

Communicatiestrategie Arnhemse ondergrond

Inleiding

In de periode december 2012 tot en met april 2013 is in opdracht van de gemeente Arnhem en de MRA de voorliggende communicatiestrategie ondergrond ontwikkeld door H2Ruimte en Daelinck.

Deze communicatiestrategie is tot stand gekomen op basis van deskresearch, afstemmingsoverleg met Marc van de Burght en een drietal werksessies (d.d. 19 december 2012, 7 februari 2013 en 5 maart 2013) waarbij Marc van de Burght, Carla Rinia, Marion Visser, Jos Verweij, Robin Driessen, Tako Zadelhoff, Martijn Defilet, Ronald Bos en Martijn van Houten betrokken waren. Daarnaast heeft op 12 maart 2012 een gesprek plaatsgevonden met Maurice Chattelin (woordvoerder/communicatie adviseur voor wethouder Ruimte, Margreet van Gastel) en Carla Rinia (communicatie adviseur ondergrond) over kernboodschap ondergrond en mogelijke middelen.

We starten deze strategie met in hoofdstuk 1 een korte duiding van de ondergrond en een kernboodschap.

Uitgangspunt van deze strategie is de visie dat communicatie volgend is aan inhoud en daarom beschrijven we in hoofdstuk 2 de wijze waarop ondergrond dienstbaar kan zijn/waarde kan toevoegen aan de communicatie van andere gemeentelijke programma's en thema's waarin de ondergrond een deelaspect vormt.

Daarnaast heeft ondergrond een aantal prioritaire thema's die (relatief) los van anderen kunnen worden georganiseerd en gecommuniceerd. Daarbij kan gedacht worden aan thema's als *Bodemenergie* en *Bodemkwaliteit*. Hoofdstuk 3 gaat hierover.

Op basis van de inhoudelijke aanknopingspunten zijn doelgroepen benoemd en bijpassende communicatiedoelstellingen geformuleerd. In aansluiting daarop zijn communicatiemiddelen voorgesteld en wordt in hoofdstuk 4 afgesloten met een globale uitvoeringsmatrix.

Parallel aan de totstandkoming van deze strategie is gesproken over en gewerkt aan een houtskoolschets van een nieuw te ontwikkelen kennisbank (een afgebakend onderdeel van de website van de gemeente Arnhem) voor de gemeente Arnhem waarin alle relevante ondergrondinformatie in tekst, beeld, foto en videocontent op gebruiksvriendelijke wijze ontsloten kan worden. Als voorlopige werktitel voor deze kennisbank is gekozen voor *De Arnhemse Bodem* en de URL van de site is www.arnhem.nl/bodem

In de voorgestelde middelen die invulling geven aan realisatie van de communicatiedoelstelling, is de kennisbank alvast opgenomen als ware het een bestaand middel.

Henk Puylaert (H2Ruimte) en Erik Kolkman (Daelinck)
April 2013

Hoofdstuk 1 Ondergrond als dimensie

De recent vastgestelde Structuurvisie van Arnhem geeft treffend weer dat bovengrondse stedelijke ontwikkelingen niet kunnen plaatsvinden zonder daarbij de ondergrond in ogenschouw te nemen en actief te betrekken.

Ondergrondse drukte (2.10 Structuurvisie)

De Arnhemse ondergrond is onlosmakelijk verbonden met de bovengrondse, stedelijke structuur. In de ondergrond bevinden zich honderden kilometers kabels en leidingen, funderingen, verblijfsfuncties (zoals het Watermuseum, Hogeschool voor de kunsten Artez, supermarkten, etc.), parkeergarages en voorzieningen voor ondergronds afvaltransport.

Daarnaast bevat de bodem grondwater (van levensbelang voor mens en natuur), een rijk archeologisch erfgoed, verontreinigingen en explosieven uit de Tweede Wereldoorlog.

Kortom, er is sprake van een behoorlijke 'ondergrondse drukte'; vooral de afstemming tussen bovengrondse en ondergrondse belangen vraagt regie. Door de ondergrond in een vroeg stadium te betrekken bij ruimtelijke ontwikkelingen kunnen kansen worden benut, functies beschermd en problemen in de uitvoering voorkomen.

Introductie

Hoofdstuk 1 en 2 gaan over de generieke communicatiestrategie van ondergrond. Deze is gestoeld op de visie dat ondergrond geen thema is, maar een dimensie die als deelaspect een belangrijke bijdrage kan leveren en waarde kan toevoegen aan andere relevante gemeentelijke beleidsterreinen en programma's zoals Groen, Ecologie, Openbare ruimte, Archeologie, Water en Kabels & Leidingen.

Parallel daaraan biedt de politieke actualiteit van de Arnhemse wethouders, en dan met name die van Margreet van Gastel (Ruimte) uiteenlopende communicatieve kansen daar waar het aspecten van de ondergrond betreft. Hierbij valt te denken aan de sanering van spoedlocaties zoals de voormalige gasfabriek en het werkbezoek van de Gemeenteraad aan het Moer riool.

Voor het effectief benutten van deze kansen is het goed te beseffen dat communicatieve initiatieven naadloos moeten aansluiten bij het politieke profiel van de betreffende wethouder. In het geval van Margreet van Gastel: GROEN en Duurzaam, aansluitend bij *Energie Made in Arnhem* en projecten binnen Schuytgraaf.

Kernboodschap

Voor optimale waarde toevoeging richting aanpalende beleidsterreinen en het benutten van communicatieve kansen in de (politieke) actualiteit is een kernboodschap ondergrond van essentieel belang. Zo'n kernboodschap kan fungeren als basisingrediënt bij de ontwikkeling van plannen en productie van middelen. Het is nadrukkelijk geen doel an sich, maar een gezamenlijk referentiepunt en communicatieperspectief over de Arnhemse ondergrond.

Kernboodschap Arnhemse ondergrond

Arnhem is ontstaan op het grensvlak van een stuwwal, een rivierzone en poldergronden en ligt nu prachtig ingeklemd tussen rivier en stuwwal. De geologische en historische ontstaansgeschiedenis hebben een stad opgeleverd met een uniek DNA met tal van aantrekkelijke aspecten voor haar inwoners. Ruimtelijke ontwikkelingen van die stad kunnen niet plaatsvinden zonder daarbij de ondergrond in acht te nemen. Een ondergrond waarin:

- vanuit archeologisch perspectief de historie zichtbaar wordt gemaakt,
- vanuit groen perspectief de unieke parken en ligging aan de rivier letterlijk en figuurlijk hun wortels hebben in de ondergrond,
- vanuit perspectief van water de natuurlijke waterhuishouding bepalender is voor de stad dan ons soms lief is,
- vanuit het perspectief van duurzame energie de ondergrond de opslagruimte verschaft voor warmte en koude,
- vanuit perspectief van kabels & leidingen en ondergronds bouwen de ondergrond tal van bovengrondse economische activiteiten faciliteert.

Het is een ondergrond waarin het steeds drukker wordt met functies die vragen om bescherming en met functies die in die ondergrond ontwikkeld kunnen worden. Naast ordening van de bovengrond zal in samenhang hiermee de ordening van de ondergrond een meer planmatige aanpak vragen.

Doelgroepen

De kernboodschap, die ingezet kan worden in tal van varianten is relevant voor zowel interne als externe doelgroepen.

Interne doelgroepen van de gemeente Arnhem zijn *collegae van de afdelingen*:

- Ruimte
- Archeologie
- Groen
- EZ
- Kabels & Leidingen
- KCC
- Loket BWL
- Projectmanagement bureau
- Vastgoed
- Vergunningen
- Water & Riolering

En daarnaast is deze kernboodschap relevant en interessant voor de Arnhemse Gemeenteraad en het college van B&W.

Externe doelgroepen voor de kernboodschap Arnhemse ondergrond zijn:

- Inwoners
- Corporaties
- MRA
- Ondernemers
- Ontwikkelaars
- Provincie Gelderland
- Andere steden met meer dan 100.000 inwoners

Hoofdstuk 2 Ondergrond deelaspect van een groter geheel

In de dimensie ondergrond komen tal van disciplines en beleidsvelden samen, waarin geen daarvan het alleenrecht of kennismonopolie heeft. Voor een duurzame omgang met de ondergrond, gericht op bescherming van kwetsbare en waardevolle functies en benutting van kansen, is samenwerking met andere beleidsvelden onontbeerlijk. Daarom is in het kader van dit project een werksessie georganiseerd (5 maart 2013) voor medewerkers van de verschillende beleidsvelden (bodem, groen, water, openbare ruimte, archeologie, etc.).

Uitgangspunt van die werksessie was de vraag: *Bij welke onderwerpen in de communicatie over andere beleidsvelden kan de ondergrond helpen/waarde toevoegen?*

De inhoudelijke opbrengst van de werksessie kan worden samengevat in drie kernbegrippen:

1 Sturing verwijst naar de toenemende noodzaak van regie bij de ordening van de ondergrond waarin het steeds drukker wordt.

2 Bewustwording van zowel kracht als kwetsbaarheid die het natuurlijk kapitaal van de Arnhemse ondergrond biedt. Weten wat de ondergrond bijdraagt aan de kwaliteit van de Arnhemse leefomgeving helpt om die kwaliteit in stand te houden en verder te ontwikkelen.

3 Kennis als basis voor bewustwording en sturing. Wanneer we niet weten hoe het bodem- en watersysteem in elkaar zit en hoe dit ontstaan is, zijn we ook niet in staat om ingrepen in dit systeem op zijn effecten te beoordelen.

Per begrip volgen voorbeelden die zijn opgepikt uit de werksessies en daarbij is een viertal onderwerpen (A. t/m D.) verder uitgewerkt in de vorm van communicatiedoelstellingen en – middelen.

Ad 1: Sturing

De Structuurvisie Arnhem stelt dat toenemende drukte in de ondergrond voor de afstemming van de uiteenlopende belangen vraagt om regie. De geformuleerde kernboodschap ondergrond, die tevens de bandbreedte van de ondergrondse dimensie bepaalt, benadrukt daarom het belang van een meer ordenende aanpak van de ondergrond in relatie tot de bovengrond.

Ter illustratie van het begrip *Regie* kan Arnhem Centraal als voorbeeld dienen. Daar is het voor kabels & leidingen van belang te communiceren wat de aanleiding is om kabels en leidingen in een tunnel te leggen, wat daarvan de voordelen zijn in onderhoud en beheer en dat, hoewel de meeste kabels al jaren in het zand liggen, een leidingentunnel een prima alternatief is voor een eigen sleuf in de grond.

Regie is ook nodig om unieke kwaliteiten in de ondergrond te beschermen. Dat geldt bijvoorbeeld bij de leemlagen. De kernboodschap ondergrond kan worden gebruikt op het moment dat het bestemmingsplan Leemlagen (=Leemlagenkaart) wordt vastgesteld. Het biedt namelijk een kans om de bijzondere bodemopbouw in Arnhem en de kwaliteiten die daaruit voortgevloeid zijn voor het voetlicht te brengen.

A. Masterplan Netwerklaag

In de Structuurvisie Arnhem wordt het Masterplan Netwerklaag (voor de bovenste laag in de ondergrond tot ca. 1,5 meter diep) als belangrijk middel voor regie op de ondergrond geïntroduceerd.

In de fase van totstandkoming van deze communicatiestrategie blijken collegae uit aanpalende beleidsterreinen en programma's matig tot niet bekend te zijn met het Masterplan Netwerklaag terwijl dit voor hen en de medewerkers ondergrond een belangrijk issue is.

Zo'n Masterplan Netwerklaag moet vooraf afstemming en ordening organiseren in gebieden waar veel grondroerende werkzaamheden (zullen) plaatsvinden en veel ondergrondse belangen in de netwerklaag aanwezig zijn. De winst van een Masterplan Netwerklaag kan zijn dat onverwachte situaties en tegenvallers worden vermeden en de netwerklaag zo efficiënt mogelijk wordt benut (zie Structuurvisie Arnhem blz. 77). De structuurvisie bevat een indicatieve kaart van drukke gebieden. Een gebied waar een dergelijk masterplan een rol speelt is Arnhem Centraal oost. Het initiatief voor de opstelling van het Masterplan Netwerklaag ligt bij de Arnhemse ontwikkelmanager van het betreffende gebied.

Communicatiedoelstelling

Interne doelgroepen kennen het traject om te komen tot een Masterplan Netwerklaag, ze weten hoe ze daaraan een bijdrage kunnen leveren en ondernemen daarvoor tijdig actie.

Externe doelgroepen weten dat de gemeente Arnhem werkt aan/met het Masterplan Netwerklaag en zij kennen de spelregels die daarin zijn gesteld en passen die ook toe in hun offertes en projectrealisaties.

Interne doelgroepen:

- Medewerkers van de programma's/ beleidsterreinen
 - Archeologie
 - Groen, ecologie en openbare ruimte
 - Kabels & Leidingen
 - Water & Riolerings
- Ontwikkelmanagers
- Projectleiders

Externe doelgroepen:

- Grondverzetbedrijven
- Hoveniers
- Kabellaars
- Rioleringsbedrijven

Communicatiemiddelen

Interne middelen:

- E-mail met relevante inhoud over te ontwikkelen Masterplan Netwerklaag en bijbehorende procedure aan collegae met een aansluitend aanbod van
- Community of Practice om onderlinge ervaringen en leerpunten uit te wisselen
- Lunchlezing waarin ruimte is voor nadere toelichting en discussie.
- Organisatie van een werksessie.

Externe middelen:

- Kennisbank Ondergrond
- Publicatie in vakbladen
- Publicatie op gemeentelijke website en gemeentepagina Arnhemse Koerier

Timing zo spoedig mogelijk

Ad 2: Bewustwording

Het grote belang van bevorderen van het bewustzijn ondergrond zit in het feit dat ondergrond letterlijk en figuurlijk de bodem vormt voor de sociaal, economische en natuurlijke toekomst van Arnhem. Om regie op de ondergrond te kunnen voeren is het nodig dat betrokkenen zich bewust zijn van de relatie tussen de ondergrond en de sociaal, economische en natuurlijke toekomst van Arnhem. Communicatie over die relatie is essentieel en vraagt een directe verbinding tussen ondergrond en aanpalende beleidsvelden.

Binnen een strategie gericht op waardetoevoeging van ondergrond aan andere programma's en thema's kan met behulp van de Erfgoedkaart (Cultuurhistorische hoofdstructuur) en Cultuurhistorische kansenkaart uit de structuurvisie Arnhem actief gewerkt worden aan de bevordering van de bewustwording ondergrond.

Voor Archeologie is het bijvoorbeeld van belang te communiceren dat het grondwaterpeil van invloed is op behoud archeologische vondsten. Dit naar aanleiding van de bouw van een MFC en een appartementencomplex in Schuytgraaf waardoor het grondwaterpeil in de wijk verandert wat vervolgens weer van invloed is op de archeologische vondsten/monumenten elders in deze wijk.

Wat betreft externe communicatie wordt door beleidsterrein Water & Riolering aangegeven dat, met het oog op veranderingen in het klimaat, het steeds belangrijker wordt het juiste inhoudelijke verhaal te vertellen over ontwikkeling van de natuurlijke waterhuishouding, het grondwaterpeil, etc. Zodoende kunnen inwoners en andere betrokken partijen reële verwachtingen krijgen van mogelijke technische oplossingen en tegelijkertijd besef ontwikkelen dat ze ook hebben te dealen met natuurlijke fenomenen“.

B. Bewustzijn werking natuurlijk watersysteem

Communicatiedoelstelling

Inwoners, ontwikkelaars en andere professionals weten dat het natuurlijk watersysteem van Arnhem van levensbelang is voor een toekomst van de stad en haar inwoners en niet overal kan *Nat of Droog* worden gereguleerd met behulp van technische ingrepen. Op een aantal plekken heeft de mens, c.q. techniek zich aan te passen aan natuurlijke waterstromen, bijvoorbeeld in de wijk Wellenstein waar natuurlijke wellen zo af en toe inderdaad zorgen voor natte kelders en kruipruimten.

Interne doelgroepen:

- Afd. Ruimte
- Afd. Groen, ecologie en openbare ruimte
- Ontwikkelmanagers
- Projectleiders

Externe doelgroepen:

- Inwoners
- Projectontwikkelaars en aannemers
- Kabelbedrijven

Communicatiemiddelen:

- Artikel in regionale krant e/ of vakbladen zoals De blauwe kamer of Stedelijk interieur
- Nieuws item op lokale en regionale TV
- Videocontent of animatie op website Arnhem.nl en Bodem+ en Kennisbank Ondergrond
- Thema van Open Koffie Ondergrond/ bewonersavond in specifieke wijken, vorm storytelling

C. (Moer)rioolonderhoud

Recentelijk is er veel (politieke) aandacht voor het Moer riool vanwege dringend noodzakelijk achterstallig onderhoud aan dit riool en de kosten die dat met zich meebrengt.

Communicatiedoelstelling

Hoewel burgers en bedrijven bijna nooit zien hoe het Arnhemse riool is opgebouwd, weten en beseffen zij wel dat het Moer riool onderhoud nodig heeft voor economische/duurzame toekomst van de stad. Inwoners en bedrijven snappen dat dat de gemeente daar (extra) geld voor moet uittrekken en dat vanwege het feitelijke onderhoud soms praktische ongemak ontstaat waar zij last van hebben zoals opengebroken straten of tijdelijke stankoverlast.

Externe doelgroepen:

- Inwoners
- Bedrijven
- Overige professionals

Communicatiemiddelen:

- Excursie naar het (Moer)riool voor bewoners van wijken waar onderhoud plaatsvindt
- Video-animatie (Moer)riool
- Artikel in Regionale krant, nieuwsitem op lokale/regionale radio en TV
- Open koffie Moer riool¹

Ad 3: Kennis

Zowel voor sturing als bewustwording is kennis onontbeerlijk. Zowel feitenkennis over hoe het ondergrondstelsel in elkaar zit als kennis over effecten van ingrepen in dit systeem.

Verschillende disciplines die betrokken zijn bij de ondergrond hebben uiteenlopende kennisvragen. Voor een archeoloog zijn deze anders dan voor een geohydroloog die rekent aan een constructie voor een ondergronds bouwwerk. Toch is er ook de nodige overlap. Dat maakt dat winst te boeken is in de wijze waarop informatie en kennis verzameld wordt. Zo maken verschillende disciplines gebruik van grondboringen, maar stelt ieder andere eisen aan de boring. Door dit beter af te stemmen kunnen boringen multifunctioneel gebruikt worden en kan waarde toenemen.

Met de drukte in de ondergrond neemt ook de behoefte toe aan kennis over de bodemopbouw in die delen van de stad die voor circa 1980 zijn gerealiseerd. Vooral vanuit de afdelingen water/rioleringen en groen/openbare ruimte werd gewezen op deze lacune. Die lacune is voor een belangrijk deel in te vullen door een goede ontsluiting van reeds (verspreid) beschikbare informatie en het delen van kennis gerelateerd aan deze informatie. Hiervoor is (in de toekomst) een belangrijke rol weggelegd voor de kennisbank Arnhemse bodem. Ook GIGA (geografisch informatiesysteem gemeente Arnhem) en de afstemming en combinatie van grondboringen dragen bij aan een situatie met meer informatie over de bodemopbouw. Door zo informatie te delen kunnen kosten bespaard worden.

D. Kennisbank Arnhemse bodem

Communicatiedoelstelling

Inwoners en professionals die op zoek zijn naar informatie en kennis over de ondergrond van Arnhem zoeken dat op de Kennisbank Arnhemse bodem (=website) in de wetenschap: "als het daar niet te vinden is dan is het nergens te vinden." En inwoners en professionals die informatie op aanpalende /overlappende terreinen hebben zoeken contact met de gemeente omdat zij willen samenwerken.

Interne doelgroepen:

- Ruimte
- Openbare ruimte cluster ontwerp
- Archeologie
- Groen

¹ Open Koffie Ondergrond is een communicatievorm waarvan het concept voor de Arnhemse Ondergrond nog nader moet worden uitgewerkt. Het basis idee is een kopie van de Open Coffee's die in tal van steden actief zijn. Onder het genot van een kop koffie ontmoeten mensen elkaar maandelijks rondom gezamenlijke interesse of thema. Werkvormen daarbij kunnen zijn excursie, lezing door inhoudsdeskundige of werkatelier.

- EZ
- Kabels & Leidingen
- KCC
- Loket BWL
- Projectmanagementbureau
- Vastgoed
- Vergunningen
- Water & Riolering

Externe doelgroepen:

- Inwoners
- Bedrijven
- Adviesbureaus die opdrachten in Arnhem uitvoeren
- Grondverzetbedrijven
- Hoveniers
- Projectontwikkelaars en aannemers
- Installatiebedrijven duurzame energie (o.a. WKO)
- Woningbouwcorporaties
- Buurgemeenten (MRA)
- Provincie
- Waterschap

Communicatiemiddelen:

- Website Kennisbank Arnhemse bodem
- Publieke optredens wethouder op deelonderwerpen die kan verwijzen naar de kennisbank
- (wervende) Brochures waarin een verwijzing naar de kennisbank opgenomen kan worden

Hoofdstuk 3 Communicatie rondom eigen prioritaire thema's Ondergrond (specifieke strategie)

Dit hoofdstuk gaat over de specifieke communicatiestrategie van ondergrond. Deze is gericht op realisatie van communicatiedoelstellingen rondom eigen prioritaire thema's die los van andere programma's zelfstandig kunnen worden gerealiseerd.

De prioritaire thema's ondergrond zijn:

- *Bodemenergie (gesloten en open WKO-systemen)*
- *Bodemkwaliteit*
- *Gebiedsgericht grondwaterbeheer*
- *Drukke in de ondergrond.*

Prioriteit 1A Bodemenergie, Gesloten WKO - systemen

Doelgroepen gesloten WKO-systemen:

- Bedrijven
- Burgers

Communicatiedoelstelling²

Bedrijven en burgers weten dat te installeren gesloten WKO systemen verplicht moeten worden gemeld bij loket BWL van de gemeente Arnhem en doen dat ook omdat ze de regels kennen en weten dat bij goedkeuring hun systeem beschermd is tegen mogelijke interferentie van andere systemen.

Eigenaren van bestaande gesloten WKO-systemen weten dat zij zich vrijwillig mogen melden zonder dat daar negatieve gevolgen aan zitten. Omdat zij weten dat na melding hun systemen zijn beschermd, en een "gegarandeerd" rendement hebben vanwege toepassing van minimale afstanden tot andere systemen (geen interferentie), zullen zij hun systeem ook daadwerkelijk melden. Op dit moment is het tasten in het spreekwoordelijke duister voor de gemeente Arnhem wie systemen heeft aangelegd en waar ze liggen.

Communicatiemiddelen:

- Middelen ontwikkeld en aangereikt door het ministerie van Infrastructuur en Milieu of RWS leefomgeving/Bodem+ (voorheen Agentschap NL) in kader van AMVB bodemenergie
- Gemeente pagina Arnhemse Koerier
- Website gemeente Arnhem
- Wijk websites
- Relevante nieuwsbrieven (Energie made in Arnhem, Groen, etc.) waarin standaard aangereikte kopij kan worden geplaatst

De kernboodschappen van de in te zetten middelen moeten aansluiten bij de boodschappen die het Rijk heeft geformuleerd en aansluiten bij de actuele Arnhemse situatie. Dit vanuit oogpunt dat deze middelen geen tegenstrijdigheden mogen bevatten of gedateerd zijn.

² In de communicatiedoelstellingen zijn de aspecten *Kennis (=weten)*, *Houding (= positief)* en *Gedrag (= ondernemen gewenste acties)* verwerkt.

Aandacht vraagt nog een lopende (landelijke) actie vanuit RWS leefomgeving/Bodem+ gericht op de installatie- en boorbedrijven om op die wijze de kennis binnen te halen van reeds geplaatste gesloten systemen.

Prioriteit 1B Bodemenergie, Open WKO systemen

De *Structuurvisiekaart Arnhem* en het *Masterplan Bodem Energie* van de gemeente Arnhem bieden aanknopingspunten voor basiscommunicatie boodschappen over **open WKO systemen**.

De verwachting is dat de provincie Gelderland niet voor 1 juli 2013 de beleidsregels vaststelt. Op die datum treedt namelijk de wijziging van de AMvB bodemenergie in werking.

Doelgroepen open WKO-systemen:

- Bedrijven
- Corporaties
- Ontwikkelaars

Communicatiedoelstelling open WKO-systemen

Doelgroepen weten dat open WKO systemen kansen bieden voor duurzaam energiegebruik, de Arnhemse bodem geschikt is voor bodemenergie en een aantal spelregels kent. Door het zogenoemde pyjama- kaartje met blauw/rode strepen (koude en warmte-zones) te communiceren en de bijbehorende regels op 1 A4 (Marc vd B) worden doelgroepen geïnformeerd over de relevante gebieden en bijbehorende regels. Omdat doelgroepen weet hebben van de kansen en spelregels kunnen zij realistische business cases ontwikkelen en op de juiste wijze en tijdig hun voorbereidingen treffen.

Communicatiemiddelen:

- Middelen die zijn ontwikkeld en aangereikt door het ministerie van Infrastructuur en Milieu of RWS leefomgeving/Bodem+ (voorheen Agentschap NL) in kader van AMVB bodemenergie
- Brief aan ontwikkelaars, corporaties en bedrijven
- Kennisbank ondergrond Arnhem
- Website gemeente Arnhem
- Relevante nieuwsbrieven (*Energie made in Arnhem* en Groen) waarin standaard aangereikte kopij kan worden geplaatst

Timing: De vaststelling van de AMvB/publicatie in de Staatscourant is een goed startmoment voor communicatie over de open systemen met bijbehorende spelregels, incl. achtergrondinformatie als onderdeel van groter geheel, nl de Arnhemse bodem.

Hiervoor is het belangrijk dat er zowel inhoudelijke als communicatieve afstemming plaatsvindt met de MRA/ provincie Gelderland over de voorgestelde wijze van communicatie/ontwikkelde middelen door ministerie van Infra & Milieu of RWS leefomgeving.

Interne Communicatie open en gesloten WKO-systemen

Interne communicatie (IC) binnen de gehele gemeente Arnhem wordt benoemd als afzonderlijke en niet te vergeten communicatie-component bij open- en gesloten WKO systemen.

Interne doelgroepen zijn collegae van de afdelingen:

- Afdeling Ruimte
- EZ
- KCC
- Loket BWL
- Projectmanagement bureau
- Vastgoed
- Vergunningen

Communicatiedoelstelling

Interne doelgroepen kennen nieuwe wet- en regelgeving rondom open- en gesloten WKO systemen, (verplichte versus vrijwillige melding) en weten wat daarvan de veranderingen zijn voor de gemeentelijke procedures/hun dagelijkse werkzaamheden en passen die ook toe in een herziene werkwijze.

IC Middelen:

- E-mail met toelichting op nieuwe werkwijze/procedure
- Intranet gemeente Arnhem
- Lunchlezing over inhoud en consequenties werkwijze en (optioneel) de lancering website *De Arnhemse bodem*

Prioriteit 2 Bodemkwaliteit (Grondverzet en Sanering)

Doelgroepen Bodemkwaliteit:

- Adviseurs binnen MRA
- Aannemers
- Hoveniers
- Handhavers

Communicatiedoelstelling

Doelgroepen weten wat de gemeentelijke regels zijn die gelden voor de gehele MRA voor het uitvoeren van grondverzet en saneringswerkzaamheden en hebben op basis daarvan hun werkwijze ook georganiseerd. Doelgroepen weten waar zij relevant kaartmateriaal en achtergrondinformatie kunnen vinden/halen en gebruiken het beschikbare materiaal bij hun dagelijkse werkzaamheden.

Middelen:

- Website gemeente Arnhem
- Loket BWL
- Handboek

NB 1. Het gaat om grondverzet en sanering binnen de gehele MRA waarover nu al heel veel informatie en kaarten beschikbaar zijn, maar waarbij het wel van belang is dat materiaal makkelijker toegankelijk te maken en teksten te herformuleren.

NB 2. Momenteel is er geen centrale regisseur, wel een grondbank Midden Gelderland

Een communicatiemoment voor de wethouder Ruimte, Margreet van Gastel, kan zich voordoen bij de midterm review van het Uitvoeringsconvenant Bodem. Arnhem kan dit aangrijpen om aan te geven landelijk voorop te lopen (van 35 naar 21 spoedlocaties) en kan enkele projecten in de etalage zetten.

Prioriteit 3 Gebiedsgericht grondwaterbeheer

Doelgroepen Gebiedsgericht grondwaterbeheer:

- Aannemers
- Corporaties
- Ontwikkelaars
- "Rioleringsmensen" gemeente Arnhem

Communicatiedoelstelling

Doelgroepen weten dat hun ontwikkelplannen van invloed kunnen zijn op of moeten voldoen aan regels rondom gebiedsgericht grondwaterbeheer. Ze weten ook dat een gebiedsgerichte aanpak veel minder tijd kost. En omdat zij dit weten en de procedure voor ontwikkeling binnen de gemeente Arnhem kennen, melden zij vroegtijdig hun plannen bij het Loket BWL en hebben zij hun werkwijze ingeregeld o.b.v. gemeentelijke eisen.

NB. 1 Er is een gebiedsgericht grondwaterwaterplan voor een deel van Presikhaaf.

Werkwijze is dat bij vergunning aanvraag de gemeente een quick scan (=proces) uitvoert waarin ook andere aspecten van de ondergrond worden betrokken en eventuele relaties worden gelegd met de bovengrond. Er is nu al een proces, maar door dat te optimaliseren middels effectieve communicatie liggen daar goede kansen voor aanzienlijke kostenbesparingen.

Middelen:

- Brief en of e/mail aan relevante groep van ontwikkelaars, corporaties en aannemers
- Website gemeente Arnhem
- Loket BWL
- Bodemwebsite Omgevingsdienst regio Arnhem

Prioriteit 4 Drukte in de ondergrond (incl. ondergronds bouwen)

Doelgroepen:

- Bouwbedrijven

- Kabelbedrijven
- Ontwikkelaars
- Stedenbouwers van de gemeente

Communicatiedoelstelling

Doelgroepen weten dat er ondergrondse drukte bestaat in sommige delen van Arnhem en weten dat er daarom procedures bestaan voor ondergrondse werkzaamheden en ondergrondse bouwwerken. Omdat zij de procedures kennen en belang hebben bij efficiënte uitvoering/ voorkomen van faalkosten bij hun werkzaamheden passen zij die procedures ook toe in hun dagelijkse werkzaamheden.

Communicatiemotto: *Kijk ook onder de grond!*

Middelen:

- Website gemeente Arnhem
- Loket BWL
- Gemeentelijk symposium
- Item op radio en TV Gelderland
- Tonen van goede voorbeelden o.a. Arnhem Centraal tijdens Open koffie Ondergrond.

NB. Op basis van de kaart van de netwerklaag uit de structuurvisie duidelijk maken dat er ondergrondse drukte is in uiteenlopende gebieden in Arnhem, bijvoorbeeld op gebied van archeologie en ondergronds bouwen. Bewustwording creëren op basis van de in hoofdstuk 1 (blz. 2) aangehaalde paragraaf 2.10 uit de structuurvisie Arnhem.

Hoofdstuk 4 Communicatiematrix/Uitvoeringsagenda 2013

In dit hoofdstuk wordt de communicatie uitvoeringsagenda geconcretiseerd in de vorm van een tabel waarin Tijd, Middel, Doelgroep, Boodschap en Actieverantwoordelijken staan beschreven.

Wat niet geconcretiseerd wordt in dit overzicht is het beschikbare communicatiebudget en de kosten voor de ontwikkeling van een middel/ activiteit.

Datum	Middel	Doelgroep	Boodschap/ Doelstelling	Actie + verantwoordelijke
	Website Arnhem.nl	Inwoners Corporaties Ontwikkelaars Ondernemers Andere steden met meer dan 100.000 inwoners MRA Provincie Gelderland	Webcontent voor het werkveld bodem is up to date en relevant	Check website op relevantie en actualiteit bodem content en vervolgens eventueel aanvullen, c.q. actualiseren van bestaande content. Marc, Marion en webredactie gemeente Arnhem
	Online Kennisbank De Arnhemse bodem	Interne doelgroepen (subgroepen zie pagina 3) Inwoners Corporaties Ontwikkelaars Ondernemers Andere steden >100.000 inwoners MRA Provincie Gelderland	Alles over de Arnhemse ondergrond vindt u online	Vorbereiding en uitvoering aanbesteding van ontwerp en realisatie online kennisbank als subsite www.arnhem.nl Marc en Marion in samenspraak met Afdeling Communicatie gemeente Arnhem
	Open Koffie Ondergrond en invulling van te gebruiken vormen zoals Storytelling, excursie, expert lezing etc.	Inwoners Ontwikkelaars Kabelbedrijven Bouwbedrijven Stedenbouwers van de gemeente	Arnhem loopt voorop en deelt graag kennis! Kernboodschap ondergrond Arnhem al dan niet in combi met beleidsterrein of thema zoals Archeologie, Water, drukte ondergrond, Moer riool etc.	Uitwerken concept van maandelijkse bijeenkomsten ondergrond door Marc, Marion en Carla
	Werkessie rondom concretiseren Masterplan Netwerklaag en gezamenlijk formuleren van spelregels	Relevante interne doelgroepen	Wij gaan aan de slag met een eerste Masterplan Netwerklaag voor het gebied X en voor de zomer 2013 is het gereed. Bepalen wat er in komt en hoe we dat voor elkaar krijgen	Achterhalen wiens taak/verantwoordelijkheid het is dat er een Masterplan Netwerklaag (en voor welke gebieden) komt en vervolgens de gecoördineerde inbreng vanuit de ondergrond organiseren. Initiatief door Marc en Marion
	E-mail met toelichting op inhoud en procedure Masterplan Netwerklaag	Relevante interne doelgroepen	Dit is het Masterplan Netwerklaag van gebied X in Arnhem en dit is de bijbehorende procedure.	Schrijven van e-mail in overleg/afstemming met afdeling communicatie. Lid van projectteam Masterplan
	(Pers)conferentie op locatie oude gasfabriek	Gemeenteraad, Relevante interne doelgroepen Relevante bedrijven UP bodemconvenant	Arnhem loopt voorop bij sanering spoedlocaties	Achterhalen actualiteit dossier Afstemmen met woordvoerder wethouder en contact met sloper of er mogelijkheden en of voorwaarden zijn. Marc, Carla en Maurice

Datum	Middel	Doelgroep	Boodschap/ Doelstelling	Actie + verantwoordelijke
	Excursie (Moer)riool voor inwoners van wijken waar Moerriool groot onderhoud krijgt	Inwoners	Het (Moer)riool is cruciaal voor Arnhem en dat vraagt om onderhoud waar geld voor nodig is en u zo af en toe hinder van ondervindt.	Afdeling Riolering in samenspraak met Marc en afdeling Communicatie
	Video-animatie Arnhems MOER riool	Inwoners, bedrijven en medewerkers gemeente en provincie	Met oog op economische/ duurzame toekomst investeert Arnhem in de ondergrond.	Met behulp van kernboodschap kan briefing worden opgesteld en 2 of 3 aanbieders worden uitgenodigd een inhoudelijk en financieel voorstel te maken.
	Artikel lokale of regionale krant of video item lokale regionale TV over belang waterhuishouding	Inwoners, ontwikkelaars en bedrijven.	Met techniek kunnen we niet alles regelen. Arnhem is ook afhankelijk van natuur. Bv Archeologie in Schuytgraaf in relatie tot nieuwbouw MFC	Marc of Marion spreekt wensen en kansen door met Carla en Maurice die vervolgens een lijn kunnen leggen met lokale en regionale media
	Print en of webcontent WKO zoals ontwikkeld door ministerie van Infra & Milieu over do's en don'ts van open en gesloten systemen zo nodig aangepast aan unieke Arnhemse situatie	Interne doelgroepen Inwoners Corporaties Bedrijven	WKO biedt kansen en dit zijn de spelregels	Effectief inzetten en gebruiken van ontwikkelde middelen door Carla en of afdeling Communicatie in samenwerking met Marc
	E-mail met toelichting en uitnodiging Lunchlezing thema Open en Gesloten WKO systemen	Interne doelgroepen	Dit is de nieuwe procedure rondom aanvraag en realisatie open en gesloten WKO systemen	Opstellen mail en versturen uitnodigingen door Marc of Marion
	Artikel op Gemeentepagina Arnhemse Koerier en de website		De gemeente wil het gebruik van bodemenergie via WKO systemen stimuleren en heeft voor een optimaal gebruik van de systemen een aantal spelregels opgesteld.	Schrijven kopij Aanreiken en publiceren Marc en Carla na communicatieve check door Carla
	Handboek bodemkwaliteit	Aannemers Hoveniers Adviseurs binnen MRA Handhavers	Dit zijn de spelregels op het gebied van bodemkwaliteit en grondverzet	Marc en collega's
	Video over hoe het plan voor gebiedsgericht grondwaterbeheer Presikhaaf in de praktijk wordt uitgevoerd	Inwoners, ontwikkelaars en bedrijven Interne doelgroep	Een geïntegreerde aanpak van grondwaterverontreiniging met ruimtelijke ontwikkeling van een wijk levert succes op.	Marc (en collega's) in samenwerking met wijkteam Presikhaaf ondersteund door afd. communicatie
	Brief over gebiedsgericht grondwaterbeheer Presikhaaf	Ontwikkelaars Corporaties Aannemers "rioolmensen gemeente Arnhem"	Dit is zijn onze spelregels rondom grondwaterbeheer en uw plannen moet u vroegtijdig melden bij Loket BWL.	Opstellen inhoud van brief door Marc of Marion en meelezen./communicatie advies door Carla
	Voorlichtingsfolder over bestemmingsplan leemlagen: waarom dit plan en wat kan wel/niet (meer)	Inwoners, projectontwikkelaars, installateurs en aannemers	Dit zijn de nieuwe spelregels voor grondroerende werkzaamheden in gebieden met de leemlagen	Marc/Marion in samenwerking met afd. Ruimte (?) en afd. communicatie
	Persbericht, eventueel publiek optreden op congres door wethouder na vaststelling van bestemmingsplan leemlagen	Vakwereld inwoners	Laten zien hoe zorgvuldig Arnhem omgaat met geomorfologie en unieke bodemopbouw van de stad	Marc/Marion in samenwerking met afd. Ruimte (?) en afd. communicatie