

Communicatieplan Zon op Infra

Inleiding

De CO₂-uitstoot in Nederland moet in 2030 al met de helft omlaag en in 2050 zelfs met 95 procent. Dit heeft de Nederlandse regering besloten naar aanleiding van het Klimaatakkoord van Parijs. Om deze doelstellingen te realiseren moeten we sneller de omslag maken van fossiele brandstoffen naar 'duurzame' energie, zoals zonne- en windenergie, om zo uiteindelijk tot een CO₂-vrij elektriciteitssysteem te komen. Maar om aan de vraag naar duurzame energie te voldoen, volstaat het niet om enkel windmolens te plaatsen of zonnepanelen op daken te leggen. Alle mogelijke vormen van duurzame energieopwekking zijn nodig om deze opgave te realiseren. Bijvoorbeeld het gebruik van onze wegen en fietspaden om zonne-energie op te wekken.

Zon op Infra

Zon op Infra is een veelbelovende technologie voor duurzame energieopwekking. Door toepassing van Zon op Infra ontstaat dubbel ruimtegebruik: dezelfde ruimte wordt gebruikt voor zowel mobiliteit als energieopwekking. Deze manier van duurzame energieopwekking vergt daardoor geen extra ruimte, wat wel het geval is bij veel andere vormen van duurzame energieopwekking. Hierdoor kan Zon op Infra een aanvulling vormen op grootschalige windenergieopwekking en zonne-energieopwekking op land en de maatschappelijke uitdagingen daaromtrent.

Interprovinciale samenwerking

De provincies Noord-Holland, Zuid-Holland en Noord-Brabant moeten hun steentje bijdragen aan de doelstellingen die geformuleerd zijn in het nationaal Klimaatakkoord. Daarbij vinden ze de ontwikkeling van Zon op Infra kansrijk. Daarom hebben ze de handen ineen geslagen om de grootschalige toepasbaarheid van deze techniek te versnellen door financiën en hun assets zoals fietspaden en wegen in te zetten voor pilots, gericht op het mogelijk maken van het grootschalig opwekken van energie. Hierdoor kunnen ze gezamenlijk een grote vraag aan volume in de markt zetten, wat zekerheid biedt richting marktpartijen waardoor zij kunnen ontwikkelen. Momenteel werken de drie provincies aan een gezamenlijke aanbesteding van ongeveer 4 miljoen euro.

Communicatie

Bij dit project hebben we te maken met veel verschillende stakeholders. Dit zijn personen of groepen zowel binnen als buiten de provinciale organisaties die invloed hebben op het project, er door worden beïnvloed of die vanuit een specifiek belang betrokken zijn. Het succes van het project wordt voor een groot deel bepaald door deze individuen of groepen. Goede, heldere en transparante communicatie met deze stakeholders is cruciaal. In onderstaand communicatieplan staat hoe we communicatie als ondersteunend instrument inzetten gedurende de looptijd van dit project.

Fasering

Een van de doelstellingen die geformuleerd staat in het gezamenlijk projectplan Zon op Infra is dat tijdens het project de provincies gezamenlijk intern en extern communiceren over de verschillende fasen die dit project kent. Vanuit communicatie onderscheiden we de volgende fasen:

1. Besluitvormingsfase
2. Aanbestedingsfase (inclusief gunning)
3. Planfase

4. Realisatiefase
5. Monitoring & Evaluatie

Net als het projectplan richt dit communicatieplan zich in eerste instantie op de eerste twee fasen. Dus tot en met de gunning van het project aan één of meerdere aanbieders. Voor de overige fasen wordt een apart projectplan en bijbehorend communicatieplan opgesteld. De communicatie gedurende de laatste twee fasen zal per provincie gebeuren.

Stakeholders/doelgroepen

Op basis van de beschikbare informatie over het project Zon op Infra zijn de volgende interne en externe stakeholders benoemd. Afhankelijk van de fase van het project spelen zij een primaire of secundaire rol. Die rol bepaalt uiteindelijk weer hoe we met ze communiceren.

Interne stakeholders	Externe stakeholders
<ul style="list-style-type: none">• Provinciale besturen• Directies• Beleidsmedewerkers RO, grondzaken, infra, mobiliteit, energietransitie, Innovatie, programma Fiets• Overige medewerkers	<ul style="list-style-type: none">• Markt/branche (inschrijvers)• Gemeenten waar de pilots plaatsvinden• Overige wegbeheerders• Provincies• Gebruikers• Omwonenden• Fietzersbond(en)• Energiebedrijven• Pers

Communicatiedoelstellingen

Het primaire doel van het project Zon op Infra is te onderzoeken of deze techniek de potentie heeft om in de toekomst een substantiële bijdrage te leveren aan de doelstellingen van de samenwerkende provincies op het gebied van duurzame energieopwekking. Bekendheid van en met dit project, zowel binnen de provinciale organisaties als daarbuiten, is daarbij van belang. Binnen de organisatie omdat beslissers informatie nodig hebben om geld en capaciteit beschikbaar te stellen. Naar buiten toe om de provincies te positioneren als voorlopers op dit gebied en om de marktontwikkeling te stimuleren. Lees dat marktpartijen zich gaan inschrijven voor de aanbesteding.

Het primaire communicatiedoel is dan ook de bekendheid van het project ZOI verhogen. Dit doel verschilt per stakeholder/doelgroep enigszins doordat zij een andere rol of verantwoordelijkheid hebben ten aanzien van het project ZOI. Hieronder een overzicht van de doelstellingen per doelgroep:

INTERNE STAKEHOLDERS

Stakeholder	Doelstelling
Provinciaal bestuur	<ul style="list-style-type: none">• College is inhoudelijk bekend met het project Zon op Infra• Ze hebben een realistisch toekomstbeeld van ZOI op basis van objectieve feiten die voortvloeien uit dit project

	<ul style="list-style-type: none"> • Zij geloven in de potentie van deze techniek en zien in dat dit grootschalig toegepast moet worden wil het bijdragen aan de klimaatdoelstellingen zowel regionaal als landelijk. • Het college is zich bewust van de verantwoordelijkheid die zij hier zelf in heeft en zijn bereid om hier hun medewerking aan te verlenen. • College draagt actief bij aan de realisatie van het project. Onder andere door het ondertekenen van de SOK en geld beschikbaar te stellen.
Directie	<ul style="list-style-type: none"> • Directie is op hoofdlijnen bekend met het project ZOI • Zien dat ZOI de potentie heeft om bij te dragen aan de duurzaamheidsdoelstellingen die de organisatie zichzelf heeft gesteld. Maar ze begrijpen ook dat er meer onderzoek nodig is. • De directie stelt geld en capaciteit beschikbaar om de potentie van deze techniek te onderzoeken.
Beleidsmedewerkers	<ul style="list-style-type: none"> • Beleidsmedewerkers zijn op hoofdlijnen bekend met ZOI • Ze begrijpen hoe het werkt en zijn ze in staat om een juiste afweging te maken over de potentie van dit project ten opzichte van andere manieren om energie op te wekken. • Ze blijven graag op de hoogte van de ontwikkelingen rondom dit project.
Overige medewerkers provincie	<ul style="list-style-type: none"> • Medewerkers zijn op hoofdlijnen bekend met het project ZOI Ze zijn enthousiast over de techniek en zijn benieuwd wat dit kan betekenen voor hun werk en/of projecten • Ze weten wie ze moeten hebben om het toe te kunnen passen in hun projecten

EXTERNE STAKEHOLDERS

Stakeholder	Doelstelling
Markt	<ul style="list-style-type: none"> • De markt is op de hoogte van het project Zon op Infra • Ze weten dat de provincies PNH, PNB en PZH samenwerken om de grootschalige toepasbaarheid van deze techniek te versnellen door hun assets in te zetten voor het opwekken van energie. • Ze zijn bekend met de gezamenlijke aanbesteding • De markt ziet de potentie in van deze techniek en zien mogelijkheden om dit verder te ontwikkelen. • Ze hebben de intentie om zich in te schrijven
Overige Provincies	<ul style="list-style-type: none"> • Overige provincies zijn op de hoogte van het project ZOI • Ze zijn nieuwsgierig naar de potentie van deze techniek en blijven graag op de hoogte van de resultaten van de aanbesteding. • Provincies hebben de intentie om in de toekomst deze techniek mee te nemen in hun overwegingen inzake hun eigen duurzaamheidsdoelstellingen.

(Pilot) gemeenten	<ul style="list-style-type: none"> • Gemeenten zijn op hoofdlijnen bekend met nut en noodzaak van het project ZOI van de provincie. • Ze weten op welk fietspad in de gemeente de provincie de techniek wil uitproberen.
	<ul style="list-style-type: none"> • Ze zien dit als een mooi voorbeeld van innovatie op het gebied van energieopwekking in hun eigen gemeente. • Ze willen graag een bijdrage leveren aan de realisatie van ZOI, bijvoorbeeld door het beschikbaar stellen van gemeentelijke communicatiekanalen.
Gemeenten (wegbeheerder)	<ul style="list-style-type: none"> • Overige gemeenten zijn op de hoogte van het project ZOI en de gezamenlijke aanbesteding van de provincies Noord-Holland, Zuid-Holland en Noord-Brabant. • Ze zijn nieuwsgierig naar de potentie van deze techniek en blijven graag op de hoogte van de resultaten van de aanbesteding. • Gemeenten hebben de intentie om in de toekomst deze techniek mee te nemen in hun overwegingen bij positieve uitkomst pilots.
Energiebedrijven	<ul style="list-style-type: none"> • Energiebedrijven zijn op de hoogte van het project ZOI en de gezamenlijke aanbesteding van de provincies Noord-Holland, Zuid-Holland en Noord-Brabant. • Ze zijn nieuwsgierig naar de potentie van deze techniek en blijven graag op de hoogte van de resultaten van de aanbesteding. • Ze zien dit als een mooi voorbeeld van innovatie op het gebied van energieopwekking en willen graag een bijdrage leveren aan de realisatie van ZOI.
Omwonenden en gebruikers van het fietspad	<ul style="list-style-type: none"> • Doelgroep is op hoofdlijnen bekend met het project ZOI en waarom het nodig is om tijd, energie en geld in deze innovatie te steken. • Omwonenden weten welk fietspad gebruikt wordt om de potentie van deze techniek te onderzoeken en waarom juist dit fietspad. • Ze weten ook dat ze wat hinder ondervinden van de aanleg en wellicht van het gebruik • Doelgroep heeft begrip voor het project
Pers	<ul style="list-style-type: none"> • Vakpers geeft aandacht aan het project ZOI en draagt daarmee bij aan de marktontwikkeling, kennisdeling en profilering van de provincies en hun partners. • Regionale en lokale pers staat positief tegenover het project ZOI en draagt zo bij aan goede informering van en draagvlak onder gebruikers en omwonenden.

Communicatiestrategie

Gezien het feit dat we te maken hebben met verschillende in- en externe doelgroepen die ook weer verschillende belangen en/of verantwoordelijkheden hebben, hanteren we verschillende strategieën om onze doelstellingen te bereiken. Zie hieronder:

Eenrichtingsverkeer			
	<p><i>Informering</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Medewerkers • Overige provincies • Overige gemeenten (wegbeheerders) 	<p><i>Overreding</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Provinciale staten • Markt/branche • Pers 	
Bekendmaking	<ul style="list-style-type: none"> • Beleidsmedewerkers • Gebruikers fietspad • Omwonenden • Pers 		Beïnvloeding
	<p><i>Dialogisering</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Gemeenten (waar de projecten plaatsvinden) • Directie • GS • Energiebedrijven 	<p><i>Formering</i></p>	
Tweerichtingsverkeer			

In de communicatie is het cruciaal altijd verbinding te tonen met regionaal en landelijk beleid waar het gaat om duurzame energieopwekking. Het is belangrijk dat mensen dit project ergens onder op kunnen hangen (WHY).

In dit project trekken de provincies Noord Holland, Noord Brabant en Zuid Holland gezamenlijk op. Niet alleen voor wat betreft de aanbesteding, maar ook qua communicatie. Dat uit zich in het opstellen van deze gezamenlijke communicatiestrategie maar ook in de uitvoering ervan. We treden naar buiten met één gezicht en één mond en proberen de momenten zoals bijvoorbeeld een ondertekening en de gunning op hetzelfde moment naar buiten te brengen.

Gezien de doelstelling en de fase van het project is het advies om 'low profile' te communiceren over het project ZOI. Dat betekent dat we niet breed uit communiceren maar ons vooral richten op de partijen die een rol spelen in deze fase. Gedurende de besluitvormings- en aanbestedingsfase onderscheiden we een aantal communicatiemomenten, te weten:

1. Ondertekening Samenwerkingsovereenkomst
2. Aanwijzing locaties
3. Start aanbesteding
4. Gunning

Kernboodschap

In deze fase van het project hanteren we de volgende kernboodschap:

Wat	De provincies Noord-Holland, Zuid-Holland en Noord-Brabant hebben een belangrijke opgave op het gebied van duurzame energieopwekking. Ze zien daarvoor kansen in het, samen met de markt en wegbeheerders, verder ontwikkelen van de nu nog onvolwassen oplossing Zon op Infra met als doel veel te leren over de toepasbaarheid ervan. Daarom hebben ze de handen ineen geslagen om de grootschalige toepasbaarheid van deze techniek te verkennen door met drie provincies samen een aanbesteding voor zonnepanelen op fietspaden te organiseren. Ze zetten financiën en hun assets zoals fietspaden en wegen in voor pilots, gericht op marktontwikkeling en het duurzaam opwekken van energie zonder dat dit extra ruimte vraagt. Door toepassing van Zon op Infra ontstaat dubbel
	ruimtegebruik: dezelfde ruimte wordt gebruikt voor zowel mobiliteit als energieopwekking.
Waarom	De CO2-uitstoot in Nederland moet in 2030 al met de helft omlaag en in 2050 zelfs met 95 procent. Dit heeft de Nederlandse regering besloten naar aanleiding van het Klimaatakkoord van Parijs. Om deze doelstellingen te realiseren moeten we sneller de omslag maken van fossiele brandstoffen naar 'duurzame' energie, zoals zonne- en windenergie. Aangezien we het niet redden met alleen maar zonnepanelen en windmolens moeten er ook andere vormen van duurzame energieopwekking onderzocht worden. Zoals duurzame infra (ZOI)
Hoe	Om de potentie te onderzoeken van Zon op Infra met betrekking tot de duurzame energieopwekking gaan de drie provincies samenwerken. Onder andere door gezamenlijk een aanbesteding uit te schrijven voor de ontwikkeling van drie zonne-fietspaden. Het doel is vooral veel kennis verzamelen over de toepasbaarheid van deze innovatieve techniek. Voor nu en in de toekomst. Het project is dus een succes als we veel geleerd hebben over deze techniek. En we is de provincies, de markt als andere decentrale overheden (DCO's). Zoals bij elke innovatie geldt ook hier dat de kosten voor de baat uit gaan. De verwachting is namelijk dat de investering niet direct terug wordt verdiend in geld, maar wel in kennis. Maar niks doen is geen optie. Als we niet experimenteren met nieuwe technieken op het gebied van duurzaamheid, dan is de kans dat we onze doelstellingen halen niet groot.

Communicatiemiddelen

In eerste instantie zullen we in de communicatie zoveel mogelijk gebruik maken van bestaande communicatiemiddelen. Hieronder een overzicht van de middelen per communicatiemoment:

Moment	Doelgroep	Middel	Planning
--------	-----------	--------	----------

Ondertekening SOK	Provinciale staten Gedeputeerde staten Directie Beleidsmedewerkers Overige medewerkers Alle externe doelgroepen	Officiële stukken Collegevergadering MT vergadering Interne nieuwsbrief, intranet, Taskforce energietransitie Interne nieuwsbrief, intranet Persbericht	
Aanwijzing locaties	Alle interne doelgroepen Betrokken gemeenten Gebruikers Omwonenden	Persoonlijk overleg Persbericht Bewonersbrief i.s.m. gemeente	
Start aanbesteding	Markt Overige externe doelgroepen GS Directie Interne doelgroepen	Melding aanbestedingsite Persbericht, artikel in vakblad Staf/collegevergadering MT-overleg Nieuwsbrief, intranet, interne bijeenkomst???	
Gunning	Markt Overige externe doelgroepen GS Directie Interne doelgroepen	Melding aanbestedingsite Persbericht (artikel in vakblad) Staf/collegevergadering MT-overleg Nieuwsbrief, intranet, interne bijeenkomst???	

Organisatie van de communicatie

De werkgroep communicatie bestaat uit de volgende mensen:

1. Etienne Budde Werkgroep lid Provincie Noord-Brabant budde@appm.nl
2. Frans Petersen Provincie Zuid-Holland fg.petersen@pzh.nl
3. Annelein Anderiesse Provincie Noord-Brabant landeriesse@brabant.nl
4. Penny van Beek Provincie Noord-Holland beekp@noord-holland.nl

Het uitgangspunt is dat bovengenoemde personen gezamenlijk optrekken in de communicatie. Dat betekent dat zowel in- als externe communicatieboodschappen onderling worden afgestemd. In het geval van een onverwacht bestuurlijk optreden (bijvoorbeeld vragen van de media) zijn de woordvoerders van de afzonderlijke provincie eerste aanspreekpunt. Dit zijn de volgende personen:

Selina Douma Provincie Noord-Holland doumas@noord-holland.nl
 Marcel van den Eng Provincie Zuid-Holland mg.vanden.eng@pzh.nl Peter Honings Provincie Noord-Brabant phonings@brabant.nl

Zij stemmen de reactie af met de desbetreffende communicatieadviseurs van het project.