

## Opstarten lokale glasvezelinitiatieven met Glashart

Versie maart 2010

### Wie is Glashart?

Glashart is een initiatief van Reggefiber ttH bv. Reggefiber is een Nederlands bedrijf en succesvol in de aanleg en exploitatie van glasvezelnetwerken naar consumenten. Door onze aanpak van projecten, waarbij een lokale werkwijze en service centraal staan, zijn goede successen behaald. Mede daardoor bieden diverse service providers via ons open netwerk hun diensten aan u aan. Zo bundelen we de krachten van meerdere sterke spelers.

### Nieuwe gebieden

Glashart houdt zich intensief bezig met het ontwikkelen van nieuwe gebieden. Na vele projecten leert de ervaring dat we het meeste kans op succes hebben als Glashart samen met een **actieve** lokale initiatiefgroep probeert een minimaal aantal inschrijvingen te behalen. Voorbeelden zijn bewoners-initiatieven in Nuenen, Nieuwland (Amersfoort), Hazenkamp (Nijmegen), Zeewolde, Wijchen.

### Criteria

Glashart is bereid tot het investeren in glasvezelinfrastructuur maar wil daarbij het financiële risico beheersbaar houden. Dit betekent dat glasvezelnetwerken alleen worden aangelegd als er voldoende animo bestaat onder de bewoners van een bepaald gebied.

Concreet houdt dit in dat er sprake moet zijn van een bepaald percentage deelname (meestal 40%, soms 50%) binnen een beoogd glasvezelgebied (minimaal 2.500 woningen). Deelname houdt in dat er sprake moet zijn van geldige contracten van minimaal 1 jaar op één van de diensten die over het glasvezelnetwerk worden geleverd door een serviceprovider die op het netwerk actief is..

### Samenwerking

Wij willen dus graag verder werken aan de uitrol van glasvezelnetwerken met lokale initiatieven. Omdat elk project echter - ook van onze kant - veel tijd, inspanning en geld kost starten we niet met élk goed idee. Er moet sprake zijn van een solide basis in de vorm van een initiatiefgroep die bereid is tijd en energie te steken in de ontwikkeling van een gebied. Glashart en de initiatiefgroep in combinatie met een service provider trekken dan gezamenlijk op om een gebied te ontwikkelen en de bewoners enthousiast te maken voor de uitrol van een glasvezelnetwerk.

### Plan

Voordat fase 0 (zie pagina 2) geïnitieerd wordt, moet de initiatiefgroep cq. moet(en) de initiatiefnemer(s) een uitgewerkt en onderbouwd plan samenstellen, rekening houdende met:

- bovenvermelde criteria,
- het samenstellen van een stuurgroep en werving van straatambassadeurs (als het project doorgaat); zie 'Fasering',
- het feit dat er veel tijd en moeite door alle initiatiefnemers in het project gestoken moet worden,
- het te verwachten deelnemerspercentage (= inschatting van het te verwachten aantal af te sluiten glasvezelabbonnementen).

## Fasering

De vraagbundeling bestaat uit de volgende fases;

Fase 0 Beoordeling gebied initiatiefgroep	(Glashart)
<b>Fase 1 Werving stuurgroep</b>	<b>(Initiatiefgroep)</b>
<b>Fase 2 Werving straatambassadeurs</b>	<b>(Initiatiefgroep)</b>
Fase 3 Opstellen marketingcampagne	(Initiatiefgroep, Glashart en provider)
Fase 4 Begin vraagbundelingsperiode	(Initiatiefgroep, Glashart en provider)
Fase 5 Go / NoGo	(Glashart/provider)

### Fase 0 Beoordeling gebied initiatiefgroep

Wanneer u via [ikwil@glashart.nl](mailto:ikwil@glashart.nl) (of een andere ingang) kenbaar heeft gemaakt te willen werken aan de uitrol van glasvezel in uw gebied (woonplaats), dan zullen wij dit gebied eerst beoordelen.

De kosten van het netwerk hangen af van meerdere factoren, o.a.:

- Hoe ver ligt het gebied van de centrale landelijke backbone?
- Hoe ver liggen de aan te sluiten huizen uit elkaar?
- Wat zijn de demografische factoren van het betreffende gebied?
- Hoeveel potentiële huishoudens betreft het?

Op basis van ondermeer bovenstaande factoren wordt aangegeven of het gebied tegen beheersbare risico's aan te leggen zou zijn.

### Fase 1 Werving stuurgroep

Na een positieve beoordeling van het gebied, dient er een stuurgroep/initiatiefgroep te worden opgericht. De stuurgroep is verantwoordelijk voor de communicatie en aansturing van de straatambassadeurs (zie fase 2). Deze groep zou uit zo'n 10 leden uit verschillende sociale groepen uit de wijk moeten bestaan.

Middels deze stuurgroep houden wij contact met wat er in de wijk gebeurt en kunnen we waar noodzakelijk bijsturen. Voor het werven van een dergelijk groep zal een motivator aanwezig moeten zijn, zie hiervoor de toelichting in fase 2.

Gedurende fase 2 en 3 zal overleg met de stuurgroep plaatsvinden.

### ACTIES

- 1) Bepalen motivator (individu als groep)
- 2) Bespreken wijze van betrokkenheid van gemeente
- 3) In kaart brengen van lokale organisaties en sociale structuren
- 4) Samenstellen stuurgroep

Het is belangrijk dat de lokale initiatiefnemer(s) deze stuurgroep vormgeven. Zonder een stuurgroep (= trekkers) zal het project niet van de grond komen.

### Fase 2 Werving straatambassadeurs

De straatambassadeurs hebben een zeer belangrijke rol in het wervingsproces. De opzet is dat "de buurman" aan de deur staat om het abonnement te verkopen. Voor een gebied van zo'n 2.500 woningen is de verwachting dat er zo'n 75 - 100 straatambassadeurs verdeeld over de wijk nodig zijn.

Voor deze fase staat doorgaans een doorlooptijd van 2 maanden, maar dit kan meer zijn. De volgende fase kan pas starten als er ongeveer 75 - 100 enthousiaste straatambassadeurs zijn geworven. De verantwoordelijkheid hiervan ligt bij de lokale initiatiefgroep.

#### ACTIES

- 5) Ontwikkelen communicatiemiddelen
- 6) Bepalen strategie werving straatambassadeurs i.s.m. stuurgroep
- 7) Start werving straatambassadeurs
- 8) Houden van informatieavonden om straatambassadeurs te enthousiasmeren

#### **Fase 3 Opstellen marketingcampagne**

Als er een grote groep lokale betrokkenen is verzameld kan er gestart worden met de daadwerkelijke vraagbundeling. Wij hebben (i.s.m. een service provider) hiervoor verschillende marketingcampagnes en materialen beschikbaar. De mix van in te zetten acties zal gezamenlijk worden bepaald. Omdat de investeringen op dit moment toe beginnen te nemen zullen we pas starten met fase 3 en fase 4 als we samen hebben geconcludeerd dat er voldoende fundament is om fase 4 te starten.

#### **Fase 4 Begin vraagbundeling**

De straatambassadeurs verspreiden de uitingen en nodigen buurtbewoners uit voor een informatieavond. Elke ambassadeur krijgt de verantwoording over zo'n 30 adressen, hiermee is het goed mogelijk om een persoonlijke binding op te bouwen.

De voortgang van de vraagbundeling wordt wekelijks in de stuurgroep besproken (eventueel met Glashart).

#### ACTIES

- 9) Toewijzen adressen aan ambassadeurs
- 10) Inplannen informatieavonden
- 11) Uitvoeren marketingplan

#### **Fase 5 Go/No go**

Bij 40% (het benodigde percentage wordt in fase 0 bepaald) wordt het netwerk gebouwd. De uiteindelijke beslissing ligt bij Glashart.

#### **Tot slot**

Ieder project kent haar eigen kenmerken. Bovenstaande is een beproefde manier, maar er zijn meer wegen die tot succes kunnen leiden. U kent uw gemeenschap het beste en kunt dus ook het beste bedenken wat daar wel en wat daar niet werkt. Mocht u meer willen weten of zich willen inspannen voor uw gemeente, dan kunt u dit kenbaar maken via [ikwil@glashart.nl](mailto:ikwil@glashart.nl)