Strategisch communicatieplan Elektriciteitsvoorziening Amsterdam



Gemeente Amsterdam | Liander | juni 2021

Strategisch communicatieframework

Elektriciteitsvoorziening Amsterdam - concept

INTERNE SITUATIE

- Personeelstekorten technische sector (maakbaarheid)
- Omgevingswet (participatie)
- Beleid vanuit Amsterdam aangaande **elektromagnetische straling**
- WIOR-richtlijnen en BLVC-plan over communicatie
- Liander: de organisatie communicatiever maken (hoe werk je daarin samen met Amsterdam?)
- Lerende organisaties
- Complexe organisatie (stadsdelen/centrale stad) => uniformiteit, afstemming
- Integrale ontwerpmethodiek (IOOR) => het ontwerpen van de openbare ruimte door alle betrokken partijen (3e aspect in EVA)
- Standaardisatie versus maatschappelijke inpassing (maatwerk)

STAKEHOLDERS

Commitment

- Stuurgroep EVA
- MT afdeling M&C Liander
- TenneT

Partners (samenwerking)

- Regioteam Liander
- Realisatieketen(s) Liander
- TenneT
- Verkeer & Openbare Ruimte
- Grond & Ontwikkeling
- Stadsdelen
- Stadswerken
- Innovatieafdeling Amsterdam
- Belangengroepen in Amsterdam (voorbeeld 02025)

VISIE

Wees **open** in de communicatie, direct de goede aanpak kiezen. Mensen meenemen in het waarom van het programma en de onderliggende activiteiten. Wees helder in de verwachtingen die je schept.

Risico: Amsterdam en Liander kijken niet altijd vanuit zelfde perspectief => hoe ondervang je dit in de communicatie?

De gemeente Amsterdam en Liander communiceren altijd vanuit de gezamenlijke opgave en ambitie (vanuit TSA) rondom het programma en de onderliggende werkzaamheden.

Organisatorisch: combineer werkzaamheden logisch.

AMBITIE

Als gemeente Amsterdam en (Al)Liander / TenneT willen we de Amsterdammers informeren over het waarom van de aanpassingen in het elektriciteitsnet en de gevolgen daarvan, zodat zij snappen wat er bij hen in de omgeving gaat gebeuren zij willen meewerken* aan het tot stand komen van de aanpassingen in het net met aandacht voor lokale sentimenten.

* Begrip hebben voor negatieve gevolgen (werkzaamheden)

ACCOUNTABILITY

Waar willen we/kunnen we verantwoordelijk voor zijn?

[nog in te vullen]

AANPAK

1) Programma 2) omgeving 3) project.

Variatie per **buurt** is een belangrijk uitgangspunt in de aanpak.

De kernboodschap moet de verbinding maken tussen de ambitie van de gemeente Amsterdam (politieke ambitie) en het persoonlijke belang van de Amsterdammer. Van daaruit willen we werken aan begrip en draagvlak.

Effectmeting van de gekozen aanpak door reputatiemonitoring.

EXTERNE SITUATIE

- Impact & aanleiding uit de themastudie
- Weerstand op **EM-velden** en windmolens
- Vermoeidheid op duurzaamheid (snelle framing op duurzaamheid)
- Corona duurzame herstelmotor (warmtemotor)
- Negatief sentiment rondom werkzaamheden (kademuren, ambities van de stad rondom emissieloos)
- Parkeerproblemen (gevecht om de ruimte)
- Imago Liander is neutraal tot positief (onafhankelijke partij)
- De gemeente Amsterdam geniet vertrouwen bij de burgers
- Gevoeligheid rondom de kosten van het programma

RESOURCES

- Afdeling communicatie (Amsterdam, Liander, TenneT)
- Omgevingsmanagers
- Budget

Visie

Bril waardoor je kijkt, strategisch startpunt voor al je keuzes in de strategie

De communicatie over en naar aanleiding van het programma Elektriciteitsvoorziening Amsterdam (EVA) gebeurt altijd vanuit de gezamenlijke opgave en ambitie die de gemeente Amsterdam en Liander hebben. Deze staat verwoord in de Themastudie. Daarbij is het uitgangspunt dat transparante en eerlijke communicatie plaats vindt.

De ambitie van Amsterdam is goed voor de toekomst van de stad en leidt in de realisatie er van ook tot hinder voor de omwonenden. Daar draaien we niet om heen. De verwachtingen die de burgers van Amsterdam mogen hebben als het gaat om impact en resultaat zijn helder. In de boodschap komen de perspectieven van zowel de gemeente Amsterdam als van Liander samen.

Om hinder zoveel mogelijk te beperken is het slim combineren van werkzaamheden het uitgangspunt. Met andere woorden: de straat gaat niet vaker open dan strikt noodzakelijk.

Externe situatie: wat is er extern aan de hand?

Relevante externe kwesties bekeken door de bril van de visie

De externe situatie kenmerkt zich in ieder geval door toenemende weerstand op een aantal gebieden:

- Windmolens
- Elektromagnetische velden
- Hinder van werkzaamheden in combinatie met parkeerproblematiek
- 'Vermoeidheid' op het thema duurzaamheid

Daar tegenover staat dat de beeldvorming over zowel de gemeente Amsterdam als Liander neutraal tot positief is. We hebben dus een positief vertrekpunt. Het is zaak die beeldvorming te behouden en te versterken door de juiste communicatie-aanpak toe te passen.

Interne situatie: wat is er intern aan de hand?

Wat is er intern aan de hand, beschrijf dit vanuit de bril van de visie

Een aantal zaken is kenmerkend voor de interne situatie bij de gemeente Amsterdam en Liander:

- De maakbaarheid (hoeveel werk krijg je gerealiseerd) staat bij Liander onder druk door onder meer personeelstekorten.
- De Omgevingswet (participatie) gaat steeds meer een stempel drukken op het uitgevoerd krijgen van gemeentelijke ambities, zeker wanneer het grootscheepse verbouwingen van de infrastructuur raakt.
- Bestaand beleid en procedures geven al richting aan communicatieverplichtingen.
- De openbare ruimte ontwerpen gebeurt door alle betrokken partijen (integrale ontwerpmethodiek), in het verlengde daarvan is dialoog een steeds belangrijker aspect voor zowel de gemeente Amsterdam als Liander.
- Zowel gemeente Amsterdam als Liander zijn grote en complexe organisatie (stadsdelen/centrale stad). Dit vraagt om extra aandacht voor uniformiteit en afstemming in communicatieboodschappen.

Ambitie: wat wil je voor elkaar krijgen?

Samenspel van doelen die moeten worden gerealiseerd binnen bepaalde tijd om visie te realiseren

Uiteraard is het de gezamenlijke ambitie om de toekomstvisie van de gemeente Amsterdam waar te maken. Vanuit communicatie kan daar een bijdrage aan worden geleverd door de Amsterdammers te informeren over het waarom van de aanpassingen in het elektriciteitsnet en de gevolgen daarvan, zodat zij snappen wat er bij hen in de omgeving gaat gebeuren zij willen meewerken* aan het tot stand komen van de aanpassingen in het net met aandacht voor lokale sentimenten.

Uiteraard spelen er tal van factoren een rol die impact hebben op houding en gedrag van de Amsterdamse bevolking ten aanzien van de werkzaamheden, maar vanuit het programma is de communicatieambitie helder: transparante communicatie verzorgen die bijdraagt aan begripsvorming.

** Begrip hebben voor negatieve gevolgen (werkzaamheden)*

Stakeholders: wie heb je nodig?

Mensen die nodig zijn om de ambitie te realiseren: extern en intern

Samenstelling stuurgroep EVA:

- Liander regiolead Amsterdam
- TenneT
- Duurzaamheid
- Ruimte/strategie
- G&O
- V&OR
- Stadsdelen
- Port of Amsterdam

Accountability: hoe laat je zien of je je ambitie ha

Verantwoordelijkheid nemen en afleggen.

De ambitie wordt afrekenbaar

- Nog invullen

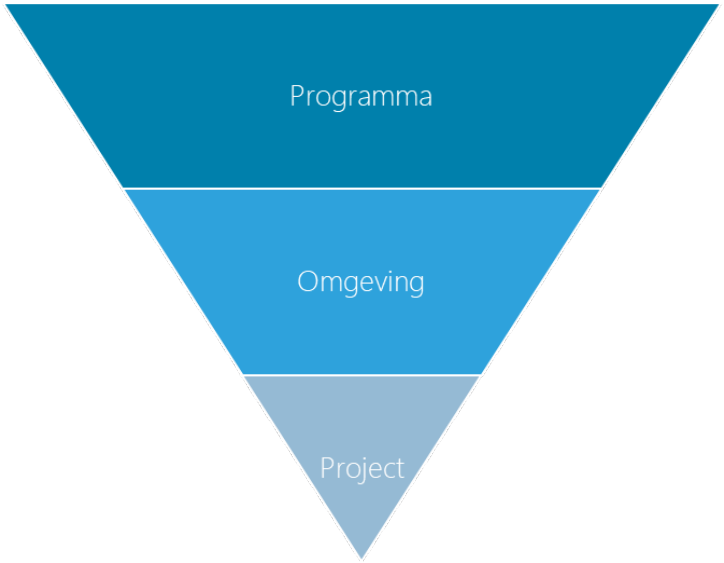
Aanpak: hoe ga je te werk?

Tactiek om ambitie te realiseren, maakt ambitie concreet.

Bedoeld om onderdelen van de visie te realiseren

De communicatie vindt plaats op drie niveaus:

1. Programma: dit betreft de overall communicatie over de themastudie en de drie pijlers. Hiermee duiden we de context waarbinnen projecten plaats vinden.
2. Omgeving: dit betreft communicatie die gaat over locaties waar uitbreidingen van de infrastructuur plaats moeten vinden. Dominant zijn hierin nieuwe onderstations, maar dit kan ook gaan over grote projecten op MS-niveau. In de communicatie gaat het meer over de specifieke consequenties die ook weer worden geplaatst in de context van het programma.
3. Project: dit gaat over de communicatie rond de werkzaamheden. Hier sluiten we vooral aan bij bestaande richtlijnen (WIOR/BLVC) en scherpen de richtlijnen in deze procedures waar nodig aan op de kernboodschap vanuit het programma.



Zo vormt de bovenste laag de kapstok waar de volgende laag aan opgehangen kan worden en volgt er een logische cascadering van boodschappen. Per communicatiefase kun je vervolgens differentiëren door bijvoorbeeld in te zoomen op bepaalde aspecten van EVA. Dat is maatwerk in de uitvoering en kan bijvoorbeeld per buurt ook verschillen.

De kernboodschap moet de verbinding maken tussen de ambitie van de gemeente Amsterdam (politieke ambitie) en het persoonlijke belang van de Amsterdammer. Van daaruit willen we werken aan begrip en draagvlak.

Het is belangrijk het effect van de aanpak structureel te monitoren om tijdig bij te kunnen stellen.

Resources: wie en wat heb je nodig?

Hulpbronnen die nodig zijn om ambitie te realiseren: mensen, competenties, budget

Afhankelijk van de verdere verfijning van de aanpak is er in ieder geval nodig:

- Afspraken om de intensieve samenwerking verder vorm te geven (beschikbaarheid)
- Diverse expertises van de afdelingen communicatie
- Ervaring en inzichten van omgevingsmanagers
- Budget voor het ontwikkelen van (doelgroep specifieke) middelen

Vervolg

In de afgelopen weken zijn we in een aantal sessies gekomen tot de invulling van dit framework. De komende periode tot medio september verwachten wij nodig te hebben om, met name de aanpak, verder handen en voeten te geven. Dat vraagt ook gesprek met andere functiegroepen zoals omgevingsmanagers.

De realiteit is dat parallel aan de ontwikkeling van dit plan er diverse activiteiten plaats vinden. Denk bijvoorbeeld aan de start van onderstation Strandeiland. De communicatie-activiteiten worden zo goed mogelijk afgestemd op de inzichten die we op doen bij het verder ontwikkelen van dit communicatieplan.