal heeft te weinig met dat plan gedaan en wil al in 2030 een kwart meer stikstof reduceren dan wij haalbaar achten.”

Storytelling

Boeren en tuinders kunnen op veel sympathie van de samenleving rekenen. “Ze zijn ook in de communicatie ons grootste kapitaal”, beaamt

Sonnema. “Met persoonlijke verhalen over het bedrijf, de ambities en ook het leven op het platteland leggen zij uit wat de impact van beleid is. Onze leden kunnen dat van nature op authentieke wijze vertellen.” Er komen dagelijks verzoeken van journalisten binnen om namen van boeren door te geven die zich willen laten interviewen voor kranten, radio of televisie. Ook wordt veel tijd geïnvesteerd in het proactief aandragen van verhalen: het werk van LTO is voor 95 procent onzichtbaar. Je ziet dan een boer of tuinder met een goed verhaal.”

Agressie

Met de agressieve demonstraties en vandalisme op snelwegen dreigen de boeren de sympathie van de samenleving te verliezen. Dat de boeren boos zijn, kan Sonnema goed begrijpen. “Verreweg de meeste leden geven daar op een goede manier uiting aan door te praten met het lokale bestuur, hun omgeving en met ludieke acties. Demonstraties doen we binnen de normen van de wet. Als mensen zich ongepast gedragen dan spreek je hen daarop aan, maar niet iedereen is lid en je kan niet alles voorkomen.”

Inmiddels heeft Sonnema, naast storytelling, de communicatiestrategie uitgebreid met twee

andere sporen. “We willen de bredere impact van het stikstofbeleid zichtbaar maken, dus niet alleen voor de boeren maar voor het totale leven op het platteland: economisch, sociaal en cultureel. De toekomst van het platteland staat echt op het spel.” Het andere, nieuwe spoor is duidelijker inzetten op de kansen van innovatie. “We oogsten in het buitenland veel bewondering vanwege onze innovatiekracht, terwijl er in Nederland wantrouwend over gesproken wordt. Als je duurzamer wilt produceren dan moet je innoveren. Dat moeten we bij de politiek tussen de oren krijgen.”

Geen geld

De bestuurders en leden van LTO steunen de communicatie-uitingen van Sonnema volop. “Als we een bericht op sociale media plaatsen, gaat er meteen een bericht uit in WhatsApp-groepen met de vraag het door te zetten. Ook zijn er in de regio originele initiatieven die wij overnemen. Zoals de boerenzakdoek die je met augmented reality om je profiel foto op Facebook en Instagram kunt binden. Onze kracht zijn de leden en bestuurders, georganiseerd in regio's, afdelingen en sectoren, die enorm gemotiveerd zijn om samen tot een realistische aanpak van het stikstofvraagstuk te komen.”

Korien van Vuuren:

‘Hier kom je alleen niet uit’



“Dit is een transformatief vraagstuk dat een meer systemische aanpak vraagt dan wat in de veranderkunde ook wel als een eerste of tweede orde-verandering wordt omschreven. Er is een nieuw toekomstbeeld nodig, een handelingsperspectief dat de complexiteit omarmt. Met alle rafelige, trage vragen van dien: systeemautomatismen, waarden en verdienmodellen komen ter discussie te staan”, zegt Korien van Vuuren, docent Communicatie op de Christelijke Hogeschool Ede en promovenda Transformatiecommunicatie aan de Radboud Universiteit. “We weten dat je bij dit type vragen interorganisatieel te werk moet gaan: hier kom je als ministerie of als land- en tuinbouworganisatie alleen niet uit. Omgevingssensitiviteit is dus belangrijker dan ooit. Hoe ziet het krachtenveld eruit, hoe vormen zich issues en welke woorden en beelden geven mensen aan wat zich voordoet? Communicatief gezien is de radarfunctie van adviseurs hier essentieel.”

Gezamenlijke betekenissen

“Overal zie je verhalen ontstaan over pijn en angst om te verliezen wat mensen dierbaar is: kan ik mijn bedrijf wel voortzetten, kunnen we de grond behouden, wat doet dit met ons gezin? En:

hoe zorgen we dat we natuur herstellen in plaats van verder vernietigen? Het is van belang om als systeem betekenis te verlenen aan het waarom en hoe van deze transformatie. De overheid heeft weliswaar een kaderstellende taak om de kwaliteit van de natuurlijke leefomgeving te bewaken, maar binnen die kaders moet gezocht worden naar een gezamenlijk handelingsperspectief. Samen meten en interpreteren, daar komt het op aan. Dit vraagt veel, zeker als opvattingen uiteenlopen en polarisatie op de loer ligt: aan tafel met een integratieve blik dus, verder kijken dan alleen je eigen organisatie, belangen en mogelijkheden. En daarbij blijken communicatieprofessionals van waarde: als facilitator, voor het binnenbrengen van taalvelden van buiten en om representatief én verbindend in de issue-arena aanwezig te zijn”, zegt Van Vuuren.

Mentale ruimte

“Een uitweg uit een dergelijk conflict vraagt om een reframing naar gezamenlijke volgende stappen. Communicatief gezien ligt er de vraag: waar zit overlap tussen de verschillende waarden? Hoe zien we een toekomstige samenleving waarin mensen in balans met de natuurlijke omgeving wonen en

werken? Hierop mogen ook de bedrijven in het systeem bevestigd worden: banken, supermarkten en toeleveranciers van veevoer, kunstmest en bestrijdingsmiddelen. En allemaal zijn wij consument: welke keuzes maken wij?”

Vindingrijkheid

“Lukt het om vindingrijke verhalen te zien en verder te brengen? Ik zie op allerlei plekken initiatieven opkomen”, zegt Van Vuuren. “Neem de Boerenraad, die is ontstaan uit verschillende ‘bloedgroepen’ in de agrarische sector: van de biologische tuinders tot gangbare boeren. Stuk voor stuk mensen die elkaar opzoeken en die elkaar door gesprekken, hoe intens ook, blijven vasthouden. Er zijn veel goede voorbeelden van de benodigde systeemverandering te vinden in de praktijk. Op het eerste oog misschien kleine stapjes, maar ondertussen zijn het er wel heel veel. Geef dat maar eens ‘body’ door deze initiatieven te faciliteren en duidelijke langetermijnkaders te ontwikkelen. Zo ontstaan nieuwe natuurinclusieve verdienmodellen en komt systeemverandering tot stand.”

Bereik de media die voor jou relevant zijn.

Wij weten welke je moet hebben en hoe je hun aandacht trekt.

anp.nl/business

.ANP Business



Babbage ziet je liefde voor ons vak

Daarom bieden we je, naast opdrachten en projecten, training en opleiding om te blijven groeien als professional.

www.babbagezietje.nl