

Communicatieplan Duurzaam Zeewolde



Zeewolde

Inleiding

In 2050 wil de gemeente Zeewolde een klimaat neutrale gemeente zijn. Dat is een flinke uitdaging en vraagt om een goede voorbereiding. Daarom heeft de gemeente Zeewolde in het Duurzaamheidskompas beschreven binnen welke hoofdthema's invulling wordt gegeven aan duurzaamheid. Die hoofdthema's zijn de volgende:

- Groene mobiliteit
- Klimaatadaptatie
- Circulaire economie
- Energietransitie
- Biodiversiteit

Bij het Duurzaamheidskompas is een uitvoeringsprogramma opgesteld door de projectgroep Duurzaamheid. Een duurzame gemeente worden kan niet zonder de inspanning van inwoners. Maar hoe bereik je dat inwoners hun eigen rol gaan zien en duurzaamheid belangrijk vinden? Dit communicatieplan helpt de projectgroep Duurzaamheid en partners om strategisch en doelgroepgericht te communiceren.

In dit communicatieplan behandelen we het volgende:

1. De communicatie-uitdaging en opgave
2. Wie zijn onze doelgroepen en stakeholders?
3. De kernboodschap
4. De communicatie-inzet en passende middelen
5. Planning van de communicatie
6. Samenwerking

1. Communicatie uitdaging en opgave

Communiceren doe we met een reden. Om scherp te krijgen in de communicatie is het zinvol om vast te stellen wat onze communicatie uitdagingen zijn en wat we zien als de belangrijkste communicatieopgaven. Met andere woorden: wat willen we bereiken? En als we communicatie inzetten, waar moet dit dan aan bijdragen?

1.1 Communicatie uitdaging

Algemeen

- Beter positioneren van Duurzaam Zeewolde en het energieloket als dé platforms waar de doelgroepen alle informatie kunnen vinden, hulp kunnen vragen en krijgen en die hen helpen in actie te komen.



- Beter positioneren van de projectgroep duurzaamheid: welke rol, welk mandaat? Hoe werken we samen, wat mag je van ons verwachten?

Inwoners

- Inwoners van de gemeente Zeewolde informeren, betrekken, mee laten denken, dus participeren over duurzaamheid.
- Inwoners bewust maken van hun eigen rol in het verduurzamen van de samenleving en hen actief betrekken bij gemeentelijke initiatieven en acties die bijdragen aan duurzaamheid. De nadruk ligt hierbij op participatie en het creëren van een breed draagvlak voor duurzame initiatieven.

Partners

- Commitment en betrokkenheid vergroten.
- Partners stimuleren om mee te blijven zoeken naar nieuwe ideeën en manieren die het beleid rondom duurzaamheid verder helpen.
- Partners bewust maken van hun eigen rol en financiering (=tegenprestatie) binnen project duurzaamheid.

1.2 Communicatieopgave

De hoofddoelen van onze communicatie zijn van ad hoc naar structuur, inwonersparticipatie en het maken en gebruiken van een herkenbaar beeldmerk.

Van ad-hoc naar structuur: een goede basis

- Communicatie krijgt een duidelijke rol en plek binnen de projectgroep; communicatie staat een keer per maand op de agenda van de projectgroep. Met een communicatiekalender houden we grip op de communicatie.
- We maken duidelijke afspraken over wie welke rol heeft binnen de communicatie (strategische-tactisch-operationeel).
- We maken een bewuste keuze op welke momenten met welke boodschappen we welke doelgroepen willen bereiken.
- We communiceren altijd onder dezelfde paraplu: 'Duurzaam Zeewolde'.
- De wekelijkse duurzame dinsdag wordt ingezet om te communiceren over Duurzaam Zeewolde.

Inwonersparticipatie

Inwoners willen steeds meer meepraten over en meedoen in het vormgeven van hun eigen leefomgeving. Soms lastig, maar vooral een kans. Dat geldt ook voor duurzaamheid. De transformatie naar een duurzame gemeente, het leefbaar maken of houden van woonwijken, de energietransitie: het zijn beleidsstukken waar gemeenten steeds meer mee te maken krijgen en die inwoners echt raken. Daarbij willen we inwoners niet alleen informeren, maar ook echt betrekken bij de uitvoering van duurzaamheidsinitiatieven.

- We creëren mogelijkheden voor inwoners waarmee ze feedback kunnen geven, anderen kunnen inspireren en waar ze hulp kunnen krijgen van de gemeente.

Herkenbaar beeldmerk

Er bestaat (nog) geen beeldmerk voor het project. Binnen communicatie zorgt een beeldmerk of logo voor herkenning: duidelijkheid over de afzender. Ook zorgt het voor verbinding. Het laat zien dat de verschillende communicatie-uitingen bij elkaar horen.

- Het advies is om voor 'Duurzaam Zeewolde' een bijpassend beeldmerk/ label te ontwikkelen,

- passend bij de huisstijl van de gemeente Zeewolde, maar met een duurzaam tintje.
- Dit kan dan doorgevoerd worden op de bestaande middelen en de nieuw te ontwikkelen middelen.

2. Doelgroepen en stakeholders

De belangrijkste doelgroep zijn de inwoners van de gemeente Zeewolde. Deze doelgroep is breed. Om een focus in onze communicatie aan te brengen maken we subdoelgroepen:

2.1 Extern

- Huurders en huiseigenaren: Belangrijk voor energiebesparing en duurzame woningverbeteringen.
- Minima: hebben veel belang bij besparing op de energierekening en kunnen gebruik maken van specifieke regelingen die er voor hen zijn.
- Jongeren: Cruciaal voor lange termijn gedragsverandering. Tenslotte zijn zij de toekomst.
- Ondernemers: Lokale bedrijven en hun rol in verduurzaming van hun vastgoed, bedrijfs/productieprocessen en producten.
- Ouderen: Informatie moet toegespitst zijn op praktische, gemakkelijk uitvoerbare maatregelen.
- Uitvoerende instanties/partners: IVN, REL, energieloket, Flevofood, NMF, woningcorporatie.
- Energiecoöperaties: Zeewolde Zon, Zeenergie, ENCOZ, Nieuwe Molenaars, Almeerse wind, Windpark Zeewolde
- Jonge gezinnen: 25-55 moeilijk te vinden, hebben geen geld en nemen minder deel aan standaard vindplekken

2.2 Intern

Medewerkers gemeente Zeewolde en Meerinzicht: voorbeeldgedrag van binnen naar buiten. Ook zijn sommige medewerkers zelf inwoners. Het is belangrijk dat medewerkers zich bewust worden van hun eigen rol en ambassadeurschap.

College: de wethouder Duurzaamheid is binnen het college ambassadeur voor het programma.

Gemeenteraad: het is belangrijk om de raad mee te nemen in de ontwikkelingen rondom Duurzaamheid. Dat kan door de raad bijvoorbeeld 2/4 x per jaar kort en bondig mee te nemen in de ontwikkelingen rondom duurzaamheid. Terugblik en vooruitblik.

3. Kernboodschappen

Met welk verhaal bereiken we onze doelgroepen? De onderstaande kernboodschappen vormen de basis voor de communicatie en beantwoorden de belangrijkste vragen die de doelgroep heeft. Een kernboodschap helpt om het verhaal te vertellen. Het is de basis voor een webtekst, persbericht, presentatie of flyer. Let op: een kernboodschap heeft een houdbaarheid. Het is altijd goed om bij een evaluatie van de strategie, ook te beoordelen of de kernboodschap nog klopt.

Kernboodschap algemeen:

Duurzaam Zeewolde, dat doen we samen!

Samen zorgen we ervoor dat de gemeente Zeewolde in 2050 een klimaat neutrale gemeente is. Duurzaam, groen en gezond. Om dat te bereiken maakten we een plan met doelen voor duurzaamheid. We willen energie besparen en overstappen op duurzame energie. Daarnaast willen we afval scheiden, of gebruiken als grondstof (circulaire economie). Ook willen we minder voedsel verspillen en gezonde lokale producten gebruiken. Om voorbereid te zijn op wateroverlast, droogte en hitte, werken we aan een klimaatbestendig Zeewolde. Tot slot willen we een schonere manier van reizen. Dat noemen we duurzame mobiliteit. Help je ook mee? Verduurzamen doen we samen.

Kernboodschap per thema:

Groene mobiliteit- schoon en slim vervoer

We willen veilig en comfortabel kunnen reizen, nu en in de toekomst. Dat doen we zo duurzaam mogelijk. We zorgen ervoor dat onze voorzieningen op loop- en fietsafstand bereikbaar zijn en sluiten nieuwe gebieden aan op het OV-netwerk. Ook stimuleren we gebruik van de fiets en elektrisch vervoer.

Klimaatadaptatie- een klimaatbestendig dorp

Samen werken we aan een klimaatbestendig Zeewolde, waarin we voorbereid zijn op wateroverlast, droogte en hitte. Door slimme maatregelen en samenwerking met inwoners, bedrijven en partners, maken we ons dorp toekomstbestendig. Groenere wijken, een duurzame waterhuishouding en hittebestendige oplossingen zorgen ervoor dat Zeewolde ook in 2040 aantrekkelijk, leefbaar en comfortabel blijft voor iedereen.

Circulaire economie- anders omgaan met grondstoffen

We willen zo min mogelijk voedsel en materialen verspillen. Om in de toekomst genoeg grondstoffen te hebben, zetten we in op het verminderen, hergebruiken en recyclen van materialen. Dat heet circulariteit. We hergebruiken bijvoorbeeld ons afval, zoals ons eigen huisafval, maar ook bouwafval zoals beton, grond en stenen. Ook bouwen we biobased: dat betekent dat we bouw natuurlijke en hernieuwbare biobased bouwmaterialen, zoals hout, of verschillende grassoorten. Ook benutten we de mogelijkheden om in onze eigen regio duurzaam voedsel te produceren en te gebruiken.

Energietransitie- op weg naar een aardgasvrij Zeewolde

We stimuleren energiebesparende en -opwekkende maatregelen. Zo verlagen we de vraag naar energie en helpen we inwoners met het verlagen van hun energierekening. Ook bouwen we onze mogelijkheden voor duurzame opwek van wind- en zonne-energie en biogassen verder uit en werken we aan oplossingen voor het volle stroomnetwerk.

Biodiversiteit- groen en gezond

Biodiversiteit vormt de basis van onze leefomgeving: meer groen en natuur versterken niet alleen planten en dieren, maar ook ons welzijn. In Zeewolde beschermen en verbeteren we de natuur dichtbij huis. Samen met inwoners en bedrijven vergroenen we tuinen, straten en wijken en zetten we in op natuurvriendelijk beheer. Zo zorgen we voor een gezonde, leefbare en duurzame omgeving voor nu én de toekomst."

Kernboodschap voor ondernemers

Ondernemers spelen een belangrijke rol bij een duurzaam Zeewolde. Duurzaam ondernemen biedt niet alleen voordelen voor het milieu, maar creëert ook nieuwe kansen voor groei, innovatie en een versterkte positie in de markt. Samen maken we de juiste duurzame keuzes die zowel onze lokale

economie ten goede komen als bijdragen aan een groenere en toekomstbestendige gemeente. Samen werken we aan oplossingen die economische ontwikkeling combineren met maatschappelijke verantwoordelijkheid.

Kernboodschap voor partners

Samen zorgen we ervoor dat de gemeente Zeewolde een klimaat neutrale gemeente wordt. Hoe? Door vanuit onze gezamenlijke verantwoordelijkheid samen te werken aan duurzaamheidsinitiatieven en elkaars netwerk te gebruiken om draagvlak te vergroten. Samen zoeken we naar nieuwe, innovatieve ideeën en acties die onze gemeente duurzamer, gezonder en toekomstbestendiger maken.

Kernboodschap voor medewerkers (intern)

Duurzaam Zeewolde, dat doen we samen!

Samen zorgen we ervoor dat de gemeente Zeewolde in 2050 een klimaat neutrale gemeente is. Duurzaam, groen en gezond. Als gemeente willen we het goede voorbeeld geven. Door duurzaam in te kopen en zelf ook te verduurzamen. Dat kan door wat vaker de fiets of de trein naar je werk te pakken, of te carpoolen met een collega. Of.. <aanvullen> Help je ook mee? Verduurzamen doen we samen.

4. Communicatie inzet & passende middelen

We willen dat onze doelgroepen zich aangesproken voelen door onze communicatie. Maar hoe bereiken we dat? Door keuzes te maken, te 'timen' en de kracht van herhaling te gebruiken. Zijn er bestaande middelen die al werken? Dan behouden we deze in de middelenmix en we voegen nieuwe middelen toe waarvan we weten dat ze werken.

4.1 Middelen voor medewerkers

- *Profileren van de projectgroep duurzaamheid*: claim je ruimte op Hi5. Zorg voor een maandelijkse (mini)rubriek waarin je medewerkers bijpraat en duurzaamheidstips deelt.
- *Workshops*: organiseer af en toe een inspirerende lunchsessie voor medewerkers over duurzaamheidsthema's.
- *Duurzame dinsdag*: maak ook intern een contentplanning waarmee je elke dinsdag iets interessants kunt delen over duurzaamheid. Maak een poll, doe een klein onderzoek, daag medewerkers uit voor een challenge (duurzaam koken, kom op de fiets naar je werk/carpoolen, ruilmarkt/minimarktplaats/ weggeefhoek op intranet).
- *Interne nieuwsbrief*:

Voor later:

- *Duurzaamheidambassadeurs*: ga op zoek naar interne ambassadeurs die het leuk vinden om in een denktank mee te denken over duurzaamheid, maar het thema ook verder willen brengen in de organisatie.

4.2 Middelen voor inwoners

Belangrijk voor nu:

- *Website duurzaamzeewolde.nl*: op dit platform zien inwoners hoe zij zelf bij kunnen dragen aan een duurzaam Zeewolde.

Advies: Maak een plan voor verbetering van deze website. Pak de content van de website aan op schrijfstijl- en niveau (ook jij/je/u), overweeg specifieke content voor ondernemers en onderwijs (doelgroepgericht) en maak het actiever met duidelijke CTA's.

- *Button gemeentelijke website:* maak op de homepage van de gemeentelijke website een duidelijke doorklik naar duurzaamzeewolde.nl. Zorg ook dat er op verschillende plekken wordt doorverwezen naar duurzaamzeewolde.nl.
- *Advertorial/themapagina Zeewolde Actueel:* 4x per jaar een themapagina over Duurzaam Zeewolde, incl een inspirerend verhaal.
- *Contentstrategie social media:* zorg voor nu voor een contentplanning voor duurzame dinsdag en plan deze 6-8 weken vooruit. Zo kan je pro-actief nadenken over welke onderwerpen je wekelijks wilt belichten.
- *Participatietool:*

Voor later:

- *(Online)Magazine Duurzaam Zeewolde:* verzamel alle informatie in een aantrekkelijk en overzichtelijk vormgegeven jaarlijks magazine om inwoners te inspireren. Dit kan gericht op behoefte in kleine oplage op papier verspreid worden, maar leg de focus op online. De content is een combi van standaardregelingen geïllustreerd met echte eigen verhalen van inwoners/partners en mooie foto's. Het zorgt voor extra traffic naar Duurzaam Zeewolde en je verbindt de doelgroep beter aan je boodschap.
- *Emailnieuwsbrief:* maak een emailnieuwsbrief voor inwoners waarin je 4-6x per jaar actualiteiten deelt. De content is een herhaling/hergebruik van de content op de socials icm standaardregelingen/beleid op duurzaamzeewolde.nl (voorbeeld:
- *Persberichten:* zet Duurzaam Zeewolde op de kaart door een paar keer per jaar een persmoment ergens in de wijk te creëren.

4.3 Middelen voor partners

- *Toolkit:* stel een toolkit beschikbaar met alle middelen die partners kunnen gebruiken om hun doelgroepen te informeren. De toolkit kan een plek krijgen op duurzaamzeewolde.nl
- *Kwartaalnieuwsbrief:* met actuele informatie over voortgang, mijlpalen, agenda.
- *LinkedIn:* het delen van nieuws/mijlpalen en resultaten en verbindende verhalen over inwoners en partners.

5. Planning

Een goede planning van de communicatie zorgt voor structuur. Doordat je weet waar je naartoe werkt lukt het ook om pro-actiever te communiceren. Door aan te haken bij bestaande momenten versterk je je boodschap. Hieronder volgt een globale planning waarbij het advies is eerst te investeren in de basis. In de communicatiekalender zijn de middelen specifiek in de tijd weggezet. Is de basis op orde? Dan kan je verder bouwen aan communicatie.

Fase 1 jan-juni: Basis op orde

In deze fase werken we aan het op orde brengen van de basis. Dat betekent dat we onze bestaande

middelen die werken, aanscherpen en dat we onze communicatie gaan plannen. Ook maken we afspraken over de interne samenwerking tussen de projectgroep en de projectcommunicatieadviseur.

Inrichten projectgroep:

De projectgroep overlegt wekelijks. Een keer per maand staat communicatie op de agenda. De communicatieadviseur sluit dan aan om afspraken te maken over de komende communicatieacties. De communicatiekalender is hiervoor een goede leidraad. De projectgroep is verantwoordelijk voor de inhoud. De communicatieadviseur denkt mee over vorm, boodschap en timing binnen de beschikbare tijd.

Contentplanning duurzame dinsdag

In de algemene contentplanning van de gemeente is er dinsdag ruimte voor content van Duurzaam Zeewolde. Vaak is content goed vooruit te plannen. Maak daarom een contentplanning voor duurzame dinsdag voor 6-8 weken. Dan kan je pro-actiever communiceren. Het is de verantwoordelijkheid van de projectgroep om de inhoud voor de socials op tijd aan te leveren bij de communicatieadviseur.

Advies Website Duurzaam Zeewolde:

De website Duurzaam Zeewolde is een belangrijk platform voor de doelgroepen. Op deze plek vinden zij alle informatie over hoe de gemeente en zij zelf bij kunnen dragen aan een klimaat neutraler Zeewolde. Op dit moment is deze website vrij statisch en biedt geen mogelijkheden tot participatie. Ook is het taalgebruik ingewikkeld en algemeen. Er zijn mooie voorbeelden van websites die beter zijn. Het advies is om Duurzaam Zeewolde door te ontwikkelen tot een website die beter aansluit bij de communicatiedoelen.

Doelstelling bepalen Energieloket

De projectgroep geeft aan dat het Energieloket nog niet functioneert op de manier zoals beoogd. Het is belangrijk met elkaar te bepalen wat ervoor nodig is om de doelen wel te behalen.

Verzamel verhalen

Een sterk verhaal stimuleert en inspireert anderen hetzelfde gedrag te vertonen. Het kan een houding positief beïnvloeden. Een sterk verhaal levert mooie content op die je ook nog eens kan hergebruiken op verschillende manieren. Er zijn in Zeewolde vast prachtige 'duurzame' verhalen te vinden binnen de verschillende doelgroepen. Haal ze op en verwerk ze tot kwalitatieve content, incl goede fotografie, zodat we die in onze communicatie kunnen gebruiken.

Nieuwsbrief

De projectgroep wil graag nieuwsbrieven versturen. Een nieuwsbrief is een echt zendmiddel, maar geeft je ook de mogelijkheid meer informatie in een keer te delen. Het advies is de eerste nieuwsbrief pas te versturen als Duurzaamzeewolde.nl beter op orde is.

Fase 2: juli-dec Aan de slag

Nu de basis op orde is, kunnen we aan de slag met doelgerichte externe communicatie.

Magazine

De projectgroep heeft de wens een magazine uit te brengen. Dit magazine is een inspiratiebron voor iedereen die zelf met duurzaamheid aan de slag wil. Het is een combinatie van standaard regelingen en informatie, aangevuld met verhalen en voorbeelden uit eigen wijk. Het magazine is online beschikbaar als blader pdf en wordt in kleine oplage gedrukt op duurzaam papier voor de minder digitale doelgroep.



Warmte-event

Evalueer de aanpak van 2024 en neem de verbeterideeën mee voor de organisatie van het warmte-event in 2025.

Lokale initiatieven en evenementen:

Organiseer buurtgerichte acties, zoals een duurzame marktdag, groenclean-up of energieadvies bij wijkcentra. Wat bijvoorbeeld kan helpen is de 'Bespaar bus'. Hier krijgen inwoners gratis advies en kleine energiebesparende middelen.

6. Samenwerking

De projectgroep Duurzaamheid bestaat uit:

- Anton Kievit: adviseur duurzaamheid (energy hub, geothermie)
- Sophia van Rosmalen: klimaatadaptatie
- Paul van Liempt: beleidsadviseur, nieuwe woningbouw aanbesteding, biodiversiteit, energie
- Emmy Uittien: adviseur duurzaamheid
- Lucas Kamsteeg: adviseur duurzaamheid
- <naam>: Projectcommunicatieadviseur

7. Financien

In dit plan geven we advies voor enkele nieuwe, optionele middelen. Hieronder een inschatting van de kosten hiervoor als Flow Media deze middelen maakt:

- Interviews/verhalen:	€360,00 per stuk
- Vormgeven beeldmerk Duurzaam Zeewolde: 6-8 uur	€720,00 ex btw
- Nieuwsbrief:	
Vormgeven (eenmalig): 6-8 uur:	€720,00 ex btw
Vullen en verzenden nieuwsbrief ca 4 uur (optioneel):	€360,00 ex btw
- Redactie/schrijven teksten voor bijvoorbeeld nieuwsbrief of website:	€90 p/u ex btw
- vormgeven, fotografie, schrijven 4 verhalen, eindredactie en projectmanagement magazine 32 pagina's:	ca €8000,00
- drukkosten magazine: 5000 stuks op duurzaam papier:	€6800

