

Effectieve omgevingscommunicatie

Praktische handvatten voor succesvol communiceren bij projecten met impact op de leefomgeving

*Versie 1.0
Augustus 2026*





Inhoudsopgave

Inleiding	3
Werken met communicatiefases	4
Kies een passende middelenmix	4
Projectwebsite.....	5
Maak een overzicht en duidelijke rolverdeling	5
Communicatie met omwonenden	6
Samenwerking met gemeenten	8
Omgaan met lokale media	8
Organiseren van een informatiebijeenkomst	9
Effectief in gesprek met stakeholders	9
Tot slot.....	9
Bijlage 1 Middelenmatrix	10
Bijlage 2 Infographics SCAN boringen en seismisch onderzoek.....	12

Foto op voorpagina: Rondleiding stakeholders op de boorlocatie in Heesch, 2024.



Inleiding

EBN werkt samen met partners zoals TNO aan onderzoeken in de ondergrond, om de potentie voor aardwarmte in Nederland verder in kaart te brengen. Door middel van seismisch onderzoek, aangevuld met onderzoeksboringen, worden gegevens verzameld om de huidige 'witte vlekken' op de kaart van Nederland in beeld te krijgen. Dit is het programma [SCAN Aardwarmte](#).

Goede omgevingscommunicatie is essentieel voor het draagvlak en het verloop van projecten. Door tijdig, duidelijk en consistent te communiceren met stakeholders – zoals omwonenden, gemeenten en media – kunnen verwachtingen worden gemanaged en mogelijke zorgen worden beperkt.

Dat geldt ook voor de onderzoeken die SCAN uitvoert. Met de opgedane ervaring in een aantal projecten met zowel onderzoeksboringen als grootschalig seismisch onderzoek, heeft het SCAN-team van EBN de belangrijkste tips en aandachtspunten op een rij gezet.



De SCAN onderzoeksboring in Heijningen in 2024



Werken met communicatiefases

Verdeel het project in duidelijke communicatiefases. Deze fasering helpt om per stap te bepalen wat nodig is en voorkomt dat communicatie versnipperd raakt.

Per fase stel je steeds dezelfde kernvragen:

- Wat moeten stakeholders weten?
- Wat moeten zij begrijpen?
- Wat wordt van hen verwacht (of juist niet)?
- Hoeveel interactie is nodig?
- Wat is de impact op de omgeving?

Op basis hiervan bepaal je de communicatiestrategie en inzet van middelen.



Voorbeeld van de communicatiefases die zijn aangehouden bij alle SCAN onderzoeksboringen naar aardwarmte

Kies een passende middelenmix

Eén communicatiemiddel is nooit voldoende. Combineer verschillende kanalen en vormen om alle doelgroepen goed te bereiken.

Denk aan:

- Basisinformatie (bijv. brieven, website)
- Persoonlijk contact (bijv. gesprekken of bijeenkomsten)
- Online en offline middelen
- Samenwerking met communicatiekanalen van derden

Zorg voor een balans tussen informeren (zenden) en interactie (dialoog), afhankelijk van de fase en de impact van het project. Zie ook bijlage 1 voor de communicatiemiddelenmatrix.



Projectwebsite

Om de omgeving en de stakeholders goed te kunnen informeren, is een eigen website een belangrijk communicatiemiddel. Omwonenden, gemeenten en stakeholders kunnen de informatie gemakkelijk vinden en via de website kun je de betrokkenen goed op de hoogte houden van de voortgang en het laatste nieuws.

Belangrijke aandachtspunten:

- Zorg voor begrijpelijke en toegankelijke teksten
- Je kunt de informatie in meerdere talen aanbieden
 - *Voorbeeld SCAN: De brief die we naar bewoners sturen is in het Nederlands. Op de brief staat een QR-code en een link naar de website. Daar kunnen bewoners de brief ook in het Engels, Turks en Arabisch lezen.*
- Persoonlijk contact (bijv. gesprekken of bijeenkomsten)
- Online en offline middelen
- Maak voor je project een specifieke (landings)pagina, waar je vanuit al je overige communicatiemiddelen naar verwijst.
- Zorg voor structureel onderhoud van je website met informatie die altijd up-to-date is.
 - *Tip: Zorg voor consistente aanduidingen van je projecten.*
 - *Voorbeeld SCAN: Op de pagina's over de onderzoeksboringen werden zowel de namen van de locaties gebruikt als de officiële projectnamen van de boringen. Ook kon de opbouw van de verschillende pagina's verschillen. Om de vindbaarheid te verbeteren, hebben alle pagina's nu dezelfde opbouw, menustructuur en zijn de projectnamen consistent.*

De website www.scanaardwarmte.nl heeft op hoofdlijnen drie communicatiedoelen:

- Algemeen: Uitleg over het belang en de potentie van aardwarmte en hoe onderzoeksboringen en seismisch onderzoek in zijn werk gaan. Doelgroep: alle stakeholders.
- Praktisch: Informatie over welke onderzoeken wanneer worden uitgevoerd, wat bewoners ervan gaan merken, hoe ze contact met ons kunnen opnemen. Doelgroep: bewoners en gemeenten.
- Resultaten: Na de afronding van een onderzoek worden de resultaten openbaar gemaakt. Per onderzoeksboring en seismisch onderzoek is de voortgang inzichtelijk. Doelgroep: gemeenten en marktpartijen.

Maak een overzicht en duidelijke rolverdeling

Leg per fase vast:

- Welke middelen worden ingezet
- Wat de kernboodschap is
- Wie verantwoordelijk is voor de uitvoering



- *Tip: Zorg binnen je organisatie voor goede vastlegging en een mappenstructuur. Zo kunnen ook je collega's snel en makkelijk de juiste informatie vinden. Ook helpt dit bij het uitdragen van een eenduidige boodschap naar stakeholders.*
- *Voorbeeld SCAN: De afgelopen jaren zijn er op 11 locaties onderzoeksboringen uitgevoerd. Voor ieder project werd voor alle communicatie en documenten in dezelfde mappenstructuur gewerkt, met mappen voor beeldmateriaal, afstemming met de gemeente, omgevingscommunicatie, informatiebijeenkomsten, intranet, media, ervaringsverhalen en een externe en interne evaluatie.*

Een overzichtelijk plan voorkomt misverstanden en zorgt voor voortgang.

Communicatie met omwonenden

Omwonenden zijn vaak de belangrijkste doelgroep. Een zorgvuldige aanpak maakt hier het verschil.

Belangrijke aandachtspunten:

- *Begin op tijd: informeer liever te vroeg dan te laat.*
- *Leg het 'waarom' uit: maak het doel en de meerwaarde van het project begrijpelijk. Zoek hierin de juiste balans wat betreft de hoeveelheid informatie. Gebruik geen vakjargon. Mochten omwonenden toch meer willen weten over bijvoorbeeld de techniek of de achtergrond, kun je hiervoor een aparte pagina op de website te maken en daarnaar te verwijzen.*
 - *Tip: Leg de techniek of inhoud van je project duidelijk uit aan de hand van beelden en infographics.*
 - *Voorbeeld SCAN: Voor zowel de boringen als het seismisch onderzoek hebben we brochures ontwikkeld, met daarin duidelijke afbeeldingen met toelichting. Zie bijlage 2.*
- *Wees duidelijk en transparant over wat er gaat gebeuren.*
 - *Tip: Maak hierbij gebruik van video, met ondertiteling en een voiceover.*
 - *Voorbeeld SCAN: Voor het seismisch onderzoek hebben we deze video ontwikkeld: [SCAN Seismisch onderzoek](#).*
- *Kondig mogelijke overlast vooraf aan, inclusief praktische informatie zoals planning en duur.*
 - *Tip: Wees open en eerlijk, maak het niet mooier dan het is.*
 - *Voorbeeld SCAN: In de brieven naar bewoners in de omgeving van het seismisch onderzoek hebben we eerder het geluid van de vibroseisvoertuigen vergeleken met het voorbijrijden van een tram. Volgens meerdere bewoners was deze omschrijving een 'understatement'. We hebben daarom bij het volgende onderzoek de tekst hierop aangepast en ook toegevoegd: "U kunt hier 's nachts wakker van worden."*
- *Zorg voor bereikbaarheid: bied duidelijke contactmogelijkheden voor vragen en meldingen.*
 - *Tip: Zorg dat meldingen van omwonenden niet verdwijnen in een volle mailbox, snel worden opgevolgd en goed worden vastgelegd. Reageer binnen maximaal 2 werkdagen, ook als je het antwoord nog niet volledig kunt geven. Laat dan in ieder geval weten dat het bericht goed is aangekomen en wanneer je erop terugkomt.*



- Voorbeeld SCAN: We maken gebruik van een aparte mailbox waar bewoners ons goed kunnen bereiken. Op onze website staat bij de contactgegevens een duidelijk protocol voor meldingen van klachten en eventuele schade: [Contact - SCAN aardwarmte](#). In de brief aan bewoners staat ook een telefoonnummer, waarop we tijdens de uitvoering van het onderzoek bereikbaar zijn: 7 dagen per week, 24 uur per dag.
- Communiceer regelmatig, ook als er weinig nieuws is en in begrijpelijke taal.
- Neem signalen serieus: luister, ga in gesprek en koppel terug wat er met feedback gebeurt.
- Sluit zorgvuldig af: bedank de omgeving en evalueer de communicatie.

Consistent contact en oprechte aandacht helpen om vertrouwen op te bouwen en te behouden.



Seismisch onderzoek met vibroseisvoertuig in uitvoering in Amsterdam in 2025



Samenwerking met gemeenten

Afstemming met de gemeente is cruciaal voor een eenduidig verhaal.

Enkele uitgangspunten:

- Trek samen op in communicatie richting de omgeving. Stel hierbij communicatiemiddelen beschikbaar die de gemeenten kunnen gebruiken.
 - *Tip: Maak in bijvoorbeeld Teams of OneDrive een gezamenlijke map aan waarin de gemeenten alles terug kunnen vinden.*
 - *Voorbeeld SCAN: De communicatieadviseurs van de betrokken gemeenten hebben toegang tot een afgeschermd gezamenlijke SCAN map. Hierin staan submappen met o.a. rechtenvrij beeldmateriaal, teksten die ze kunnen gebruiken in hun communicatie en updates over de planning en de voortgang. Dit voorkomt veel mailverkeer en het rondcycleren van bijvoorbeeld een verouderde versie van een document.*
- Stem boodschappen en timing goed af
- Gebruik waar mogelijk gemeentelijke kanalen
- Plan regelmatige afstemmingsoverleggen
- Betrek de gemeente bij belangrijke momenten zoals bijeenkomsten
- Informeer bij de gemeente naar de lokale context en stakeholders.
 - *Tip: Maak met de gemeente afspraken wie mogelijke lokale partijen informeert.*
 - *Voorbeeld SCAN: Bij een seismisch onderzoek doorkruisen we een dorp dat redelijk afgezonderd van de rest van de gemeente aflight. De bewoners van dit dorp hebben daarom niet heel veel binding met de gemeente en hebben in het dorp een eigen dorpsraad. In afstemming met de gemeente communiceert SCAN rechtstreeks met deze dorpsraad, zodat ze toch betrokken zijn bij het onderzoek.*
- Evaluer na afloop van het project hoe de gemeente de samenwerking en communicatie heeft ervaren. Neem verbeterpunten mee naar het volgende project.

Omgaan met lokale media

Media spelen een belangrijke rol in beeldvorming. Een open en proactieve houding helpt.

Belangrijke principes:

- Wees bereikbaar, transparant en reageer snel
- Lever duidelijke en bruikbare informatie en beeldmateriaal
- Wees eerlijk over wat nog onzeker is
- Bied waar mogelijk toelichting of een locatiebezoek aan
- Vraag de journalist of je het artikel voor publicatie mag inzien, zodat je eventuele technische of inhoudelijke onjuistheden nog kunt corrigeren.

Een goede relatie met media draagt bij aan evenwichtige berichtgeving.



Organiseren van een informatiebijeenkomst

Een bijeenkomst voor omwonenden is een effectief middel om informatie te delen en in gesprek te gaan.

Succesfactoren:

- Kies een toegankelijke locatie dicht bij de projectlocatie
- Plan de bijeenkomst ruim vóór de start van werkzaamheden
- Zorg voor inhoudelijke experts die vragen kunnen beantwoorden
- Kies voor een informele opzet. Dus niet alleen maar 'zenden' met bijvoorbeeld een lange presentatie, maar ruimte bieden om met elkaar in gesprek te gaan. Dit kan bijvoorbeeld met informatiestands of tafels waar de bezoekers langs kunnen lopen en vragen stellen
- Communiceer de uitnodiging via meerdere kanalen

Effectief in gesprek met stakeholders

Goede gesprekken zijn essentieel, vooral bij zorgen of weerstand. Enkele praktische tips:

- Stel open vragen en vraag door
- Luister actief en toon begrip
- Vat samen om te checken of je elkaar goed begrijpt
- Blijf respectvol en vermijd discussie of druk uitoefenen
- Richt je ook op kansen en oplossingen

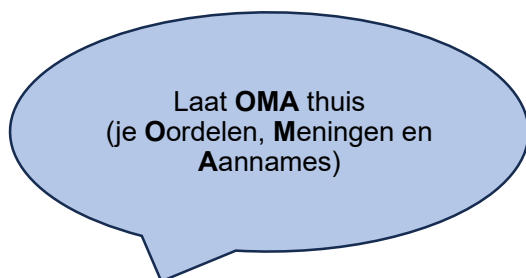
Een open en empathische houding vergroot het vertrouwen en de kwaliteit van de dialoog.

Tot slot

Omgevingscommunicatie draait om een heldere aanpak, duidelijke communicatie en aandacht voor de omgeving. Door vroeg te starten, verwachtingen goed te managen en in gesprek te blijven, vergroot je de kans op een soepel projectverloop.

Ook binnen het SCAN Operations team staat die aanpak centraal. Nieuwe ervaringen en inzichten gebruiken we om onze werkwijze steeds verder te verbeteren en mee te bewegen met wat de praktijk van ons vraagt. Tijdens het Geothermal Forum NL in mei 2026 deelde Gitta Zaalberg, Manager Operations binnen de Business Unit Warmtetransitie van EBN en Programmamanager SCAN, de vier belangrijkste lessen uit de aanpak en uitvoering van de SCAN-onderzoeksboringen en het seismisch onderzoek. Benieuwd welke dat zijn? [Lees hier haar presentatie](#) (Engelstalig).

En, last but not least:





Bijlage 1 Middelenmatrix

Voor SCAN projecten hebben we een communicatiemiddelen matrix samengesteld, die ook inzetbaar is voor vergelijkbare projecten. Het is een hulpmiddel, waarbij je zelf per project kunt bepalen welke middelen het meest geschikt zijn om in te zetten. Onderstaande voorbeeld is voor het uitvoeren van seismisch onderzoek.

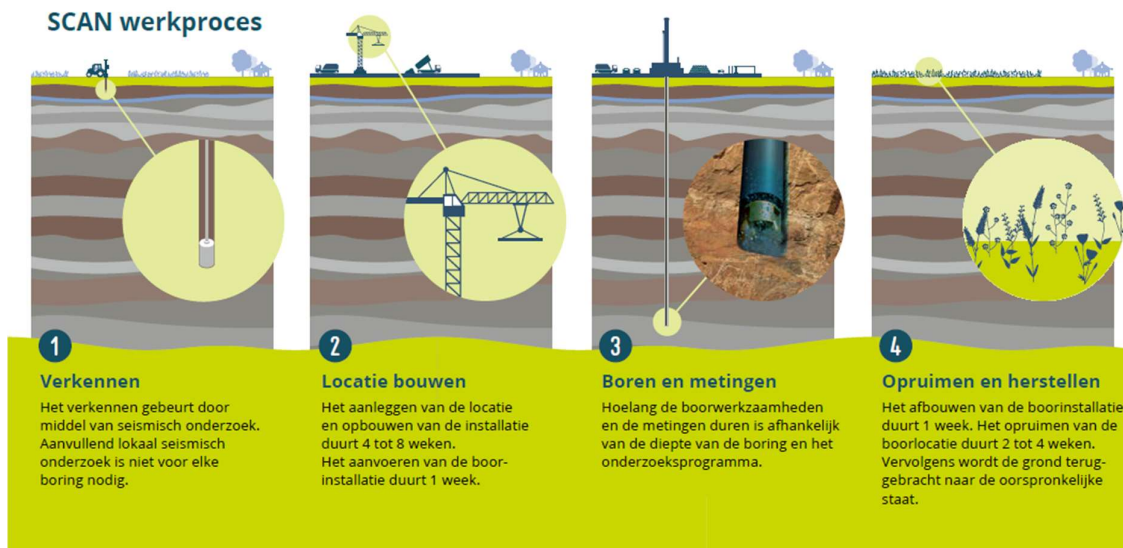
Communicatiemiddelen matrix seismisch onderzoek					
Middel	Gemeente (com. afd.)	Provincie	Directe omgeving	Lokale initiatieven zoals een energiecoöperati e	Lokale media
Standaard					
Brief grondgebruikers of grondeigenaren			v		
Brief omwonenden Nederlands			v		
Brief omwonenden digitaal Engels, Turks, Arabisch			v		
Flyer Nederlands en Engels	v	v	v	v	v
Informatievideo met ondertiteling Nederlands en Engels	v	v	v	v	v
Videobeelden (incl. drone)	v	v	v	v	v
Foto's (incl. drone)	v	v	v	v	v
QR codes			v		
Magneetstickers met logo en QR-code op voertuigen/ werkmaterieel			v		
Stickers om uit te delen	v				
Kick off meeting incl. demo	v				
Werkbezoeken op locatie	v	v			
Borden voor in parken			v		
Projectpagina, FAQ, berichten op website SCAN, etc.	v	v	v	v	v
FAQ voor Klant Contact Center gemeenten	v		v		
Detailplanning per gemeente	v				
Kaartje gebied per gemeente	v	v	v	v	v
Teksten en beeldmateriaal (voor op communicatiekanalen gemeente)	v				
Structureel overleg met communicatieadviseurs gemeenten	v				
Berichten voor buurtapps			v		
Klachten- en schadeprotocol			v		
Protocollen omgang pers en passanten op straat			v		
Telefoonnummer bereikbaar 24/7			v		
Bezoek journalisten op locatie					v
LinkedIn posts	v	v	v	v	v



Afrondend bericht	v	v	v	v	v
Evaluatie per gemeente	v				
Extra/ optioneel					
Bezoek aan deur voor start			v		
Korte kennissessie	v	v		v	v
Digitale buitenreclame/ abri's			v		
Kraampje buurtmarkt			v		
Banner Stadsdeelkantoor			v		
Inloopavond	v	v	v	v	v
Attentie omwonenden veldkantoor			v		
Bannercampagne online media incl. app			v		
Informatief persbericht			v		
Advertorial huis aan huis bladen			v		



Bijlage 2 Infographics SCAN boringen en seismisch onderzoek



Infographic uit de brochure met uitleg over het werkproces bij SCAN boringen. [Download hier de gehele brochure.](#)

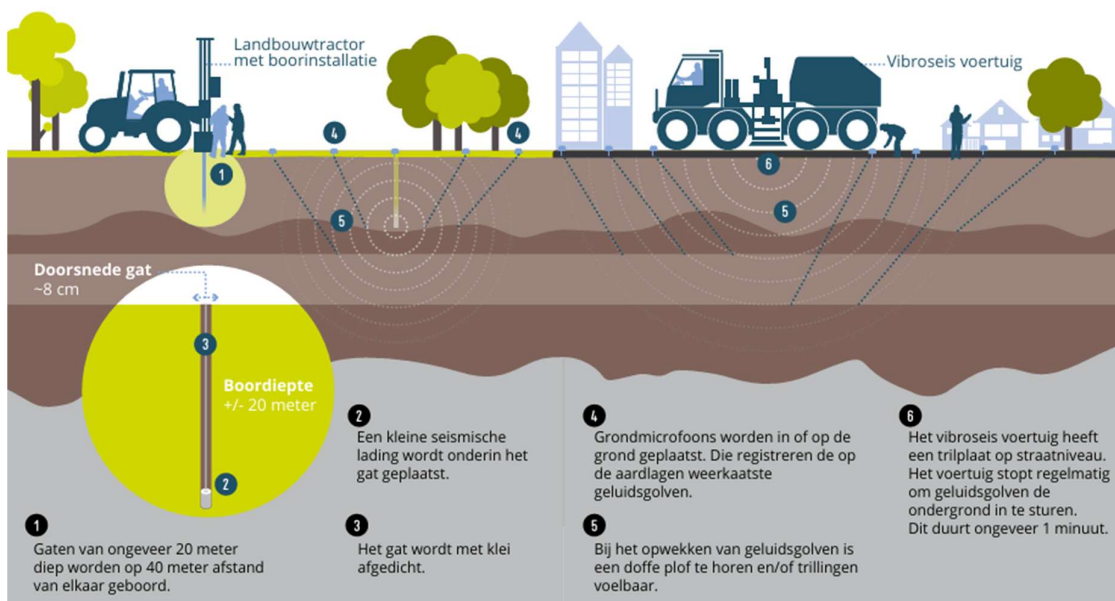
Twee technieken van seismisch onderzoek

Schotgatseismiek

Vooraf buiten de bebouwde kom

Vibroseismiek

In de gebouwde omgeving



Infographic uit de brochure met uitleg over twee technieken van seismisch onderzoek. [Download hier de gehele brochure.](#)