

Heerlen

Projectplan ENGAGE-Heerlen

Inhoudsopgave

Projectplan ENGAGE-Heerlen	1
Inleiding	2
Doelen	3
Doelgroepen	3
Poster strategie	4
Media / verspreiding	5
Regionale en landelijke verspreiding	6
Video clip	6
Uitdagingen (kansen en belemmeringen)	6
Planning	7
Indicatoren	7
Organisatie	8
Budget	8



Heerlen

Inleiding

Heerlen gaat de komende jaren actief aan de slag met klimaatbeleid. Het doel van het beleid is het terugdringen van de CO₂-uitstoot met minimaal 20% (ten opzichte van 1990) door; het verhogen van de energie-efficiëntie met 20% en de inzet van duurzame energiebronnen met 20% én door zelf het goede voorbeeld te geven en anderen uit te dagen en stimuleren hier een bijdrage aan te leveren. Heerlen wil deze ambitie in 2020 verwezenlijken. Met dit klimaatbeleidsplan wordt hiervoor de basis gelegd.

Het klimaatbeleidsplan is een uitwerking van de strategische visie Economie en Klimaat, waarin het Heerlense beleid ten aanzien van nieuwe energie vanuit twee invalshoeken (economie en duurzaamheid) globaal wordt beschreven. In het klimaatbeleidsplan wordt de duurzaamheidskant van het energiebeleid verder uitgewerkt, waarbij de gemeente Heerlen uitgaat van de volgende algemene aanpak:

- Zelf doen (zelf als organisatie het goede voorbeeld geven)
- Anderen stimuleren
- Samenwerken

Rekening houdend met deze algemene aanpak wordt momenteel een meer concrete aanpak beschreven voor de thema's : Gemeentelijke organisatie, Huishoudens/inwoners, Bedrijven/instellingen, Verkeer en vervoer

Een essentieel onderwerp is de organisatie van het Heerlense klimaatbeleid, waarbij een belangrijke rol is weggelegd voor de Heerlense Klimaatambassade. Doel van de Klimaatambassade is het mobiliseren van andere partijen om een bijdrage te leveren aan het realiseren van de doelstellingen van het klimaatbeleid.

Klimaatambassadeurs 'engagen' zich door zich in te zetten. Niet alleen door een belofte te doen, maar door een concrete actie uit te voeren. Bv. Door het plaatsen van zonnepanelen op de woning, door de auto wat vaker te laten staan en met de fiets naar het werk te komen of door de verlichting van de etalage tussen 24.00 en 07.00 uit te schakelen.

Alle acties worden tevens ingevoerd in een CO₂-monitor die middels een google-maps applicatie zichtbaar maakt waar in onze stad mensen 'klimaat-actief' zijn.

Binnen de klimaatambassade wordt een 'Club van 20 voor 20' gevormd uit ambassadeurs die het college 2 maal per jaar adviseren over de voortgang van het klimaatbeleid.

Dit sluit prima aan bij de Heerlense imago-campagne 'Wij zijn Heerlen', waarbij niet langer problemen voorop staan, maar de trots van Heerlenaren. In deze campagne vertellen burgers en ondernemers, ouderen en jongen, mannen en vrouwen, autochtonen en allochtonen over hun positieve beleving van Heerlen. Er is zoveel waar we als Heerlenaren trots op kunnen zijn. En dat moeten we vooral laten zien en over vertellen.

Het Engage-project biedt de mogelijkheid om een aantal van deze zaken te combineren.

Heerlen

Doelen

ER-doelen

- Betrokkenheid vergroten bij het globale klimaatprobleem.
- Meer informatie verstrekken over lokale mogelijkheden om zelf iets te doen aan het klimaatprobleem.
- Meer inwoners en stakelholders stimuleren een bijdrage te leveren aan de klimaatdoelen van de gemeente en Europa.

SMART-doelen :

- Een CO2 reductie van 20% in 2020 t.o.v. 1990.
- Een energiebesparing van 20% in 2020 t.o.v. 1990.
- 20% van de energieverbruik in 2020 wordt opgewekt uit duurzame bronnen.
- 20 personen uit de ambtelijke organisatie, 15 stakeholders en 150 burgers doen mee met de postercampagne.

Doelgroepen

Interne Organisatie

1. Collegeleden
2. Management
3. reeds actieve collega's
4. nieuwe interne ambassadeurs/collega's

Stakeholders

1. Reeds actieve stakeholders (uit projecten, uit club van 20voor20)\
2. Nieuwe externe ambassadeurs
3. Sport en andere verenigingen (oude subsidietrajecten, als instituut (bv. een zonneboiler bij de voetbalclub))
4. Scholen en opleidingsinstituten (als instituut)
5. Lokale, regionale of landelijke bekendheden

Burgers

1. Reeds bekende burgers (oude subsidieterajecten)
2. Sport en andere verenigingen
3. Scholen en opleidingsinstituten
4. Nieuwe externe ambassadeurs (gezinnen, ouderen, zakenlieden)
5. Raadsleden
6. Lokale, regionale of landelijke bekendheden

Heerlen

Poster strategie

Door de fasering binnen het project en de verschillen in doelgroepen is een specifieke aanpak van de doelgroepen gewenst.

A : Strategie voor de interne organisatie

Er lopen reeds een aantal trajecten waarbij de collega's worden opgeroepen om ook een bijdrage te leveren aan klimaatbeleid, nieuwe energie, duurzaamheid en duurzaam inkopen. Door de reeds bestaande ambassadeurs te laten zien zullen naar verwachting andere collega's ook warm lopen om een bijdrage te leveren. Dit kan zowel vakinhoudelijk zijn als in de privésfeer. Voor zover een collega ook in Heerlen woont, zullen deze beschouwd worden als burgerinitiatieven.

Interne organisatie Actie 1

Een eerste posterserie maken van collegeleden en directieleden op basis van persoonlijke uitnodiging. Introductie middels een presentatie tijdens een collegevergadering door de wethouder en tijdens directieoverleg door projectleider.

Interne organisatie Actie 2

Tweede serie met reeds actieve collega's/ambassadeurs, zoals aardgasauto's, TL-vervanging stadskantoor, rioolwaterturbine, mijnwater, Openbare Verlichting, Onderwijs, Vastgoed, e.d.

Interne organisatie Actie 3

Organiseren van een Paleisgesprek o.i.d. om de boodschap te vertellen achter onze klimaatdoelen/Covenant of Mayors, de opzet van de klimaatambassade en de postercampagne. Tijdens deze bijeenkomst kunnen de eerste mensen ook op de foto gezet worden voor een willekeurige achtergrond of men geeft zich op voor een fotomoment op locatie. Dit middels een intake-formulier.

Interne organisatie Actie 4

Collega's kunnen zich via de website van de klimaatambassade melden voor hun engagement en fotoshoot.

B : Strategie voor stakeholders

Omdat we ervoor kiezen om posters te maken van concrete acties, kunnen we starten met stakeholders uit reeds gerealiseerde of lopende acties/projecten. Dit kan zowel projectgeoriënteerde zijn als in de privésfeer. Voor zover het stakeholders zijn die ook in Heerlen wonen, kunnen deze beschouwd worden als burgerinitiatieven. Daarnaast proberen om een groep prominente stakeholders te benaderen die een voorbeeldrol kunnen vervullen. Dit kunnen leden van de 'Club van 20 voor 20' zijn.

Stakeholder Actie 1

Een eerste serie posterserie maken van bestaande relaties uit de lopende projecten, zoals het SUN-project, LIONS-project basisscholen, Energieke scholenproject, Energieke bedrijventerrein de Beitel, Duurzaam C-MILL, L&S-Subsidieregeling, HRe-ketel pilot, eerdere subsidietrajecten, e.d. Personen hiervoor persoonlijk uitnodigen middels een schrijven. Fotoshoot op locatie te regelen.

Stakeholder Actie 2

Idem als actie 1, maar specifiek voor prominenten

C : Strategie voor burgers

Voor burgers dienen we te starten met reeds bekende acties van burgers om hiermee goede voorbeelden te laten zien van mensen die iets doen. Getracht zal moeten worden om een goede mix te vinden tussen bekendheden en minder bekende burgers. Het mooiste zou zijn om een grote spreiding te hebben en wijkgericht te kunnen werken. Posters in de wijk van mensen uit de wijk.

Heerlen

Burger Actie 1

Een eerste posterserie met bestaande ambassadeurs uit reeds gelopen en lopende projecten en prominenten op locatie. Zorgen voor voldoende spreiding over de stadsdelen.

Burger Actie 2

Lancering van de klimaatambassade na de zomervakantie. Hieraan koppelen een tweede posterserie met burgers die zich inschrijven voor de klimaatambassade via de website. Op locatie bij de ambassadeurs.

Burger Actie 3 en verder.

Een derde posterserie met nieuwe ambassadeurs in de verschillende stadsdelen. Hier vallen ook de raadsleden onder. Fotoshoots organiseren tijdens evenementen in de wijken of speciale momenten op druk bezochte plekken in de stadsdelen. Hiervoor een stand, partytent, banieren maken.

Mogelijke evenementen : Dag vd Nieuwe Energie (12-4), Corio tropical (28-7), profronde (29-7), Koninginnedag (30-4), koopzondagen, braderie Hoensbroek (2-6), kermissen, wijkfeesten.

Mogelijk in combinatie met de/een rijdende informatiewinkel.

Burger Actie 4

Een speciale ENGAGE-Day (verplichting van IEE) organiseren in oktober in combinatie met de bijeenkomst van de 'club van 20 voor 20'.

Media / verspreiding

Media voor de interne organisatie posters

- Website klimaatambassade en ENGAGE
- Een maandelijks nieuwsitem op intranet
- Een wisselende poster op een aantal vaste plekken in het gebouw (kliklijsten in lifthal, kantine, ??)
- Mega-poster tijdelijk op gevel stadskantoor/stadhuis
- Vermelding in posterboek na afloop van Engage-project

Media voor de stakeholders

- Website klimaatambassade en ENGAGE
- Een maandelijks nieuwsitem op de website van Heerlen
- Nieuwsbrieven branche, lectoraat Nieuwe Energie
- Ophangen posters in verenigingslokalen en scholen
- Vermelding in posterboek na afloop van Engage-project
- Digitale display (Rob Aalders)
- Opnemen op site Heerlen Live

Media voor de burgers

- Website klimaatambassade en ENGAGE
- Een maandelijks nieuwsitem op de website van Heerlen
- Een terugkerend item in de stadskrant
- ABRI's, city-displays rondom lancering of afsluiten project
- Uitgeven van een kalender met poster en tips
- Ophangen posters in publiek toegankelijke gebouwen (stadhuis, bibliotheek, theater, musea)
- Ophangen posters in sporthallen, zwembad, verenigingsgebouwen, e.d.
- Ophangen in wachtkamers huisartsen, tandartsen, zorginstellingen, ziekenhuis, e.d.

Heerlen

- Ophangen bij kerken, treinstations, OV-knooppunt.
- Wijkgericht posters ophangen met mensen uit de wijk in wijkcentra, bakkers en supermarkten.
- Wijkgericht posters met mensen uit de wijk in wijkbladen, websites wijken.
- Vermelding in posterboek na afloop van Engage-project
- Gebruik maken van nieuwe media als Youtube, Twitter, Facebook, Yammer, Hyves, e.d.

Regionale en landelijke verspreiding

Voor de regionale en landelijke verspreiding van de Engage-postercampagne is het belangrijk om een aantal prominenten op de poster te hebben staan die ook buiten Heerlen bekend zijn, zoals bv. Jack Kimman, Gosse Boxhoorn, Paul Ham, Jan de Wit, Frans Timmermans, evt. minister, vz. klimaatverbond, Louis Hiddes, koninklijk huis, Piet Paulusma, Lianda Sjerps, Bert Kersten of opvolger, ??

Uitrol actie 1

Afspraak inplannen met Klimaatverbond – Sjaak de Ligt (Energy-Cities member)
Evt. in combinatie met Agentschap NL, Milieu Centraal, Hier-campagne, Klimaatbureau.

Uitrol actie 2

Presentatie op provinciale coördinatorenoverleg van Omschakelgemeenten in de provincie Limburg in 2011.

Uitrol actie 3

Presentatie tijdens een MAHHL klimaatcoördinatoren overleg van de Euregionale samenwerking tussen Maastricht, Aken, Hasselt, Heerlen en Luik in 2011.

Uitrol actie 4

Presentatie/workshop op Landelijke klimaatconferentie Agentschap/Klimaatverbond 2011 en 2012

Video clip

Door de projectleiding van het Engage-project wordt een stramien aangeleverd voor een video demo-clip over het project. Hier kunnen alle deelnemende steden eigen beeldmateriaal inladen om hiermee hun video-clip over het project te kunnen maken.

Voor Heerlen is hiervoor contact gezocht met de vakrichting/afdeling AV-producties van het Arcus College in Heerlen. Met hen wordt gesproken over een project/stageopdracht voor studenten, voor zowel de Heerlense invulling als het opmaken van het stramien (i.p.v. Futerra).

Mochten de contacten met het Arcus-college op niets uit lopen, zullen de mogelijkheden van Parkstad Mobile Live, AV-point en de ENG-Company onderzocht worden. Dit zal echter zwaardere financiële consequenties hebben.

Uitdagingen (kansen en belemmeringen)

- Het nemen van de foto's zal gedeeltelijk via een professionele fotograaf moeten gebeuren. Hier zijn hoge kosten voor inhuur aan verbonden.
- Mogelijk dat het Arcus College ondersteuning bieden middels studenten voor het nemen van foto's.

Heerlen

- Mogelijk kan Arcus ons helpen met de video-clip. Dat zou erg mooi zijn om hier lokale studenten bij te betrekken. Hiermee doen zij praktijkervaring op en komen zij in aanraking met een Europees project.
- Mogelijk dat Arcus ook het stramien zou kunnen maken voor het project, hetgeen natuurlijk helemaal mooi zou zijn. Kosten hiervoor dienen wel uit het Futerra-budget te komen.

Planning

[illegible]

Indikatoren

- Aantal posters van bestuurders en ambtenaren
- Aantal posters van raad- en commissieleden
- Aantal posters van stakeholders
- Aantal posters van burgers



Heerlen

- Aantal aanmeldingen klimaatambassade
- Aantal hits op de website van de klimaatambassade
- Aantal hits op de NL-versie van de Engage website
- Aantal publicaties in gedrukte pers
- Specifieke vragen via de Parkstad Monitor

Organisatie

Het projectteam voor het Engage-posterproject in Heerlen is samengesteld uit :

- Hans van der Logt, beleidsmedewerker energie en duurzaamheid, afdeling stadsplanning
- Hanny Bladt, senoir communicatie adviseur, afdeling communicatie
- Sanne Brandwagt, junior communicatie adviseur, afdeling communicatie
- Riekie Fermans, senior DTP medewerker, afdeling facilities
- Ankie van der Sleen, projectassistent afdeling stadsplanning

Budget

WP					Eigen inbreng
1	Management	Travel cost	Reiskosten 6x €400	€ 2400	
			verblijfskosten	€ 1800	
2	Eu comm. identity	Subcontr.	Vertaling tool	€ 500	
3	Engage local	Subcontr.	Poster prints e.o	€ 100	
			Poster prints sh&b	€ 825	
			fotograaf		PM
			Gez. ENGAGE energiedag	€ 2500	
		Other spec.	Lokale energie dag	€ 2500	
5	Comm&eu camp.	Subcontr.	Video clip	€ 3000	
		travel	Lancering ENGAGE-event	€ 550	
			Nat event presentatie	€ 550	
		Other spec.	Studie bezoek	€ 500	



The sole responsibility for the content of this document lies with the authors. It does not necessarily reflect the opinion of the European Union. Neither the EACI nor the European Commission are responsible for any use that may be made of the information contained therein.