

Communicatiehandleiding rondom het verkeersbesluit

De komst van een zero-emissiezone (ZE-zone) voor stadslogistiek is meer dan alleen een technische opgave. Het is belangrijk dat vervoerders, ondernemers en andere betrokkenen binnen de zone op de hoogte zijn van de aanstaande veranderingen. Het tijdig overbrengen van deze informatie is een verantwoordelijkheid van gemeenten, en vormt een essentieel onderdeel van het voorbereidingstraject ZE-zone.

Dit document is bedoeld als leidraad voor communicatieadviseurs van gemeenten. Het zet uiteen wat er op landelijk niveau gedaan wordt aan communicatie en geeft inzicht in de communicatieverplichtingen op gemeentelijk niveau. Naast de **verplichte** communicatie (dat gekoppeld is aan het verkeersbesluit dat moet worden genomen voor de invoering van een ZE-zone voor stadslogistiek), bevat dit document ook communicatiemiddelen die **sterk geadviseerd** worden en **inspiratie** voor vrij in te vullen 'aanvullende communicatie'.

Het is voor het juist communiceren over de komst van de zero-emissiezones en de bijbehorende juridische voorbereidingsprocedure niet noodzakelijk om juridisch onderlegd te zijn, wel is het belangrijk om te weten waarom er een juridische voorbereidingsprocedure doorlopen dient te worden. Voor deze uitleg kan bijlage A geraadpleegd worden.

Inhoud

1. Inleiding	2
2. Toelichting landelijke communicatie	2
2.1 Boodschap.....	2
2.2 Websites.....	3
2.3 Brieven	3
2.5 Communicatietools die gebruikt kunnen worden door gemeenten	4
2.6 Ondersteunende producten	4
2.7 Landelijke communicatiebijeenkomsten voor gemeenten	5
3. (Verplichte) communicatiemiddelen voor gemeenten	5
3.1 Verplichte communicatie.....	5
3.2 Nadrukkelijke aanbevelingen.....	6
3.3 Overige communicatiemiddelen.....	9
3.4 Per fase een toelichting van gewenste en verplichte communicatie.	11
4. Bijlagen	11

1. Inleiding

Het doel van dit document is om gemeenten te ondersteunen op het gebied van communicatie rond de invoering van een ZE-zone voor stadslogistiek. Op dit moment is het voor gemeenten niet altijd duidelijk wat hun verantwoordelijkheid is op het gebied van communicatie. Onderliggend doel van dit document is om hier duidelijkheid in te scheppen en om een *sense of urgency* te kweken bij gemeenten, aangezien zij – als bevoegde gezagen – de partijen zijn die **de verantwoordelijkheid dragen voor accurate communicatie** omtrent de komst van een ZE-zone voor stadslogistiek.

Gemeenten kunnen dit document gebruiken tijdens de verschillende fasen rond het nemen van een verkeerbesluit (meer uitleg over een verkeersbesluit en bijbehorende verplichtingen zijn te vinden in de bijlage). In dit document worden daarin de volgende drie fasen onderscheiden:

1. De periode *voorafgaand* aan de juridische procedure van het verkeersbesluit.
2. De periode *tijdens* de formele juridische procedure (die eindigt met een definitief verkeersbesluit)
3. De periode *na* het vastgestelde verkeersbesluit en voor het ingangsmoment van de ZE-zone (1-1-2025, dan wel later).

In dit document zullen de volgende onderdelen uitgewerkt worden:

1. Toelichting landelijke communicatie
2. Juridisch verplichte communicatieonderdelen
3. Nadrukkelijk aanbevolen communicatieonderdelen
4. Facultatieve, aanvullende communicatieonderdelen
5. Bijlage A: Toelichting verkeersbesluit
6. Bijlage B: Gedragsveranderingsstrategie MKB doehetzero.nl
7. Bijlage C: *Best practices*

2. Toelichting landelijke communicatie

De gemeente is verantwoordelijk voor het op de juiste manier communiceren van de komst van een ZE-zone en het bijbehorende verkeersbesluit. Echter, op landelijk niveau wordt ook over de komst van de ZE-zones voor stadslogistiek gecommuniceerd. In dit hoofdstuk wordt duidelijk gemaakt wat er wel en niet gecommuniceerd wordt op landelijk niveau, welke kernboodschap het Rijk daarbij hanteert en welke middelen hiervoor worden ingezet. Er wordt zowel ingegaan op de communicatiemiddelen richting de doelgroep (zoals bijvoorbeeld de brieven die het Rijk verstuurt) als de middelen die dienen ter ondersteuning van gemeenten (zoals bijvoorbeeld communicatietools).

2.1 Boodschap

In de landelijke communicatie staat de algemene boodschap *‘de zero-emissiezones komen eraan’* centraal. Hiermee communiceert het ministerie van IenW op hoofdlijnen over:

- De komst van de ZE-zones,
- De locaties van de ZE-zones,
- Landelijke regels,
- Landelijke subsidies en fiscale regelingen.

De doelgroep van de landelijke communicatie richt zich op de Nederlandse bezitters van bestel- en vrachtauto's, internationale bedrijven die naar Nederland komen en gemeenten. Belangrijk uitgangspunt is dat **het Rijk op algemeen niveau** communiceert, en gemeenten specifieke informatie delen.

2.2 Websites

OpwegnaarZES.nl

OpwegnaarZES.nl is de primaire informatiebron voor gemeenten, deze website is ook bruikbaar voor (grote) bedrijven, zoals vervoersbedrijven, brancheorganisaties, etc.

Op de pagina voor gemeenten, <https://www.opwegnaarzes.nl/gemeenten>, komen nieuwe producten die gebruikt kunnen worden door verschillende afdelingen van gemeenten. Zo staat er bijvoorbeeld een overzicht van de SPES Webinars en een handleiding voor het brievenpakket.

OpwegnaarZES.nl heeft daarnaast een aantal pagina's specifiek gericht op bedrijven, <https://www.opwegnaarzes.nl/bedrijven>. Op deze pagina kan onder andere informatie gevonden worden over invoerdata en locaties van de ZE-zones. Ook worden de toegangseisen en overgangsregelingen voor de verschillende type auto's getoond, is er een kentekencheck, een overzicht van subsidies en fiscale regelingen en verdere tips.

Doehetzero.nl

Doehetzero.nl is een website specifiek gericht op de kleine mkb'ers in een ZE-zone en de mkb'er buiten een zone, die werkzaamheden uitvoert in de zone. Het idee is dat elke gemeente die een ZE-zone voor stadslogistiek gaat invoeren een eigen pagina heeft op doehetzero.nl, met specifieke informatie over o.a. de omvang, contactgegevens van een logistiek makelaar, lokale subsidieregelingen, etc. Gemeenten zijn zelf verantwoordelijk om de juiste informatie aan te leveren voor deze website. Dit kan middels contact op te nemen met support@doehetzero.nl.

Doehetzero.nl wordt niet beheerd door het Ministerie van IenW, maar door Topsector Logistiek – Connekt.

2.3 Brieven

Het Rijk verstuurt via de RDW brieven naar verschillende voertuigeigenaren met de aankondiging dat er ZE-zones worden ingevoerd in verschillende gemeenten. Deze al verstuurde brieven staan in de tabel hieronder weergegeven.

Verstuurde brieven door RDW				
Groep *	Bestel (N1, <3500 kg)		Vracht (N2 en N3, >3500 kg)	
	Rechtspersoon	Natuurlijke personen	Rechtspersoon	Natuurlijke personen
Euro0-4	Verstuurd februari 2023 (zie link)	Verstuurd in september 2023 (zie link)	Verstuurd juni 2023 (zie link)	
Euro5	(Nog) niet, mogelijk in 2024	(Nog) niet, mogelijk in 2024		
Euro6	Idem	Idem		
<ul style="list-style-type: none"> Euro VI-bakwagens die op 1-1-25 >5 jaar oud zijn Euro VI-trekkers die op 1-1-25 >8 jaar oud zijn 	N.v.t.	N.v.t.	= zelfde brief als bovenstaand	

Tijdslijn brieven

Februari '23	N1 < 3500 kg (<u>rechtspersonen</u>)	<ul style="list-style-type: none"> Bestelwagens - rechtspersonen De voertuigcategorie N1 omvat 'lichte bedrijfsauto's'. Het zijn motorvoertuigen op vier of meer wielen, ontworpen en gebouwd voor het vervoer van goederen.
Juni '23	N2 + N3 > 3500 kg (<u>rechtspersonen en natuurlijke personen</u>)	<ul style="list-style-type: none"> Vrachtwagens N2 + N3 > 3500 kg zijn 'zware bedrijfsauto's' (zwaarder dan 3500 kg). Het zijn motorvoertuigen op vier of meer wielen, ontworpen en gebouwd voor het vervoer van goederen.
September '23	N1 < 3500 kg emissieklasse <5 (<u>natuurlijke personen</u>)	<ul style="list-style-type: none"> Bestelwagen Particulier Emissieklasse <5

Doelgroepen die wel te maken krijgen met de invoering van een ZE-zone en nog **geen brief ontvangen hebben** zijn de bestelwagens met emissieklasse Euro 5 en Euro 6 (N1). Dit gaat om zowel natuurlijke als rechtspersonen. Het Rijk verstuurt nog geen brieven naar deze doelgroep omdat deze voertuigen pas later te maken krijgen met de gevolgen van de ZE-zone.

In hoofdstuk 3 wordt uitgebreider ingegaan op de brieven die gemeenten zelf kunnen sturen.

2.5 Communicatietools die gebruikt kunnen worden door gemeenten

Op opwegnaarZES.nl/downloads staan verschillende communicatietools die ontwikkeld zijn door SPES, zoals online banners, posters en illustraties. Ook doehetzero.nl heeft een communicatietoolkit ontwikkeld, deze is te downloaden via doehetzero.nl/downloads. Doehetzero heeft ook een gedragsveranderingsstrategie opgesteld, deze is te vinden in de bijlage B.

2.6 Ondersteunende producten

Naast de bovenstaande website, brieven en communicatietools, zijn er meer middelen die door het Rijk worden ingezet om op landelijk en gemeentelijk niveau aandacht te genereren voor de komst van de ZE-zones. Een greep hieruit:

- Promotieteams met gemeente specifieke én algemene informatie over de invoering van de ZE-zone voor stadslogistiek. Aanvraag voor een promoteam kan gedaan worden via redactie@opwegnaarzes.nl (Ike de Rooij).
- Video's via Doehetzero: <https://www.youtube.com/@doehetzero>
- Online campagne: "Mag jouw bestelauto in 2025 de stad nog in? Doe de [check!](#)"
- Overige communicatie, zoals radio spots van fabrikanten, nieuwsartikel afschrijvingstermijnen, NT TV interview (Nieuwsblad Transport).



2.7 Landelijke communicatiebijeenkomsten voor gemeenten

Tot slot wordt er vanuit SPES periodiek een landelijke communicatiebijeenkomst georganiseerd. Deze bijeenkomsten zijn specifiek gericht op communicatiemedewerkers van gemeenten, met het doel om landelijke acties toe te lichten én om te leren van elkaar. Een aantal van de gedeelde voorbeelden zijn ook te vinden in bijlage C tot en met F van dit document. Wilt u als communicatiemedewerker aansluiten bij deze bijeenkomsten, meld u dan aan via redactie@opwegnaarzes.nl.

3. (Verplichte) communicatiemiddelen voor gemeenten

In dit hoofdstuk worden de verschillende communicatiemiddelen voor gemeenten toegelicht. Noodzakelijk om te benoemen is dat het per gemeente kan verschillen welke middelen de voorkeur genieten. Gemeenten zullen dus zelf moeten bekijken welk middel het meest passend is. Uiteraard is het wel van belang om te voldoen aan de communicatie die verplicht is als gevolg van het verkeersbesluit.

3.1 Verplichte communicatie

Onderstaande communicatie is verplicht in het kader van de wettelijke procedure voor besluitvorming.

Bekendmaking

De gemeente dient via een verkeersbesluit bekend te maken dat het een ZE-zone in gaat voeren (voor meer informatie hierover zie ook bijlage A). Hierbij geldt:

Algemene bekendmaking via Gemeenteblad

Het besluit tot invoering van een ZE-zone is niet specifiek gericht tot een of meer belanghebbenden en kan daarom op algemene wijze – via het Gemeenteblad - bekend gemaakt worden en hoeft niet direct aan belanghebbenden verstuurd te worden.

Uit de bekendmaking moet duidelijk worden dat, hoe en binnen welke termijn er zienswijzen of bezwaren kunnen worden ingediend tegen het (ontwerp-)besluit. Hierbij moet ook worden opgenomen waar stukken kunnen worden ingezien.

Het ontwerp-verkeersbesluit en de daarbij behorende stukken (zoals bijvoorbeeld ontwerp - ontheffingenbeleid) dienen voor iedereen beschikbaar te zijn. Het ontwerpbesluit kan digitaal beschikbaar zijn en te downloaden zijn of worden toegestuurd per e-mail, maar moet ook op papier ter beschikking kunnen worden gesteld.

Een veel gebruikte manier om de stukken op papier beschikbaar te stellen in de praktijk is dat de stukken op papier kunnen worden afgehaald bij een loket van de gemeente of bij dit loket (online) geraadpleegd kunnen worden.

Specifieke bekendmaking bij afwijkingen

Indien sprake is van besluiten die specifiek gericht zijn tot een of meerdere belanghebbenden – zoals bijvoorbeeld een ontheffing – dan dienen deze besluiten rechtstreeks aan de belanghebbenden toegezonden te worden.

Mogelijkheid bieden voor (fysieke, mondelinge) inspraak

Afhankelijk van de gevolgde wettelijke procedure, moet er altijd gelegenheid worden geboden voor het indienen van (mondelinge) zienswijzen tegen het ontwerpbesluit of bezwaar tegen besluit.

Gemeenten dienen de schriftelijke zienswijzen zorgvuldig te beoordelen en te beantwoorden, en eventueel gelegenheid te bieden voor een mondelinge toelichting op de zienswijzen. Na de

behandeling van de zienswijzen is het vervolgens noodzakelijk dat de beantwoording van de zienswijzen en het besluit over de vaststelling van het ontwerpbesluit zorgvuldig bekend worden gemaakt. De afdeling communicatie kan hierbij ondersteuning bieden of initiatief nemen om inspraak te faciliteren en hierover op een correcte wijze te communiceren.

Indien sprake is van een bezwaarprocedure, dienen gemeenten zorg te dragen voor een zorgvuldige bezwaarprocedure volgens de vereisten uit de Awb. De beslissing op bezwaar moet aan de belanghebbenden worden toegezonden.

3.2 Nadrukkelijke aanbevelingen

De volgende communicatieacties zijn juridisch niet verplicht, maar worden zeer nadrukkelijk aanbevolen met oog op bezwaar- en beroepszaken en het verkrijgen van voldoende draagvlak.

Documenteren van alle communicatiemomenten

Het is van belang dat alle communicatie gedocumenteerd wordt. In bezwaar- en beroepsprocedures kan worden gevraagd op welke wijze, welke doelgroep, wanneer is geïnformeerd. Ook is het met het oog op het volledig en juist informeren van de doelgroepen wenselijk om een overzicht te hebben van de informatie die gedeeld is. Het wordt daarom aanbevolen om voor elk communicatiemoment in zowel het verleden als de toekomst een dossier aan te leggen.

Gemeentewebsite

Het wordt aanbevolen om alle informatie op een centrale plek op te nemen en actueel te houden. Advies is om hiervoor de gemeentewebsite te gebruiken. Op de website wordt vanuit de lokale situatie gekeken naar de ZE-zone voor stadslogistiek. De volgende onderdelen kunnen hier geplaatst worden:

- Informatie wat een ZE-zone voor stadslogistiek inhoudt, waarom deze wordt ingevoerd en waarom op dit moment. Elke gemeente kan daarbij een narratief kiezen die het beste aansluit bij de ambities van de stad. Dit kan bijvoorbeeld een gezonde-, duurzame of schone stad zijn. Ook is het aan te raden om aan te geven dat andere steden, als onderdeel van de Green deal, ook een ZE-zone voor stadslogistiek invoeren en dat er in de toekomst meer steden gaan volgen.
- Een link naar de formele documenten die tot het besluit van invoering hebben geleid.
- Een duidelijke tijdlijn met een korte toelichting van de verschillende stappen tot invoering.
- Informatie waar bezoekers terecht kunnen met hun vragen, bijvoorbeeld bij een loket of contactpersoon binnen de gemeente.
- Een link naar doehetzero.nl, zodat kleine mkb'ers meer specifieke informatie kunnen verkrijgen
- Een link naar de 'Opwegnaarzes kentekencheck' (zie communicatietools hoofdstuk 2).

Het is belangrijk om in alle communicatie naar de eigen website te verwijzen. De gemeentewebsite is hét communicatiekanaal waar ook in de toekomst het vervolgproces en definitief besluit terug te vinden moeten zijn. Zorg dat er intern iemand verantwoordelijk is voor de informatie op de website en dat de informatie in verschillende talen wordt aangeboden. Houd hierbij de doelgroep, bezitters van bestel- of vrachtauto's, wederom goed in de gaten.

Brieven

Ondanks dat het versturen van brieven geen juridische verplichting is, leert de ervaring dat het versturen van geadresseerde informatieve brieven een van de meest effectieve communicatiemiddelen is. Het wordt dan ook zeer sterk aangeraden om informatie over de aanstaande zone per brief te versturen.

Gemeenten mogen – onder voorwaarden – eigen ingezetenen altijd een brief sturen (rechtspersonen én natuurlijke personen), dat is dan ook het basisadvies. In het [Stappenplan ZE-zones](#) is onder stap 5 ‘Communicatie’ ondersteunende informatie te vinden over het versturen van brieven. Gebruik het document ‘Handleiding brievenpakket’ voor instructies.

Naast het versturen van brieven naar eigen ingezetenen, ligt het voor de hand om ook rechtspersonen in de regio aan te schrijven. Het advies van SPES is om in gesprek te gaan met de regio of provincie om te kijken welke rol zij hierin kunnen spelen. Het zal verschillend zijn per gemeente welke gemeenten in de regio aangeschreven dienen te worden.

SPES raadt aan om op verschillende momenten brieven te versturen. De boodschap zal door de tijd heen verschillen, variërend van een aankondiging van de zone in het algemeen, tot een aankondiging van de start van de formele besluitvormingsprocedure en het informeren over de daadwerkelijke invoering van de zone. Onderaan dit hoofdstuk is een overzicht geplaatst van de verschillende communicatiemomenten en middelen.

De brieven die vanuit de RDW worden verstuurd richten zich op een algemeen publiek. Bij het opstellen van de brieven door gemeente wordt aan aangeraden om:

- Ontvangers van de brieven zo persoonlijk en specifiek als mogelijk te informeren over wat er wanneer verandert.
- Te erkennen dat de invoering impact kan hebben op de bedrijfsvoering van een bedrijf en direct te adviseren over (of door te verwijzen naar) vervangende mogelijkheden en het aanvragen van ontheffingen.
- Te benadrukken dat de invoering van de ZE-zone niet puur gemeentelijk beleid is, maar dat de invoering vanuit een landelijke opgave is ontstaan.

Bij het opstellen en versturen van brieven is het verder aan te raden om stil te staan bij onderstaande punten:

Ontvangers binnen de eigen gemeente:

Breng iedereen (rechts- én natuurlijke personen) met een bestel- of vrachtauto via een informerende brief op de hoogte van de invoering van de ZE-zone voor stadslogistiek. Zoals in hoofdstuk 2 staat, zijn er op dit moment nog geen brieven vanuit het RDW gestuurd naar de eigenaren van motorvoertuigen met emissieklasse Euro 5 en Euro6. Houd er dus rekening mee dat een brief vanuit de gemeente, de eerste brief zal zijn die deze groep ontvangt.

Naast het benaderen van eigenaren van een bestel- of vrachtauto, is het ook sterk aan te raden om op een of meerdere momenten alle ingezetenen binnen de zone op de hoogte te stellen van de toekomstige invoering van de zone. De gevolgen van de invoering van de zone kan mogelijk ook een effect hebben op hen, bijvoorbeeld wanneer zij bezoek krijgen van een ondernemer of eigenaar van een bestel- of vrachtauto.

Ontvangers buiten de eigen gemeente:

Naast het versturen van brieven naar belanghebbenden in de eigen gemeente, ligt het voor de hand om ook rechtspersonen in de regio aan te schrijven die regelmatig in de ZE-zone komen. Stuur buiten de gemeente enkel rechtspersonen (ondernemers) een informerende brief met de boodschap dat er een ZE-zone voor stadslogistiek wordt ingevoerd in een nabije gemeente. Het aanschrijven van natuurlijke personen is o.b.v. AVG-wetgeving namelijk niet toegestaan

Het advies van SPES is om in gesprek te gaan met de regio of provincie om te kijken welke rol zij in de communicatie kunnen spelen. Het zal verschillen per gemeente welke regionale partijen aangeschreven dienen te worden. Het voordeel van het overleg met de regio, provincie en/of buurgemeenten (bijvoorbeeld via regionaal verkeersberaad) is dat naast rechtspersonen, door hun eventueel ook natuurlijke personen buiten de gemeente benaderd kunnen worden met brieven. Een 'niet-ZE-zone-gemeente' kan er namelijk voor kiezen om haar eigen inwoners te informeren over de ZE-zone in een buurgemeente.

Gezamenlijk aanspreekpunt

Wanneer verschillende ZE-zones bij elkaar in de buurt liggen, waardoor dezelfde buurgemeenten aangeschreven dienen te worden, is het aan te raden om één gemeente of samenwerkingsverband als aanspreekpunt te houden, denk hierbij bijvoorbeeld aan de Metropoolregio Amsterdam. Het is dan wel wenselijk dat alle ZE-gemeenten de brief ondertekenen. Ook is het voorafgaand aan het versturen van de communicatie belangrijk om duidelijk te kijken naar ontheffingen en of deze overeen komen.

Loket

SPES adviseert om een digitale plek in te richten waar individuele vragen en verzoeken over de invoering van de ZE-zone gesteld kunnen worden. Dit digitale loket dient te worden voorzien van een antwoordformulier of mailadres, waardoor burgers en bedrijven gemakkelijk contact kunnen opnemen voor informatie en ondersteuning met betrekking tot de implementatie van de ZE-zone. Zoals eerder in dit hoofdstuk is beschreven, is het verplicht om mogelijkheid te bieden voor inspraak. Het digitale loket kan hiervoor worden gebruikt.

Bijeenkomsten

In het kader van de juridische voorbereidingsprocedure is het niet verplicht om een bijeenkomst te organiseren. Echter, met het oog op de verplichting om een belangenafweging aan het verkeersbesluit ten grondslag te leggen, kan het verstandig zijn om een (of meerdere) stakeholdersbijeenkomst(en) te organiseren waarbij de ideeën en zorgen van betrokkenen kunnen worden geuit.

Daarbij is het, zoals bij elke activiteit die georganiseerd wordt als onderdeel van 'participatie', belangrijk om kritisch te zijn op het doel van een bijeenkomst. Omdat de invoering en de omvang van de zones in een aantal ZE-steden al zo goed als definitief is, is niet altijd op alle onderdelen nog inspraak mogelijk. Het is daarom belangrijk dat er transparant gecommuniceerd wordt over de reden voor de bijeenkomst, waar participanten nog invloed op kunnen uitoefenen (en waar niet!) en dat eventuele verwachtingen goed gemanaged worden.

Wanneer het mogelijk is, wordt aangeraden om al in een vroeg stadium participatief op te trekken met de doelgroep, bijvoorbeeld met ondernemers en vervoerders. Bij de bijeenkomsten dichter op de invoeringsdatum van de zone, zou het doel van de bijeenkomst voornamelijk 'informeren' zijn. De informatie creëert urgentie en bewustzijn bij ondernemers, vervoerders en andere betrokkenen en helpt deze partijen om zich voor te kunnen bereiden op de komst van de ZE-zone. Door direct handvatten te bieden (bijv. door te wijzen op de eerder genoemde kentekenchecker) kan de gemeente deze voorbereiding verder ondersteunen. Waar de bijeenkomst ook voor kan dienen is het in beeld krijgen van eventueel onzichtbare doelgroepen en heikele punten waar de communicatie en wellicht randvoorwaarden op aangepast kunnen worden.

Er zijn veel verschillende typen bijeenkomsten die georganiseerd kunnen worden. Hierbij is het belangrijk om onderscheid te maken tussen de doelgroep en het doel van de bijeenkomst en daar het programma op aan te passen. Ook kan het wenselijk zijn om een bijeenkomst te organiseren op een plek waar de doelgroep sowieso al komt, bijvoorbeeld in een truckerscafé, een marktplein, een groothandel of hub.

Een kleine greep uit bijeenkomsten die georganiseerd zouden kunnen worden:

- Bewonersbijeenkomsten met een focus op informeren over de invoering in het algemeen en informatie over eventueel relevante ontheffingen of stadshubs.
- Een (zeer) kleine bijeenkomst waar vertegenwoordigers met de gemeente in gesprek kunnen gaan over de toekomstige ZE-zone voor stadslogistiek.
- Inloop in een truckerscafé nabij de entree van een stad met informatie over de ZE-zone voor stadslogistiek.
- Een groot 'feestelijk' evenement zoals Plug In 010 (zie bijlage GE) met verschillende informatiesessies, aanspreekpunten en waarbij verschillende zero-emissie voertuigen uitgetest kunnen worden. Dit kan in samenwerking met beroepsverenigingen georganiseerd worden.
- Aansluiten bij andere participatiebijeenkomsten, bijvoorbeeld over de herinrichting van winkelstraten of een omgevingsvisie.
- In samenwerking met een marktmeester een inloopsessie doen op het marktplein na afbouw van de markt.

Overigens betekent een bijeenkomst niet per se dat er een plenaire presentatie plaatsvindt. Het kan ook een inloopbijeenkomst betreffen waar genodigden terecht kunnen met vragen aan medewerkers van de gemeente of logistiek makelaars (bijvoorbeeld aan verschillende informatiekraampjes).

3.3 Overige communicatiemiddelen

Tot slot zijn er nog een aantal andere communicatiemiddelen waar kort bij stilgestaan wordt. Deze communicatiemiddelen zijn, net als bovenstaande middelen, niet verplicht, maar kunnen aanvullend ingezet worden. Het advies is om veel verschillende kanalen in te zetten, zodat een grote groep bereikt wordt. Hiervoor kan gedacht worden aan:

Sociale media

Het voordeel van de inzet van social media is dat er online specifiek '*getarget*' kan worden op verschillende doelgroepen. Hiermee kan communicatiebudget ook gericht ingezet worden. Het is aan te raden om zowel gebruik te maken van de communicatietools van opwegnaarZES.nl en doehetzero.nl (zie hoofdstuk 2) als vanuit de gemeente. Kijk per thema of het wenselijk is om er een 'gemeente sausje' overheen te gieten.

Media

Om lokale aandacht te genereren kan er content in lokale media gedeeld worden. Er zou bijvoorbeeld een interview gehouden kunnen worden met positieve wethouders of met ondernemers die al klaar zijn voor de invoering. Hierbij moet opgemerkt worden dat hiermee dat ondernemers in buurgemeenten niet bereikt worden.

Communicatie via branchepartijen / ondernemers- en bewonersverenigingen

Maak gebruik van bestaande communicatiekanalen in de regio, bijvoorbeeld van branchepartijen, ondernemersverenigingen of bewonersverenigingen. Via deze kanalen kunnen eventueel ook enquêtes uitgezet worden om een indruk te krijgen van

On-street marketing

Bij *on-street* marketing kan aan veel verschillende vormen gedacht worden, bijvoorbeeld:

- Abriposters op tactische locaties, bijvoorbeeld met de boodschap: De zero-emissiezone voor stadslogistiek komt eraan! Mag jouw bus in 2025 de stad nog in?
- Het plaatsen van informatieborden bij bijvoorbeeld verkeerslichten, plekken waar vaak file staat en/of evenementen.
- Met een informatiepunt rondrijden om aandacht te genereren en informatie te geven op relevante locaties.
- Inzet landelijke promotieteams, zie hoofdstuk 2.
- Informatieborden plaatsen in verschillende talen in wijken waar veel anderstaligen wonen.
- Een creatief 'aandacht genererend' voorwerp plaatsen met nieuws waarde voor lokale nieuwskanalen, potentieel een verplaatsbaar voorwerp. Een voorwerp zou zowel op verschillende locaties binnen de zone geplaatst kunnen worden als in regiogemeenten en in nabije ZE-zone gemeenten. Denk bijvoorbeeld aan de plastic walvis die in [Utrecht](#) geplaatst is.

Samenvattend vindt u op de volgende pagina een overzicht van de communicatiemiddelen en de bijbehorende fasering (voorafgaand en tijdens de juridische procedure en tussen het vastgestelde beleid en de invoeringsdatum). Uiteraard is het mogelijk om, afhankelijk van de lokale situatie, hier extra middelen aan toe te voegen.

3.4 Per fase een toelichting van gewenste en verplichte communicatie.

	Periode voorafgaand aan juridische procedure	Juridische procedure	Tussen vastgesteld beleid en
Middelen	Boodschap: De ZE-zone komt eraan – aandacht genereren	Boodschap: Terinzagelegging ontwerpbesluit OF bekendmaken besluit	Boodschap: De ZE-zone wordt / is ingevoerd per ...
<i>Gemeentebblad</i>	-	Kennisgeving van het (ontwerp-) besluit. *	-
<i>Gemeente website</i>	Up to date informatie voorziening. **	Up to date informatie voorziening, verwijzing naar mogelijkheid tot inspraak en publicatie beantwoording inspraak. **	Up to date informatievoorziening. **
<i>Loket</i>	Mogelijkheid bieden tot indienen van vragen. **	Mogelijkheid bieden voor indienen van formele inspraak. *	Mogelijkheid bieden tot indienen van vragen. **
<i>Gemeentehuis</i>	-	Fysiek terinzagelegging ontwerpbesluit of bekendmaken besluit en mogelijkheid bieden tot fysieke formele inspraak. *	-
<i>Brieven (paragraaf 3.2)</i>	Algemene brief. **	Oproep tot inspraak. **	Waarschuwbrieven i.p.v. boete rond invoering zone o.b.v. ANPR. **
<i>Bijeenkomst</i>	Zie paragraaf 3.2 voor voorbeelden. Doel: aandacht genereren voor ZE-zone. ***	Zie paragraaf 3.2 voor voorbeelden. Doel: informeren over ZE-zone én juridische procedure. **	Zie paragraaf 3.2 voor voorbeelden. Doel: concrete handvatten bieden. ***
<i>(Sociale) media</i>	Doel aandacht genereren, bijv. door interviews met ondernemers. ***	Aankondiging juridische procedure, inspraakmomenten en bijeenkomsten. **	Doel: aandacht genereren. **
<i>On-street marketing</i>	Zie paragraaf 3.3 voor voorbeelden. ***	Zie paragraaf 3.3 voor voorbeelden. ***	Zie paragraaf 3.3 voor voorbeelden. ***

Hoe scherp is het advies:

* = verplicht

** = sterk advies

*** = goede 'tip'

4. Bijlagen

A: Toelichting verkeersbesluit

B: Gedragsveranderingsstrategie Doehetzero.nl

C: *Best practice* Zwolle

D: *Best practice* Tilburg

E: *Best practice* Rotterdam

F: *Best practice* Amsterdam