Communicatieaanpak Warmteprogramma Westerkwartier 2026-2035

Omschrijving project

Het Warmteprogramma van de gemeente Westerkwartier beschrijft hoe de gemeente stap voor stap toewerkt naar een aardgasvrije gebouwde omgeving richting 2050. Het programma geeft het meest kansrijke warmtealternatief per gebied aan, de fasering in de tijd en de rol van de gemeente, inwoners en andere betrokken partijen.

De communicatieaanpak ondersteunt dit proces door:

- duidelijkheid te bieden over het einddoel en de route daarnaartoe;
- verwachtingen realistisch te managen;
- inwoners en andere stakeholders handelingsperspectief te geven;
- betrokkenheid, vertrouwen en draagvlak te versterken.

De communicatieaanpak bestaat uit:

1. een overkoepelende communicatieaanpak voor het hele Warmteprogramma;
2. een wijk- en dorpsgerichte uitwerking, passend bij de lokale situatie;
3. een doelgroepsgerichte aanpak, die per doelgroep verder wordt uitgewerkt wanneer deze doelgroep aan de orde is.

Deze aanpak sluit aan bij het gemeentelijk communicatiekader duurzaamheid en bij de uitgangspunten.

Doelgroepen, stakeholders en hun participatierol

Binnen het Warmteprogramma werken we met doelgroepen en stakeholders. Doelgroepen zijn groepen mensen of organisaties die direct te maken krijgen met het Warmteprogramma, zoals inwoners en ondernemers. Stakeholders zijn partijen die invloed hebben op het programma of een rol spelen bij de uitvoering, zoals woningcorporaties en interne gemeentelijke teams.

Per doelgroep en stakeholder is een participatierol bepaald: meeweten (geïnformeerd worden), meedenken (input leveren), meewerken (bijdragen aan de uitvoering) of meebepalen (besluiten nemen). We maken onderscheid tussen interne en externe partijen, omdat zij een andere rol hebben in het proces en een andere manier van communicatie en betrokkenheid vragen.

Doelgroep / stakeholder	Participatierol	Toelichting
Externe doelgroepen/ stakeholders:		
Inwoners (algemeen)	Meeweten, meedenken	Worden geïnformeerd over het Warmteprogramma en kunnen vragen, ervaringen en aandachtspunten delen.
Woningeigenaren	Meeweten, meedenken, meewerken	Nemen maatregelen aan de woning en leveren input over haalbaarheid en betaalbaarheid.
Huurders	Meeweten, Meedenken	Worden geïnformeerd door de woningcorporatie en kunnen hun ervaringen en wensen delen binnen de mogelijkheden van de huursituatie.

Met opmerkingen [JS1]: Volgens mij worden huurders vooral geïnformeerd over plannen. De woningcorporatie is verantwoordelijk voor het verduurzamen en zij hebben de taak om huurders te laten meeweten en meedenken.

Inwoners met een smalle beurs	Meeweten, meedenken	Ontvangen gerichte informatie en ondersteuning; signaleren drempels en knelpunten.
Woningcorporaties	Meeweten, meedenken, meewerken	Spelen een sleutelrol in de uitvoering van verduurzaming van huurwoningen.
Verhuurders	Meeweten, meedenken, meewerken	Spelen een sleutelrol in de uitvoering van verduurzaming van huurwoningen en/of bedrijfspanden.
Ondernemers met een eigen pand	Meeweten, meedenken, meewerken	Kunnen investeren in hun panden en bijdragen aan gebiedsgerichte oplossingen.
Dorps- en wijkverenigingen	Meedenken, meewerken	Vormen een schakel tussen gemeente en inwoners en ondersteunen lokale betrokkenheid.
Energiecoöperaties en lokale initiatieven	Meedenken, meewerken	Brengen kennis, ervaring en uitvoeringskracht in.
Maatschappelijke organisaties	Meeweten, meewerken	Ondersteunen bij het bereiken en begeleiden van specifieke doelgroepen.
Interne doelgroepen/ stakeholders:		
Programma Duurzaamheid	Meedenken, meewerken	Trekt de inhoudelijke en procesmatige uitvoering van het Warmteprogramma en stemt af met partners en communicatie.
Leefbaarheidsadviseurs	Meedenken, meewerken	Hebben een verbindende rol in wijken en dorpen en brengen signalen uit de samenleving terug in het proces.
Ambtelijke organisatie (overig)	Meeweten, meewerken	Wordt geïnformeerd en draagt bij vanuit eigen beleidsterrein waar relevant.
Klantcontactcentrum (KCC)	Meeweten, meewerken	Eerste aanspreekpunt voor inwoners; beantwoordt vragen en signaleert knelpunten.
Gemeenteraad	Meebepalen	Stelt kaders vast en neemt besluiten.
College van B&W	Meebepalen	Verantwoordelijk voor bestuurlijke keuzes en uitvoering binnen de vastgestelde kaders.
Netbeheerder	Meedenken, meewerken	Afstemming over netcapaciteit en uitvoerbaarheid.
Regionale en landelijke partners (zoals NPLW)	Meeweten, meedenken	Bieden kennis en ondersteuning en volgen de voortgang.

Met opmerkingen [JS2]: Het blijkt dat dit vaak nogal verschilt. Veel ondernemers in onze gemeente (zeker in de centra) huren panden van vastgoedeigenaren. Misschien nog overwegen om dit te splitsen?

Communicatiedoelen

Onderstaande communicatiedoelen geven richting aan de communicatie over het Warmteprogramma, zowel richting inwoners en externe partijen als binnen de gemeentelijke organisatie:

Extern

- Inwoners en externe partijen zijn duidelijk en tijdig geïnformeerd over de uitvoering van het Warmteprogramma en de planning.
- De inwoners en externe partijen weten wat ze kunnen doen en wat hun rol is en wat de rol van de gemeente is.

- Inwoners en externe partijen ervaren de communicatie als helder, betrouwbaar en toegankelijk. De communicatie draagt bij aan begrip, betrokkenheid en vertrouwen.

Intern
- Interne doelgroepen beschikken over een eenduidig en actueel verhaal.
- Verschillende afdelingen binnen de gemeente weten wat er speelt en leeft in de wijken waar de aanpak van start gaat.

Met opmerkingen [JS3]: Misschien nog even toelichten wat externe en interne doelgroepen zijn.

Communicatie-effecten

Met deze communicatieaanpak beoogt de gemeente de volgende effecten te bereiken:

- Inwoners en stakeholders weten waar zij aan toe zijn en wat zij (nu en later) kunnen verwachten.
- Inwoners ervaren de uitvoering van het Warmteprogramma als begrijpelijk, eerlijk en transparant.
- De warmtetransitie wordt tastbaar en herkenbaar.
- Inwoners krijgen zicht op concrete, haalbare stappen die zij nu al kunnen zetten (zoals isolatie), ook als hun wijk nog niet aan de beurt is.
- Er ontstaat meer vertrouwen en betrokkenheid, wat bijdraagt aan draagvlak voor vervolgstappen.

Kernboodschappen

De kernboodschappen zijn hieronder in hoofdlijnen vastgelegd en worden in de aanpakken per doelgroep en gebied verder aangescherpt.

Overkoepelend

- *De overstap naar aardgasvrij wonen is een grote, gezamenlijke opgave die stap voor stap verloopt.*
- *De gemeente werkt toe naar een duidelijk eindbeeld, maar de route verschilt per wijk en dorp.*
- *Niet alles hoeft en kan tegelijk: timing en haalbaarheid staan centraal.*
- *Elke stap die inwoners nu zetten, zoals isolatie, draagt bij aan comfortabeler wonen en lagere energiekosten.*

Verwachtingsmanagement

- *Sommige gebieden krijgen de komende 10 jaar een collectieve aanpak, andere (nog) niet.*
- *Als er (nog) geen collectieve aanpak is, blijft isoleren en besparen altijd zinvol.*
- *Sluit aan op natuurlijke momenten: wordt er verhuisd, verbouwd of wordt er bijvoorbeeld een cv-ketel vervangen? Stap over naar aardgasvrij wonen.*

Met opmerkingen [JS4]: Maar ook om op natuurlijke momenten (verhuizing, verbouwing, vervanging CV) te stimuleren om over te stappen naar aardgasvrij, dat hoeft in veel gevallen niet te wachten op een collectieve aanpak.

Organisatie van de communicatie

- De projectleider is verantwoordelijk voor de communicatie
- Team communicatie adviseert en ondersteunt de projectleider

Kansen en risico's

Kansen

- Aansluiten bij bestaande initiatieven zoals de isolatieaanpak van Nij Begun.
- Gebruikmaken van lokale verhalen en ambassadeurs.
- Versterken van vertrouwen door transparantie en consistentie.
- Samenwerking met lokale netwerken en verenigingen.

Risico's

- Verwachtingen die te hoog worden door onduidelijke planning.
- Onrust of teleurstelling in gebieden waar (nog) geen (collectieve) aanpak is.
- Informatie-overload of te technische uitleg.
- Verschillen in tempo en draagvlak tussen wijken en dorpen.
- Inwoners kunnen het geven van richting en voorkeursopties voor warmteoplossingen ervaren als het opleggen van een keuze, terwijl het bedoeld is om duidelijkheid te bieden over wat in hun wijk of dorp het meest voor de hand ligt.
- Afhankelijkheid van netbeheerder in het kader van netcongestie.
- Politieke keuzes.

Deze risico's worden beperkt door heldere taal, herhaling van kernboodschappen en actief verwachtingsmanagement.

Basisaanpak

De communicatie binnen het Warmteprogramma is opgebouwd uit een aantal vaste elementen die zorgen voor herkenbaarheid, samenhang en maatwerk per dorp of wijk.

Hoofdpagina voortgang warmteprogramma gemeente en interactieve kaart
Op de website van de gemeente richten we een webpagina in waarop inwoners worden geïnformeerd over de voortgang van het warmteprogramma met eventueel een tijdlijn. Daarbij komt ook een interactieve kaart waarop inwoners kunnen zien welk voorkeursalternatief voor hun dorp of wijk is. Uiteindelijk kunnen aan deze hoofdpagina ook projectpagina's per dorp of wijk worden gekoppeld.

Projectpagina's per dorp of wijk
Voor ieder dorp of wijk wordt een projectpagina ingericht op de gemeentelijke website. Deze pagina's vormen een centrale plek waar inwoners actuele en betrouwbare informatie kunnen vinden over het Warmteprogramma in hun omgeving. Op de projectpagina's staat onder andere wat de voorlopige richtingen in het specifieke dorp/wijk zijn, in welke fase het gebied zich bevindt en waar inwoners terechtkunnen met vragen.

Meedenkgroepen per dorp of wijk
Per dorp of wijk wordt, waar passend, een groep inwoners betrokken die meedenkt over de aanpak in het gebied. Deze groep fungeert als klankbord en helpt om aandachtspunten, zorgen en kansen uit de wijk mee te nemen in het warmteprogramma.

Inzet van lokale voorbeelden en ambassadeurs
Lokale voorbeelden maken de warmtetransitie concreet en herkenbaar. De gemeente gaat actief op zoek naar inwoners die al stappen hebben gezet in het verduurzamen van hun woning en bereid zijn hun ervaringen te delen. Deze verhalen worden ingezet in de communicatie om anderen te informeren en te inspireren.

Bijeenkomsten per dorp of wijk
Bij de uitvoering van het Warmteprogramma worden bijeenkomsten georganiseerd per dorp of wijk. Tijdens deze bijeenkomsten wordt informatie gedeeld, kunnen inwoners vragen stellen en is er ruimte voor gesprek over wat de warmtetransitie betekent voor hun woonomgeving.

Met opmerkingen [JS5]: Misschien nog een toevoeging is een heldere en begrijpelijke versie/samenvatting (B1) van het warmteprogramma ook nog een idee om te gaan doen?

Met opmerkingen [RW6R5]: Ik ben even kwijt wat we hierover hadden gezegd: er staat me iets bij van een hoofdpagina waarop inwoners de status van het warmteprogramma kunnen lezen, puur informerend? Uiteindelijk kunnen we daar de projectpagina's per dorp/wijk aan ophangen?

Met opmerkingen [JS7R5]: Ja klopt, die houden we algemeen en we zoeken nog iets van een interactieve kaart waar mensen het voorkeursalternatief voor hun wijk kunnen vinden.

Met opmerkingen [JS8]: Ik denk niet zozeer per dorp of wijk. Maar wellicht voor de dorpen of wijken waar we de komende 5 jaar aan de slag zijn/gaan met een collectieve aanpak.

Vast aanspreekpunt vanuit de gemeente
Voor ieder dorp of wijk is er een vast aanspreekpunt vanuit de gemeente. Dit draagt bij aan duidelijkheid, vertrouwen en korte lijnen tussen inwoners en de gemeente.

Werken met persona's
Om de communicatie goed af te stemmen op verschillende doelgroepen, wordt gewerkt met persona's. Deze persona's helpen bij het kiezen van de juiste toon, boodschap en communicatiemiddelen per fase en per gebied.

In te zetten communicatiemiddelen

Voor de communicatie over het Warmteprogramma wordt gewerkt met een flexibele inzet van communicatiemiddelen. Er is geen vast communicatiepakket; per doelgroep en per wijk of dorp wordt bepaald welke middelen het meest passend en effectief zijn.

De onderstaande middelen vormen een keuzelijst waaruit per situatie wordt geput:

Overzicht mogelijke communicatiemiddelen:
- Gemeentelijke website, met projectpagina's per wijk of dorp
- Digitale nieuwsbrief duurzaamheid
- Bewonersbrieven
- Flyers en factsheets (op B1-niveau)
- Bewonersavonden en inloopspreekuren
- Social media (Facebook, Instagram en LinkedIn)
- Gemeentepagina in het huis-aan-huisblad
- Presentaties en praatplaten
- Samenwerking met partners, zoals leefbaarheidsadviseurs en dorps- of wijkbelangen (bijvoorbeeld door doorplaatsing via hun kanalen)

Met opmerkingen [RW9]: Joost levert hier een overkoepelende jaarplanning voor aan, wanneer welk dorp/ wijk aan de beurt is. Vervolgens kunnen we daarop een soort basisplanning voor communicatie maken, wanneer iets overlegd of voorbereid moet worden.

Overkoepelende communicatiekalender warmteprogramma

Op basis van de jaarplanning van het Warmteprogramma stelt communicatie een interne basisplanning op voor de voorbereiding van de communicatie. Deze planning is ondersteunend en volgt de inhoudelijke projectplanning.

Locatie:	Wanneer:	Communicatie voorbereiden:
MOL-dorpen	Is een lopend project tot en met 2030.	Doorlopend waar nodig.
Garnwerd	Is een lopend project tot in elk geval eind 2027.	Doorlopend waar nodig.
Marum	Uitbreiding van warmtenet Marum, gaat fasegewijs. Nu inzetten op de twee eerste fasen, start half 2026, eind 2029 afgerond	Planning op basis van eerder gemaakte communicatie- en participatieplan Warmtenet in Marum: **Fase 1: Besluitvorming en voorbereiding:** Doel: Draagvlak creëren en betrokkenheid vasthouden tijdens de besluitvorming en voorbereiding van de uitrol. ▸ **Doelgroep:** Gemeenteraad en inwoners ▸ **Doel:** Besluit over uitbreiding van het warmtenet delen, de standpunten van de raad helder communiceren. ▸ **Middel:** persbericht **Fase 2: Na besluitvorming:** Informatieavonden en participatiesessies organiseren. ▸ **Doelgroep**: Inwoners van de wijk, Wold & Waard, lokale organisaties. ▸ **Doel**: Uitleggen wat het warmtenet inhoudt, welke keuzes er liggen, voordelen delen, zorgen wegnemen. ▸ **Middel**: Fysieke bijeenkomsten (buurthuis/sporthal), met vertegenwoordigers van Bioforte, experts over duurzaamheid, en isolatiemaatregelen.

Met opmerkingen [RW10]: Wat zijn de eerste 2 fasen en is hier al communicatie voor nodig?

Met opmerkingen [JS11R10]: Het gaat hier om de uitbreiding van het warmtenet, daar gaan we nu inzetten op 2 fases, een aantal straten in het centrum waar we het warmtenet gaan aanleggen. Hierover is communicatie nodig, bewoners moeten geinformeerd worden en betrokken en ook uiteindelijk overtuigd worden om op het warmtenet te gaan. Mirjan heeft hiervoor al een communicatieaanpak gemaakt, die mail ik je wel even wellicht kun je daar nog wat elementen uit halen.

Lancering online platform:

- **Doelgroep:** Inwoners van de wijk
- **Doel:** Vragen verzamelen, feedbackmogelijkheden bieden, transparantie over het project.
- **Middel:** Online platform (bijv. via gemeentelijke website of een speciale projectpagina), waarin bewoners vragen kunnen stellen en ideeën kunnen delen.

Fase 3: Uitrol van het warmtenet

- **Doel:** Inwoners en betrokkenen informeren over de daadwerkelijke uitrol van het warmtenet, inclusief werkzaamheden en planning, en het draagvlak behouden tijdens de uitvoeringsfase.
- **Doelgroep:** Bewoners van de betrokken wijken, lokale bedrijven, en het verzorgingstehuis.
- **Doel:** Informeren over de start van de fysieke werkzaamheden, de planning, en mogelijke overlast (bijv. afsluiting van straten, geluidsoverlast).
- **Middelen:** Aankondiging per brief en e-mail naar de bewoners, online updates via het projectplatform en sociale media. Fysieke informatieborden in de wijken waar werkzaamheden plaatsvinden.

Fase 4: Voortgang en tussentijdse updates

- **Doelgroep:** Inwoners, gemeenteraad, pers.
- **Doel:** Regelmatige communicatie over de voortgang van de werkzaamheden, eventuele vertragingen of wijzigingen in de planning.
- **Middelen:** Maandelijkse nieuwsbrief en updates op het online platform. Persberichten bij belangrijke mijlpalen (bijvoorbeeld de eerste aangesloten woningen). Inloopspreekuren of informatiedagen voor bewoners met vragen over aansluitingen en eventuele technische problemen.

Leek en Tolbert	2026 haalbaarheidsstudie tweede helft 2026 t/m tweede helft 2027 verdere uitwerking (indien haalbaar)	April 2026: - startoverleg communicatie met inhoudelijk verantwoordelijken. - bijeenkomst plannen + organiseren voor dorp/ wijk: behoeften ophalen, meer inzicht in doelgroep. - specifieke communicatieaanpak per dorp/wijk invullen aan de hand van alle informatie. - aan de hand van doelgroeponderzoek uit communicatieaanpak: opstellen persona's. - op basis daarvan passende toon, boodschappen en communicatiemiddelen kiezen en uitwerken. -
Zuidhorn	Tweede helft 2026 haalbaarheidsstudie 2027 verdere uitwerking (indien haalbaar)	Maand: afhankelijk van verdere uitwerking in 2027. - Zelfde aanpak als hierboven beschreven.
Grootegast	2027 haalbaarheidsstudie 2028 verdere uitwerking (indien haalbaar)	Maand: afhankelijk van verdere uitwerking in 2028. - Zelfde aanpak als hierboven beschreven.
Oostindie	2027/2028 wijkaanpak	- Vanaf januari 2027: zelfde aanpak als hierboven beschreven.
Kommerzijl	2027/2028 wijkaanpak	- Vanaf januari 2027: zelfde aanpak als hierboven beschreven.

Met opmerkingen [RW12]: Is het tweede helft 2026 of 2027 of is dit nog niet zeker? Of bedoel je tweede helft 2026 t/m tweede helft 2027?

Met opmerkingen [JS13R12]: Dat tweede ;-)