

Afdeling	: R&E - Algemeen	Raadsvoorstel: DJ-1475908
Naam opsteller voorstel	: Tjalle Fijlstra / 06-40780229 <a href="mailto:t.fijlstra@weert.nl">t.fijlstra@weert.nl</a>	Zaaknummer: 1461109
Portefeuillehouder	: Ing. H.J.W.M. (Henk) van de Loo	

## Onderwerp

Communicatiestrategie Energietransitie.

## Voorstel

1. Akkoord te gaan met bijgevoegde Communicatiestrategie Energietransitie.
2. Het benodigde budget ad € 90.000,- voor de uitvoering van de communicatiestrategie te dekken uit het reeds door de raad geaccordeerde budget reserve energietransitie.

## Inleiding

De in 2020 vastgestelde Weerter Routekaart Energietransitie geeft richting aan de weg naar een eerlijk, kansrijk en groen energieneutraal Weert in 2040. Als onderdeel van de Routekaart wordt er ingezet op communicatie, om inwoners en ondernemers in de gemeente Weert te laten aanhaken bij deze transitie. De energietransitie wordt op die manier uiteindelijk door de samenleving vormgegeven. De gemeente heeft met de routekaart als taak om dat te faciliteren en sturing te geven, op basis van de kernwaarden. Goede communicatie is hierbij een must. Ook actuele ontwikkelingen, zoals de oorlog in de Oekraïne, maken van de energietransitie een hot-topic. Waarbij nieuwe vraagstukken als energiearmoede en energie-onafhankelijkheid een rol spelen. De doelen 'bewustwording' en 'gedragsverandering' van de Weerter energietransitie gaan hand in hand met effectieve communicatie.

Op 3 februari 2021 heeft de raad het actieplan t/m 2022 behorend bij de Weerter Routekaart Energietransitie vastgesteld. Hierin is een bedrag van € 90.000,- opgenomen voor communicatie. Tijdens de vaststelling van het actieplan is het gevraagde communicatiebudget in variant 2 verplaatst naar de rechterkolom 'Geprognotiseerd (labelen reserve energietransitie)'. Dit betekent dat de € 90.000 voor communicatie wel in de reserve energietransitie is opgenomen, maar de raad voor het onttrekken van dit budget een separaat voorstel krijgt.

Dit raadsvoorstel en de bijgevoegde communicatiestrategie energietransitie beschrijft de strategie op basis waarvan de overkoepelende communicatieactiviteiten kunnen worden georganiseerd.

## Beoogd effect/doel

Uitdragen dat voor een toekomstbestendig Weert de energietransitie bijdraagt aan een eerlijke, kansrijke en groene samenleving. Met een positieve boodschap willen we bewustwording en gedragsverandering bevorderen, wat uiteindelijk bijdraagt aan de lokale energietransitie volgens de drie kernwaarden eerlijk, kansrijk en groen.

## Argumenten

### *1.1 'Strategische Visie Werken aan Weert 2030' als uitgangspunt*

Voor de communicatiestrategie van de energietransitie is de Strategische Visie 'Werken aan Weert 2030' de belangrijkste kapstok. Waarden, zoals duurzaam en innovatief ondernemen en leven in een groen Weert dat energieneutraal is, worden gekoppeld aan het meer specifiek communiceren over een energieneutraal Weert in 2040. Deze aanpak maakt het mogelijk de toekomstgerichte ontwikkeling van Weert voor inwoners op een eenduidige en begrijpelijke manier te kunnen uitleggen. Het biedt kansen om over langere periode een duidelijk verhaal te vertellen.

### *1.2 Communicatiestrategie is de rode draad*

De energietransitie is een complexe ontwikkeling, die alle inwoners en ondernemers in de gemeente raakt. Of in de toekomst gaat raken. Communicatie over de energietransitie vindt plaats op allerlei manieren, via allerlei wegen en via diverse projecten. Denk hierbij aan het project Warm Wonen in Weert, waarbij huurders en particuliere woningeigenaren gericht worden geïnformeerd over mogelijkheden om hun woning te verduurzamen. Wat ontbreekt in de vele verschillende communicatie-uitingen, is een overkoepelende communicatiestrategie, gericht op de visie en strategische doelen van de Weerter Routekaart Energietransitie. Die vormt als het ware de rode draad in de communicatie over de energietransitie. Het brengt samenhang in de verschillende communicatie-uitingen over/rondom de Weerter Routekaart Energietransitie. Deze integrale benadering is nodig om de doelstellingen van de Weerter Routekaart Energietransitie volgens de kernwaarden te kunnen behalen.

### *1.3 Communicatiestrategie biedt koppelkansen*

Naast de energietransitie zijn er andere belangrijke ontwikkelingen die impact hebben op de stad en haar inwoners en ondernemers. In de communicatiestrategie is aansluiting gezocht bij relevante taakvelden waaronder biodiversiteit, klimaat en water, duurzame leefomgeving en circulariteit. Deze aanpak maakt het mogelijk de toekomstgerichte ontwikkeling van Weert voor inwoners op een eenduidige en begrijpelijke manier uit te leggen. Bovendien zorgt samenhangende communicatie voor het koppelen van communicatiekansen en dus voor effectievere en efficiëntere communicatie.

### *1.4 Communicatiestrategie bouwt voort op wat er al is*

Daar waar al succesvolle communicatie over de energietransitie is gestart, maken we slim gebruik van dat soort initiatieven en acties. We maken zoveel mogelijk gebruik van bestaande communicatiekanalen en -acties en 'recyclen' (hergebruiken, eventueel met aanpassingen) zoveel mogelijk content. Voorbeelden daarvan zijn de gemeentelijke duurzaamheidswebsite Heerlijk Weert, en de communicatie rondom Warm Wonen in Weert. Heerlijk Weert en bijbehorende sociale mediakanalen, nu gericht op eerlijke en duurzame initiatieven in Weert, worden omgevormd en uitgebouwd om integrale communicatie tussen de relevante onderwerpen te bevorderen. Heerlijk Weert gaat laagdrempelige en 'tastbare' communicatie aanbieden. Dicht bij de mensen.

### *1.5 Communicatiestrategie duidt doel en geeft richting aan concrete afwegingen*

De communicatiestrategie geeft enerzijds richting aan de bedoeling van de communicatie: waarom communiceren we als gemeente eigenlijk over de energietransitie? Wat willen we ermee bereiken? Anderzijds geeft het richting aan meer concrete afwegingen, zoals de te kiezen middelenmix en de participatie met inwoners en bedrijven. De strategie onderscheidt vier strategische keuzes:

- 1. Verbinden en inspireren*
- 2. Structureel aandacht vragen, inspireren en op weg helpen*
- 3. Data-gedreven communicatie-inzet*
- 4. Toekomstbestendige communicatie*

*Door middel van de bijgevoegde visual wordt de communicatiestrategie in een oogopslag helder weergegeven*

#### *1.6 Gerichte communicatie met de verschillende doelgroepen*

Om de effecten van de communicatie-inspanningen te vergroten, houden we in de communicatiestrategie rekening met verschillende doelgroepen en de verschillende leefstijlen die inwoners elk vanuit hun eigen perspectief een positie innemen ten opzichte van de energietransitie. Deze aanpak geeft ook invulling aan de wens van de raad om onder andere energiearmoede aan te pakken en de doelgroepen die structureel minder te besteden hebben, te betrekken. Ook de jeugd krijgt een specifieke benadering.

#### *2.1 Middelen nodig voor uitvoering strategie*

Voor de uitvoering van de communicatiestrategie zijn financiële middelen nodig. Hier is in het actieplan Weerter Routekaart Energietransitie al op voorgesorteerd, door € 90.000 te reserveren in de Reserve Energietransitie.

Het budget wordt vooral ingezet voor de tijdelijke inhuur van een communicatieadviseur die in de startfase de strategie tot uitvoering kan brengen. Daarnaast wordt onder meer de website Heerlijk Weert, en de bijbehorende sociale mediakanalen, omgevormd tot een digitaal platform, zodat het inzetbaar is voor deze integrale communicatieaanpak. Ook wordt hiervoor de contentcreatie en het beheer geborgd. Als laatste wordt het budget benut voor een aantal activiteiten, zoals een jongeren-klimaatpanel en een congresachtig evenement rond duurzaamheid bij ondernemers (in samenwerking met Parkmanagement), aansluitend bij de 'Transitievisie Warmte'.

### **Kanttekeningen en risico's**

#### *1.1 Geen uitvoering geven aan communicatiestrategie Energietransitie*

De doelen van de Weerter Routekaart Energietransitie worden niet of later behaald, omdat de ondersteunende communicatie niet effectief en efficiënt is; samenhang ontbreekt en inwoners worden niet bereikt. Gemeente Weert neemt geen rol als aanjager en facilitator van de communicatie.

#### *2.1 Geen budget beschikbaar*

De website Heerlijk Weert kan in de lucht blijven, maar wordt dan niet omgevormd naar een digitaal platform en ook actualisatie en beheer zijn niet geborgd. Hiermee verdwijnt het als communicatiemiddel om inwoners te informeren en enthousiasmeren. Ook andere overkoepelende activiteiten, zoals bijvoorbeeld een jongeren-klimaatpanel en evenementen in samenwerking met Parkmanagement vinden dan geen doorgang.

### **Financiële gevolgen**

De gevraagde financiële middelen (€90.000) zijn reeds gealloceerd in het actieplan Weerter routekaart Energietransitie. De middelen worden concreet ingezet voor de uitwerking en uitvoering van de communicatiestrategie.

Binnen de reserve Energietransitie is met de besteding van het bedrag van € 90.000,- rekening gehouden. Begrotingstechnisch is de stand van de reserve € 1.403.655,-.

### **Uitvoering/evaluatie**

Er wordt tijdelijk een externe communicatieadviseur ingehuurd die, samen met de reeds beschikbare interne capaciteit, wordt ingezet voor communicatieactiviteiten en uitvoering geeft aan deze strategie.



