



Communicatievoorstel Verkenning Warmtegids Zwolle

Het gesprek met de stad.

Inleiding

Na het Ambitiedocument en de Energiegids wil de gemeente komen tot een in de stad gedragen visie op de wijze waarop gebieden in Zwolle in de toekomst voorzien kunnen worden van warmte op fossielloze wijze. We moeten van het aardgas af. Het is een uitdagende opgave ('De hele stad gaat op z'n kop') en het raakt iedereen.

De Zwolse Warmtegids, waarnaar nu een eerste verkenning heeft plaatsgevonden, geeft hieraan richting: Een warm Zwolle - bedrijven en woningen - zonder aardgas.

Het is een belangrijke stap in de richting van de ambitie om de uitstoot van CO₂ te reduceren. Zwolle wil in 2050 van het aardgas af zijn. Bij de aanpak wordt gezocht naar gebiedsgerichte oplossingsrichtingen. De Warmtegids geeft inwoners en ondernemers een richting bij (investerings-)afwegingen zoals bij vervanging van hun huidige CV en geeft richting aan uitvoeringsplannen van alle betrokken partijen. Voorgesteld wordt de omslag naar duurzame warmte stap voor stap te maken, rekening houdend met voortschrijdend inzicht en wijk voor wijk te faseren.

De Rijksoverheid ziet voor de gemeenten een belangrijke regisserende rol en wil dat een kwart van de woningen in 2030 van het gas af is. Het Rijk zal vanuit het Klimaatakkoord ook voor bedrijven doelstellingen vastleggen. In het concept Klimaatakkoord worden gemeenten verplicht om in 2021 hun warmtevisie gereed te hebben inclusief de warmteplannen voor die wijken die voor 2030 energieneutraal moeten zijn.

De gemeente wil dit najaar/begin 2019 de verkenning met eerste ideeën en voorstellen voor de warmtevisie voorleggen aan inwoners en ondernemers in de stad om reacties en meningen te peilen alvorens de visie (de Warmtegids) vast te laten stellen in college en raad. Provincie Overijssel, netbeheerder Enexis, woningcorporaties openbaar Belang, SWZ en deltaWonen, Waterschap Drents Overijsselse Delta, energiecoöperatie Blauwvinger Energie en bouwbedrijf Van Wijnen als vertegenwoordiger van het bedrijvenconcilium Zwolle Moderne Woonstad hebben meegedacht en input geleverd tijdens het opstellen van de Verkenning Warmtevisie.

Het communicatief begeleiden van het proces om aardgasloos te worden is een omvangrijke, meerjarige en complexe opgave.

Deze notitie doet suggesties over de wijze waarop het eerste gesprek met de stad over de (concept)visie voor de Warmtegids zou kunnen plaatsvinden met een doorkijk naar vervolgstappen in de communicatie. Het vormt de start voor een uitgebreid communicatietraject rond de Warmtegids.

De communicatieactiviteiten en –middelen kunnen een bijdrage leveren aan het vergroten van het urgentiegevoel voor de energietransitie én bijdragen aan het vergroten van de realisatiekansen van een duurzaam (geothermie) warmtenet in Zwolle.

Vertreksituatie

Het bewustzijn van de opgave om van het aardgas af te gaan, wisselt sterk per individu. Koplopers zijn al druk bezig met isoleren en investeren in zonnepanelen op daken. Her en der poppen (buurt- en wijk)initiatieven op. Anderen voelen schijnbaar nog nauwelijks enige urgentie en wachten af. 'Groningen' heeft Nederland wel wakker geschud. En de



Datum

27 november 2018

media berichten met grote regelmaat over de noodzaak om van aardgas af te willen als warmtebron.

De te verwachten hoge kosten voor woningeigenaren om op een alternatieve warmtebron aangesloten te worden, geeft nogal wat politieke en maatschappelijke onrust.

Kennis over alternatieve warmtebronnen is onder bewoners over het algemeen nog slechts in geringe mate aanwezig en om daarover zinvol het gesprek te voeren, moet die kennisachterstand verkleind worden.

Het risico is daarom groot dat je alleen met koplopers in gesprek komt. De uitkomsten van die gesprekken zijn dan niet representatief voor de stad.

In de Verkenning Warmtegids Zwolle is een voorzet gedaan voor de fasering. Deze fasering is het uitgangspunt voor de wijze waarop de doelgroepen benaderd wordt.

Doelgroepen

De warmtetransitie raakt iedereen in de stad.

Extern

Bewoners en ondernemers in

- Holtenbroek en Aalanden
- Berkum (Berkum Energieneutraal 2025)
- Wezenlanden (nieuwbouw)
- overige wijken en buitengebieden

Intern

- MTZ
- Regiekamer
- Afdelingen R&E, Civiel, etc
- Politiek

Doelstellingen

Het gesprek met de stad moet inzicht geven in hoe inwoners en ondernemers denken over de eerste ideeën voor duurzame verwarmingsoplossingen.

Doelgroepen

- weten dat Zwolle op termijn van het aardgas af gaat en waarom
- weten dat er gebiedsgericht en gefaseerd naar de beste oplossingen wordt gezocht
- in de gebieden die het eerst aangepakt gaan worden (Aalanden, Holtenbroek en Berkum) zijn daarvan op de hoogte
- weten aan welke oplossing op dit moment gedacht wordt voor hun eigen woon-/werkomgeving en begrijpen de keuze voor een warmtebron voor het gebied waarin men woont



Datum

27 november 2018

- weten dat reacties op prijs gesteld worden en zijn globaal op de hoogte van het vervolgproces
- weten dat de isoleren altijd een goede investering is en dat ze voor informatie en adviezen terecht kunnen bij het gemeentelijk energieloket Verbeter & Bespaar
- weten dat in dit proces nog veel onbekend is en dat we ruimte willen laten voor technologische ontwikkelingen
- weten dat er een mix van bronnen nodig is, omdat geen enkele bron voldoende aanwezig is om 100% dekkend te zijn
- weten dat windmolens en zonneparken nodig blijven voor onze elektriciteitsbehoefte.

Uitgangspunten en randvoorwaarden

- Een heldere kernboodschap, een duidelijk proces en een handelingsperspectief ("Wat kan/moet ik nu doen?") voor inwoners en ondernemers
- Bijeenkomsten vinden zoveel mogelijk plaats in de gebieden (dichtbij de bewoners en ondernemers). Persoonlijke communicatie verdient de voorkeur.
- Bestuurlijk commitment: De partijen uit het projectteam gaven aan dat zij de Warmtegids als iets van de gemeente zien. Ze willen dan ook geen bestuurlijk commitment hierop geven. De partijen geven aan wel hun handtekening onder de gezamenlijk op te stellen uitvoeringsplannen (warmteplannen) te willen zetten. Het concept communicatieplan is op 17-09-2018 met hen besproken.
- De partijen zijn het eens om te starten in een aantal wijken gericht op een collectief warmtenet (en ondertussen te leren van Berkum).

Communicatiestrategie

De Warmtegids is een belangrijk onderdeel van de energietransitie. De (externe) communicatiestrategie is in deze fase gericht op de inwoners en ondernemers op effectief en helder informeren (nadruk op kennisoverdracht, 'meeweten') over oplossingsrichtingen per gebied en consulteren ('meeweten') om meningen en standpunten te verkrijgen over de eerste gedachten over de warmtevisie. Dat doen we door gerichte bijeenkomsten in de gebieden en een enquête onder het Burgerpanel.

De grote diversiteit in heersende opvattingen, drijfveren en urgentiebesef onder inwoners maakt het nodig voor de aanpak en communicatie ons steeds te verdiepen in de inwoners per gebied (Motivation, Experience, SmartAgent). Wat speelt er? Wie zijn sleutelfiguren? Wat triggert mensen om in beweging te komen? Etc.

Inhoudelijk wordt voorgesteld om in de uitvoering te beginnen in Holtenbroek en Aalanden voor een warmtenet (geothermie). Het ligt voor de hand de communicatie voor dit gebied nu al te intensiveren t.o.v. de rest van de stad. Het project Geothermie loopt daar al en we haken daar bij aan, trekken in de communicatie samen op.



Datum

27 november 2018

De strategie is om onder de noemer “Van het aardgas af” in gesprek te gaan met bewoners. We presenteren de Verkenning Warmtegids op zoveel mogelijk visuele wijze (filmpje/tekeningen/kaarten) tijdens (wijk) bijeenkomsten en vragen om reacties.

Om de representativiteit van de consultatie te verhogen stellen we voor in dezelfde periode als de bijeenkomsten plaatsvinden een enquête onder inwoners en ondernemers te houden. Het Burgerpanel, met meer dan 10.000 deelnemers, is hiervoor een uitstekend platform. Het kan ons representatieve informatie geven op wijkniveau. Er wordt een mogelijkheid gecreeërd om bedrijven en bewoners buiten het Burgerpanel te kunnen laten reageren.

Gedrag

Mensen zijn tevreden met de huidige status quo en meestal niet bereid tot verandering. “Je weet wat je hebt (en bent daarmee helemaal tevreden) en niet wat je krijgt¹.” Bovendien worden mensen vooral gedreven door ‘voorkomen van verlies’, veel meer dan ‘wat is hier te winnen’. Daarom is het mogelijk effectiever om niet te blijven duwen en overtuigen van nut en noodzaak, maar de ‘beren op de weg op te ruimen’. Zorgen dat je het mensen makkelijk maakt en belemmeringen wegneemt in zowel de fysieke als sociale omgeving. Eventueel nudges gebruiken.

De meeste mensen zijn niet zozeer ‘econs’ (sterk gedreven vanuit de gedachte wat levert dit mij op), maar ‘humans’ (sterk gedreven door intuïtie, emoties, ervaringen, automatisen). In 85% van de gevallen doet feitenkennis er niet toe. Mogelijk alleen bij sterk gemotiveerde mensen. We reageren in de eerste plaats met ons ‘emotionele brein’. Daarnaast worden mensen onbewust beïnvloed door gedrag van anderen (zeker als die op je lijken, eventueel autoriteit zijn en sympathiek zijn). Het is cruciaal dat we onze doelgroepen leren kennen zodat je weet met wie je gaat communiceren, wat hun waarden en drijfveren zijn, wat ze nu doen, wat bezwaren en belemmeringen zijn, wat gewenst gedrag zou kunnen stimuleren. Vanuit die gedachte zijn de volgende aspecten cruciaal:

- Luister naar de doelgroep
- Vertrekpunt zijn de waarden en normen van de verschillende doelgroepen

¹ Motivaction concludeert in “Monitor Energie 1-meting (2017)” dat er ca. 50% zeker bereid is tot maatregelen:

- Passief onverschilligen: 29%
- Gematigden: 23% zien belang, bereid tot maatregelen, geen urgentie, weinig kennis
- Voorlopers: 27%: goed geïnformeerd, belangrijk, passen maatregelen toe, staan open voor meer
- Pragmatici: 12%, belangrijk, zien praktische nadelen, evt bereid tot maatregelen, maar alleen voor eigen belang



Datum

27 november 2018

- Heb in de communicatie aandacht voor de menselijke kant van de omslag naar een andere warmtebron
- Communiceer dus ook over wat men te verliezen heeft (Vb. koken op gasfornuis)
- Niet blijven duwen en overtuigen, maar belemmeringen wegnemen
- Kies voor 'emotionele proposities of eindwaarden'
- Gebruik sociale bewijskracht. Zet goede voorbeelden van anderen in spotlights, gebruik (herkenbare) ambassadeurs
- Focus op positieve (emotionele) prikkels door beelden, beeldend taalgebruik, tastbaar, bondig, positief, mensen, tonen gewenst prosociaal gedrag, dichtbij brengen, levendig, veel en vaak (priming), verhalen werken effectief

Kernboodschap

Algemeen (gericht aan de hele stad)

Nederland gaat van het aardgas af en Zwolle dus ook. Daar bereiden we ons nu op voor. Om alle woningen en bedrijfspanden in Zwolle voor 2050 aardgasloos te kunnen verwarmen, heeft de gemeente in samenwerking met een aantal partijen* eerste ideeën ontwikkeld over alternatieve warmtebronnen per gebied. We willen zoveel mogelijk gebruikmaken van (haalbare en betaalbare) lokaal aanwezige duurzame warmtebronnen.

Gedacht wordt aan:

1. warmtenetten
2. duurzame gasnetten
3. elektriciteit uit duurzame bronnen (windmolens, zonnepanelen, waterstof, etc.)

Proces

De gemeente maakt in 2019 een Warmtegids. Deze geeft aan waar we in Zwolle welke alternatieve warmtelevering willen ontwikkelen. Ook het proces en de planning daarvoor staan in de Warmtegids. Na vaststelling van de Warmtegids worden uitvoeringsplannen, (de warmteplannen) voor Aalanden, Holtenbroek en Berkum opgesteld.

Het gaat om een over jaren gefaseerde aanpak, dus stap voor stap, gebied voor gebied. We kunnen niet alle gebieden tegelijk aanpakken.

Het voorstel is te beginnen in Aalanden en Holtenbroek, omdat die omgeving gebruik kan maken van een geothermiebron, heet water uit diepe aardlagen. De woningen kunnen (met bestaande blokverwarming) verwarmd worden via een nog aan te leggen warmtenet.

Voor alle andere wijken en gebieden zijn nu de eerste ideeën ontwikkeld, maar zijn er nog grote onzekerheden. We willen ruimte laten voor technologische ontwikkelingen. Veel vragen kunnen we daarom nog niet beantwoorden.

Handelingsperspectief: Wat kunt u nu al doen?



Datum

27 november 2018

In voorbereiding op de komende verandering is het altijd goed om uw woning of bedrijfspand te isoleren en op energie te besparen.

Ga voor onafhankelijk advies en informatie naar het gemeentelijk energieloket Verbeter& Bespaar.

De samenwerkende partijen zijn benieuwd naar uw reactie op deze ideeën. Kom naar....! Reageer op www....”

*) De partijen zijn: provincie Overijssel, corporaties, het waterschap Drents Overijsselse Delta, Blauwvinger Energie, Enpuls, Vitens, Van Wijnen, Overmorgen en Saxion)

Specifiek voor Holtenbroek en Aalanden

De afgelopen maanden is de (technische, organisatorische en economische) haalbaarheid van een geothermiebron in Zwolle nader onderzocht. In Zwolle Noord zijn kansen voor geothermie. Op dit moment loopt een onderzoek naar de technische, organisatorische en financiële haalbaarheid en naar welke locatie binnen het kansrijke gebied het meest geschikt is voor het realiseren van een geothermiebron. Deze onderzoeken zijn binnenkort afgerond. Omdat geothermie en de warmtevisie onlosmakelijk met elkaar zijn verbonden, wordt de communicatie hierover gecombineerd opgepakt.

Specifiek voor Berkum

De warmtevoorziening is integraal onderdeel van het project Berkum Energieneutraal 2025. Berkum is voorbeeld en proefproject voor andere wijken in Zwolle. Bewoners en acht betrokken partijen werken nauw samen aan het verduurzamen van de wijk. Ideeën van bewoners van Berkum zijn leidend in het proces.

Specifiek voor Wezenlanden

Op Wezenlanden gaat grootschalige nieuwbouw plaatsvinden. Hier zal om naar een energieneutrale omgeving te komen met een collectief systeem gewerkt moeten worden. Dit systeem kan een aanjager zijn voor de rest van de wijk.

Communicatiemiddelen en activiteiten

Onafhankelijk van de keuze of gekozen wordt in gezamenlijkheid met Klimaatadaptatie en de Omgevingsvisie het gesprek met de stad te zoeken, valt te denken aan inzet van de volgende middelen en activiteiten:

- Website
- Film (ca. 5 minuten)
- Enquête Burgerpanel
- Wijkbijeenkomst(en)
- Infopanelen (uitleg warmtebronnen en collectieve systemen)
- Flyer (kaartmateriaal en antwoorden op meest gestelde vragen)
- Persbericht(en)
- Artikelen in de Swollenaer (uitnodiging voor bijeenkomsten) en wijkbladen

In de communicatie met ondernemers valt aanvullend te denken aan;



Datum

27 november 2018

- Voorlichting via accounthouders R&E
- Presentaties in ondernemersverenigingen
- Presentaties aan ontwikkelaars en beleggers
- Presentaties aan installatiebedrijven en 'keukenboeren'

Planning

2018

27 november – bespreking Verkenning Warmtegids Zwolle in college

December – informatienota in raad

2019

Januari – Presentatie tijdens manifestatie Omgevingsvisie

Eind januari tot 20 februari – Enquête Burgerpanel

Januari tot april – presentaties bedrijven (aansluiten op natuurlijke momenten)

Januari tot april – presentaties/besprekingen intern

Februari – Informatiebijeenkomst geothermie/warmtevisie Aalanden/Holtenbroek

Februari – april: Wijkbijeenkomsten