

Strategisch communicatieplan duurzaamheid gemeente Oirschot

Datum: 13-4-2021

Opgesteld door: Femke Wieme

In samenwerking met: team duurzaamheid gemeente Oirschot

Inhoudsopgave

1.	Inleiding	3
	Doel strategisch communicatieplan	3
	Analyse.....	3
2.	Strategische communicatie	3
2.1	Communicatieframe	3
2.2	We communiceren vanuit de doelgroep en gewenste bijdragen.....	4
2.3	BSR leefstijlen – doelgroepenbenadering	5
2.4	Gemeente is afzender	6
2.5	Duurzaam gemeenteloket (Energiekloket)	7
2.6	Gemeentelijke website.....	8
2.7	Communicatiekalender	9
3.	Rollen, afspraken en planning	9

1. Inleiding

Doel strategisch communicatieplan

Het strategisch communicatieplan is een leidraad voor communicatie voor alle plannen en projecten binnen het energiebeleid en het bijbehorende uitvoeringsprogramma. Ook wanneer er nieuwe projecten bijkomen moet het communicatieplan een richtlijn geven over hoe, op welke manier en met wie we communiceren. Het strategisch communicatieplan moet realistisch en behapbaar zijn. Dus liever keuzes maken en alles wat we kiezen goed uitvoeren. En niet: te veel hooi op onze vork nemen en uiteindelijk alles maar half kunnen doen. Het communicatieplan helpt bij eenduidigheid en continuïteit in de communicatie richting onze klanten (inwoners, ondernemers, organisaties, etc.) en dient als referentiekader.

Analyse

Het strategisch plan biedt een referentiekader om een efficiënt en gestructureerd communicatiebeleid op te stellen. Daarvoor is een grondige analyse van de bestaande situatie en een duidelijke omschrijving van de gewenste situatie nodig. Daarvoor zijn de volgende twee stappen gezet:

1. Inlezen en analyse documenten

- Documenten en gesprekken intern met beleidsmedewerker Floor Ambachtsheer en Willem van Hout
- Benchmark gemeentelijke websites en energieloketten
- Doelgroepen leefstijlen informatie
- Contact beleidsmedewerker en communicatieadviseur gemeente Tilburg

2. Beschrijving huidige en gewenste situatie

De analyse van de huidige en gewenste situatie is opgenomen in de projectbeschrijvingen van het uitvoeringsprogramma. Tijdens de analysefase is dit document uitgewerkt en aangevuld. Dit (werk) document wordt gebruikt bij het opstellen van de communicatiekalender.

2. Strategische communicatie

2.1 Communicatieframe

De kernboodschap is: ***“Samen op weg naar een duurzaam Oirschot”***.

Het is belangrijk dat we in de communicatie de kernboodschap overbrengen om zo de doelstellingen van elke bijdrage te bereiken. Daarvoor maken we gebruik van een (positief) frame. Door consequent hetzelfde frame te gebruiken in alle communicatie-uitingen, investeren we in deze boodschap die langzaam inslijt bij de ontvanger. Het frame bestaat uit twee onderdelen: het frame (kader) en de boodschap (samen op weg naar een duurzaam Oirschot) die hierin komt. Het frame past bij de waarden van een doelgroep en sluit aan bij wat zij belangrijk vinden. De boodschap wordt dan gekoppeld aan de waarden. We hanteren voor de uitwerking van het frame de doelgroepenbenadering van de BSR leefstijlen energietransitie. In de paragraaf 2.3 wordt deze doelgroepenbenadering toegelicht.

Overige uitgangspunten in het frame:

- Consistent gebruik frame
- Geef antwoord op de 'waarom is het nodig vraag' als bewijsvoering
- Maak draagvlak onder andere inwoners duidelijk (ambassadeurs).
- Maak het zichtbaar en laat ervaren.
- Communiceer laagdrempelig en gebruik visuals
- Actief communiceren over succes, behaalde mijlpalen.
- Biedt concreet handelingsperspectief.
- Afzender gemeente (toelichting volgende paragraaf)
- Sluit aan bij de algemene kernboodschap: Oirschot, ondernemend, monumentaal en groen, daar voelt de MENS zich thuis

Verder wordt het frame nog extra ondersteund door een slogan/pay-off in combinatie met een beeld. Deze wordt gebaseerd op het nieuwe huisstijl-handboek van de gemeente Oirschot: de grafische naam Oirschot en de titel: "Samen op weg naar een duurzaam" (zie voorbeeld toepassing seculier logo hiernaast).

Oirschot
toezicht en handhaving
Voorbeeld secundair logo

2.2 We communiceren vanuit de doelgroep en gewenste bijdragen

De gemeente Oirschot heeft als doelstelling om in 2040 energieneutraal te zijn. Alle energie die we in Oirschot verbruiken, is duurzaam opgewekt binnen de gemeentegrenzen. Dat doel moeten we samen behalen en vraagt dus om een bijdrage van de gemeente, inwoners en bedrijven. Deze groepen leveren allemaal een bijdrage aan een energieneutraal Oirschot.

De uitvoeringsprojecten zijn (oorspronkelijk) ingedeeld naar de zes thema's: gemeentelijke organisatie, mobiliteit, landbouw en landelijk gebied, industrie/MKB/kantoren, woningen, en duurzame energieopwekking. Voor een goede kernboodschap is het advies om de zes thema's niet als uitgangspunt te nemen. De thema's zijn namelijk vanuit de organisatie gecommuniceerd. Het advies is om vanuit de doelgroep in relatie tot de communicatiedoelstellingen en de rol van de gemeente te communiceren. Zo is ook duidelijk wat we van de doelgroep verwachten (bijdrage). Verder zorgt de nieuwe indeling van de uitvoeringsprojecten voor een duidelijkere inkadering van de kernboodschap, namelijk: *Samen op weg naar een duurzaam Oirschot*.

Voor elke bijdrage is in de volgende paragraaf een doelstelling geformuleerd, zodat duidelijk is wat de bijdragen zijn om samen tot een energieneutraal Oirschot in 2040 te komen.

- **Bijdrage 1: gemeente.**

Doelstelling: Draagvlak vergroten door goed voorbeeld te geven en te faciliteren.

Deze doelstelling vraagt niet direct om investerende actie van inwoners, maar draagt wel bij aan de bewustwording. Denk bijvoorbeeld aan energiebesparing en opwekking gemeentelijk vastgoed, elektrische laadpalen infrastructuur of aanleg Snelfietsroute. Doelgroepen: inwoners en bedrijven (MKB, industrie, agrarische ondernemers (particuliere) verhuurders).

- **Bijdrage 2: Bijdrage inwoners.**

Doelstelling: Inwoners in beweging krijgen om zelf energie te besparen en op te wekken en bij te dragen aan de energietransitie.

Communicatie kan alleen meningen, percepties, attitudes en gedrag van personen beïnvloeden. Dit bereik je met informeren, instrueren, overtuigen en motiveren en ook door goed te faciliteren (ook subsidies).

- Informeren: doel informeren is dat doelgroep iets weet
- Instrueren: doelgroep moet iets doen
- Overtuigen: geloven in wat jij zegt
- Motiveren: overtuigen zodat doelgroep gaat geloven om te zorgen dat toehoorders gaan willen

- **Bijdrage 3: Bijdrage van bedrijven aan ambitie.**

Doelstelling: MKB, (particuliere) verhuurders, industrie en agrarische ondernemers dragen bij aan ambitie door combinatie van doelstelling 1 en 2: draagvlak vergroten door goed voorbeeld te geven, te faciliteren en zo ook inwoners in beweging krijgen.

Verhuurders hebben ook een rol in deze doelstelling, vaak in samenwerking met de gemeente. Bijvoorbeeld verduurzamen van huurwoningen via prestatieafspraken. Verhuurders kunnen goed voorbeeld geven door aan te sluiten bij initiatieven van gemeente, dat komt ook aan bod door RRE-W.

- **Bijdrage 4: gemeentelijke organisatie en beleid:**

Doelstelling: Bij de beleidsontwikkeling de eerste drie doelstellingen waarborgen

Integraal: Een aantal projecten zijn afdeling overstijgend en moeten meer integraal worden opgepakt. Zo is er meer bewustwording onder de medewerkers, maar zien ook de andere doelgroepen het grotere geheel. Het zijn niet allemaal op zich staande projecten, de projecten zijn onderdeel van de doelstelling om in 2040 energieneutraal te zijn.

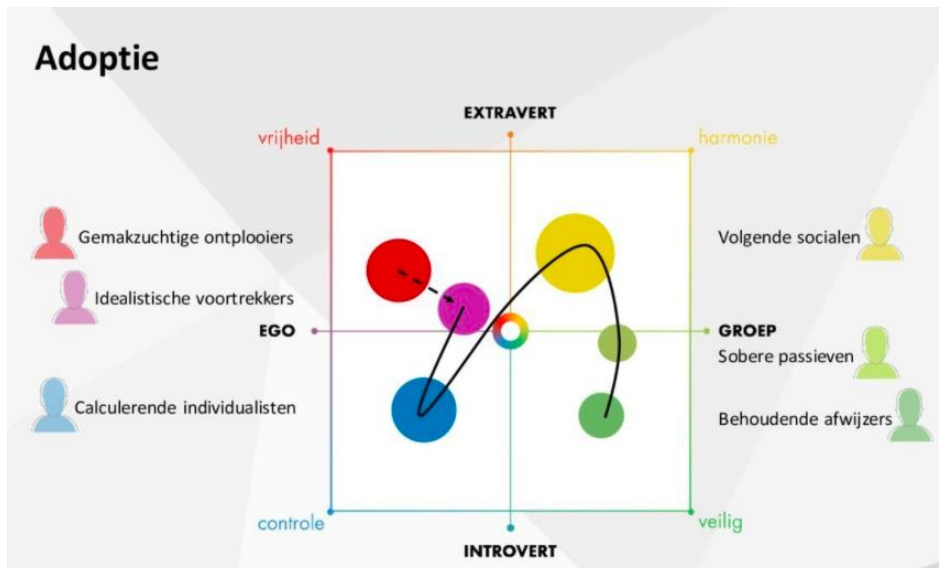
Burgerparticipatie: Houdt de doelgroepen ook op de hoogte van de beleidsontwikkeling en geef dit in duidelijke, concrete stappen aan (bijvoorbeeld door te visualiseren). Daarbij is het ook belangrijk dat de doelgroepen weten op welke wijze ze kunnen participeren. Gebruik daarvoor de participatieladder, het afwegingskader burgerparticipatie bij beleid (bijlage 2), <https://www.participatiewijzer.nl/> en de sheet van BSR leefstijlen “participatie – hoe betrek je leefstijlen bij beleidsontwikkeling (bijlage 3). Verder wordt participatie ook bewerkstelligd door de omgevingswet en integraal fysieke leefomgeving.

2.3 BSR leefstijlen – doelgroepenbenadering

Met de BSR leefstijlen van Marketresponse zijn wensen, behoeften, motieven, en interesses gekoppeld aan sociaal demografische gegevens. Het algemene BSR model is doorontwikkeld naar BSR leefstijlen energietransitie. Met hulp van de BSR-Leefstijlen Energietransitie kunnen we de communicatie op de doelgroep afstemmen, doordat we inzichtelijk hebben waar de verschillende leefstijlen (segmenten) in Oirschot zijn.

Voor de stijl van uitingen zoals een publicatie in weekjournaal bepaal je eerst welke leefstijlen het meest vertegenwoordigd zijn. Bij bijvoorbeeld brieven, wordt op postcodeniveau de leefstijlen bepaald, waardoor we ook de brief afstemmen op de juiste leefstijl. In de sheet communicatie-advies executie (bijlage 4) staan per leefstijl aanknopingspunten voor gerichte communicatie. De segmenten zijn gekoppeld aan een postcode database. Daarin is ook het onderscheid te zien tussen koop & huur. De BSR leefstijlen heeft een online toolkit om te gebruiken in de communicatie en medewerker Marketresponse kan meedenken bij acties of inzet van de toolkit. De data in de toolkit wordt niet ververst, maar de data is nog zeker voor twee jaar bruikbaar. Na die periode kan opnieuw de data aangekocht/ververst worden. Het is mogelijk om elk half jaar de data te verversen (tegen betaling), maar dit is afgeraden vanwege het kleine inwoneraantal en de beperkte verhuizingen in Oirschot. De toolkit heeft geen formele einddatum, maar na één jaar verloopt de plicht van Marketresponse. Na één jaar is de toolkit nog wel te gebruiken.

Zoals onderstaande afbeelding zichtbaar is de idealistische leefstijl (paars) de grootste groep om mee te starten om meningen, percepties, attitudes en gedrag te beïnvloeden. Dit in tegenstelling tot de reguliere BSR leefstijlen waar gestart wordt met de gemakzuchtige ontplooiers (rood).



2.4 Gemeente is afzender

Er is veel informatie beschikbaar op het gebied van energie, zowel online als offline. Veel informatie is versnipperd en daarbij is het risico aanwezig dat de doelgroep door de bomen het bos niet meer zien en daarvoor afhaakt. Ook is niet duidelijk welke informatie écht onafhankelijk en betrouwbaar is. Betrouwbare en onafhankelijke informatie is nodig om mensen in beweging te krijgen. Daarom is het belangrijk dat de gemeente duidelijk en consequent de afzender is. Dit betekent ook dat we alleen kunnen inhaken op landelijke dagen als we de boodschap ook kunnen vertalen naar onze eigen bijdrage (lokaal framen).

2.5 Duurzaam gemeenteloket (Energieloket)

We richten een 'duurzaam gemeenteloket' (energieloket) in waar inwoners en bedrijven terecht kunnen voor alle informatie rondom duurzaamheid en energie. Het uitgangspunt afzender gemeente moet ook toegepast worden bij de uitvoering van een gemeentelijk energieloket. De naam energieloket wordt al gebruikt door een lokale coöperatie. Om verwarring te voorkomen én duidelijk aan te geven dat de gemeente de afzender gebruiken we voor het gemeentelijk energieloket de naam "Duurzaam gemeenteloket". Door het gebruik van de term duurzaam in plaats van energie kan het loket ook ingezet worden als er naast energie andere duurzame projecten volgen (bijvoorbeeld klimaatadaptie).

Aan de uitvoering van een energieloket zijn vanuit het Rijk criteria opgesteld. Die criteria zijn te waarborgen op vijf onderdelen:

1. **Website:** een goed herkenbare website die goed werkt en inwoners en bedrijven onder andere het volgende aanbiedt: een subsidiecheck waar makkelijke inzichtelijk is van welke regelingen inwoners en bedrijven gebruik van kunnen maken, een doorverwijzing naar lokale bedrijven die duurzaamheidsmaatregelen kunnen treffen, een stappenplan om tot een aardgasloze woning te komen etc. Verder moet de website jaarlijks geactualiseerd worden met betrekking tot de nieuwste technieken, adviezen, maatregelen en producten;
2. **Kwaliteit adviseurs:** medewerkers van de backoffice/klantenservice hebben kennis over: alle vormen en typen van isolatie, ventilatie, duurzame warmtetechnieken, zonnepanelen, het aardgasvrij maken van woningen in het algemeen en gezond en veilig wonen;
3. **Klantcontact en bereikbaarheid:** het energieloket moet onder andere: op maandag t/m vrijdag telefonisch bereikbaar zijn van 09.00 tot 17.00 met uitzondering van nationale feestdagen, vragen die via de mail binnenkomen beantwoorden binnen 5 dagen en meet doorlopend de klanttevredenheid (responsetijd, professionaliteit adviseurs, etc.);
4. **CRM en monitoring:** het energieloket voldoet onder andere aan: alle eisen omtrent de AVG, monitort het aantal (unieke) bezoekers van de website en klanten, heeft een professioneel klantvolgsysteem en brengt hierover jaarlijks kwalitatief toereikende rapportages uit;
5. **Communicatie:** hiertoe behoren onder andere het zorgen voor eenduidige communicatiekalender, het betrekken en in contact staan met lokale en landelijke partners, en het faciliteren van de gemeente in het starten van on- en offline campagnes op het gebied van duurzaamheid.

In de gemeentelijke organisatie is nu geen capaciteit om die criteria te waarborgen en de kennis om het op te zetten hebben we ook niet zelf in huis. Om in 2021 een energieloket uit te voeren moet een extern platform worden gefaciliteerd. Eén organisatie kan de criteria waarborgen en de gemeente volledig ontzorgen (ook op gebied van communicatie). Denk bijvoorbeeld aan het bijhouden van acties (BTW terugvorderen), subsidies, inkoopacties, organisaties van webinars, uitvoeren van RRE en RREW, meedenken van acties en gemeente specifieke situaties.

Randvoorwaarden Duurzaam gemeenteloket:

- Ontzorgen gemeente
- Waarborgen vijf criteria
- Onafhankelijk advies

- Bereid om samen te werken met lokale ondernemers. Bij WUJW is de provisie op webwinkel hoger, ze hebben daardoor minder binding met lokale ondernemers
- Communicatie in samenwerking met gemeente
- Ook bereikbaar als er geen actie loopt (WUJW alleen bereikbaar tijdens actie)
- Kennis van monumenten en huurwoningen
- Kennis van doelgroep zakelijk (ook agrariërs)
- Het is een apart loket, maar heeft wel de look & feel van Oirschot en dat past in het communicatie-frame
- Snel content kunnen aanpassen op verzoek of medewerkers gemeente (communicatie en beleids-medewerkers) hebben ook toegang tot het cms.
- Zakelijk en particulier

Door het uitgangspunt dat de gemeente de afzender is, is het wenselijk dat het zakelijk en particulier loket door één aanbieder van een energieloket wordt uitgevoerd. Een andere mogelijkheid is dat er vanuit één portaal wordt doorverwezen. Bij de uitvraag voor het Duurzaam gemeenteloket kan hier verder advies over worden ingewonnen.

- Samenwerking met de lokale energie coöperaties.

De meerwaarde van de samenwerking van de gemeente met lokale energie coöperaties is dat ze veel lokale kennis hebben en zo ook meteen als ambassadeur kunnen dienen. Dit maakt de lokale coöperaties/loketten een verlening van het communicatieframe. Bij samenwerking is het wel noodzakelijk dat (ondanks dat het door vrijwilligers wordt gefaciliteerd) er wel een professionele uitstraling moet worden gewaarborgd. Want eenmaal een slechte ervaring is ook ten nadele van de gemeente en de doelstellingen die we willen bereiken. De gemeente kan deze professionaliteit gedeeltelijk waarborgen/versterken, door bijvoorbeeld subsidie beschikbaar te stellen aan opleiding, training en (ondersteuning) bij opstellen communicatieplan.

KempenEnergie heeft als onderscheidende factor ten opzichte van de gemeente dat ze er voor hun leden zijn. Hun focus moet meer daarop liggen. Voor een uitgebreider advies moet eerst meer informatie worden opgehaald. Hoe verloopt de samenwerking bij andere Kempengemeenten met KempensEnergie? Wat voor eisen worden aan de subsidie gesteld/worden er eisen aan de subsidie gesteld? Hoe wordt dat gemeenten? Het is nu ook niet duidelijk wat KempensEnergie oplevert/bereikt per jaar: aantal leden, gegeven advies etc.

2.6 Gemeentelijke website

De url in de communicatie wordt www.oirschot.nl/duurzaam. Zo is de gemeente ook duidelijk de afzender. Er zijn twee opties om dit te combineren met het Duurzaam gemeenteloket. De keuze voor onderstaande opties kan nu nog niet gemaakt worden, omdat die afhangt van de mogelijkheden van de aanbieder.

1. Vanuit de communicatie-url een redirect in laten stellen naar het Duurzaam gemeenteloket.
2. De url komt nog uit op de gemeentelijke website en vanuit die landingspagina wordt doorverwezen naar het Duurzaam gemeenteloket. Als de keuze valt op deze optie, moet in overleg met de uitvoerder van het gemeentelijk energieloket een programma van eisen worden opgesteld voor de gemeentelijke pagina. Denk aan het tonen van de belangrijkste informatie en goede doorverwijzing naar het gemeentelijk energieloket.

De domeinnaam www.duurzaamoirschot.nl is nu nog vrij. Deze domeinnaam wordt wel vastgelegd op naam van de gemeente. Dit loopt via de beleidsadviseur dienstverlening en het SCC. Als de url is vastgelegd kan via een redirect bezoekers naar www.oirschot.nl/duurzaam worden geleid. Die url gebruiken we niet in de communicatie, maar als inwoners de url toch intoetsen, komen ze op www.oirschot.nl/duurzaam uit.

2.7 Communicatiekalender

We stellen een communicatiekalender op waarin alle communicatiemomenten worden opgenomen per project. Dit geeft inzicht in wanneer en hoeveel capaciteit wordt gevraagd van de afdeling communicatie. Communicatiemomenten van alle projecten uit het uitvoeringsprogramma energiebeleid worden hierin opgenomen en gepland.

Ook alle nationale en internationale duurzame (feest)dagen worden bekeken. Indien we zelf als gemeente een bijdrage kunnen leveren aan deze dag, dan wordt deze opgenomen in de communicatiekalender. Bijvoorbeeld: we communiceren alleen over 'warme truien dag' als we zelf binnen de gemeentelijke organisatie een actie opzetten waarbij onze collega's meedoen met deze actie. Zo communiceren we alleen over de duurzame (feest)dagen waar we zelf het goede voorbeeld in geven.

3. Rollen, afspraken en planning

Om het strategisch plan tot uitvoer te brengen zijn onderstaande acties en uren nodig (zie tabel). De beleidsmedewerker duurzaamheid en een communicatieadviseur voeren deze acties uit. De communicatieadviseur is verantwoordelijk voor (interne) afstemming met de webmaster en beleidsadviseur dienstverlening en ontwerp bureau .

Uitvoer acties	Beleidsmedewerker duurzaamheid	Communicatieadviseur	Periode
Domeinnaam reserveren	0 uur	1 uur	April
Logo laten maken (Oirschot met titel: samen op weg naar een duurzaam)	1 uur	3 uur	April/mei
Uitvraag en opzetten Duurzaam gemeenteloket	40 uur	16 uur	April/mei
Gemeentelijke website redirect OF Gemeentelijke website startpagina	0 uur	1 uur	Mei
	2 uur	8 uur	
Communicatiekalender opstellen	8 uur	8 uur	Mei
Uitvoering communicatie per project	Zie jaarplanning	In opstart 6-8 uur per week, daarna 4 uur per week	Start: mei

