



Droge voeten houden in het afwaterputje van Nederland

Hoogheemraadschap van Schieland en de Krimpenerwaard denkt groot in kleinschalige oplossingen



INTERVIEW

Dweilen met de kraan open, zo zou je de taak van hoogheemraad Agnes van Zoelen kunnen beschrijven. De ambtsvrouw van het hoogheemraadschap van Schieland en de Krimpenerwaard staat voor de monsterklus om Rotterdam en nog flink wat achterland droog en veilig te houden. Haar hoogheemraadschap bevindt zich op het laagste punt van Nederland, eigenlijk het afwaterputje van ons toch al natte polderland. 'Het water komt hier van vier kanten: de zee, de rivieren, de hemel en de bodem.' En dan is er nog de enorme achterstand in klimaatadaptatie die de waterschappen voor uitdagingen stelt.

Auteur: Paul van der Sneppen

**“In innovatie en efficiency
zit onze speelruimte”**

Maar wie denkt dat Van Zoelen zich met bouwen op van het ene grote waterwerk naar het andere spoedt, die heeft het mis. De nieuwe uitdagingen die vooral het klimaat aan haar functie stellen, leiden opmerkelijk genoeg vooral tot keukentafelgesprekken en 'postzegels sparen'.

Kleine projecten

'Nieuw is vooral dat we, samen met andere stakeholders, kleine projecten groot uitrollen. Daar valt veel winst te behalen.' De ambtsvrouw doelt daarmee onder meer op de vele stadsvergroeningsprojecten waarbij het hoogheemraadschap betrokken is. Samen met de gemeenten draagt

het hoogheemraadschap bij aan het creëren van een betere waterbuffering in stedelijke gebieden. Geveltuintjes zijn daar een goed voorbeeld van. 'Het zijn allemaal kleine postzegeltuintjes, maar kleinschalige oplossingen groot uitrollen heeft wel degelijk veel effect.'

Toch blijft het, ook in de stad, niet alleen bij projecten van postzegelformaat. Ook voor grotere projecten is ruimte. Zo is in de Rotterdamse Museumparkgarage een ondergrondse waterberging aangelegd waarin tien miljoen liter water opgevangen kan worden. Op het Benthemplein in Rotterdam is een speelplaats aangelegd die, in



geval van wateroverlast, dient als noodbuffer voor 1700 kuub hemelwater. 'Zo'n waterbassin in de stad is heel zichtbaar. Daar moet draagvlak voor gecreëerd worden. Zo'n project doen we dan ook in nauwe samenspraak met gemeenten, ontwerpers en natuurlijk ook de omwonenden.'

Verstening

De initiatieven passen allemaal in het kersverse Deltaplan Ruimtelijke Adaptatie. In het werkgebied van Van Zoelen betekent 'ruimtelijke adaptatie' ook nadrukkelijk de verstening van stedelijke gebieden aanpakken. Het hoogheemraadschap van Schieland en de Krimpenerwaard omvat negen gemeenten, waaronder steden als Rotterdam, Capelle aan den IJssel en Zoetermeer. 'Met zoveel stedelijk gebied is het voor ons belangrijk te kijken wat we op straatniveau kunnen doen om de stad klaar te maken voor de gevolgen van klimaatverandering.'

Dat heeft ook tot gevolg dat het waterschap nog meer de klok moet luiden over wat het doet en waarom. Draagvlak creëren voor het werk van zijn mensen wordt belangrijker naarmate de organisatie zich meer in de haarvaten van de samenleving begeeft, merkt Van Zoelen. 'Voorheen waren we

vooral bezig met uitleggen wat we doen. Nu gaat dat een stap verder. We betrekken mensen steeds vaker bij projecten.'

“We worden steeds meer een omgevingsgerichte organisatie”

Communicatie

Er wordt daarom flink ingezet op de communicatie. 'Het klimaat is onze grootste uitdaging. Klimaatverandering raakt mensen ook direct. Een extra plas water in de straat, daar stappen ze nog overheen, maar bij een volgelopen kelder komen er toch vragen. We gebruiken klimaatverandering daarom graag als haakje om de noodzaak van goed waterbeheer uit te leggen. We vertellen wat er staat te gebeuren, wat wij doen en wat burgers zelf kunnen doen.'

Die dialoog met de burgers vindt zeker niet alleen via de nieuwsmedia plaats. 'We veranderen van een taakgerichte organisatie naar een meer omgevingsgerichte organisatie. Dat houdt ook in dat we tegenwoordig geregeld bij mensen thuis aan

de keukentafel zitten, letterlijk. Dat is niet altijd zo geweest. We zijn bij grote projecten ook wel eens te kort door de bocht gegaan. Dat riep weerstand op.'

Dat komt volgens Van Zoelen overigens ook doordat de samenleving is veranderd. 'Burgers zijn mondiger. Partners, bedrijven en inwoners willen meer inspraak. We bewegen mee met die ontwikkelingen. We nemen nu veel meer tijd voor de omwonenden en andere stakeholders aan de voorkant van een project.'

Burgerparticipatie

Van Zoelen ziet het als taak van het waterschap om aan burgers uit te leggen wat klimaatadaptatie van hen vraagt. Die taak gaat, wat haar betreft, nog veel verder dan draagvlak creëren voor afzonderlijke projecten. 'We zijn veel op scholen te vinden, bijvoorbeeld. Op middelbare scholen denken we maatschappelijke impact te hebben. We treffen er de kiezers en belastingbetalers van morgen. Veel jongeren hebben bovendien belangstelling voor de technische aspecten van ons werk. We kunnen met onze kennis goed aanhaken bij hun lesstof. Maar we hopen zo ook jongeren, jongens én meiden, te interesseren voor ons vak. We heb-



ben die mensen straks hard nodig.' Het valt meteen op dat die publiekscommunicatie doelstellingen omvat die de blik op een verre toekomst richten. Van Zoelen vindt dat vanzelfsprekend. 'We komen niet uit een communicatieve traditie. Dat zijn we nu volop aan het leren. Dit is bij uitstek een organisatie van technenuten. Dat zijn geen praters. Maar waar het gaat om het ontwikkelen van langetermijnstrategieën, daarin zijn we gepokt en gemazeld. Honderd jaar vooruitkijken is heel gewoon voor ons. We zijn dan ook het oudste bestuurlijke orgaan van Nederland.'

Innovatiekracht

Dat bestuursorgaan heeft altijd zelf de broek moeten ophouden. Het werk van de waterschappen wordt immers gefinancierd uit lokale belastingopbrengsten. Dat gegeven is volgens Van Zoelen een belangrijke pijler onder de innovatiekracht van de organisatie. 'We moeten het doen met wat er binnenkomt. We kunnen nergens aankloppen voor meer geld. Dat is beslist een belangrijke drijfveer om oplossingen te zoeken in samenwerking, efficiëntie en innovatie. Daar zit voor ons de speelruimte.'

Dat het waterschap die ruimte te gelde weet te maken, blijkt uit de cijfers, zo rekent Van Zoelen voor. 'Met alle uitdagingen waar we voor staan, hebben we de belastingdruk voor de burger weten te beperken tot een tariefstijging van minder dan 1 procent.'

Media

Het waterschap heeft ook veel aan zichtbaarheid gewonnen. De nieuwsmedia hebben Van Zoelens organisatie in het vizier. 'Innovatie en duurzaamheid zijn thema's die erg in de belangstelling staan', merkt Van Zoelen. Daar lift het waterschap graag op mee. De organisatie participeert geregeld in projecten die veel media-aandacht trekken. Met een groep studenten wist het hoogheemraadschap afgelopen jaar nog de Circular Challenge van Bluecity010 te winnen, een innovatieprijs voor circulair ondernemen. Studenten, gesteund door het hoogheemraadschap, wisten van grof afval dat in de roosters van een afvalwaterzuivering wordt afgevangen, een nieuw product te maken. Het verhaal haalde het NOS-journaal, enkele grote landelijke dagbladen en wist zelfs Chinese nieuwsmedia te bereiken.

Toch wordt niet elke strijd gewonnen. In het achterland van het hoogheemraadschap van Schieland en de Krimpenerwaard kampt het waterschap met een zakkende veenbodem. Het is een typisch probleem voor dit veenrijke gebied, dat zich plaatselijk op ruim zes meter onder de zeespiegel bevindt. Die strijd dreigt het waterschap te verliezen, vertelt Van Zoelen. 'We zien de veengrond inklinken. Dat gaat vrij hard, ongeveer een centimeter per jaar. We compenseren dat nu door de peilen aan te passen. Daarnaast zoeken we actief naar innovatieve oplossingen voor dit probleem. Denk bijvoorbeeld aan het hergebruik van bagger, vermengd met biomassa, op de veengronden. Zo trachten we het land te behouden voor de boeren, die er vooral melkkoeien op houden. Toch kunnen we niet uitsluiten dat we dit land ooit moeten teruggeven aan de natuur.'



Be social

Scan of ga naar:

www.stad-en-groen.nl/artikel.asp?id=41-7215