

Advies communicatie RES-regio Drenthe

Door Reinout de Vries en Douwe de Vries

23 december 2021

A:N+NE.

Inhoud

Inleiding	2
Uitgangspunten publieksvriendelijke monitor	4
Waar is behoefte aan?	5
Gemeenten	5
Maatschappelijke organisaties.....	6
Vanuit inwoners	7
Via welke kanalen communiceren?	9
Voorkeur voor brief en lokale kanalen.....	9
Aanvullend onderzoeksrapport	9
Conclusies en aanbevelingen	11
Verantwoording	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.



Inleiding

Nederland staat voor een grote uitdaging om de klimaatdoelstellingen te behalen die we met elkaar in het Klimaatakkoord in 2019 hebben afgesproken. Om die doelen dichterbij te brengen, werken de overheden in de provincie Drenthe regionaal samen met maatschappelijke organisaties aan een Regionale Energiestrategie (RES). Dit heeft in 2021 geresulteerd in een RES 1.0, waarin doelen gesteld zijn voor onder meer de grootschalige opwek van duurzame energie in 2030. De RES-regio Drenthe heeft een zogeheten RES-monitor in ontwikkeling die de voortgang van het bereiken van de doelen uit de RES moet laten zien. Deze voortgang wil de RES-regio Drenthe ook aan inwoners van Drenthe zichtbaar maken. Hiermee volgen we het inwonersadvies uit het Drents Energieverhaal op, om te komen met een publieksvriendelijke monitor.

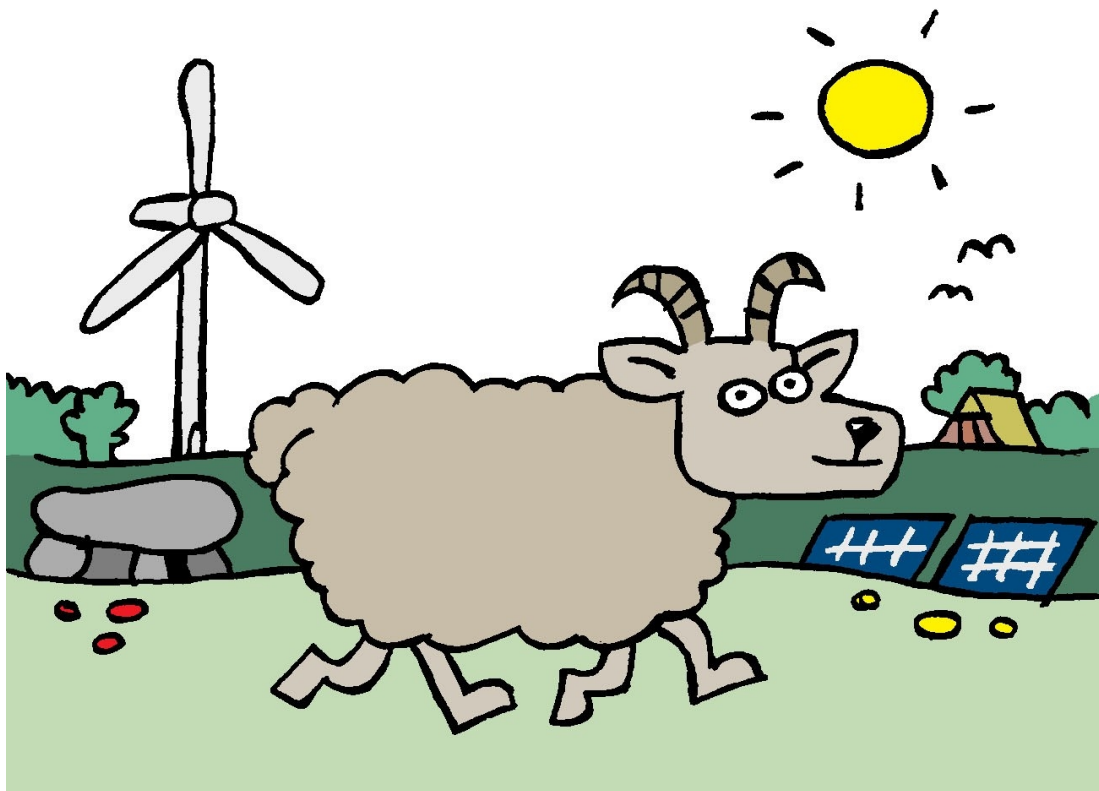
Daarvoor is ANNE gevraagd om te onderzoeken met welke communicatieaanpak dat het beste zou kunnen. In dit document laten we zien hoe we dat hebben onderzocht, wat de uitgangspunten voor de uitwerking zijn en geven we handvatten om daadwerkelijk te communiceren richting inwoners.

Duurzame energie in Drenthe

De RES 1.0 vraagt inzet van alle betrokkenen, van zowel gemeenten, waterschappen, provincie als maatschappelijke organisaties. Maar omdat een belangrijk onderdeel van de RES 1.0 gaat over het realiseren van duurzame opwek in het landschap, hebben de ambities uit de RES 1.0 impact op vrijwel alle inwoners van Drenthe. De inpassing van de windmolens en zonnevelden zal namelijk in bestaand landschap moeten gebeuren. Een landschap dat op dit moment ook al functies heeft, of het nu natuur, landbouw of recreatie is. En bovendien hebben gemeenten, maatschappelijke organisaties en inwoners vele ambities los van de energietransitie. Uitbreiding van stedelijke kernen, natuurontwikkeling en landbouw gaan niet altijd samen met alle vormen van duurzame energie. Anders gezegd: kiezen voor het één lijkt vaak een keuze tegen het ander. Waarbij er in de RES in Drenthe overigens wel degelijk voor gekozen is om waar mogelijk koppelingen te maken met andere ambities.

Daarnaast is iedereen in Nederland, en ook in Drenthe, onderhand wel overtuigd dat er iets moet gebeuren aan duurzame energie. Dat blijkt onder meer uit onderzoek uitgevoerd in opdracht van de provincie Drenthe naar duurzaam gedrag van de Drenten. Maar niet altijd staan mensen erachter dat dat moet gebeuren door middel van grootschalige opwek bij hen in de buurt. Desalniettemin hebben de overheden in de RES er gezamenlijk voor gekozen dat ook Drenthe een bijdrage levert. En wil Drenthe ook over die bijdrage vertellen. Naar inwoners en naar medeoverheden.

Het biedt wat achtergrond bij de redenen waarom het belangrijk is om de voortgang van de RES-regio Drenthe ook in begrijpelijke en heldere taal te communiceren. De RES-monitor is het uitgangspunt, maar hierbij aansluiten bij de leefwereld van inwoners en bij het grotere plaatje van de energietransitie is van wezenlijk belang. Dit advies beoogt dan ook een koppeling te maken tussen deze leefwereld van inwoners en de bestuurlijke werkelijkheid van de energietransitie waarin vele belangen samenkomen.



Uitgangspunten publieksvriendelijke monitor

Om te komen tot een heldere communicatie van de publieksvriendelijke monitor hebben we vooraf samen met de RES-regio Drenthe een aantal uitgangspunten opgesteld. Deze uitgangspunten geven een kader aan waarbinnen de communicatieve aanpak een plek kan krijgen.

We hebben drie uitgangspunten geformuleerd waar een goede publieksvriendelijke monitor aan moet voldoen. Allereerst moet de monitor aansluiten op de RES-ambities. Daarnaast moet de monitor aansluiten bij de communicatie-aanpak van de aangesloten partijen en moet de aanpak ook aansluiten bij de wensen uit de bevolking. Dit werken we hieronder verder uit.

- **De publieksvriendelijke monitor moet aansluiten bij de doelen in de RES-regio Drenthe.** Uiteindelijk zijn de doelen uit de RES het uitgangspunt voor wat we aan het publiek laten zien. De onderdelen die in de RES-monitor opgenomen zijn, zijn daarbij ook uitgangspunt. We staan ervoor open om eventueel ook breder te kijken, maar de RES-monitor vormt het beginpunt van ons denken. Zoals de RES-regio Drenthe ook de verbinder kan zijn van de verschillende duurzaamheidsambities van de aangesloten partijen, kan de communicatie over de RES-monitor ook de verbinder zijn in de communicatieve aanpak van de verschillende partijen.
- **De publieksvriendelijke monitor moet aansluiten op de communicatieaanpak van de aangesloten RES-partijen.** De verschillende partijen die samenwerken in de RES-regio Drenthe communiceren zelf ook over energie gerelateerde onderwerpen. Sterker nog, gemeenten en maatschappelijke organisaties werken primair zelf aan de energietransitie binnen hun eigen organisaties. Wanneer we een publieksvriendelijke monitor maken of ontwikkelen, moet dit aansluiten bij de communicatieaanpak van alle partijen. Zo zorgen we ervoor dat gemeenten en maatschappelijke organisaties ook een belang hebben om de publieksvriendelijke monitor te gebruiken. Het helpt namelijk niet alleen de RES verder, maar ook de afzonderlijke partijen.
- **De publieksvriendelijke monitor moet aansluiten op de behoeften van de bevolking.** De publieksvriendelijke monitor moet uiteraard aansluiten bij het publiek. We moeten het publiek interesseren voor de onderwerpen in de RES, die in sommige gevallen best ver van ze af staan. We willen namelijk niet alleen aansluiten bij de groep inwoners van Drenthe die intrinsiek al gemotiveerd is om informatie over de energietransitie en de RES tot zich te nemen, maar juist de groep die normaal niet zo geïnteresseerd is.

Waar is behoefte aan?

Voor dit onderzoek hebben we gesproken met een diverse groep medewerkers van provincie, gemeenten en maatschappelijke organisaties, die samenwerken in de RES. Daarnaast hebben we *ad random* 20 inwoners van Drenthe gesproken. Hieruit kunnen we een aantal conclusies trekken over de behoeftes in de communicatie. We zullen dat hieronder per doelgroep aangeven.

Gemeenten

Gemeenten vormen in meerdere opzichten een belangrijke groep in de communicatie over RES-gerelateerde onderwerpen. Ten eerste vindt de grootschalige opwek (net als de warmtetransitie overigens) altijd plaats op het grondgebied van de gemeenten, en is de gemeente in veel gevallen de meest nabije overheid van inwoners. De gemeente is ook in juridische zin een belangrijke partij. In veel gevallen zal de gemeenteraad akkoord moeten gaan met plaatsing en vindt het politieke debat over locaties voor grootschalige opwek ook in de gemeenteraad plaats. Bovendien heeft de gemeente het meeste contact met inwoners, en weet dus ook het beste wat er speelt in de verschillende wijken. Kortom: ze kunnen voor dit onderzoek goed aangeven wat inwoners belangrijk vinden. En tot slot hebben ze zelf ook ambities in de energietransitie. Hieronder gaan we in op de ambities die de gemeenten vanuit deze achtergronden hebben om te communiceren vanuit een RES-monitor.

- **Een verbindend verhaal ontzorgt gemeenten.** Gemeenten hebben veel op hun bordje liggen, in de communicatie over de energietransitie, maar ook daarbuiten. Je ziet dat gemeenten graag in de lead zijn wat betreft het communiceren richting inwoners, maar daarin ook ontzorgd willen worden.
- **Maak een integraal verhaal.** De energietransitie gaat nooit alleen over de energietransitie. De energietransitie gaat ook over gebruik van landbouwgrond, natuurbeheer en economie. Bovendien gaat de RES weliswaar met name over grootschalige opwek, maar communiceren gemeenten ook over andere aspecten van de energietransitie, zoals het leggen van kleinschalige zonnepanelen en aardgasvrije wijken. Voor inwoners lopen deze onderwerpen in elkaar over. Het zou gemeenten dan ook helpen als de communicatie handvatten biedt om dit onderscheid minder strikt te maken, maar een integraal verhaal te vertellen.
- **Verlies samenwerking niet uit het oog.** Iedere gemeente heeft een andere context. De ene gemeente heeft veel industrie, de ander veel natuur. Voor een grote gemeente is het lastiger om het eigen verbruik duurzaam op te wekken dan een kleine gemeente met veel landbouwgrond. De kern van de RES is juist dat we samenwerken en zoeken naar de beste plekken en vormen voor duurzame opwek – regio breed. Wanneer we te veel de nadruk leggen op wat er per gemeente gebeurt, lopen we het risico gemeenten juist wel tegen elkaar op te zetten. Tegelijkertijd willen we wel inzichtelijk maken wat er in een gemeente gebeurt. Een oplossing kan zijn om de voortgang ten opzichte van de doelen in de RES 1.0

te laten zien. In plaats van de absolute getallen of de relatie ten opzichte van het verbruik in de gemeente.

- **Communiceer over zon op dak.** Zon op dak wordt door menig gemeente gezien als belangrijke pijler onder de energietransitie. Dan gaat het om zon op dak in de breedste zin, dus ook over de daken van woningen. Dit onderwerp is ook zo belangrijk om over te communiceren omdat veel inwoners vragen naar de voortgang van zon op dak. 'Leg die zonnepanelen maar op daken', is een veelgehoorde term. Dan moeten we ook laten zien dat we daar daadwerkelijk aan werken.
- **Maak de energietransitie begrijpelijk voor inwoners.** Binnen de energietransitie bestaat de neiging om te praten in technische termen als Terawatturen en MegaJoules. Dit zegt de gemiddelde inwoner weinig en is uiteindelijk ook niet zo relevant. Wel relevant is hoeveel woningen we van elektriciteit kunnen voorzien met de opgewekte energie. Dat soort concretisering maakt de communicatie begrijpelijker en tastbaarder.
- **Maak de communicatie handelingsgericht.** Veel gemeenten geven aan dat ze inwoners graag handelingsperspectief bieden als het gaat om de energietransitie. Bij grootschalige opwek is dat lastig, dat wordt wel gezien door gemeenten. Maar bij andere aspecten in de energietransitie past het wel heel goed. Wanneer je een huis koopt, denk je vaak ook na over verduurzaming. Dan is communicatie nuttig, omdat je de actie van de individuele persoon dan in een groter perspectief kunt plaatsen. Je bent onderdeel van de beweging naar een duurzamer Drenthe.
- **Maak collectief eigendom zichtbaar.** Aansluitend daarop is het ook goed om collectief eigendom zichtbaar te maken. Binnen Drenthe wordt op veel plekken al gewerkt met collectief eigendom, en het is goed om te laten zien op welke manier dat kan. Dit zijn de wat meer kwalitatieve aspecten van een RES-monitor.

Maatschappelijke organisaties

Naast de gemeenten vormen de maatschappelijke organisaties een belangrijk onderdeel van de RES-regio Drenthe stuurgroep. Zo is er een vertegenwoordiging van belangenorganisaties van natuur en milieu (Natuur- en Milieufederatie Drenthe), landbouw (LTO Noord), energiecoöperaties (Drentse KEI), het bedrijfsleven, woningcorporaties en de jongeren. Wij hebben gesproken met een vertegenwoordiger van de Natuur- en Milieufederatie Drenthe, een vertegenwoordiger van de Drentse KEI en een vertegenwoordiger van LTO Noord. De maatschappelijke organisaties zijn blij deel te nemen aan de stuurgroep van de RES-regio Drenthe. Ze vertegenwoordigen allemaal hun eigen belangen en hun eigen achterban, maar hebben (o.a.) als gemeenschappelijke deler dat ze met een andere bril naar participatie en communicatie met inwoners kijken dan gemeenten. Het verschil zit hem de insteek, 'hoe gaan we dit aan de burgers vertellen (gemeente) versus hoe gaan we de inwoners hierbij betrekken (maatschappelijke organisaties)'. De maatschappelijke organisaties hebben behoefte aan een bepaalde vorm van communicatie rondom de RES-monitor, die we hieronder behandelen.

- **Klein beginnen met communicatie.** Zoals de gemeenten ook aangeven, is begrijpelijkheid in de communicatie cruciaal. Begin op het niveau van een huishouden, ga dan naar het lokale energieproject, om vervolgens het politieke proces uitleggen. Zo wordt een groot proces concreet gemaakt voor de inwoners.
- **Gebruik lokale ambassadeurs en koplopers.** Lokale mensen die enthousiast vertellen over zonneparken en windmolens kunnen de grote massa in beweging brengen volgens de maatschappelijke organisaties. Het is daarbij belangrijk dat een lokaal iemand het verhaal vertelt, omdat dat vertrouwd is en veel Drenten volgens hen in het begin wat afwachtend zijn.

- **Communiceer over lokaal eigenaarschap.** De maatschappelijke organisaties zien heil in het stimuleren van eigenaarschap. Het moet iets van de mensen in Drenthe worden, waarbij het gaat om onze windmolen, en ons zonnepark. Stimuleren door eigendom in plaats van alleen financiële prikkels en hier ook over communiceren is voor hen van belang.
- **Communicatie en informatie over lokaal eigendom.** Ook de maatschappelijke organisaties geven aan dat er al van alles gebeurt in Drenthe als het gaat om lokaal eigendom, maar dat het overzicht ontbreekt. Om anderen te inspireren moet er inzichtelijk worden gemaakt wat er al gebeurt.
- **Verantwoordelijkheid niet alleen bij de burger neerleggen.** De politiek moet laten zien dat ze zelf ook echt achter de energietransitie staan. Dit is een belangrijk aspect bij de communicatie. Het mag geen eenzijdige last zijn voor burgers die nauwelijks grip hebben op de situatie en op het politieke proces erachter. Communiceer dus ook over wat je als overheid doet, dat kan je leiderschapsrol versterken. Hierbij kan je denken aan informatie over wat je doet aan duurzame opwek op overheidsgebouwen.
- **Burgerparticipatie.** Burgerparticipatie staat echt gemarkeerd bij de maatschappelijke organisaties. Communicatie of het betrekken van inwoners kan volgens één van de organisaties bijvoorbeeld ook via burgerfora waar burgers via willekeurige loting voor worden geselecteerd. Laat ook zien hoe burgerparticipatie een rol heeft gekregen binnen de energieprojecten die tot stand zijn gekomen.
- **Informatie over aanvliegroutes.** Voor de vogel- en natuurliefhebbers is het belangrijk om de potentiële schade van energieprojecten voor de natuur mee te nemen in de communicatie. Een voorbeeld is het in kaart brengen van hoe om is gegaan met aanvliegroutes bij de komst van windmolenparken.

Vanuit inwoners

Een belangrijk onderdeel van de RES 1.0 gaat over het realiseren van duurzame opwek in het landschap, waarbij de ambities uit de RES 1.0 impact hebben op vrijwel alle inwoners van Drenthe. De RES-regio Drenthe wil graag aansluiten bij de behoeften van deze inwoners, en wil weten hoe ze het beste de inwoners kunnen meenemen in de communicatie. Dit kan je aan gemeenten of maatschappelijke organisaties vragen, maar het meest logisch is het om het aan de inwoners zelf te vragen. ANNE vindt het daarbij belangrijk om een diverse groep inwoners te spreken, zodat niet alleen de hoog betrokkenen mee kunnen praten en de communicatie ook aansluit bij mensen die minder bezig zijn met de energietransitie. Via straatinterviews en telefonische interviews is geprobeerd om een zo divers mogelijke groep te spreken.

In totaal zijn met 20 inwoners van Drenthe gesprekken gevoerd. De meesten daarvan zijn niet of nauwelijks bezig met de energietransitie. Wel merken de respondenten dat het steeds meer onderwerp van gesprek wordt, mede door de stijgende gasprijzen. Degenen die iets meer bezig zijn met de energietransitie storen zich aan de zonnepanelen, en zien graag dat eerst de boerderij- en industriedaken worden vol gelegd. Vrijwel alle respondenten geven aan dat ze een wat afwachtende houding hebben rondom de energietransitie. Dat is iets vanuit de Drentse cultuur merken ze op, om eerst 'de kat uit de boom te kijken'. We hebben de belangrijkste behoeften van de inwoners op een rijtje gezet.

- **Communicatie waarbij het financiële plaatje voor inwoners** duidelijk naar voren komt. Inwoners zien grootschalige opwek als onderdeel van het grotere verhaal van de energietransitie. Er is behoefte aan handelingsperspectief. Over handelingsperspectief is lastig te communiceren wanneer het gaat om grootschalige opwek, maar bij isolatie, besparen of zonnepanelen is dat wel mogelijk. Wanneer er geen handelingsperspectief

mogelijk is, is het belangrijk om de communicatie klein te maken, tot op het niveau van de opwek teruggerekend naar huishoudens.

- **Mee aan de hand genomen worden.** De afwachtende houding van veel Drenten zorgt dat ze graag worden voorzien van informatie. Informatie over wat er gebeurt in de provincie en wat er van inwoners zelf wordt verwacht. Ter illustratie: een inwonster van Noord Sleen wil wel van het gas af, maar wil eerst horen van de gemeente Coevorden wat hun planning is voordat ze gaat handelen. Een inwoner van Emmen gaf precies hetzelfde aan. Ook al gaat de RES over grootschalige opwek, deze onderwerpen kunnen ook een plaats krijgen in de communicatie.
- **Niet alleen maar het 'goed voor het klimaat verhaal' te horen krijgen.** Een aantal respondenten geeft aan dat ze moe worden van het klimaatpraatje, ook hier kan concreet handelingsperspectief en een rendement verhaal uitkomst bieden.
- **Zorg voor een expertiseteam.** Mensen willen graag weten waar ze terecht kunnen als ze bepaalde inhoudelijke vragen hebben. Lokale gemeenten zijn hiervoor de aangewezen partij, maar hebben volgens sommige respondenten te weinig mankracht en slagkracht. Vanuit de provincie zou een analyse gemaakt kunnen worden bij welke gemeenten er extra expertise nodig is, om vervolgens via kennis- en expertisedeling deze gaten te vullen.
- **Platte informatie overbrengen.** Een aantal inwoners geven aan dat mensen overtuigen en meekrijgen vooral op inhoud gaat. Hierbij kan het helpen als er gewoon bij mensen wordt aangebeld en door lokale mensen het gesprek wordt aangegaan. Veel inwoners geven aan 'eerst zelf iets te onderzoeken voordat ze een bepaald verhaal geloven', platte informatie overbrengen kan dan een duwtje in de rug geven.

Via welke kanalen communiceren?

Wanneer je weet waar de behoeften in de communicatie liggen, rest de vraag nog via welke kanalen de inhoud hiervan wordt gecommuniceerd. Uit ons bureauonderzoek en onze gestelde vragen bij de interviews kunnen we daar een aantal conclusies uit trekken.

Voorkeur voor brief en lokale kanalen

Allereerst geven de geïnterviewde inwoners aan om het liefst per post geïnformeerd te worden over lokale projecten in de energietransitie. Daarnaast is er een duidelijke voorkeur voor communicatie via bestaande lokale kanalen, zoals dorpskrantjes en de lokale media. Sociale media wordt amper genoemd als effectief communicatiemiddel. Dit is in lijn met wat RES-partner waterschap Hunze en Aa's opmerkt. Social media posts over zachte onderwerpen als de bever krijgen veel respons, terwijl harde onderwerpen als de energietransitie nauwelijks respons en (daarmee) bereik opleveren. Het gebruik van Instagram in de provincie is echter wel gestegen, baseren we op [onderzoek van Social Dutch](#). Zij publiceren elk jaar de laatste Facebook en Instagram cijfers per gemeente. In 2021 daalde het aantal Facebook gebruikers in Drenthe met 5% t.o.v. 2020, het aantal Instagram gebruikers steeg met 23%.

Aanvullende onderzoeksrapporten

Februari 2020 is een [onderzoeksrapport](#) uitgebracht door onderzoeksbureau Lexnova in opdracht van de Provincie Drenthe. Het rapport betreft een verkennend onderzoek naar draagvlak en participatie in de energietransitie. Doel van de inwonerspeiling is inzicht te krijgen in de manier waarop de bevolking betrokken wil worden en wil participeren in de energie- en klimaattransitie. Onderdeel van het rapport is via welke weg inwoners geïnformeerd willen worden, wat aansluit op onze vraag via welke kanalen te communiceren.

Het onderzoek bestaat uit een enquête die is ingevuld door ongeveer 1000 mensen. In het rapport staan een aantal relevante bevindingen:

- *"Het is van belang om ook de doelgroep met minder mogelijkheden (veelal lager opgeleid, minder inkomen) te bereiken. Deze groep wordt onvoldoende bereikt met de reguliere middelen zoals de website, enquêtes en subsidies met ingewikkelde procedures. Deze groep met beperkte middelen heeft een intensievere en persoonlijkere aanpak nodig."*
- *"Inwoners van niet-landelijke woongebieden willen meer betrokken worden via digitale vormen."*
- *"Jonge respondenten willen meer betrokken worden via digitale vormen..." – (Uit 'Onderzoeksrapport Lexnova 2020')*

De conclusies vragen om een communicatieaanpak die afhankelijk is van het opleidingsniveau in de regio, de leeftijd van de inwoners en of het een stedelijk of ruraal gebied is. De doelgroep die

grotendeels bestaat uit lager opgeleiden en mensen met een minder inkomen, verdient extra aandacht. Een aantal van onze eigen respondenten geeft aan zich ook zorgen te maken hoe deze groep mee wordt genomen in de energietransitie. Het is daarom goed om te kijken hoe de RES-regio Drenthe ook deze doelgroep kan bereiken, om te beginnen door niet alleen uit te gaan van de reguliere communicatiemiddelen en meer tijd en energie te stoppen in een persoonlijkere aanpak.

Tot slot komen uit het 'Drents Energieverhaal' ook een aantal aanbevelingen naar voren. Uit dit onderzoek blijkt dat Drenten de voorkeur geven aan regelmatige en persoonlijke communicatie. Daarbij is het belangrijk dat de informatie makkelijk vindbaar is en aansluit bij hun beleevingswereld. Er is niet direct voorkeur voor één communicatiekanaal, maar wel om juist zo veel mogelijk verschillende media te gebruiken. Deze aanbevelingen komen overeen met waar de gemeenten, maatschappelijke organisaties en inwoners in ons onderzoek voor pleiten. Een persoonlijke, begrijpelijke en lokale manier van communiceren heeft duidelijk de voorkeur.



Conclusies en aanbevelingen

Wat betekent dit alles voor de communicatie over de voortgang van de RES-regio Drenthe. De RES-monitor is nog in ontwikkeling, maar er zijn volop kansen om integraal, consistent en effectief te communiceren over de voortgang van de RES. Hieronder geven we aan wat we adviseren.

1. De RES faciliteert de informatievoorziening

De RES zorgt ervoor dat de informatie over de voortgang van de RES toegankelijk gecommuniceerd wordt. In heldere taal, grafieken of factsheets. Zo kan van deze informatie gemakkelijk gebruik worden gemaakt door een ieder die over de voortgang van de RES wilt communiceren, zoals gemeenten, provincie en maatschappelijke organisaties. De informatie komt daarvoor op een openbare site waar met name gemeenten gebruik van kunnen maken.

2. Gemeenten in de lead

Als afzender zijn gemeenten in de lead. Zij zijn het meest effectief in het bereiken van hun inwoners. In de lead betekent in dit geval ook echt dat zij bepalen wanneer er gecommuniceerd wordt, en welke informatie dan gecommuniceerd wordt. Wel kunnen afspraken gemaakt worden over een minimale frequentie, zodat we borgen dat over heel Drenthe dezelfde boodschap verspreid wordt. Dat de communicatie van de RES wordt aangepast aan de lokale context, is alleen maar logisch. De provincie kan voor specifieke doelgroepen ook afzender zijn, maar is voor de meeste inwoners toch een partij die verder weg staat van inwoners. Wel kan de provincie een verbindende rol spelen in de samenwerking tussen verschillende partijen, omdat zij net als het RES-bureau het hele speelveld van de provincie overziet.

3. Stimuleer het gebruik van de stijl van de RES

Om te stimuleren dat er een integraal verhaal komt over de energietransitie in Drenthe, helpt het als gemeenten en maatschappelijke organisaties zelf ook informatie kunnen delen in dezelfde stijl als die van de RES-regio Drenthe. Informatie over lokale voortgang, zon op dak, maar ook over de warmtetransitie kan zo gemakkelijker gedeeld worden. Wanneer informatie over de voortgang niet voor de hele RES-regio beschikbaar is, kan de RES-regio Drenthe helpen deze informatie boven water te krijgen.

4. Neem het initiatief als RES

Het is belangrijk om als RES-regio Drenthe wel het initiatief te blijven nemen in de communicatie. Dit doe je door regelmatig met updates te komen, en ook gemeenten (en ook provincie en eventueel maatschappelijke organisaties) te stimuleren om te communiceren. Het is belangrijk om een communicatienetwerk op te zetten en te voeden, waarin regelmatig over de communicatie naar buiten toe gesproken wordt, en waarin iedereen als gelijkwaardig deelnemer aanwezig is.

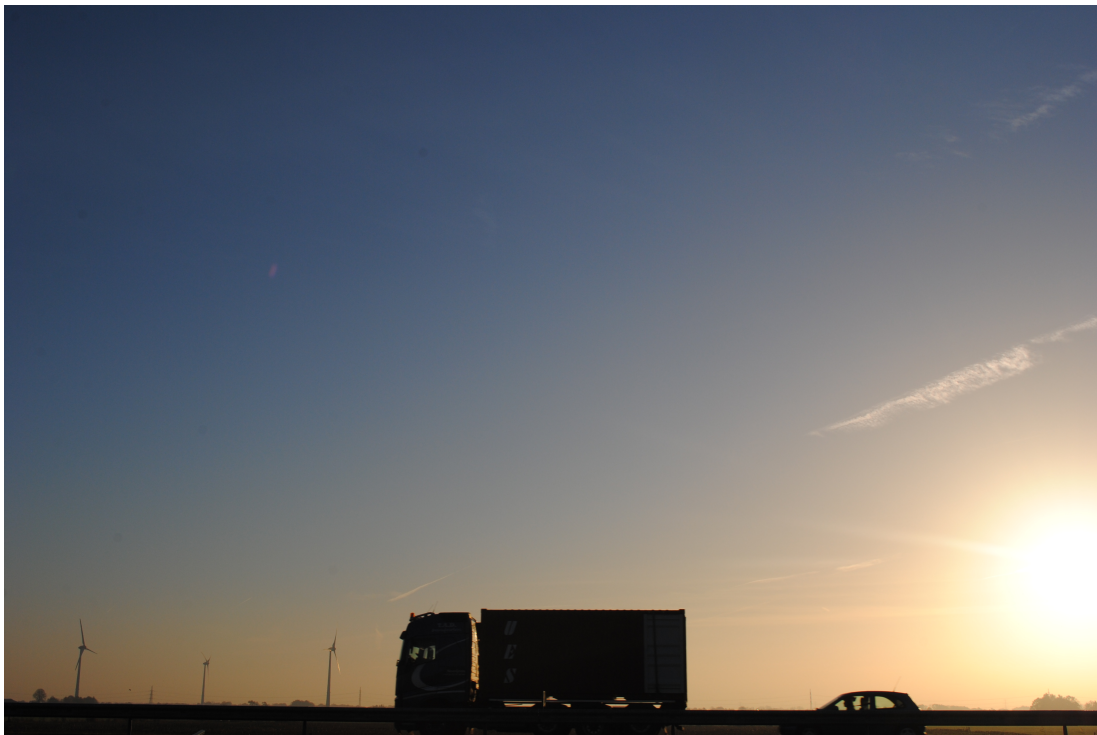
5. Communiceer over kwalitatieve en kwantitatieve voortgang

Het is belangrijk om zowel kwantitatieve informatie als kwalitatieve informatie aan te bieden. Dat betekent dus zowel informatie over de effectieve voortgang van de RES (hoeveel duurzame energie wordt er grootschalig opgewerkt in relatie tot de doelen, hoe is dat over Drenthe verspreid, et

cetera) als over hoe dat gebeurt (welk percentage van natuur of landbouwgrond wordt gebruikt voor energieopwek, welke mogelijkheden voor lokale participatie zijn er, hoe wordt er met inwoners over de komst van grootschalige opwek gesproken).

6. Communiceer positief en constructief over energieopwek

Inwoners hebben duidelijk behoefte aan constructieve informatie over grootschalige opwek. Met name de grote middengroep die niet zo met klimaatverandering bezig is, wordt niet meer zo geraakt door het *klimaatverhaal*. Uit onderzoek blijkt ook dat een appel op angst niet altijd werkt, maar dat een nadruk op hoe mensen mee kunnen doen effectiever is.



denken. doen. verbinden.

A:N+NE.

Goudsteeg 7

8011 PP Zwolle

info@wijzijnanne.nl

www.wijzijnanne.nl

Volg ons op [Twitter](#) en [LinkedIn](#)