

## Renovatie Velsertunnel: van boosheid naar begrip en betrokkenheid

Ivo Knubben

**De renovatie van de Velsertunnel – tussen april 2016 en januari 2017 – leverde aanvankelijk veel weerstand en onbegrip in de omgeving op. Een verkeersinferno kon niet uitblijven, zo was de publieke opinie, en daarmee zou de regio maandenlang onbereikbaar zijn. Toch sloeg de stemming geleidelijk om naar acceptatie en ontstond er tijdens de uitvoering zelfs een positief geluid. Ilkel Taner, omgevingsmanager renovatie Velsertunnel, aan het woord over hoe omgevingsmanagement bijdroeg aan deze kentering.**

‘Ik moest de omgeving vertellen dat de tunnel negen maanden dicht zou gaan. Dat vonden ze niet leuk. Ze waren tegen, er was veel boosheid. Bedrijven en omwonenden vreesden een verkeersinfarct. De sluiting voor negen maanden leverde bovendien veel discussie en vragen op. Was het echt wel nodig dat de tunnel dicht ging? Om die twijfel weg te nemen hebben we gedurende drie jaar honderden bedrijven, instellingen, omwonenden en overheden uitgenodigd voor een bezoek aan de tunnel. Zo konden we laten zien wat er allemaal moest gebeuren. Dat pakte positief uit; we creëerden daarmee het nodige begrip.’

### Om de tafel

‘De noodzaak van de tunnelsluiting was dan wel duidelijker geworden, de onrust over de bereikbaarheid van de regio bleef. Voorafgaand aan de tunnelsluiting hebben we daarom intensief gepraat met belanghebbenden, van strandtenthouders en transportbedrijven tot Tata Steel en gemeenten. In totaal deden zestig bedrijven mee. In die gesprekken kwam onder meer een sterke behoefte aan betrouwbare en actuele reisinformatie naar voren. Die hebben we mee kunnen in het bereikbaarheidsplan.’

### Mix van maatregelen

‘Het bereikbaarheidsplan omvatte ten eerste een aantal maatregelen voor de weg. Zo legden we speciaal voor de renovatie vier keerlussen aan. Via deze tijdelijke verbindingswegen konden weggebruikers sneller de hoofdomleidingsroute – de naastgelegen Wijkertunnel – bereiken. Met de aanleg van een derde rijstrook in beide richtingen werd de capaciteit van de Wijkertunnel bovendien vergroot. Een tweede pakket aan maatregelen richtte zich erop om automobilisten uit de spits te krijgen. Zo leverde een fietsstimuleringsplan ruim 1500 ‘nieuwe’ fietsers op, van wie 70 procent de spitsuren meed.’



*De aanleg van keerlussen zorgde voor een aanzienlijk kortere omrijdtijd.*

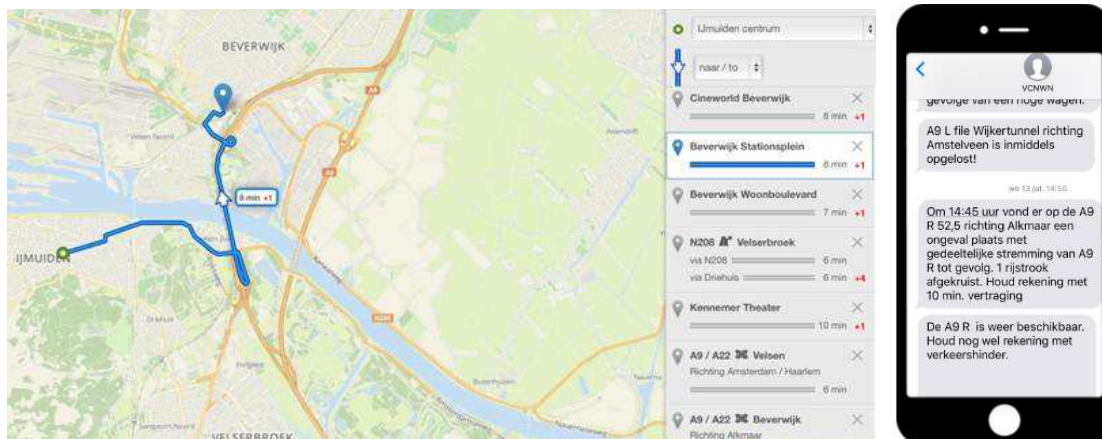
‘In Nederland komt het zelden voor dat een wegennet voor negen maanden zo drastisch wordt aangepast. 65 duizend weggebruikers kregen dagelijks te maken met compleet andere routes waarbij de kans op files en vertragingen aanzienlijk toenam. Hoe communiceer je in zo’n tijdelijke situatie de juiste routes en actuele reisinformatie richting stakeholders en inwoners van de regio? Hier lag voor ons een grote uitdaging.’

### Interactieve kaart

‘Een belangrijke tool in die communicatie vormde een online interactieve kaart met actuele routes en reistijden tijdens de sluiting van de Velsertunnel. Hiervoor hebben we samengewerkt met het platform IJmond Bereikbaar, een samenwerkingsverband tussen het georganiseerde bedrijfsleven en de wegbeheerders van de IJmondgemeenten. De interactieve kaart voldeed aan een behoefte, maar fungeerde tegelijk ook als vliegwielt. Bedrijven hadden een instrument in handen om hun chauffeurs te wijzen op routes met zo min mogelijk vertraging. In een regio met veel transporteurs was dit een noodzaak.’

### Smart mobility

‘Speciaal voor deze website werd gebruik gemaakt van floating car data afkomstig van navigatiesystemen en smartphones uit rijdende voertuigen. De interactieve kaart laat daarmee zien hoe smart mobility en omgevingsmanagement elkaar raken en kunnen versterken. Ook de sms-service, met tienduizend abonnees, is een mooi voorbeeld van een smart mobility-toepassing.’



Links: screenshot van de interactieve kaart met een actuele route en reistijd (nog vóór de afsluiting van de Velsertunnel). Rechts: de sms-service met actuele verkeersinformatie.

### Community building

‘Vanaf de totstandkoming van het bereikbaarheidsplan is de omgeving bij het project betrokken. Dat gebeurde onder meer via drukbezochte rondleidingen en informatieavonden vooraf en stand van zaken-bijeenkomsten voor het bedrijfsleven tijdens de renovatie. Ook organiseerde Rijkswaterstaat met de gemeenten een hardloopevenement (zesduizend lopers) en publieksdag (tienduizend bezoekers) aan het einde van de renovatie. Online leverde Twitter en Facebook een belangrijke bijdrage aan deze *community building*.’

‘Vooral Facebook ontpopte zich als belangrijk medium in het contact met weggebruikers. Met vijftienduizend volgers werden we de best bezochte facebookpagina van een RWS-project. Dat hielp ons het snel veranderende nieuws over het project te verspreiden, ons werk in beeld te brengen en de complexiteit van deze renovatie uit te leggen.’

‘Er ontstond geen stortvloed aan kritiek wat op sociale media vaak gebeurt als mensen ergens last van hebben. Zeker, er zaten negatieve reacties tussen, maar over het algemeen waren de reacties nuttig. Het leverde veel tips van volgers op die tot verschillende verbeteringen hebben geleid. Eens te meer liet het de grote betrokkenheid van de regio zien en vooral ook de omslag qua stemming die gedurende het project had plaatsgevonden.’



*Hardloopwedstrijd in de Velsertunnel, vlak voor de heropening. Rechts: verlichte ventilatietorens in de week voorafgaand aan de heropening.*

### **Tips voor andere (tunnel)projecten**

Met de tijdige oplevering, de beperkte hinder en het positieve sentiment bij stakeholders en het brede publiek mag het renovatieproject Velsertunnel als succesvol bestempeld worden. Een evaluatie binnen het projectteam over de communicatie en het omgevingsmanagement leverde een aantal leerervaringen op waarmee andere (tunnel)projecten mogelijk hun voordeel kunnen doen. Enkele daarvan zijn hieronder uitgelicht.

### **Omgevings sensitiviteit is een zaak van de gehele organisatie**

Het succes van omgevingsmanagement en communicatie staat of valt bij het belang dat er door de leiding van opdrachtgever én opdrachtnemer wordt gegeven aan goede relaties met de omgeving. Daarvoor is meer nodig dan alleen goede omgevings- en communicatiemedewerkers. Het succes van omgevingsmanagement en communicatie vraagt inspanning van de gehele IPM-organisatie.

### **Zorg voor duurzame verbindingen met je stakeholders**

Om de buitenwereld te kunnen verbinden aan een project, is het cruciaal dat er gebouwd wordt aan duurzame verbindingen met stakeholders in brede zin. Het zijn de stakeholders die uiteindelijk het oordeel vellen over de organisatie en het project; haar steunen of tegenwerken, haar al dan niet het voordeel van de twijfel geven en haar een *license to operate* geven. Het zijn dus de duurzame verbindingen met stakeholders die van grote invloed zijn op de reputatie van de organisatie.

### **Hanteer openheid en realisme als uitgangspunten voor risicocommunicatie en verwachtingenmanagement**

Goed verwachtingenmanagement bestaat onder andere uit het schetsen van een zo realistisch mogelijk beeld van de impact van de werkzaamheden op met name de bereikbaarheid van de regio. Daarbij moet een goede balans gevonden worden tussen het schetsen van horrorscenario's en te positieve beelden.

### **Laat het werk zien en beleven**

Bij renovatieprojecten zijn de mogelijkheden om stakeholders en geïnteresseerden het werk te laten bezoeken vaak erg beperkt. Toch is het van groot belang voor de acceptatie en begrip van het werk (en de daarmee gepaard gaande overlast) om te laten zien wat het werk inhoudt, om de omvang en complexiteit, maar ook de 'magie' ervan te laten zien. Bezoeken aan het werk maken de communicatie 'zintuigelijk' doordat men het project (en de uitdaging) ziet, hoort en ervaart.



*Links: drukbezochte publieksdagen vlak voor de heropening. Rechts verkeer in de tunnel kort na de heropening.*

Lees meer over de evaluatie 'communicatie en omgevingsmanagement' rond de renovatie Velsertunnel in het groeiboek [Innoveren kun je leren](#).