



Renovatie Achter Sint Pieter 200 - Communicatieplan

Datum : 10-12-2019
Project : Renovatie Achter Sint Pieter 200
Betreft : Communicatieplan Renovatie Achter Sint Pieter 200
Bijlagen : Communicatieprotocol Renovatie ASP200, dd. 21 december 2019

1. Inleiding (aanleiding van dit project met projectdoel - WHY)

Het College van Bestuur besloot in november 2016 om Achter Sint Pieter 200 (ASP 200) te behouden als vastgoed. Dit draagt bij aan zichtbaarheid van de Universiteit Utrecht (UU) in de binnenstad. Communicatie met de omgeving is belangrijk aangezien de werkzaamheden goed hoorbaar en zichtbaar zijn. Voornamelijk voor de bewoners van Achter Sint Pieter, Kromme Nieuwegracht en het Pieterskerkhof. Daarnaast is Paushuizen een gewilde plek voor evenementen en bruidsfotografie. Dit vraagt om communicatie op maat.

WAT is het resultaat / wat is het doel van het project "ASP 200"?

Na renovatie is ASP 200 een duurzaam en toekomstbestendig Universiteitsgebouw waar samenwerken en ontmoeten centraal staat. Het kantoorconcept sluit aan bij de nieuwe manier van werken en past binnen de lange termijn ambitie van de Universiteit Utrecht.

2. Communicatiedoelstelling (wat willen we bereiken – evt kennis, houding, gedrag)

De communicatiedoelstellingen zijn:

Kennis (informereren):

- Doelgroepen zijn op de hoogte van werkzaamheden, consequenties en bijbehorende planning;
- Interne doelgroepen vinden dat ASP 200 een belangrijke bijdrage levert aan ambities UU;
- medewerkers van RGL zijn tijdig geïnformeerd over de verbouwing en verhuizing naar ASP 200;
- Doelgroepen weten waar zij terecht kunnen voor meer informatie over vragen over APS 200.

Houding (draagvlak en acceptatie creëren):

- Doelgroepen zijn tijdig geïnformeerd en daardoor positief over het project;
- Doelgroepen hebben begrip voor de (overlast van) renovatie werkzaamheden;
- Doelgroepen zijn positief over het uiteindelijke resultaat (duurzaam/modern gebouw).

Gedrag (draagvlak en acceptatie creëren):

- Projectleden, medewerkers/studenten RGL en andere doelgroepen zijn trots op het project;
- Doelgroepen begrijpen dat het project noodzakelijk is en ervaren geen hinderlijke overlast;
- Doelgroepen zijn betrokken, geven hun mening en stellen vragen over het project.

3. Doelgroepen / stakeholders en hun participatie (wie willen we bereiken)

Stakeholder	Participatie niveau	Toelichting
Bestuurders UU: Raad van Toezicht en CvB Directeur V&C, gedelegeerd opdrachtgever.	Besluitvormend/ Opdrachtgever intern	Het projectteam laat de ontwikkeling en de besluitvorming over aan de betrokkenen, waarbij het projectteam een adviserende rol vervult. De stakeholder is medebeslisser. Middelen: lijncommunicatie V&C - REBO
- (Adjunct) Directeur V&C - Bestuur / directie REBO - Directeur FSC - Projectteam	Adviserend	Adviseert het CvB Middelen: lijncommunicatie V&C - REBO
Projectmanager	Opdrachtgever naar externe partijen	Projectmanager is opdrachtgever en verantwoordelijk voor het behalen van de resultaten en bijbehorende planning. Middelen: lijncommunicatie V&C - REBO
Medewerkers Studenten en docenten REBO Studievereniging REBO DUB / Pers	Informereren	Stakeholders hebben geen inbreng in de ontwikkeling en is toevoerder. Middelen: intranet, nieuwsbrieven REBO / V&C, website, Twitter / Facebook UU, app Campusdevelopment
Gebruikers: - Medewerkers REBO - Studievereniging REBO - Medewerkers / studenten RGL	Adviseren	Stakeholders kunnen problemen en oplossingen aandragen aan het projectteam. Middelen: vooral interne lijncommunicatie REBO, app Campusdevelopment
(Direct) omwonenden	Informereren/meedenken	Goede buur die geen overlast wil ervaren Middelen: informatiebijeenkomsten, nieuwsbrieven, e-mail, huis – aan – huis brieven, Twitter / Facebook UU, app Campusdevelopment

4. Communicatieboodschap (wat vertellen we hen vervolgens)

De centrale communicatieboodschap bevat de volgende positieve elementen:

- UU wil aantrekkelijke werkgever zijn met een hoogwaardige en duurzame huisvesting;
- planning werkzaamheden;
- meldpunt voor vragen, ideeën of klachten → ASP200@uu.nl
- intensief contact met de omgeving is belangrijk.

5. Communicatiestrategie

- Informeer eerst directe en daarna de rest van de stakeholders;
- Maak de communicatie voorspelbaar en overzichtelijk, gebruik consequent dezelfde middelen/plekken;
- Maak zoveel mogelijk gebruik van al bestaande communicatiekanalen;
- Benader stakeholders open en volledig;
- Benadruk de positieve zaken zoals hoe het pand er straks uitziet en niet zozeer wat er nu mis is of verouderd/slecht;

- Ga in gesprek met stakeholders met vragen of klachten, verbindt en maak hen zelfs liefst ambassadeurs voor de veranderingen.

6. Communicatiemiddelen & Fasering

De inzet van communicatiemiddelen is focust zich rondom vier fasen:

Fase 1: traject vanaf de bouw (zoals o.a. start bouw, hoogste punt)

Fase 2: oplevering

Fase 3: ingebruikname en heropening

Fase	Communicatiemiddel	Toelichting/boodschap	Actie
Nr. 1	Traject vanaf de bouw		
	Gebruikersoverleg	Ongoing	AS/BL
	Nieuwsbrief UBD / FSC / V&C / REBO	Intranetbericht doorplaatsen in nieuwsbrieven	AS/DW
	E-mail per week/maand week naar omwonenden	Per week/maand update vanuit projectteam: -Start bouw -Hoogste punt	AS/BL
	Informatiebijeenkomst omwonenden	Planning, inrichting bouwterrein, communicatie tijdens bouwperiode. -Start bouw -Hoogste punt	AS/DW
	Activiteit "Start bouw" voor alle betrokkenen: CvB, RGL-medewerkers, REBO, V&C etc. + omwonenden. Deze activiteit aankondigen in allerlei communicatiemiddelen: intranet, nieuwsbrieven etc.	Start bouw	AS/BL
	(Pers)bericht naar DUIC / DUB	-Start bouw -Hoogste punt	AS/DW
	Activiteit "Hoogste punt" voor alle betrokkenen: CvB, RGL-medewerkers, REBO, V&C etc, bouwpartners, omwonenden. Deze activiteit aankondigen in allerlei communicatiemiddelen: intranet, nieuwsbrieven etc.	Feestje voor bouwpartners	AS/BL
	Wekelijks inloopspreekuur op locatie	Gedurende werkzaamheden altijd goed om wekelijks beschikbaar te zijn voor vragen/suggesties etc.	AS / BL
	Bouwbord + impressies (vanuit bestek)		AS/DW
	Hekdoek met QR-code	Doeken laten ophangen	AS/DW
	Rondleiding door gebouw voor medewerkers van RGL, de omgeving, het bestuur van REBO, MT V&C, etc	Voor belangstellenden met aannemer/projectleider. Optioneel laten ontwikkelen van gadget/flyer?	AS/BL
Nr. 2	Oplevering		
	Gebruikersoverleg	Ongoing	AS/BL
	Nieuwsbrief UBD / FSC / V&C / REBO	Intranetbericht doorplaatsen in nieuwsbrieven	AS/DW
	Intranetbericht	Oplevering	AS/DW
	Informatiebijeenkomst omwonenden	Planning, communicatie over oplevering	AS/DW
	E-mail per kwartaal naar bewoners	Per kwartaal een update vanuit naam projectteam: oplevering	AS/BL
	(Pers)bericht naar DUIC / DUB	Oplevering	AS/DW
	Facebook (géén eigen groep, maar aanhaken bij universiteitsbrede pagina)	Oplevering (paar regels met foto)	DW
Nr. 3	Ingebruikname en heropening		
	Projectteamoverleg	Regulier ingepland	AS/BL
	E-mail per kwartaal naar omwonenden	Per kwartaal een update vanuit naam projectteam: opening	AS/BL

	Activiteit "Officiële opening" voor alle betrokkenen: CvB, RGL-medewerkers, REBO, V&C etc. + omwonenden. Deze activiteit aankondigen in allerlei communicatiemiddelen: intranet, nieuwsbrieven etc.	Feestelijk moment opening.	AS/BL
	(Pers)bericht naar DUIC / DUB	Officiële opening	AS/DW
	Nieuwsbrief UBD / FSC / V&C / REBO	Intranetbericht doorplaatsen in nieuwsbrieven	DW

7. Organisatie

Projectorganisatie intern (Aart Sangster, Bram Loobeek): beoordeelt het PvA-communicatie, communicatiemiddelen (inclusief planning), verstrekt concept communicatieteksten, organiseert overleggen en bijeenkomsten, organiseert besluitvorming.

Projectorganisatie extern (nog te contracteren aannemer of combinatie): Levert alle informatie conform het communicatieprotocol Renovatie ASP200 dd. 12 december 2019.

Communicatie V&C (Dennis Walta): regisseert de overall communicatie, ontwikkelt middelen, adviseert en faciliteert. Waarbij alle communicatie wordt afgestemd in het communicatieoverleg. Het is noodzakelijk dat ook REBO in dit overleg vertegenwoordigd is.

Communicatie REBO (Bas Schreiner): regisseert alle communicatie binnen REBO.

8. Evaluatie (wat zijn evaluatiemomenten)

Het is goed om regelmatig te evalueren of de ingezette communicatiemiddelen effectief/nuttig zijn en bijdragen aan de gewenste resultaten. Het voorstel is om hiervoor een half jaar een moment voor in te plannen.