

Reactie van de drie bewoners ('ambassadeurs') uit het buitengebied van Albrandswaard op het memo inzake Glasvezelcampagne Albrandswaard buitengebied d.d. 10 oktober 2017 van de heren Bakker en Dollé van CIF

Op 17 oktober ontvingen wij bovengenoemd memo en willen daar graag op reageren.

Achtergrond

Deze achtergrond suggereert dat het niet mogelijk was, of is, om de aansluitingen in het buitengebied op een andere manier te realiseren dan door middel van de nu voorliggende eigen bijdrage in de aansluitkosten.

De achtergrond is naar onze mening eerder gebaseerd op een besluit van het toenmalige gemeentebestuur om met CIF een overeenkomst te sluiten die voor de bewoners in het buitengebied nadelig uitpakt.

Zonder daarover een discussie te willen starten willen wij toch wel benadrukken dat bij veel bewoners in het buitengebied de gedachte leeft dat zij ongelijk behandeld worden door het gemeentebestuur. Als het om een eigen bijdrage gaat, éénmalig of maandelijks, dan zou die uit oogpunt van solidariteit voor alle aansluitingen gelijk moeten zijn. Die omgekeerde solidariteit is er namelijk ook. De bewoners van het buitengebied betalen immers evenveel WOZ als die uit de dorpskernen. Daarmee dragen zij bij aan o.a. de kosten van aanleg en onderhoud van wegen, straten, groenvoorzieningen en openbare verlichting binnen de dorpskernen, terwijl daar voor hen geen uitgaven van de gemeente tegenover staan. Die voorzieningen worden in het buitengebied allemaal bekostigd door het waterschap.

Bij de campagne zal daarom naar de bewoners in het buitengebied zorgvuldig moeten worden bekeken welke elementen uit deze achtergrond in de communicatie worden gebruikt. Het ligt meer voor de hand om de voordelen van glasvezel, en een zo groot mogelijke response, te benadrukken.

Strategie

In het onderdeel 'Boodschappen' wordt duidelijk ingegaan op de landelijke aspecten die voor CIF spelen, aangezien hier 400.000 afgelegde adressen worden genoemd en ook diverse serviceproviders, terwijl voor Albrandswaard alleen Caiway aanbieder is.

Het verdient daarom aanbeveling om Caiway in het geheel te betrekken door hen voor een bepaalde periode, bijvoorbeeld een half jaar of langer, speciaal voor de bewoners van het buitengebied een aantrekkelijk tarief te bieden op een 'Alles in één glas' abonnement. Daarmee krijgen de bewoners het gevoel dat deze 'korting' een deel van de eigen bijdrage in de aansluitkosten dekt.

Communicatie-aanpak

Zoals hiervoor al genoemd is niet alleen 'hoe' er gecommuniceerd wordt heel belangrijk, maar zeker ook het 'wat'.

In het onderdeel 'Aankondiging' stelt u o.a. 'Wellicht is het verstandig enz.' om de interessepeiling aan te kondigen in de media. Dat is zeker van groot belang om een zo groot mogelijke groep via meerdere kanalen te bereiken. Voor velen is een krant of brief, die ergens zichtbaar ligt, nog altijd meer binnen de aandacht dan het mailtje of welke andere digitale vorm dan ook.

De campagne

Wij hopen natuurlijk van ganser harte dat de behoeftepeiling aanleiding gaat geven tot het starten van de glasvezelcampagne. De door u voorgestelde communicatiekanalen zullen daarbij een belangrijke rol gaan spelen, waarbij een informatieavond van groot belang is. Dat zal voor diverse bewoners toch een moment zijn waarop voor gemeente en CIF een belangrijke rol is weggelegd voor het toelichten van diverse zaken zoals de toch gevoelige eigen bijdrage.

Planning

Zoals u zult begrijpen zijn wij groot voorstander van een zo spoedig mogelijke start en worden we graag betrokken bij het vervolg.

Bodo Koster

Robert Mol

Jacques Tuk