

Memo

memonummer 1
 datum 29 januari 2021
 project Transitievisie warmte gemeente Schagen
 projectnr. 0466787.100
 betreft Communicatieplan

Kernboodschap TVW Schagen

De gemeente Schagen hecht een groot belang aan het van het begin af aan betrekken van de inwoners en ondernemers bij het opstellen van de TVW. Het opstellen van een kernboodschap voor de communicatie helpt om een gerichte focus aan te brengen en de TVW te legitimeren voor alle stakeholders binnen de gemeente. Onze kernboodschap van het communicatieplan is: Samen werken aan een duurzaam Schagen.

Om dat doel te bereiken en de communicatie vorm te geven is de kernboodschap op te delen in vier aspecten:

- I. Ten eerste gericht op de urgentie van en bewustwording over het klimaat en het belang van de aardgasvrije wijk (rationele legitimatie). Dit vertaalt zich naar de toelichting van de opwarming van de aarde, het klimaatakkoord en de energietransitie.
- II. Ten tweede gericht op de ambitie en de speerpunten uit het coalitieakkoord (democratische legitimatie).
- III. Ten derde gericht op de morele plicht van deze generatie om te investeren in het klimaat en de leefbaarheid voor de jeugd (morele legitimatie). Dit vertaalt zich naar een toelichting op de symboliek om juist te starten met het aardgasvrij maken van een van woonwijk.
- IV. Ten vierde gericht op de inwoner als individu en als collectief (collectiviteitslegitimatie). Dit vertaalt zich naar de vergroting van het wooncomfort, de lagere energierekening, de verbeterde omstandigheden voor de gezondheid (schonere binnenlucht), de toename van de woningwaarde, de unieke kans die ontstaat om als inwoners en ondernemers collectief mee te doen in deze ontwikkeling.

Doelgroepen: Communicatie TVW voor wie?

Zoals ook in de reeds uitgevoerde stakeholderanalyse¹ is gebleken, is het opstellen van de Transitievisie Warmte een proces waar veel belangen mee gemoeid zijn. In onderstaande tabel is een overzicht weergegeven van de resultaten van de uitgevoerde Stakeholderanalyse, welke kunnen worden aangemerkt als belanghebbenden in het communicatietraject.

	MEEBESLISSEN	MEEWERKEN	MEEDENKEN	MEEWETEN
Beslissers	College B&W	Gemeenteraad	Gemeentesecretaris Raadsleden Team RO	Regiogemeenten Kop van N-H (Woonakkoord) Gemeente Hollands Kroon Wethouder Beemsterboer, Heddes* Gemeente Hollands Kroon* De Kop Werkt*, Bestuurlijke samenwerking*
Gebruikers/ afnemers	-	VVE's Bedrijvenverenigingen, winkeliers	Inwoners pilotwijken Corporatie Wooncompagnie Team RO	Inwoners (huurders en particulieren) Gemeentelijk vastgoed Instellingen: zorg, cultuur, sport Scholieren/ jongeren (via onderwijs) Bedrijventerrein 't Zand* VVE Callantsoog* Schagen actief*, Afvalcentrale Schagen* Vezet*, Bejo*, Corporatie Woonzorg NL* Woningstichting Den Helder* Schoolgebouwen/ schoolbesturen* Ondernemerscentrale Tuitjenhorn*
Uitvoerders/ leveranciers	-	HVC (ook rol van Beïnvloeder)	Team RO Liander	Uitvoerders HVC Investeerders NHEC* Kennemer Wind*
Beïnvloeders	-	HVC (ook rol van uitvoerder/leverancier)	Team RO Duurzaam Bouwloket Hoogheemraadschap Noorderkwartier Klankbordgroep (o.a. dorps- en jeugdraad etc.)	Dorpsraden en wijkverenigingen Lokale social media, ambassadeurs, influencers Bestuur HVC Veiligheidsregio? Het Rijk, Provincie Noord-Holland Gemeente Hollands Kroon* PWN*, De Kop Werkt* Gemeente Alkmaar*

* = onduidelijk waar deze zich bevindt op de as *meebepalen* - *mee weten*

¹ 2021_01_14_Verslag kick off programmteam TVW Schagen.pdf

We verdelen ze in drie groepen:

Inwoners & Ondernemers: Gebouweigenaren/ energiegebruikers	Partners: Netbeheerders/ energieproducenten	Bestuur & Politiek: B&W/ gemeenteraad
--	---	---

Aanpak Communicatietraject

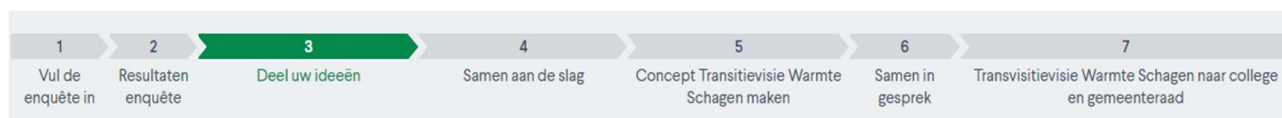
Het doel van de communicatie-activiteiten is drieledig;

1. *Informer*en over de warmtetransitie en *Betrek*ken bij dit proces (**Inwoners & Ondernemers, Bestuur & Politiek**);
2. Bekendheid van de campagne vergroten (**Inwoners & Ondernemers**);
3. *Verleiden* tot het deelnemen aan de zgn. 'transitiecommunity' (**Inwoners & Ondernemers**).
 - Dit laatste met als uiteindelijke doel dat inwoners en ondernemers een actieve bijdrage leveren aan de transitie. Dit geeft hen eveneens handelingsperspectief voor hun eigen woning of bedrijfspand.

Citizenlab

Als belangrijk hulpmiddel zet de gemeente Schagen de participatietools van Citizenlab in. Wij stellen voor om dit platform ook in de toekomst in te zetten bij verdere communicatie-uitingen omtrent de TVW. De TVW is geen beleidsstuk van ambtenaren en bestuurders, maar een visie gemaakt in samenwerking met de maatschappelijke coalitie. De term co-productie is hierin leidend, zodat van begin af aan al mede eigenaarschap ontstaat, ook bij proactieve burgers, corporaties en bouwers. Het is daarom van belang dat de campagne een breed bereik heeft zodat ieder de mogelijkheid heeft om deel te nemen aan het platform.

Uit de reeds vanuit Citizenlab afgenomen enquête blijkt dat inwoners en ondernemers graag goed geïnformeerd willen worden, behoefte hebben aan informatie en ondersteund willen worden maar uiteindelijk zelf willen bepalen hoe en wanneer ze van het aardgas af gaan. Uit de vervolgstap 'deel uw ideeën' geven de inwoners en ondernemers aan wat zij als mogelijke optie zien voor het aardgas vrij maken van Schagen. De tijdslijn is nu als volgt ingericht:



Figuur 1 - Projectfasen Project 'Samen Schagen Aardgasvrij'. Bron: Samen.Schagen.nl.

1. Informeren & Betrekken

Bestuur en Politiek

Gemeenteraad/ College van B&W

Het is van belang om de gemeenteraad van Schagen goed op de hoogte te houden van de voortgang en belangrijke ontwikkelingen van het TVW-traject. Dit gebeurt in ieder geval met twee raadsinformatiebrieven (eind januari en in april). Daarnaast wordt (nog te besluiten) een beeldvormende raadsvergadering voorbereid om de afweging van de voorkeurswijk te bespreken en tot slot een raadsvergadering voor de vaststelling van de TVW in september 2021. Met deze activiteiten wordt beoogd om de raad en/of het college actief bij het TVW-traject te betrekken. Antea Group verzorgt de inhoud voor de raadsinformatiebrieven en twee collegebijeenkomsten, en de gemeente Schagen draagt zorg voor de planning en interne verspreiding van de informatieve uitingen.

Inwoners en Ondernemers

Om de inwoners en ondernemers van de gemeente Schagen te informeren over de Transitievisie Warmte en hen hierbij te betrekken, worden de bestaande communicatiekanalen, zoals de website, en ook de participatietool Citizenlab (Samen Schagen) gebruikt.

Om de inwoners en ondernemers verder te informeren, wordt de volgende content op de website geplaatst:

- A. Een korte toelichting op warmtetransitie en het proces dat de gemeente doorloopt;
- B. Visualisaties van mogelijke warmtealternatieven en voorbeeldwoningen om het toekomstperspectief in een wijk te laten zien. Hiervoor worden de presentaties over de resultaten van een gebiedsanalyse gebruikt;
- C. Informatieve teksten over technische oplossingen (zgn. *no regret-maatregelen*) waar inwoners en ondernemers direct mee kunnen beginnen. (met een link naar het Duurzaam Bouwloket);
- D. Informatieve teksten over mogelijke financiële ondersteuning, zoals gezamenlijke inkoop of subsidiekansen. (met een link naar het Duurzaam Bouwloket);
- E. Een plek voor de duurzaamheidsnieuwsbrieven, persberichten/ social mediakanalen van de gemeente Schagen.

2. Bekendheid Citizenlab vergroten (campagne)

Om traffic te generen naar Citizenlab wordt gedacht aan de volgende acties:

- F. Mix van kanalen levert een breed bereik op; (digitale) folder, online kanalen en face-to-face/ actieve benadering (van deur tot deur bereik je ook degenen die zelf niet met internet overweg kunnen, je vult iets namens hen) in. Hiervoor wordt gebruik gemaakt van de samenwerking met de campagne die wordt gevoerd met "WijDoenWat", zoals bijvoorbeeld in de zomer een actie met plantenbak prikkers.
- G. Gebruik maken van een sneeuwbaaleffect; respondenten zelf de link van het platform door laten sturen naar burens/ kennissen en hen te vragen om te reageren op hun ingebrachte ideeën;
- H. Een videoboodschap van de wethouder Hans Heddes; De videoboodschappen zal voor meerdere doeleinden worden ingezet.
- I. Activiteiten zoals interactieve workshops organiseren vanuit het platform zodat deelnemers ook kennismaken met de andere activiteiten van Citizenlab en een inlog aanmaken. Dit zal eerst worden getest door de gemeente zelf.

Gedurende het project zal worden bekeken welke acties wanneer opportuun zijn.

3. 'Verleidings' Campagne inwoners/ ondernemers

Het actief deel laten nemen van inwoners en ondernemers aan een transitiecommunity vergt meer inspanning. Daarvoor moeten mensen overtuigd worden van de meerwaarde van deelname, bijvoorbeeld omdat ze de voordelen van de transitie erkennen en relevant vinden of omdat de rest van de buurt ook meedoet en het gewoon heel erg leuk of gezellig is. Ze willen weten: *what's in it for me?* We moeten de TVW aansprekend en enthousiasmerend maken - zonder daarbij ook de zorgen uit het oog te verliezen - en dit lukt vaak het beste als het 'dichtbij' komt. Het gaat om hun eigen straat of mensen die ze kennen die ermee bezig zijn.

Schagen doet het met het Citizenlab platform al best goed met 1300+ deelnemers. Om het aantal deelnemers uit te breiden en de bewoners en ondernemers te verleiden om daadwerkelijk deel te nemen aan de transitiecommunity en de participatie-activiteiten op Citizenlab wordt gestart met een zgn. verleidingscampagne zoveel mogelijk via de bestaande communicatiekanalen: Samen.Schagen.nl, WijdoenWat.nl, lokale krant, website, social media. Citizenlab zal als platform voor de volgende activiteiten worden ingezet:

- J. Consultatie op een subthema: Posten van een nieuwe stelling gerelateerd aan de geplande sessies, waarop de bewoners een reactie kunnen geven;
- K. Bij de consultatie kan een aansprekend voorbeeld worden aangehaald vanuit de sessies (al dan niet geanonimiseerd);

- L. Warmte Safari; Op een kaart worden initiatieven getoond (in dit geval de safari locaties) met daarbij een toelichting & contact gegevens. Deelnemers kunnen dit zelf aanmaken of de gemeente kan dit namens hen doen. Initiatieven zoals inspirerende voorbeelden van no regretmaatregelen van inwoners en ondernemers uit Schagen. Deze actie wordt gecombineerd met de Duurzame Huizenroute waar mogelijk.

Afhankelijk van de toename van het aantal deelnemers op het platform overweegt de gemeente de volgende aanvullende activiteiten om extra traffic te genereren naar Citizenlab:

- M. Een bewezen strategie om traffic naar Citizenlab te vergroten is het uitnodigen van inwoners voor meerdere participatietrajecten. Inwoners die al aan andere participatieprojecten hebben deelgenomen, zijn eerder geneigd weer te nemen. Om nieuwe of specifieke doelgroepen (bijv. ouders met jonge kinderen) te werven kan er gedacht worden aan het aanmaken van een nieuw participatieproject rondom een bepaald thema dat meer aansprekend is voor deze doelgroep. Deze mensen benader je vervolgens opnieuw en vraag je deel te nemen aan het aardgasvrij project.
- N. Deelnemers op Citizenlab aanmoedigen om hun ideeën te delen (dit is een 'deel' optie op Citizenlab, die zij zelf aan kunnen zetten). Ideeën die deelnemers hebben geplaatst, die kunnen dan doorgestuurd worden aan hun burens.
- O. Diverse activiteiten aanbieden op Citizenlab, zodat er gekozen kan worden naar behoefte. Meerdere opties bieden in korte tijd gedurende de campagne periode vergroot de kans dat mensen deelnemen. De hiervoor beschreven online sessies combineren met consultaties, filmpjes en online projecten waar bewoners informatie kunnen delen.
- P. Facebook en Instagram (i.c.m. warmtesafari): maak vlogjes met bewoners over hun aanpak (bijv. getroffen isolatiemaatregelen, gebruik inductiekookplaat, warmtepomp, etc.) of hun voorstellen voor alternatieve warmtebronnen.
- Q. Lokale TV- en radiozenders gebruiken om de warmtetransitie onder de aandacht te brengen.
- R. Informatieborden: informatieborden over goede voorbeelden van no regretaanpakken en warmte in Schagen in de toekomst en om activiteiten aan te kondigen. Dit kan eventueel per wijk en gerelateerd worden aan Warmtesafari.

Planning

We hebben in onze aanpak een maandelijks voortgangsoverleg met het kernteam opgenomen. Hieronder wordt per fase beknopt aangegeven welke onderwerpen er worden besproken en welke activiteiten Antea Group zal verrichten.

- REEDS AFGEROND: *Fase 1 Plan van aanpak*: In de **Project Startup (PSU)** met het kernteam bespreken we ons plan van aanpak, de organisatie en de planning. Als onderdeel van de PSU bespreken we met elkaar de uitgevoerde stakeholderanalyse, vullen we deze aan waar nodig en bepalen wie en wanneer in het programmateam moeten worden betrokken en op welke manier. Hetzelfde doen we voor het partneroverleg. Daarnaast bepalen we de inzet van de adviesraad van inwoners en ondernemers. Verder bepalen we met elkaar hoe het politieke proces het beste gestalte kan krijgen en op welke momenten het college en de raad worden betrokken (zie verder H3). Met het kernteam stellen we vast wie er naast de *communicatiemedewerker* betrokken zal zijn bij het gedetailleerd uitwerken van het communicatieplan.

Hooflijnen planning TVW

- JANUARI/ FEBRUARI 2021: *Fase 2 Analyse*: We analyseren de uitkomsten van de enquête die u reeds in gang gezet heeft onder de bewoners en ondernemers. De uitkomsten nemen we mee als input voor het inrichten van het participatieproces in fase 3.
- MAART 2021: *Fase 3 Afstemmen*: We bereiden de presentatie aan de raad voor. We hebben inmiddels een beeld van mogelijke locaties om te starten met de warmtetransitie op basis van technische, economische, sociale, ruimtelijke factoren – rekening houdend met natuurlijke vervangingsmomenten, besparingspotentie, lokale warmtekansen én input van de partners. Ook bereiden we de interviews met de partners en de adviesraad en de eerste online inwoners meet-up voor (Warmte Safari).
- APRIL/ MEI 2021: *Fase 4 Afwegen*: Ter voorbereiding van het overleg met de partners en de raad bespreken we de voorkeurswijk(en) en welke het meest geschikt zijn om de warmtetransitie mee te starten. Daarnaast bespreken we het proces van het opstellen van het concept TVW en herijken we de betrokkenheid van het programmateam waar nodig bij het opstellen van de visie.
- JUNI/JULI 2021: *Fase 5 Opstellen*: We bespreken het concept TVW en de aanpassingen die we moeten doen op basis van de feedback van de partners, de adviesraad, college en de raad. Op basis hiervan zal concept TVW worden opgesteld. Het concept TVW wordt vervolgens nog een keer besproken in het kernteam waarna we de definitieve versie zullen opstellen, dat ter vaststelling door de raad zal worden vastgesteld.
- SEPTEMBER 2021: *Fase 6 Vaststellen*: We bereiden een presentatie voor die we bespreken ter voorbereiding van de raadsinformatieavond, waarin de TVW zal worden voorgelegd. In een afrondend eindgesprek bespreken we de ontvangen zienswijzen. Tijdens de raadsbijeenkomst waar de TVW wordt vastgesteld, geven we een presentatie. We bespreken met het kernteam de vervolgstappen die de gemeente zal nemen (met het oog op de wijkuitvoeringsplannen)

Planning Communicatie Bestuur & Politiek (BP) | Inwoners & Ondernemers (IO)

Activiteit	jan	feb	mrt	Apr	mei	jun	jul	aug	sep
BP: Informeren raad bij start project	✓								
IO: Bekendheid campagne vergroten, Opbouwen verleidingscampagne	✓	✓	✓						
IO: Bijeenkomst adviesraad		✓							
IO: Online co-creatiesessie Adviesraad			✓						
BP: Presentatie raad afweging startclusters + planning				✓					
IO: Online Meet-up voor Inwoners				✓					
IO: Online co-creatiesessie Adviesraad					✓				
BP: Bijeenkomst college						✓			
BP: Presentatie college toetsing TVW 1.0						✓			
BP: Presentatie raad vaststelling TVW 1.0									✓
IO: Inwoners en ondernemers informeren over TVW-proces	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Voor wie:	Activiteit:	Wanneer:	Welk doel?	Wie doet wat?
Inwoners & ondernemers	Een korte toelichting van warmtetransitie op de website	Februari	informereren	input AG, verspreiding Gem.
Inwoners & ondernemers	Visualities	Februari	informereren	Input AG, verspreiding Gem.
Inwoners & ondernemers	Informatieve teksten over technische oplossingen (link Duurzaam Bouwloket)	Februari	informereren	Input AG, verspreiding Gem.
Inwoners & ondernemers	Informatieve teksten over mogelijke financiële ondersteuning	Februari	informereren	Input AG, verspreiding Gem.
Inwoners & ondernemers	Duurzaamheidsnieuwsbrief	Maart, 1x per kwartaal	Informereren	AG op afroep/ Gemeente
Inwoners & ondernemers	Social media post	Doorlopend, 1x per 2 weken	Informereren & participeren	Gemeente
Bekendheid Citizenlab vergroten	Folder maken	N.t.b.	informereren	Input AG, verspreiding Gem.
Bekendheid Citizenlab vergroten	Online uitnodiging via social media	N.t.b.	participeren	Input AG, verspreiding Gem.
Bekendheid Citizenlab vergroten	Wijkgericht een verwijzing naar de campagne "WijdoenWat" + video met wethouder goed script maken	Februari-zomer	Informereren & participeren	1 sessie met AG voor script/ Uitwerking door Gemeente/ Druktmakers?
Bekendheid Citizenlab vergroten	Interactieve workshops organiseren	Maart/ Mei	participeren	Input AG/ organisatie Gem.
Verleidingscampagne Inwoners & ondernemers	Posten van een nieuwe stelling gerelateerd aan de geplande sessies	Maart/ Mei	participeren	Input AG/ verspreiding Gem.
Verleidingscampagne Inwoners & ondernemers	Warmte Safari/ Duurzame Huizenroute (op citizenlab)	N.t.b.	participeren	Gemeente/input AG op afroep 1 sessie
Optionele activiteiten om traffic te vergroten naar Citizenlab				
Verleidingscampagne Inwoners & ondernemers	uitnodigen van inwoners voor meerdere participatietrajecten	Februari/ Maart	participeren	Gemeente/Input AG op afroep
Verleidingscampagne Inwoners & ondernemers	Deelnemers op Citizenlab aanmoedigen om hun ideeën te delen (optioneel)	Februari	participeren	Gemeente/Input AG op afroep
Verleidingscampagne Inwoners & ondernemers	activiteiten aanbieden op Citizenlab (onlineprojecten, informatie delen)	N.t.b.	participeren	Gemeente/Input AG op afroep
Verleidingscampagne Inwoners & ondernemers	Facebook en Instagram (i.c.m. warmtesafari): maak vlogjes	Doorlopend	participeren	Gemeente/Input AG op afroep
Verleidingscampagne Inwoners & ondernemers	Lokale TV- en radiozenders benaderen	N.t.b.	informereren	Gemeente
Verleidingscampagne Inwoners & ondernemers	Informatieborden	N.t.b.	Informereren	Gemeente