

Project: Glasvezelcampagne Albrandswaard buitengebied
Datum: 10 oktober 2017
Van: Bart Bakker, François Dollé
Aan: Hans van der Graaff, Dick Mol, Robert Mol, Jacques Tuk, Bodo Koster

Dit document is ter voorbereiding op de interessepeiling en een mogelijke glasvezelcampagne. Gevraagd wordt om dit niet te verspreiden onder bewoners.

Achtergrond

Eind 2011 maakte CIF bekend dat om het CAI Netwerk en het bijbehorende abonneebestand integraal over te nemen van de gemeente Albrandswaard, met de verplichting om binnen 2 jaar 50 procent van de inwoners op glasvezel (fibre-to-the-home) te hebben aangesloten. Inmiddels heeft zelfs meer dan 97 procent van deze adressen in de gemeente Albrandswaard toegang tot het glasvezelnetwerk. Voor de laatste 3 procent - 419 adressen – wordt gezamenlijk met de gemeente Albrandswaard, drie bewoners ('ambassadeurs') en CIF bekeken hoe dit alsnog mogelijk gemaakt kan worden.

Waarom hebben deze 419 woningen nog geen glasvezel?

De investering om deze 419 woningen buiten de bebouwde kom van een glasvezelaansluiting te voorzien is vele malen hoger dan voor de woningen binnen de bebouwde kom. Dit komt met name door de grote afstanden (30 keer langer dan in de bebouwde kom) en de aanwezigheid van natuurlijke obstakels (bomen, sloten, wegen, dijken, et cetera). En hoewel CIF meer dan 97 procent van de huishoudens van glasvezel heeft voorzien, kon voor deze woningen geen kostendekkend aanbod worden geboden.

Waarom krijgen deze woningen nu wel de mogelijkheid op een glasvezelaansluiting?

Op initiatief van de gemeente Albrandswaard en een drietal bewoners is gezamenlijk met CIF onderzocht welke mogelijkheden er zijn om deze 419 woningen alsnog van een glasvezelaansluiting te voorzien. Hiervoor is echter wel een bewonersbijdrage van 1200 euro eenmalig noodzakelijk (mogelijk lager bij eventuele meevallers) en een minimale startpenetratie noodzakelijk om een rendabele business case te maken.

Er is toch een gratis glasvezelaansluiting beloofd?

Zie eerder de opmerking over de investeringskosten die de bouw van een glasvezelnetwerk in het buitengebied met zich meebrengt. Ook de gemeente heeft voor de laatste 419 adressen vele mogelijkheden verkend om een gratis aansluiting mogelijk te maken, maar het is met handen en voeten gebonden aan Europese wetgeving omtrent staatssteun. Echter, de gemeente (en ook het waterschap) is een cruciale partner en stelt zich zo coöperatief mogelijk op ten aanzien van het vaststellen van leges, degeneratiekosten en graafdieptes. CIF berekent deze kosten door aan de bewoners en kan door de coöperatieve houding van de gemeente de bewonersbijdrage verlagen.

Strategie

Doelstelling

Er is gezamenlijk een tweetrapsraket voorgesteld:

1. Het eerste doel is om zicht te krijgen in de mate van interesse en de bereidheid om te investeren in een glasvezelaansluiting (de 'interessepeiling')
2. Bij voldoende interesse;
het tweede doel is het behalen van minimaal 60 procent (minimaal 251 adressen) aanmeldingen voor een glasvezelabonnement in een periode van 10 ~ 12 weken (de 'glasvezelcampagne')

Boodschappen

Er wordt tijdens de campagne ingezet op een drietal argumenten met betrekking tot het aanbod:

Lagere kosten door grotere schaal

De kosten voor het bouwen van een glasvezelnetwerk zitten voor meer dan 80 procent in de graafwerkzaamheden. Door meer adressen in één keer aan te sluiten zijn de kosten veel lager dan wanneer één adres wordt aangesloten. De bewonersbijdrage van 1200 euro eenmalig is daarom alleen mogelijk als minimaal 60 procent een abonnement afneemt. Adressen die zich na de campagne inschrijven betalen minimaal 1.000 euro meer.

Het is nu of nooit

CIF heeft zich ten doel gesteld om zo'n 400.000 afgelegen adressen in het buitengebied toegang te bieden tot snel internet. Hierbij wordt gebied voor gebied een glasvezelcampagne georganiseerd. Wanneer op de laatste dag van de campagne voldoende aanmeldingen zijn, wordt gestart met de bouw van het moderne glasvezelnetwerk in het gebied. Wanneer dit percentage niet wordt behaald, gaat de bouw van het glasvezelnetwerk niet door.

Iedereen hetzelfde aanbod

Alle 419 adressen krijgen hetzelfde aanbod om zich in te schrijven voor een glasvezelabonnement. Naast een eenmalige bewonersbijdrage voor de fysieke glasvezelaansluiting is de aanmelding pas compleet als er ook een abonnement wordt afgesloten bij de serviceprovider (Caiway, Solcon, Plinq, Fiber, Weserve, CBizz). De serviceproviders hanteren landelijk overal dezelfde tarieven, ook voor verafgelegen adressen.

De boodschappen worden ondersteund met voorlichtingsmateriaal over glasvezel, de voordelen van toegang tot snel internet en de beschikbare diensten op het glasvezelnetwerk. Hierin wordt samengewerkt met de serviceproviders.

Communicatie-aanpak

1. Interessepeiling ('wijwillenglasvezel.nl')

Een online interessepeiling moet de volgende gegevens opleveren:

- aantal adressen wel dat geïnteresseerd is in glasvezel
- en de bijbehorende emailadressen

De interessepeiling maakt gebruik van de vernieuwde CIF-website overalglasvezel.nl (nog niet live). Om de url zo simpel mogelijk te houden gebruiken we voor Albrandswaard: www.wijwillenglasvezel.nl. Op de website staan de volgende gegevens: informatie over het project, een polygoon van het gebied en een interesseformulier. Ook is hier informatie te vinden over CIF, over glasvezel en over de voordelen van snel internet.

Call to action

De bewoners worden opgeroepen om hun interesse te tonen in glasvezel. Hoe meer mensen interesse tonen, des te groter de kans dat CIF start met een glasvezelcampagne. In deze fase wordt nog niet gesproken over de exacte hoogte van de bewonersbijdrage. Wel worden de volgende aanvullende vragen gesteld:

- hoe beoordeelt u uw huidige verbinding?
- wat voor verbinding heeft u nu?
- bent u bereid om een eigen financiële bijdrage te doen voor een glasvezelaansluiting?

Het interesseformulier

De ingevulde interesseformulieren worden door CIF opgeslagen. Hierdoor is inzichtelijk welke postcode/huisnummer combinaties interesse hebben getoond en welk mailadres daarbij hoort. Nadat bewoners het formulier hebben ingevuld en verzonden, krijgen zij automatisch een bevestigingsmail. In deze bevestigingsmail worden zij gevraagd om de link www.wijwillenglasvezel.nl met hun burens te delen, zodat nog meer bewoners de interessepeiling invullen.

Aankondiging

De url www.wijwillenglasvezel.nl wordt via meerdere kanalen gecommuniceerd naar de bewoners:

- Wellicht is het verstandig om de interessepeiling aan te kondigen in de media in samenwerking met de gemeente en toe te lichten waarom hiervoor een interessepeiling en mogelijk campagne voor in het leven wordt geroepen (tbd)
- Ieder adres krijgt een persoonlijke brief met daarin meer informatie en de oproep om de interesse kenbaar te maken op de website
- Lokale media worden op de hoogte gesteld door een persbericht en wellicht een interview
- Bewoners worden gevraagd om de url met elkaar te delen

INTERN GEBRUIK – NIET EXTERN DELEN

- De gemeente wordt gevraagd om de link onder de aandacht van de bewoners te brengen via hun communicatiekanalen
- De ambassadeurs worden gevraagd om mogelijkheden te benutten om de interessepeiling breed onder de aandacht te brengen

Planning

De intentie is om de interessepeiling beschikbaar te maken op 1 november voor de duur van een maand.

INTERN GEBRUIK – NIET EXTERN DELEN

2. De glasvezelcampagne ('Wij kiezen voor glasvezel')

Wanneer de peiling interesse oplevert, kan CIF besluiten om over te gaan tot een glasvezelcampagne. Gedurende deze glasvezelcampagne van 10 ~ 12 weken kunnen bewoners zich inschrijven voor een glasvezelaansluiting en abonnement bij een serviceprovider.

Aanmelden

Bewoners kunnen zich t.z.t. op de website van CIF aanmelden voor een glasvezelaansluiting. Ook wordt gekeken of het mogelijk is om zich schriftelijk aan te melden.

Communicatiekanalen

Om de campagne onder de aandacht te brengen worden de deze communicatiemiddelen ingezet:

- informatieavond
- uitnodiging voor informatieavond (ieder adres krijgt een brief)
- ontwikkelen landingspagina (overalglasvezel.nl) met een heldere landingspagina (wijkiezenvoorglasvezel.nl)
- tuinvlaggen
- nieuwsbrieven (3 maal)
- twee extra bewonersbrieven (laatste kansactie en geslaagd/niet geslaagd)
- barbecues voor eerste straat met 100% aanmeldingen
- lokale nieuwsberichten
- de 100st aanmelding krijgt een presentje en bezoek van de wethouder

Planning

De campagne zou kunnen starten in het eerste kwartaal van 2018. Punt van aandacht is de gemeenteraadsverkiezing in maart 2018.