Vught

Raadsinformatiebrief

Datum	14 maart 2023
Onderwerp	Communicatiestrategie Nota Energie en Klimaat Vught 2022-2030
Zaaknummer	Z22 - 248138
Documentnr.	UIT/23 - 536403

Inleiding

Op donderdag 2 februari 2023 heeft de gemeenteraad ingestemd met de 'Nota Energie en Klimaat Vught 2022-2030' en het 'Uitvoeringsplan Nota Energie en Klimaat 2023'. De Nota en het uitvoeringsplan bieden een planmatige aanpak waarin concrete doelen, fasering, prioriteiten en middelentoewijzing zijn opgenomen. Hiermee werken we de komende jaren integraal aan de landelijke beleidsdoelen voor 2030 en 2050 op het gebied van energie en klimaat. Er wordt meer en met meer structuur gecommuniceerd dan de jaren hiervoor. Daarom heeft het college op 14 maart 2023 de communicatiestrategie vastgesteld. Deze ligt nu ter informatie voor aan uw raad.

Inhoudelijk

Om de acties uit de Nota en het Uitvoeringsplan van 2023 succesvol uit te kunnen voeren, is een goede communicatie belangrijk. Klimaat, energie en de noodzaak voor meer duurzaamheid en urgentie zijn dagelijks in het nieuws. Ook staat het onderwerp hoog op elke landelijke politieke agenda. Alles en iedereen in onze maatschappij lijken zich bewust van de bedreigingen en de noodzaak te helpen de CO2 uitstoot op grote én op kleine schaal terug te dringen. Hoe we dit bewustzijn vertalen in een lokale communicatieaanpak met handelingsperspectief, leest u in de communicatiestrategie.

In april beginnen we met de nieuwe communicatie-aanpak. De samenwerkingspartners die zich inzetten voor de inwoners van Vught, Helvoirt en Cromvoirt, krijgen de ruimte op een speciale dubbele hartpagina in het Klaverblad om te laten zien waar ze voor staan en wat inwoners van hen kunnen verwachten. Daarnaast gaan we de komende periode in op andere onderwerpen. We communiceren per kwartaal over acties binnen de thema's van de Nota Energie en Klimaat en/of over zaken die daar los van staan, maar wel raakvlakken mee hebben, zoals tips om je woning te verduurzamen.
Er komt een dynamische communicatie kalender die ruimte biedt voor berichtgeving over nieuwe ontwikkelingen, techniek, inzichten en activiteiten van de samenwerkingsorganisaties.

Participatie

Na deze aftrap bepalen we samen met de samenwerkingsorganisaties de communicatiekalender voor de rest van het jaar.

Financiën

Om uitvoering te geven aan de communicatiestrategie is € 30.000 nodig. Deze kosten vallen binnen de financiële kaders, inclusief de Rijksmiddelen voor klimaat en energiebeleid, van het uitvoeringsplan 2023 uit de nota Energie en Klimaat.

Communicatie

De komende jaren wordt de communicatiestrategie uitgevoerd. De samenleving wordt geregeld op de hoogte gehouden van de voortgang van de grote thema's en blijft aangehaakt omdat we deze zo vaak en goed mogelijk vertalen in een begrijpelijke, concrete vorm waarmee inwoners zelf aan de slag kunnen. De communicatiestrategie beschrijft hoe we dit gaan doen.

Burgemeester en wethouders van Vught,

de secretaris,	de burgemeester,
W.F.F. Keijzers	R.J. van de Mortel

Bijlage(n):

1. Communicatiestrategie Nota Energie en Klimaat Vught 2022-2030

Communicatiestrategie Energie & Klimaat

Klimaat, energie, duurzaamheid en de bijbehorende urgentie zijn dagelijks in het nieuws. Het onderwerp staat hoog op elke landelijke politieke agenda. Alles en iedereen in onze maatschappij lijken zich bewust van de klimaatproblemen en de noodzaak te helpen om de CO2 uitstoot op grote én op kleine schaal terug te dringen.

Er is veel informatie en er zijn talloze voorbeelden die de gevolgen van de opwarming van de aarde laten zien. Onze inwoners vertellen dat we de klimaatverandering tegen moeten gaan, is belangrijk en gebeurt – vooral op landelijke/wereldse schaal volop. Maar bij de bewustwording en zorg die hierbij ontstaat, hoort een bijpassend handelingsperspectief. Mensen moeten weten en geloven dat en hoe ze aan een oplossing kunnen bijdragen. Samen, als gemeenschap en gemeente, maar ook individueel. Dat belangrijke handelingsperspectief kent dus twee kanten:

- Wat kunnen en moeten we samen doen?
- Wat kunt u zelf doen?

Het is van belang dat we mensen laten zien dat hun eigen (kleine) inspanningen werkelijk bijdragen aan de oplossing van het probleem. Zonder dit perspectief dreigt het gevaar van inactiviteit, berusting en desinteresse omdat inwoners denken dat ze er niets aan kunnen doen.

Communicatiedoel Vught:
Dit willen we bereiken met onze communicatie:
Inwoners, ondernemers en andere organisaties in Vught, Cromvoirt en Helvoirt zijn op de hoogte van:

- de *lokale* ('wettelijke') opgave op het gebied van energie en klimaat;
- de kansen, mogelijkheden en middelen om samen en individueel aan de slag te gaan;
- het resultaat van de collectieve en persoonlijke inspanningen (wat levert het op?);
- de inspanningen die de gemeente zelf doet op het gebied van energie en klimaat;
- de inspanningen die organisaties (uit het maatschappelijk middenveld) doen op het gebeid van energie en klimaat.

En inwoners, ondernemers en andere organisaties:

- zijn bereid mee te werken en draagvlak te bieden aan de collectieve opgave;
- zien en gebruiken kansen, mogelijkheden en middelen om zelf aan de slag te gaan;
- zijn overtuigd dat de inspanningen zin hebben en verschil maken.

Met deze laatste drie communicatiedoelen bereiken we een gedragsverandering. Zo gaan we van informeren en bewust maken via begrip en draagvlak naar concreet handelingsperspectief.

Kortom: onze inspanning richt zich op een behapbare, Vughtse maat met een heldere (gezamenlijke) opdracht, een vastomlijnd doel (dáár moeten we uitkomen) en concreet handelingsperspectief om tot dat doel te komen.

Strategie

Hoe gaan we dit doen?
De communicatie verloopt aan de hand van twee sporen:

1. De grote thema's:
   a) De Regionale Energie Strategie (RES) en lokaal zon- en windbeleid

b) De warmtetransitie
c) Klimaatadaptatie
d) Biodiversiteit
e) (Algemeen) overige ontwikkelingen, maatregelen, initiatieven en activiteiten

2. Wat kunnen onze inwoners concreet zelf bijdragen? We geven onze inwoners perspectief, mogelijkheden en middelen om zelf in actie te komen.

Hoe doen we dat?
De grote thema's kennen een lange looptijd. Op het gebied van de RES, het zon- en windbeleid, de warmtetransitie, biodiversiteit en klimaatadaptatie zijn er stappen gezet, participatieprocessen afgerond en visies vastgesteld. Het zijn doorlopende processen die verlopen vanaf een relatief hoog abstractieniveau naar een concrete uitwerking.

De komende jaren wordt de communicatiestrategie uitgevoerd. De samenleving wordt geregeld op de hoogte gehouden van de voortgang van de grote thema's en blijft aangehaakt omdat we ze vertalen naar een begrijpelijke, concrete vorm waarmee de inwoners zelf aan de slag kunnen. Dat doen we niet alleen in tekst maar ook in beeld; bijvoorbeeld door een doorlopende tijdlijn die de stand van zaken illustreert voor wat betreft de langlopende, grote thema's (RES, lokaal zon- en windbeleid, warmtetransitie en klimaatadaptie). Ook kunnen we denken aan een thermometer die een dalende temperatuur laat zien naarmate we dichter bij het doel komen. Elk thema krijgt zo zijn eigen dashboard, maar wel in eenzelfde eenvoudige vorm.

Een dergelijk dashboard laat in één oogopslag zien hoe 'we ervoor staan' op het gebied van energie en klimaat; als gemeente én gemeenschap. Juist door het langlopende en (vooralsnog) abstracte karakter van de grote thema's is het belangrijk om voortgang te laten zien: het kost tijd en inspanning, maar het doel komt dichterbij. Het draagt bij aan draagvlak en motivatie want we werken ergens naar toe en dat laten we zien. Eén beeld zegt dan meer dan de spreekwoordelijke 1.000 woorden. Elke tijdlijn/thermometer (dashboard) volgt zijn eigen tempo en als er aanleiding toe is, zetten we ze bij elkaar. Zo bewaken we ook de onderlinge samenhang tussen de thema's. Daarnaast brengen we, zoals in het voorgaande is geschetst, de grote thema's zo goed mogelijk in verband met concrete acties en handvaten waarmee mensen zelf aan de slag kunnen. Daarmee verduurzamen ze hun eigen woning/omgeving én leveren een bijdrage aan de collectieve opgave. Voor deze concrete vertaling hebben we de inbreng van onze partners nodig.

Voorbeeld
Sinds de transitievisie warmte is vastgesteld, werken we toe naar het concrete doel om woningen van het gas los te koppelen. Voordat we in een wijk daadwerkelijk aan de slag gaan, stellen we een wijkuitvoeringsplan op. Dat is een natuurlijk moment waarop we het grote thema warmtetransitie koppelen aan een concrete, praktische gebeurtenis met handelingsperspectief; voor de inwoners van de wijk zélf, maar ook voor anderen: isoleer je huis, installeer je warmtepomp en bereid je zo voor op een woning zonder gas.

Andersom gebruiken we kleine concrete ingrepen ook om het verhaal van de grote thema's voor het daglicht te brengen.

Voorbeeld
De gemeente besluit op het gebied van *klimaatadaptatie* een plein opnieuw in te richten. De tegels worden vervangen door groenvoorzieningen met behoud van sport en speelmogelijkheden. Dat maken we bekend waarbij we uitleggen dat de vergroening van de openbare ruimte nodig is om water op te vangen en vast te houden en om bovenmatige hitte tegen te gaan. Zo vertalen we het

grote thema, klimaatadaptatie, naar een concrete aanpak). En ook hiermee kunnen inwoners zelf aan de slag, bijvoorbeeld via een idee/actie als: tegel eruit, plantje erin (handelingsperspectief).

Op dezelfde wijze kunnen we de (eenmalige) warmtescan *(overige ontwikkelingen, initiatieven en acties)* koppelen aan de noodzaak minder gas te gebruiken en CO2 uit te stoten (grote thema) en aan een kortingsactie voor isolatiemateriaal bij de bouwmarkt (handelingsperspectief).

Kortom: we vertalen het klimaatprobleem op een lokale, begrijpelijke schaal naar onze inwoners en reiken ze de ideeën, mogelijkheden en middelen aan om er concreet mee aan de slag te gaan. Zo brengen we grote thema's in een behapbaar formaat bij de mensen thuis: een doe-het-zelf klimaatpakket.

Aftrapmoment

Hoe beginnen we?

Onderdeel 'algemeen' (overige ontwikkelingen, maatregelen, initiatieven en activiteiten) van de grote thema's, introduceert in Q2 2023 het fysieke Energieloket wat we in Vught hebben en het digitale Energieloket. Elke inwoner kan hier terecht voor alle informatie over energie(besparing).

Het Energieloket – eventueel uit te breiden met een klimaatloket (KANT) – bestaat al langer, maar is nog niet eerder als onderdeel van het grote geheel 'in de markt gezet'. Het actief naar buiten brengen van het bestaan van het Energieloket, in samenhang met de noodzaak in actie te komen, is een uitgelezen moment om de Vughtse (bestuurlijke) inspanning op het gebied van klimaat en energie uit te leggen.

Omdat we ons concentreren op de lokale opdracht, aanpak, inspanningen en (concrete) doelen, verwijzen we slechts kort naar de globale klimaatproblemen. We brengen deze terug tot de meer behapbare klimaatproblemen die zich lokaal voordoen (bijvoorbeeld wateroverlast en droogte) met focus op onze inspanningen, mogelijkheden en middelen om deze problemen aan te pakken.

We kiezen bij deze aftrap voor een kleurrijke, dubbele pagina in het Klaverblad. Daarin zetten we het Energieloket uiteen: wat is het, voor wie is het, wie staan er achter de balie en waarvoor kan ik er terecht. Daarnaast krijgen organisaties uit het maatschappelijk middenveld, die zich inzetten voor energie en klimaat een podium. Ze stellen zich voor, nodigen uit en bieden handvaten aan inwoners om met klimaat en energie aan de slag te gaan. Het is een verhaal dat uitnodigt en verleidt en zo de drempel verlaagt voor alle inwoners met vragen over energie en klimaat.

Verder presenteren we de tijdlijn(en) of CO2 (thermo)meters (dashboard) met de bijbehorende markeringen. De vijf hoofdthema's komen aan bod met de stand van zaken per thema: waar komen we vandaan, waar zijn we en waar gaan we naartoe. Elk thema krijgt een artikel met een min of meer vergelijkbare indeling:

- Wat is het?
- Waarom is het nodig?
- Hoe moet het?
- Wanneer moet het?
- Waar staan we nu?

Op de Klaverbladpagina past een voorwoord van de wethouder en tips en weetjes op het gebied van klimaat en energie. Misschien een terugverdientijd van de verschillende investeringen aan een

woning (van radiatorfolie tot vloerisolatie bijvoorbeeld). Of iets over spouwmuurisolatie en vocht in de muur; daar zijn op elk forum over dit onderwerp discussies over.

We brengen de informatie in eenvoudig, beknopt bestek, rijk geïllustreerd. We introduceren het energielogo en duiden de betekenis achter het beeldmerk. Daarbij maken we mogelijk gebruik van infographics om ingewikkelde processen of systemen begrijpelijk te maken.

Na de aftrap
De vijf hoofdthema's zijn leidend. De bijbehorende piketpaaltjes en besluit- en actiemomenten bepalen de communicatiemomenten. Voorbeelden:

- Zon en wind: het PlanMER; wat is het en wat betekent dit?
- Warmte: de eerste wijkuitvoeringsplannen worden opgesteld; wat houden ze in? Voor welke wijken, wat gaat er gebeuren en wanneer?

Ook deze momenten gebruiken we weer om de communicatie te combineren met tips en trucs die al of niet hiermee raakvlakken hebben. En, zo mogelijk en gewenst, koppelen we er weer een concreet handelingsperspectief aan op de Vughtse schaal voor inwoners en/of ondernemers.

Terugblikken en succesverhalen
Onze daden en acties hebben gevolgen. Maar ook wat inwoners zelf doen. We zoeken ze van tijd tot tijd op en gebruiken ze als lichtend voorbeeld:

- U hebt uw huis verduurzaamd. Hoe deed u dat, wat kostte het en wat levert het op?
- U hebt uw schoonwaterriool afgekoppeld en vangt het regenwater op in de eigen mooie watertuin. Hoe deed u dat en hoe leuk is dat?
- Voor de eerste wijk is een uitvoeringsplan opgesteld om van het aardgas af te komen; hoe is dat gegaan en hoe ervaren inwoners dat?

Middelen
We haken aan bij de acties van KANT, HOT en VET en het energieloket en stemmen de communicatie daarover beter af, aanvullend op elkaar.

Middelen die we inzetten op het brede gebied van energie en klimaat zijn divers. We gebruiken het Klaverblad voor pagina's en paginadelen over het onderwerp met enige regelmaat. Bij deze publicaties kiezen we voor een herkenbare opmaak en stijl. Ook is dit medium geschikt om de grote thema's in het dashboard terug te laten keren en, zoals beschreven, te combineren met de kleinere, praktische zaken die hier raakvlakken mee hebben. Het vertalen van de grote thema's naar een behapbare doe-het-zelf en we-doen-het-samen aanpak blijven we in de communicatie zoveel mogelijk zoeken.

Andere middelen die we inzetten zijn afhankelijk van de nieuwswaarde, urgentie en het belang. We gebruiken:

- websites Vught.nl en Wij in Vught.nl (de laatste vooral in bij projecten en deelprojecten met een participatieproces);
- sociale media: Facebook, Instagram, twitter en YouTube;
- narrowcasting (publicaties op schermen in de hal en bij de Jumbo);
- lokale bladen in Helvoirt en Cromvoirt ('t Pomphuiske en 't Lantaerntje);
- nieuwswebsites als Helvoirt.net en Vught.nu;
- persberichten/persgesprekken/interviews/video-items bij NOVO3;
- bewonersbrieven/eventueel (digitale) nieuwsbrieven.

Een en ander afgestemd op onderwerp, belang en urgentie van de communicatie.

Hoe verder?
Er is een dynamische communicatiekalender op basis van het gemeentelijk beleid, onze acties en initiatieven, met bijdragen van onze maatschappelijke partners. Daarin blijven we – conform deze visie – het verband leggen tussen de grote thema's en de praktische mogelijkheden om hieraan in onze eigen Vughtse samenleving bij te dragen.