



## Communicatie Windpark Agro-Wind Reusel–De Mierden

### **Wie is Vereniging High Tech Agro Campus (VHTAC)**

Ondernemers en bewoners van Reusel-Zuid hebben op 4 augustus 2016 de Vereniging High Tech Agro Campus (VHTAC) opgericht. In deze vereniging zitten actieve grote en kleine boerenbedrijven, boeren die gestopt zijn en particulieren. Deze vereniging is initiatiefnemer van het windpark, samen met allerlei partners. Zij wil de hedendaagse maatschappelijke uitdagingen aanpakken en een toekomstbestendig gebied worden. Hierbij is aandacht voor een goede samenhang tussen mensen, bedrijven, natuur en overheid. Het gebied moet een innovatieve agrarische Proeftuin voor de regio worden.

### **Windpark**

De eerste concrete ambitie van de Vereniging High Tech Agro Campus is de ontwikkeling van een windpark met acht windmolens aan het einde van de Postelsedijk nabij de Belgische grens en de A67. Onder de naam Agrowind moet dit windpark voldoende duurzame energie kunnen opwekken om de agrarische bedrijven en zo mogelijk een groot deel van de gemeente energieneutraal te maken. Met de beoogde windturbines kan jaarlijks tenminste 70 miljoen kWh worden opgewekt. Daarmee kan een equivalent van 20.000 huishoudens van groene elektriciteit worden voorzien en wordt jaarlijks zo'n 32.000 ton CO<sub>2</sub>-uitstoot vermeden.

### **Communicatie**

De VHTAC heeft communicatie vanaf het begin af aan belangrijk geacht. Gezien de soms tegengestelde belangen verloopt de communicatie niet altijd zoals gehoopt. De gemeente heeft dat ook gezien en heeft in de rol van beslisser en vergunningverlener de vereniging verzocht spoedig meer structuur te bieden middels een richtinggevend communicatieplan. De VHTAC heeft als initiatiefnemer de verantwoordelijkheid om de communicatie van de ontwikkeling van een windpark handen en voeten te geven. Zij doet dat in nauw overleg met de gemeente. De gemeente op haar beurt vervult ook een deel van de communicatie als het gaat om de procedure onderdelen om uiteindelijk te komen tot besluitvorming over de aanleg van het windpark. Dit plan is dan ook in goed overleg tot stand gekomen.

## *Agrowind 'We leveren gewoon groene stroom'*

### **Doel**

#### **Projectdoel**

Dit project heeft als doel groene energie op wekken met windmolens om daarmee de CO<sub>2</sub> uitstoot te verminderen. Zo kunnen de agrarische bedrijven klimaatneutraal worden en worden grote stappen gezet in de klimaatambitie van Reusel-De Mierden.

Het plan heeft de volgende doelen:

- innovatief en duurzaam te zijn en het beeld van agrariërs een positieve impuls te geven;
- De gemeente Reusel–De Mierden helpt en profiteert mee aan de doelstelling om te komen tot een klimaat neutrale gemeente in 2025;
- Een wezenlijke bijdrage leveren aan de energietransitie en te komen tot een duurzame toekomst voor onze kinderen.

## Communicatiedoel

Communicatie kan het volgende betekenen om zo een ondersteuning te bieden aan de projectdoelstelling.

1. informeren
2. inspireren
3. aanzetten tot handelen
4. kennis delen
5. verbinden.

Resultaat daarvan is dat de beoogde doelgroep:

- goed en eenduidig is geïnformeerd over het windinitiatief;
- inzicht krijgt in de gevolgen naar de toekomst toe;
- kansen en uitdagingen ziet die kunnen worden bereikt,
- merkt dat er een sfeer van openheid en transparantie heerst;
- antwoord krijgt op vragen;
- ruimte krijgt om eventuele onzekerheid en ongenoegen te uiten;
- meningen kan delen;
- verbindingen kan aangaan.

## Analyse doelgroep

Aan de basis van dit plan ligt een krachtenveldanalyse van alle actoren in het 'speelveld' (bijlage 1). Daarmee is een overzicht geboden welke partijen/stakeholders er zijn, welke invloed zij hebben en welke rollen zij innemen. De plek die de actoren bezetten kan per fase van het project veranderen. Bij deze analyse is uitgegaan van de 'plan fase'. Dit communicatieplan beperkt zich tot deze fase. Als een nieuwe fase nadert wordt dit plan aangevuld.

We onderscheiden vier rollen: beïnvloeders, beslissers, gebruikers/afnemers en toeleveranciers/uitvoerders.

- Beïnvloeders zijn: adviseurs VHTAC, Duurzaam Fonds, KBG, omliggende gemeenten, Wind Bladel, Brabantse Milieu Federatie, milieu en natuurverenigingen, ZLTO, Eco Kempen, Energieregio De Kempen.
- Beslissers zijn: raad, Provincie en college van burgemeester en wethouders.
- Gebruikers afnemers zijn: VHTAC, mede investeerders, OMG Fonds, Duurzaam Fonds, KBG, inwoners Reusel-De Mierden, werkgroep omwonenden, grondeigenaren, omwonenden buiten Reusel-De Mierden, omgeving buiten de 900 meter.
- Toeleveranciers zijn: Enexis, adviseurs VHTAC

Voor elke partij wordt bepaald in welke ring van invloed zij zitten. Van iedere beïnvloeder, beslisser, gebruiker/afnemer of uitvoerder wordt bepaald welke rol hij of zij heeft: meeweten, meedenken, meewerken of meebeslissen. Zo wordt duidelijk of iedereen al in de juiste rol zit of wat er moet gebeuren om iemand daar te krijgen.

Uit de veelheid van actoren is een keuze gemaakt de belangrijkste groepen te selecteren om nadrukkelijk met toegesneden communicatiemiddelen deze groepen te benaderen. Als resultaat van deze analyse zijn de volgende doelgroepen naar voren gekomen (dat betekent niet dat andere groepen worden vergeten) om de nodige aandacht te geven.

- Belangenorganisatie(s)
- Gemeentebestuur (raad en college)
- De inwoners van de gemeente

Het is belangrijk om het 'gemeentebestuur' goed te informeren en te betrekken bij de planvorming; zij zijn immers de beslissers. De 'inwoners van Reusel-De Mierden' is een belangrijke doelgroep die veel aandacht verdient. Zij behoren minimaal te weten hoe de plannen eruit zien en wat de gevolgen daarvan zijn. Zo ook alle 'belangenorganisaties' als het gaat om natuur, milieu en duurzaamheid. Zij behoren geïnformeerd te worden over het initiatief om zich er een goed oordeel over te kunnen vormen.

*Toekomstbestendig: Met aandacht voor een goede samenhang tussen mensen, bedrijven, natuur en overheid*

## Strategie

VHTAC heeft een duidelijke keuze gemaakt: verduurzaming door de bouw van een windpark. Alleen niet iedereen weet dat. En wat nog minder mensen weten is dat ze groene stroom leveren aan zichzelf en aan anderen, waarmee Reusel–De Mierden én de Kempengemeenten in 1 slag een stuk dichterbij de doelstelling komt om in 2025 energieneutraal te zijn. In groter verband helpt het windpark de CO2-uitstoot met 32.000 ton per jaar te verminderen. Deze besparing staat gelijk aan de totale CO2-uitstoot van 4.000 huishoudens. Daarnaast heeft het VHTAC nog meer ambities zoals het streven naar een energie- en klimaatneutraal gebied. Daarbij is de ambitie om een optimaal niveau van mens- en dierwelzijn, een schoon milieu (lucht, water, bodem) en optimale benutting van duurzame- en reststromen te bereiken, alles met respect voor het landschap. Hierbij wordt gedacht aan: warmte levering, lokale opwekking van zonne- bio- en windenergie en slimme logistieke oplossingen. Deze informatie en de achtergronden daarvan zijn nog onderbelicht. Dat geldt ook voor de (ingewikkelde) procedure die doorlopen moeten worden. Daarom zijn de volgende keuzes gemaakt.

### Positionering

De bedoelingen van de vereniging verdienen een duidelijke positionering. Als mensen niet weten waar VHTAC naar streeft en het DNA van de vereniging niet duidelijk is, waarom zou je dan hun initiatief willen onderschrijven?

We kiezen hier voor de strategie van informationele en transformationele positionering. Bij het eerste staat informeren centraal en dan vooral dat realisatie van een windpark een behoorlijke bijdrage levert aan een duurzame toekomst.

Met transformationele positionering krijgt een product als ‘stroom’, dat eigenlijk weinig onderscheidend is (stroom is immers stroom), een emotionele lading (emotional selling points). VHTAC gaat groene stroom leveren en helpt mee aan een duurzame toekomst van onze kinderen!

Deze strategie behoeft nog enige uitwerking door precies te beschrijven wat nu het DNA is van VHTAC, maar ook het toekomstperspectief. Hoe ziet het gebied in het zuiden van Reusel-De Mierden er over tien jaar uit (de stip aan de horizon)? Het juiste beeld schetsen en daarbij de juiste termen gebruiken is van belang en zal in alle uitingen terugkomen.

### Proces

Er is nog een lange weg te gaan voordat er sprake is van daadwerkelijke bouw van een windpark. Een lange termijnplan geeft veel onduidelijkheid en dus ook ruis. Het inzichtelijk maken van de procedure (procescommunicatie), in welke fase het zich bevindt, wat de gevolgen zijn van de besluitvorming in die fase, de mogelijkheden van participatie of wettelijke inspraak, enz. moeten continue worden uitgelegd. Communicatie is hier de smeerolie van het proces.

### Ambassadeurs

De inzet van ambassadeurs om de visie en verhalen van VHTAC uit te dragen, ondersteunt de positioneringstrategie. Onafhankelijke (niet gelieerd aan de vereniging) ambassadeurs zijn neutraler en daardoor geloofwaardiger en meer aansprekend geacht dan VHTAC zelf. Verder zijn signalen die ambassadeurs opvangen bij de doelgroepen een meerwaarde. Zij kunnen deze terugkoppelen naar de organisatie. Ambassadeurs zijn zoals ze hier zijn bedoeld geen leden van de VHTAC en moeten dus elders in de gemeente worden geworven/gezocht. Uiteraard vervullen leden van VHTAC ook een ambassadeursrol, maar de hier bedoelde ambassadeurs hebben een andere meerwaarde. Het kan helpen als daar bekende inwoners bij zitten. Zij moeten zorgvuldig worden geworven, geïnstalleerd en geïnformeerd, voorzien zijn van ondersteunende middelen (toolkit). Ook moeten er regelmatig bijeenkomsten met hen worden belegd om informatie uit te wisselen. Deze aanpak moet verder worden uitgewerkt.

### Strategische uitgangspunten

De hieronder genoemde punten vormen uitgangspunten van communicatie en handelen in dit proces van planvorming.

Volgend	Procedurevolgend
Beeld	Beeld heeft meer impact dan geschreven woord. De diverse onderdelen in het proces proberen we zoveel mogelijk in beeld te vatten.
Afstemmen	Met gemeente en klankbordgroep vindt intensieve afstemming plaats.
Verwachtingen	Duidelijk verwachtingen aangeven en herhalen.

2 sporen	We benaderen doelgroepen op verschillende manieren. Voor de ene doelgroep is 'meeweten' op hoofdlijnen van belang en voor de andere doelgroep staat 'meedenken' centraal. Zij worden frequenter en met meer toegesneden communicatiemiddelen benaderd.
Regelmaat	Er moet over dit onderwerp met enige regelmaat worden gecommuniceerd, (te lange) radiostiltes zijn uit den boze. Communicatie is een continue proces.
Zelfde info	Alle uitingen van de VHTAC maar ook van de gemeente moeten in lijn zijn met elkaar en elkaar niet tegenspreken.
Informele Communicatie	We moeten attent zijn op informele communicatie (in het dorp, markt, kroeg of elders). Het kan ons helpen feedback te krijgen, zodat we onze communicatie beter kunnen laten aansluiten of onjuiste berichten kunnen ontzenuwen.
Open en Transparant	Het is van belang open en transparant te zijn in communicatie. Dus geen verborgen agenda's, heldere antwoorden, ruimte voor kritiek, inzage in beleidsproces en besluitvorming, enz.

### **Kernboodschap**

De kernboodschap is voor intern gebruik. Bij alle uitingen (ook gesproken uitingen door leden van VHTAC) zou volgens de intentie van deze boodschap moeten worden gecommuniceerd. Het vormt een rode draad bij alle communicatie-uitingen over dit onderwerp. De kernboodschap is tot stand gekomen door eerst de kritiek op het voornemen van het windpark te inventariseren en vervolgens de repliek daarbij te voegen. De kernboodschap wordt immers vanuit die kritiek opgebouwd. Een kwestie van inleven in de doelgroep om zo een argumentatie op te bouwen om een brug te slaan naar de transitie naar groene stroom. Zie concept in bijlage 4.

### **Huisstijl**

Voor dit project is een specifieke huisstijl ontwikkeld. Deze gebruiken we in al onze uitingen. Zo ook de bijpassende slogan. De slogan is momenteel:

*Toekomst bestendig. Reuselnaren bundelen krachten en geven duurzame energie impuls.* (zie website). Dit zou kunnen worden aangepast volgens de strategie van dit plan.

*Wij kiezen voor een duurzame toekomst, voor onze kinderen en kleinkinderen. U toch ook?*

### **Organisatie**

#### **Bestuur VHTAC**

Het bestuur vormt de kern van waaruit alle communicatie plaatsvindt en is daarvoor ook verantwoordelijk. Het bestuur heeft communicatie permanent op de agenda staan. Zij spreekt dus met één mond, daar kan geen twijfel over bestaan. Zij laat zich adviseren door het driehoeksoverleg (zie hieronder).

#### **Driehoeksoverleg**

Het driehoeksoverleg bestaat uit een vertegenwoordiger van de gemeente (projectleider), het bestuur van VHTAC en een communicatieadviseur (gemeente en/of externe). Bij elke uiting (mail, brief, mediacontact, optreden enz.) is kort overleg (mail / Whatsapp) om in te schatten of de boodschap klopt in reactie op de vraag, toonzetting en gebruikte termen, mogelijke impact ervan, politieke consequenties, gevolgen voor de doelgroepen, volgorde van bekendmaken enz.). Dit overleg is van belang omdat juist daar telkens de grote risico's liggen.

#### **Klankbordgroep**

Deze bestaat uit vertegenwoordigers van diverse partijen, instanties en belangengroeperingen. Een gemêleerd gezelschap met een diversiteit aan meningen en achtergronden. Zij geven feedback op wat er leeft in de gemeenschap en bij hun achterban. Zij geven gevraagd en ongevraagd advies op onderdelen van het proces, de communicatie en teksten, maar nemen daarover niet de eindbeslissing. Het is nodig om duidelijke afspraken te maken wat de rol is van de klankbordgroep.

### **Rollen**

In het belang van een goede communicatie is het van belang de diverse rollen van de betrokkenen te beschrijven. Op die manier wordt onduidelijkheid voorkomen.

Het bestuur van VHTAC heeft de primaire verantwoordelijkheid voor de communicatie. De gemeente heeft echter ook een verantwoordelijkheid als het gaat om communicatie over de klimaatdoelstellingen van de gemeente en over de te volgen procedure en de besluitvorming over het windpark. Beide partijen moeten dus goed schakelen en afstemmen om miscommunicatie te voorkomen. Dit is een blijvend aandachtspunt gedurende het hele proces. Deels voorziet het driehoeksoverleg in de communicatieve afstemming tot in details. Wellicht is een regelmatig overleg met de verantwoordelijke bestuurder / wethouder over de communicatiehoofdlijnen aan te bevelen, omdat deze politiek verantwoordelijk is voor het gemeentelijke proces. Verder is communicatie in de klankbordgroep een terugkerend agendapunt.

### Middelen

Uit het arsenaal van beschikbare communicatiemiddelen valt de keuze op een goede mix van communicatiemiddelen. Hierbij is rekening gehouden met een effectieve inzet waarbij maximaal rendement **wordt behaald tegen** bescheiden kosten. Een sobere aanpak dus. Ook is het een goede mix van eenrichtingsverkeer (zenden) en interactie. Toch kan het zijn dat niet alle middelen worden ingezet, dat is afhankelijk van door het bestuur gemaakte keuzes in verband met capaciteit en budget.

Deze nummers zijn gekoppeld aan het communicatiemiddel in onderstaande matrix.

1. Informeren
2. inspireren
3. aanzetten tot handelen
4. kennis delen
5. verbinden

Communicatiemiddelen	1 of 2 richtingen	Doel	monitoren	Opmerkingen
Website www.hightechagrocampus.nl	2	1,4	x	De website vormt de basis voor alle info. Andere media verwijzen er naar. Regelmatig kijken naar de statistieken zo nodig bijstellen.
Inloopbijeenkomsten	2	1,4,5	x	Veelal bij nieuwe fasen in het proces of start van een ter visie legging
Nieuwsbrief	1	1	x	Opzetten en koppelen aan de website. Regelmatig uitgeven als er nieuwtjes zijn.
Filmpjes (zie bijlage 3)	2	1,2,4	x	Low profile, inhoud is van belang (verhalen van individuele burgers, , nieuws, uitleg, proces).
'Kenniscafé's' op locatie windpark	1	2,5	x	Groepen / belangenverenigingen uitnodigen op locatie en uitleg geven aan initiatief en vragen beantwoorden.
Visuals, infographics	1	1,3	x	Korte visuele stijl over wat we beogen.
Community als onderdeel van de site. Een platform waar diverse meningen elkaar ontmoeten.	2	1 en 5	x	Hier is het wel nodig deze community te beheren om te voorkomen dat onfatsoenlijke uitingen een podium krijgen. De meningen die ventileren zijn niet anoniem.
Video voorzitter	1,2	1,2,5		Korte video over ontwikkelingen windpark. Delen via social media.
Weekblad	1	1,4		Pagina's over windenergie (2 x p/j)
Gemeentepagina in D'n Uitkijk	1	1		Gemeente publiceert ter inzage leggingen, agenda's raad en geeft uitleg aan de procedure en klimaatvisie
Vraag en antwoord	1	1		Veel gestelde vragen beantwoorden. Steeds actuele vragen toevoegen. Plaatsing op de website en ernaar

				verwijzen.
Klankbordgroep	2	1,2,4,5	x	Is in oprichting. Uitwerken afspraken.
Ambassadeurs	2	1,2,4,5	x	Uitwerken
Excursies	2	1,2,4,5	x	Bezoek ander Windpark elders
Slogan	1	1,5		Slogan vervolmaken en vaststellen
Social media	1,2	1,2,5		Bekijken of een Facebook pagina kan worden opgezet. Dit is mede afhankelijk of dat in de praktijk goed bijgehouden kan worden. Voor Instagram en Twitter geldt hetzelfde. Hiermee wordt wel een brede leeftijdsgroep bediend.
Logboek	Eigen gebruik	Goed beeld com.	Dit is een monitor instrument	Voor eigen gebruik en zo mogelijk naderhand om aan te tonen wat op communicatiegebied is gepresteerd

### Planning

De planning met daarin de mijlpalen, beoogde doelgroep, boodschap en gebruikte communicatiemiddel staat in bijlage 2.

Bijlage 1

Krachtenveldanalyse



## Bijlage 2

Planning 2018 (deze planning is nog niet compleet, ook kan er nog in worden geschoven)

Mijlpaal	Doelgroep	Boodschap	Middel	Opmerking
<b>maart</b>				
17 inloop-bijeenkomst NRD	iedereen	Informatie en vragen beantwoorden	Inloop- bijeenkomst	Hal-gemeentehuis / biob
19 NRD ter inzage tot 19-4	iedereen	Wat gaan we onderzoeken in de m.e.f.	Aankondigen in lokale media	Onderdeel formele procedure
<b>april</b>				
Ter inzage legging NRD	iedereen	-	-	-
<b>mei</b>				
Berichtgeving	media	Vervolg procedure	persbericht	Einde ter inzage NRD
Berichtgeving	iedereen	Eerste overleg klankbordgroep	persbericht	Voorstellen leden en rol toelichten
Community	iedereen	Meningen delen	website	Uitleg over randvoorwaarden
Voorzitter vertelt	iedereen	Actueel item	video	Via social media
Berichtgeving	iedereen	Achtergronden VHTAC	D'n Uitkijk	
<b>juni</b>				
Voorzitter vertelt	iedereen	achtergrond	video	
<b>september</b>				
Berichtgeving	Raad / college	Nieuws / procedure / verhalen	Nieuwsbrief	1 <sup>ste</sup> uitgave/website
<b>najaar</b>				
Berichtgeving	Raad / college	actualiteit	nieuwsbrief	
Voorzitter vertelt	iedereen	locatieverkenning	video	
In de Spotlight (Dit middel kan door het jaar heen op elk moment worden aangewend)	iedereen	Meningen inwoners	Korte reactie op aanleg windpark en het opwekken van groene energie	Helpt mee aan de meningsvorming.