

AYOP
Energie in Transitie

JAARPLAN 2021

AMSTERDAM IJMUIDEN OFFSHORE PORTS



AMSTERDAM IJMUIDEN
OFFSHORE PORTS



INHOUD

Inleiding	4
1. AYOP-basis	6
1.1 Missie	6
1.2 Visie	6
1.3 Doelen 2020 – 2025	6
1.4 Strategie	7
1.5 Kernwaarden	7
2. Ontwikkelingen	8
2.1 Energietransitie	8
2.2 Potentie voor AYOP en de regio	9
2.3 Thema's	9
2.3.1 Offshore Wind	10
2.3.2 Oil & Gas	13
2.3.3 Decommissioning	14
2.3.4 New Energy	16
2.3.5 Synergie vier thema's	19
2.3.6 Marktvolwassenheid thema's	19
2.3.7 Inzet per thema	20
2.4 Activiteiten	22
3. Communicatie en content	28
3.1 Communicatiedoelen	30
3.2 Doelgroepen	30
3.3 Hoofdthema's content	31
3.4 Contentstrategie	31
3.5 Communicatiemiddelen	32
3.6 Communicatiebeleid	38
3.7 Social media	39
4. Samenwerkingen en AYOP-Team	40
4.1 Samenwerkingen	40
4.2 AYOP-Team	43

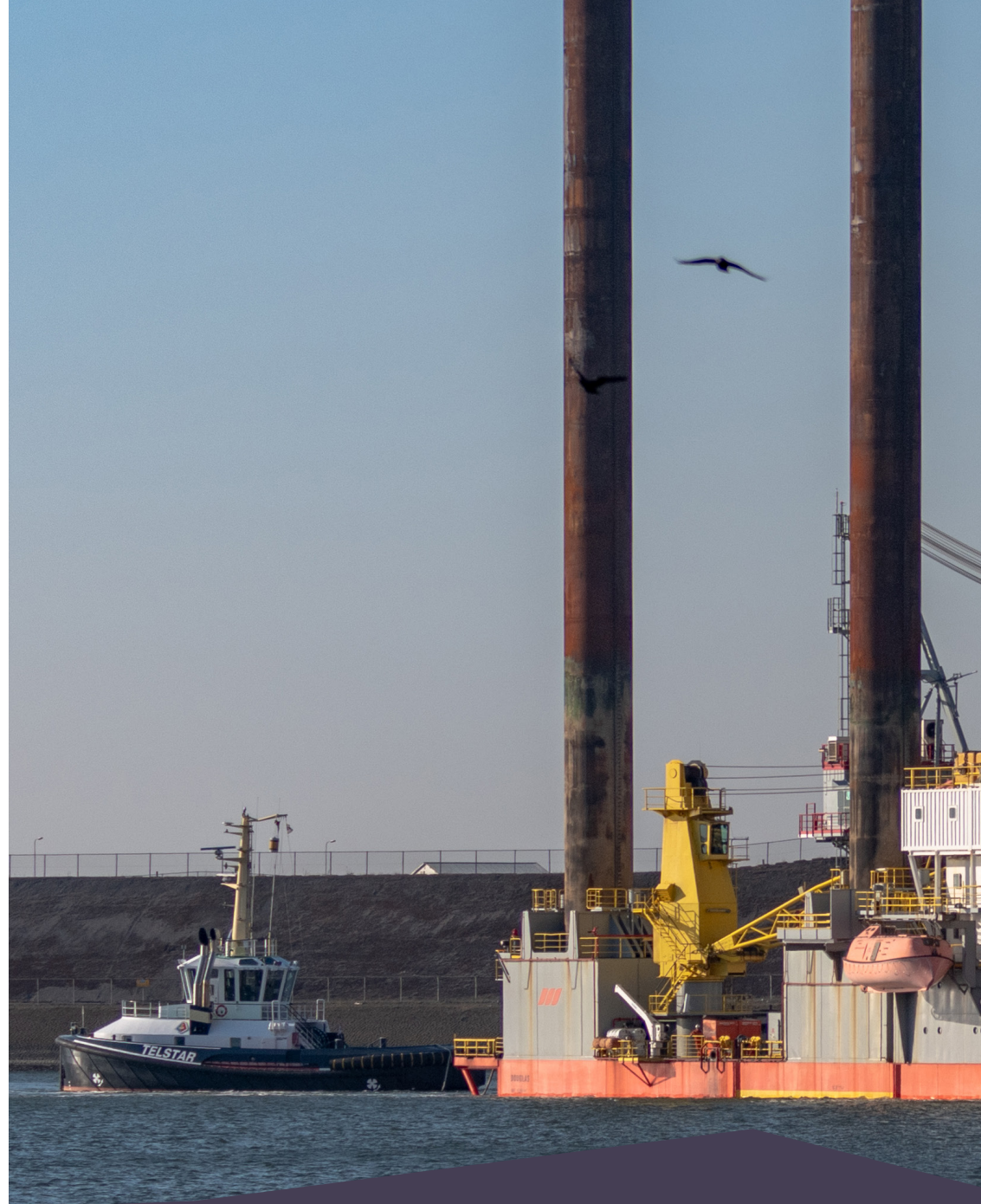
Inleiding

Voor je ligt het jaarplan 2021 van Amsterdam IJmuiden Offshore Ports (AYOP), met als titel 'AYOP Energie in Transitie'. Niet alleen zit de markt midden in de energietransitie, ook de vereniging gaat door een transitie als we kijken naar het toenemend aantal leden en de groei in diversiteit qua type bedrijven. Daarnaast is het AYOP-team zelf gegroeid waardoor er meer slagkracht aanwezig is en we de focus verder kunnen verbreden van offshore wind naar offshore energie. De reden van deze verbreding wordt in hoofdstuk twee van dit plan verder uitgelegd.

We starten dit plan met een toelichting op de basis van AYOP aan de hand van de missie, visie, doelen, strategie en kernwaarden. Vervolgens komen de marktontwikkelingen aan bod, gevolgd door hoe AYOP hierop gaat inspelen met vier thema's en welke activiteiten daarbinnen centraal staan.

Aansluitend wordt de communicatie en contentstrategie toegelicht. Afgesloten wordt met de samenwerkingen en het team dat alles mogelijk maakt voor de leden en stakeholders van AYOP. Hiervan willen wij in het bijzonder bedanken Gemeente Velsen, Port of Amsterdam, Rabobank Haarlem-IJmond, Zeehaven IJmuiden en Gemeente Beverwijk, zonder hun support zou AYOP niet staan waar ze nu staat.

Veel leesplezier!



1. AYOP-basis

1.1 MISSIE

AYOP is een energieke vereniging van bedrijven, regionale overheden en kennis/ onderwijsinstellingen, die in het Noordzeekanaalgebied (NZKG) gevestigd en/of actief zijn, in de offshore energie (olie, gas en wind).

AYOP creëert duurzame economische groei en werkgelegenheid voor haar leden, door haar netwerk te laten functioneren als een ecosysteem, dat;

- Onderlinge samenwerking, synergie en handel stimuleert
- Kennis verzamelt, deelt en ontwikkelt
- Strategisch groeit om sterker te worden door het werven en aantrekken van leden naar de regio
- Afstemming faciliteert met partners en regionale opleidingen voor het klaarstomen van geschikt personeel
- Het NZKG als dé regio voor offshore energie in Nederland profileert en daarmee werkt aan de draagvlakexpansie voor de sector (license to operate)

1.2 VISIE

AYOP is hét offshore energieplatform door en voor het NZKG, en zet deze neer als dé regio voor offshore energie in Nederland.

Het verbinden van de kennis, kunde en ervaring van de leden resulteert in slimme toekomstbestendige oplossingen voor de offshore energie-sector, die bijdragen aan het versnellen van de energietransitie voor een duurzame toekomst.

1.3 DOELEN 2020 - 2025

- Jaarlijks worden er 10-15 deals of samenwerkingsverbanden tussen, of met behulp van, AYOP-leden gesloten.
- AYOP wordt gezien als de regionale autoriteit op het gebied van offshore wind, olie & gas en decommissioning in het NZKG binnen 3 jaar.
- Het netwerk van leden geleidelijk en kwalitatief laten groeien met 8-10 bedrijven per jaar, tot 125 leden over 5 jaar. Daarnaast vestigen per jaar 3-5 nieuwe offshore gerelateerde bedrijven zich in de regio.

- Technisch regionaal onderwijs en bedrijfsleven zijn op elkaar afgestemd qua inhoud opleidingen, aantal & type stageplekken, open dagen en evenementen binnen 3 jaar.
- De internationale offshore sector en de Nederlandse overheid zien het NZKG als dé regio voor offshore wind, olie & gas en decommissioning voor de Noordzee binnen 5 jaar.

1.4 STRATEGIE

- Creëren van een optimaal business klimaat door het verbinden van de spelers uit de gouden driehoek (bedrijfsleven, overheid en kennis/ onderwijsinstellingen).
- Collectieve ledenpromotie door onder andere bijeenkomsten, supply chain meetings, bedrijfsbezoeken, beurzen, seminars en missies. Maar ook brochures, publicaties, presentaties, social media en de website.
- Sterke positionering van het NZKG met als doel bedrijven, medewerkers, studenten en investeerders naar de regio te trekken en het ecosysteem verder te versterken plus economische bestedingen te laten landen in de regio.
- Belangenbehartiging & lobby richting regionale overheden, de provincie Noord-Holland en via branche organisaties ook de nationale overheid.
- Aangaan van strategische samenwerkingsverbanden met (regionale) overheden en nationale- en regionale organisaties of organisaties grenzend aan de Noordzee.

1.5 KERNWAARDEN

- Samenwerken
- Ondernemend
- Duurzaam
- Persoonlijke aandacht
- Plezier

2. Ontwikkelingen

2.1 ENERGIETRANSITIE

Energie is een behoefte die de komende decennia zal blijven groeien. De Noordzee speelt een sleutelrol in het realiseren van een klimaatneutraal energiesysteem dat betrouwbaar en betaalbaar is. Deze ontwikkeling is niet nieuw, dit deed ze eerst met olie- en gasproductie en nu in toenemende mate met hernieuwbare energie, denk aan grootschalige productie van windenergie, mogelijkheden voor waterstof en ondergrondse CO₂-opslag.

Door de transitie naar duurzame energie, en het naderen van het einde van de economische levensduur van bestaande olie- en gasplatformen, wordt er de komende jaren flink geïnvesteerd in meer wind op zee, modificatie en elektrificatie van bestaande platformen en ontmanteling van oude platformen.

Het NZKG heeft dankzij haar gunstige ligging, de aanwezigheid van (toe) leveranciers en eindklanten binnen offshore en de fysieke ruimte, zeker met de toekomstige Energiehaven, de potentie om dé regio voor offshore energie van Nederland te worden.

Een integrale aanpak is noodzakelijk om het offshore energie potentieel van het NZKG optimaal te benutten en bij te dragen aan het realiseren van een klimaatneutraal energiesysteem. Er is een benadering vanuit verschillende invalshoeken nodig, waaronder techniek, markt, maatschappij, ecologie, ruimtelijke planning en regelgeving. Er zijn namelijk voordelen te behalen als we de verschillende energiefuncties, zoals productie van wind, waterstof en aardgas slim koppelen. Hierbij is de samenwerking binnen de gouden driehoek van overheid, kennis- en onderwijsinstellingen en bedrijfsleven essentieel, zodat zaken optimaal op elkaar afgestemd worden.

Een nauwe samenwerking tussen sectoren en partijen die gebruik maken van het offshore energie potentieel van de Noordzee zorgt voor het redu-

ceren van CO₂ uitstoot, kostenbesparing, effectief gebruik van de ruimte op zee én een versnelling van de energietransitie.

2.2 POTENTIE VOOR AYOP EN DE REGIO

De regio is uitermate geschikt om een relevante bijdrage te leveren aan zowel wind op zee als nieuwe energievormen, maar ook traditionele gaswinning en decommissioning. De bedrijven, kennisinstellingen en regionale overheden hebben met elkaar de kennis en kunde in huis om het offshore energie ecosysteem van de toekomst te zijn. De AYOP-leden ontwikkelen met elkaar de innovatieve duurzame oplossingen van de toekomst. Daar komt bij dat de regio geografisch zeer goed gepositioneerd is om als onderhouds- en uitvalsbasis te dienen voor de nieuwe energievormen, maar ook voor het onderhouden, modificeren of ontmantelen van de oude platformen. In 2025 is tevens de nieuwe Energiehaven gereed, mede dankzij de inspanningen van het projectbureau Noordzeekanaalgebied. Kortom een regio met veel potentie, waarvoor veel medewerkers nodig zijn de komende jaren.

Alleen door goede samenwerking en coördinatie verzilveren we kansen, creëren we waarde, en zetten we het NZKG op de kaart als regio voor offshore energie, dat gaan we doen aan de hand van vier thema's binnen het Energy@Work programma.

2.3 THEMA'S

- Offshore Wind – de complete levenscyclus van offshore wind, incl. de nieuwe Energiehaven.
- Oil & Gas – traditionele olie & gas waarvoor de regio drilling- en project support levert.
- Decommissioning – het ontmantelen van oude infrastructuur op de Noordzee, dit omvat productieplatforms, subsea structures, schepen, windturbines en kabels.
- New Energy – alle nieuwe energievormen m.u.v. wind, denk aan H₂ of CCUS (Carbon Capture, Utilization and Storage).

2.3.1 Offshore Wind

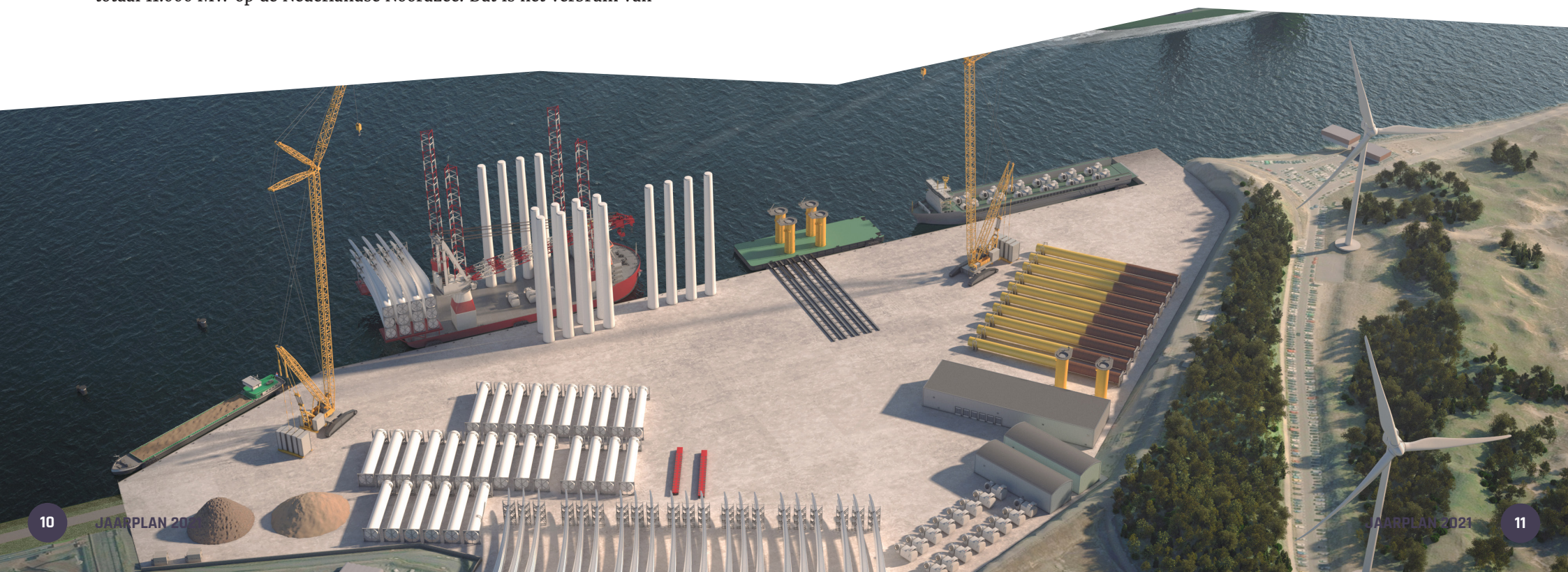
De ambities de Europese Commissie liegen er niet om. Ze wil de komende decennia 800 miljard euro investeren in windparken op zee. Hetgeen moet leiden tot een vervijfvoudiging van de offshore windenergiecapaciteit in 2030. In 2050 moeten er zelfs 25 keer zoveel windturbines in Europese wateren staan als nu. Dit staat in de EU-strategie voor hernieuwbare energie op zee die de Europese Commissie in november bekend heeft gemaakt. De enorme investering in offshore windenergie, een die groter is dan ooit, is een cruciaal onderdeel van de Europese Green Deal, het masterplan om de Europese economieën klimaatneutraal te maken in 2050.

De nationale overheid zal er alles aan doen om de gestelde doelen te behalen. Nu meer dan ooit is het essentieel om in te zetten op nieuwe duurzame energievormen waaronder offshore wind. De plannen voor wind op zee in Nederland zijn tot 2030 vastgelegd. De huidige 357 MW opgesteld vermogen wordt aangevuld met ruim 7.500 MW. Meer dan 1.000 turbines bij ons 'voor de deur' van het Noordzeekanaalgebied, van de in totaal 11.000 MW op de Nederlandse Noordzee. Dat is het verbruik van

8,5 miljoen Nederlandse huishoudens of twintig keer de opbrengst van de gasgestookte centrale Hemweg 9 in Amsterdam.

Niet alleen de windparken, maar ook de opbrengst van de nieuwe turbines worden groter. De 36 turbines die in ons eerste windpark op zee staan, Noordzeewind, zijn 3 MW per stuk. Samen leveren zij duurzame elektriciteit voor meer dan 100.000 huishoudens. Voor het windpark Hollandse Kust is een turbine van 11 MW besteld. Bijna een verviervoudiging, en dat in iets meer dan tien jaar. Energie opwekken gaat steeds efficiënter.

Onze regio ligt geografisch het dichtst bij de nieuw te bouwen windparken op de Noordzee en is daarmee een unieke en gunstige uitvalsbasis voor alle werkzaamheden. Wij hebben de ambitie de totale levenscyclus van de offshore windketen en de bijbehorende elektrische infrastructuur te bedienen. Onze leden hebben de mogelijkheden en kennis in huis.



In onze regio is ervaring opgedaan met de eerste drie windparken in Nederland: Noordzeewind, Prinses Amalia en Luchterduinen, en de bouw van Westermeerwind op het IJsselmeer. Op stapel staan twee wereldrecords (op het moment van oplevering). In september is de bouw van Windpark Fryslân gestart met 89 windturbines op het IJsselmeer, het grootste near shore windpark. Vervolgens start Vattenfall in 2022 met de bouw van windpark Hollandse Kust Zuid, dat in totaal maar liefst 140 windturbines telt. In 2022 start ook Crosswind, een samenwerking tussen Shell en Eneco, met de bouw van windpark Hollandse Kust Noord.

Samenvattend

Op dit moment zijn onze leden al actief in het onderhoud van de bestaande windparken voor de kust en is onze regio de onderhoudsbasis voor Hollandse Kust Zuid. Daarnaast verzorgt een combinatie van bedrijven uit Velsen de grote hoeveelheid kabels voor diverse Europese windprojecten. Ook is er een innovatief overstapsysteem om veilig van schip naar turbine te komen ontwikkeld in de regio en is men alweer een nieuw systeem aan het ontwikkelen. Maar ook de werkschepen die leveren aan de windparken vinden hier een plek voor onderhoud en allerhande aanpassingen. En dat is maar een greep uit de producten en diensten van onze leden.

We hebben al volop geïnvesteerd in offshore wind sector en een mooie positie verworven, maar we willen een rol blijven spelen in de gehele levenscyclus van offshore windparken. Van productie van onderdelen, de daadwerkelijke bouw van de windparken, groot en dagelijks onderhoud, tot en met het uiteindelijk weghalen van het windpark. Het is tijd om naast het zaaien ook meer te gaan oogsten.

Zeker nu alle tekenen erop wijzen dat de Nederlandse overheid wind op zee wil gaan opschalen en versnellen om de klimaatdoelstellingen te kunnen halen.

2.3.2 Oil & Gas

Energie is een behoefte die de komende decennia zal blijven groeien. Hernieuwbare energie is echter niet de enige energiebron die aan deze groeiende vraag kan voldoen, aangezien hernieuwbare energiebronnen in 2050 slechts ongeveer 50% van de totale energiebehoefte kunnen leveren. Tijdens de transitieperiode blijft olie- en gasproductie nodig en kunnen de Nederlandse leveranciers wereldwijd de beste duurzame oplossingen leveren.

De Noordzee heeft Europa's grootste olie- en aardgasvoorraad. Het grootste deel van de reserves is in bezit van Noorwegen en het Verenigd Koninkrijk. Verder beschikken Nederland, Denemarken en Duitsland over Noordzee olie en -gas. Nederland heeft 160 bestaande olie- en gas platformen op de Noordzee en 13 bedrijven hebben een vergunning voor het opsporen of winnen van olie en aardgas. Deze olie- en gasbedrijven doen onderzoek naar mogelijke voorraden in onze bodem én onder de Noordzee, en zorgen na een boring voor de winning van de olie en/of het aardgas.

Door de transitie naar duurzame energie en het naderen van het einde van de economische levensduur van bestaande olie en gasplatformen, wordt er de komende jaren flink geïnvesteerd in modificatie en elektrificatie van bestaande platformen en ontmanteling van oude platformen.

De oude platformen maken uiteindelijk plaats voor groene alternatieven en naar verwachting zal men de komende tien jaar 60% van de huidige installaties ontmantelen.

Samenvattend

Recentelijk is de logistieke ondersteuning van een aantal boorcampagnes uitgevoerd vanuit IJmuiden. Ook zijn er nieuwe productieplatforms in gebruik genomen. De huidige gasprijzen maken nieuwe investeringen lastig, maar Noordzeegas zal ook nodig zijn bij het stoppen van gaswinning op land in Groningen.

Fossiele brandstoffen worden ingezet als transitiebrandstof, m.a.w. ze zijn hard nodig om de energietransitie te kunnen realiseren, de markten zullen dus hand in hand moeten gaan. Deze transitie heeft ook al plaatsgevonden onder de leden, die van oudsher actief

waren in olie en gas, maar geleidelijk zijn gaan kijken naar wind op zee. Om windenergie en andere nieuwe energievormen te laten slagen zullen olie en gas geleidelijk afgebouwd moeten worden. De opgedane kennis en kunde, maar ook zeker de bestaande infrastructuur kan (deels) gebruikt of geconverteerd worden voor de opkomende markten.

2.3.3 Decommissioning

De Nederlandse Noordzee telt 160 bestaande olie- en gas platformen, waarvan een groot aantal het einde van de economische levensduur nadert. De sector staat voor een grote operatie om deze infrastructuur te hergebruiken of te ontmantelen.

Hergebruik van bestaande olie- en gasplatformen is maar beperkt mogelijk, naar inschatting van Nexstep komt circa 10% van de 160 platformen op het Nederlandse deel van de Noordzee hiervoor in aanmerking. Alle operators krijgen de komende jaren dus met ontmantelingsvraagstukken te maken, terwijl zij ook nieuwe ontwikkelingen en projecten plannen en uitvoeren. De ontmanteling gaat naar verwachting in relatief korte tijd op grote schaal plaatsvinden, waardoor men efficiënt kan werken en schaalvoordelen kan behalen. De komende tien jaar denkt men 60% van de huidige installaties te ontmantelen en de resterende 40% gedurende het decennium daarna. De piek verwacht men tussen 2021 en 2025. De curve voor ontmanteling verschuift mogelijk naar achteren door gedaalde energieprijzen en Covid19.

Het optimaliseren en afwegen van het ontmantelen van een platform met putten kost veel geld want er moet veel gebeuren. Vanwege de omvang en de hoge kosten draait het bij ontmanteling in de kern om optimaliseren van de werkzaamheden. Timing is daarvoor cruciaal, laat je een platform 'stil' vallen, dan lopen de kosten namelijk door. Aan de andere kant wil je ook niet te vroeg ontmantelen, want dan mis je misschien kansen om de infrastructuur te hergebruiken. Het laten staan van installaties behoort ook tot de mogelijkheden, in het geval van negatieve ecologische gevolgen bij ontmanteling.

Om de kosten van ontmanteling te reduceren is samenwerking binnen de gehele keten het antwoord, met elkaar synergie vinden tussen de losse schakels en deze verbinden. Door ontmanteling planbaar te maken kan men rekening houden met beschikbaarheid van schepen en yards. Daarnaast kunnen de operators die de windmolen installeren dit mogelijk combineren met een ontmantelingsklus. Innovatie en het delen van kennis is ook cruciaal in het ontmantelingsproces, dit zorgt namelijk voor veilige ontmanteling, verhoogde efficiëntie, minimalisatie van de impact op het milieu en kosten verlaging.

Ontmanteling gaat gepaard met de nodige uitdagingen, waaronder de hoge kosten die op de organisatie drukken, dit in combinatie met de lage energieprijzen waardoor de cash flow ook negatief beïnvloed wordt. Men moet kiezen waar geld op in te zetten. Door strenge wetgeving op land en hoge kosten op zee wordt er veel aandacht aan de inventarisatie en het proces/projectmanagement besteed. Door samen te werken kan het complete proces, van inventarisatie tot hergebruik, een duurzame gesloten cirkel worden.

Samenvattend

Ontmanteling gaat de komende jaren veel werk opleveren voor de toeleverende industrie, denk o.a. aan engineering, HSE analyses en voorbereidende modificatie werkzaamheden. Maar ook voor de daadwerkelijke ontmanteling, hiervoor biedt het NZKG met nieuwe Energiehavens en de aanwezige infrastructuur perfecte oplossingen. Voor het ontmantelen van platformen is de geografische afstand naar de locatie van ontmanteling namelijk van belang. Om de kosten van transport en asbestregulering te reduceren heeft een ontmantellocatie dichtbij het platform de voorkeur.

De verschillende bedrijfs- en industrieterreinen rondom het Noordzeekanaalgebied zijn geografisch gezien uitermate geschikt om oude platformen tijdelijk op de wal te stallen om ze vervolgens te demonteren en afvoeren naar specialistische bedrijven voor hergebruik en verwerking.

Belangrijke ontwikkelingen in de omgeving zijn de bouw van de nieuwe Zeesluis (2023 gereed), de Energiehaven (2025 gereed)

en het economisch perspectief dat steeds meer circulaire activiteiten in en nabij de Amsterdamse haven ontplooid worden.

Naast platformen kunnen ook andere (offshore) installaties in aanmerking komen voor demontage op de wal. Denk hierbij aan o.a. aan de ontmanteling van data- en elektriciteitskabels, windturbines, schepen en wrakkenverwijdering.

2.3.4 New Energy

Door de transitie naar duurzame energie en het naderen van het einde van de economische levensduur van bestaande olie en gasplatformen, wordt er de komende jaren flink geïnvesteerd in modificatie en elektrificatie van bestaande platformen en ontmanteling van oude platformen.

Oude platformen kunnen hergebruikt worden voor ondergrondse opslag van afgevangen CO₂ afkomstig van de industrie (CCUS- Carbon Capture, Utilization and Storage). Er lopen pilot projecten in Amsterdam genaamd Athos en in Rotterdam genaamd Porthos. Ook staat het project Aramis in de kinderschoenen, waarbij wordt gekeken naar IJmuiden als basis voor overslag van CO₂.

Er zullen platformen ingezet worden voor de productie van groene waterstof, waarbij de stroom om het zeewater om te zetten in waterstof afkomstig is uit windparken op zee. De groene waterstof wordt vervolgens via de bestaande infrastructuur aan land gebracht. Het eerste pilotproject voor de productie van groene waterstof op een bestaand platform is al gestart eind 2018. Het PosHYdon project op het Q13a platform is s'werelds eerste offshore groene waterstofpilot project en is een samenwerking tussen Neptune Energy, Nexstep en TNO.

Een andere mogelijke toepassing is het leveren van groene stroom uit de windparken aan de platformen als alternatief voor het gewonnen gas dat ze nu gebruiken als energiebron (tot wel 5%).



De oude platformen maken uiteindelijk plaats voor groene alternatieven en naar verwachting zal men de komende tien jaar 60% van de huidige installaties ontmantelen.

Samenvattend

Er ontstaan nieuwe markten als gevolg van de energietransitie. Markten die samenhangen met de bestaande energievormen (fossiele brandstoffen) en wind. Deze nieuwe markten hebben we nodig om de groeimarkten verder uit te bouwen in het geval van offshore wind. Het kan ook dat de nieuwe energievormen ingezet worden om bestaande markten geleidelijk af te kunnen bouwen in het geval van oude gasplatformen, of om de bestaande infrastructuur te hergebruiken.

Het is nog niet duidelijk hoe deze nieuwe energievormen zich gaan ontwikkelen en wat er technisch allemaal mogelijk is, daarom is het belangrijk om de ontwikkelingen nauwlettend te volgen. Door bovenop de ontwikkelingen te zitten kunnen we verbanden leggen en op zaken inspelen. Het is wel duidelijk dat de nieuwe energievormen cruciaal zijn voor de toekomst en dat wij als AYOP op de eerste rij willen zitten om een netwerk op te bouwen, kennis te vergaren en relevante informatie te ontsluiten naar onze leden, zodat we gereed zijn wanneer dat nodig is.

Onze regio heeft alle kennis en kunde in huis omtrent offshore olie en gas en offshore wind en kan zeker een waardevolle bijdrage leveren aan de nieuwe markten, die zich de komende jaren verder zullen ontwikkelen. In dat kader is het belangrijk om te inventariseren welke kennis en kunde bij onze leden aanwezig is. Denk aan spelers als Tata Steel, Port of Amsterdam en Port of Den Helder, die al samenwerken rondom waterstof.

AYOP en haar leden zullen deze ontwikkelingen op de voet volgen, kennis verzamelen, en waar mogelijk een waardevolle bijdrage gaan leveren.

2.3.5 Synergie vier thema's

Er zit enorme potentie in het reduceren van kosten en emissies in de offshore & maintenance (O&M) van zowel wind op zee als olie en gas. De kosten van O&M worden namelijk sterk bepaald door de uitdagingen die oudere offshore activa met zich meebrengen, dit leidt namelijk tot een grotere frequentie van onderhoud en bezoeken. Door in de offshore logistiek samen te werken tussen verschillende operators, en tussen olie & gas- en windsector, kunnen grote kostenbesparingen en emissiereducties gerealiseerd worden. Om dit te bereiken verschuift O&M steeds meer naar voorspelbaar en preventief onderhoud met een steeds lagere bezoekfrequentie tot gevolg.

Ook voor decommissioning kunnen kosten bespaard worden in de offshore logistiek. Interessant om te kijken hoe het ontmantelen van een oud gasplatform gecombineerd kan plaatsvinden met het installeren van windturbines op zee. Hetzelfde geldt ook voor de nieuwe ontwikkelingen op het gebied van waterstof en CO₂. Door slim na te denken over combinaties en spelers kan de markt veel efficiënter bewerkt worden en kosten, tijd en emissies bespaard worden.

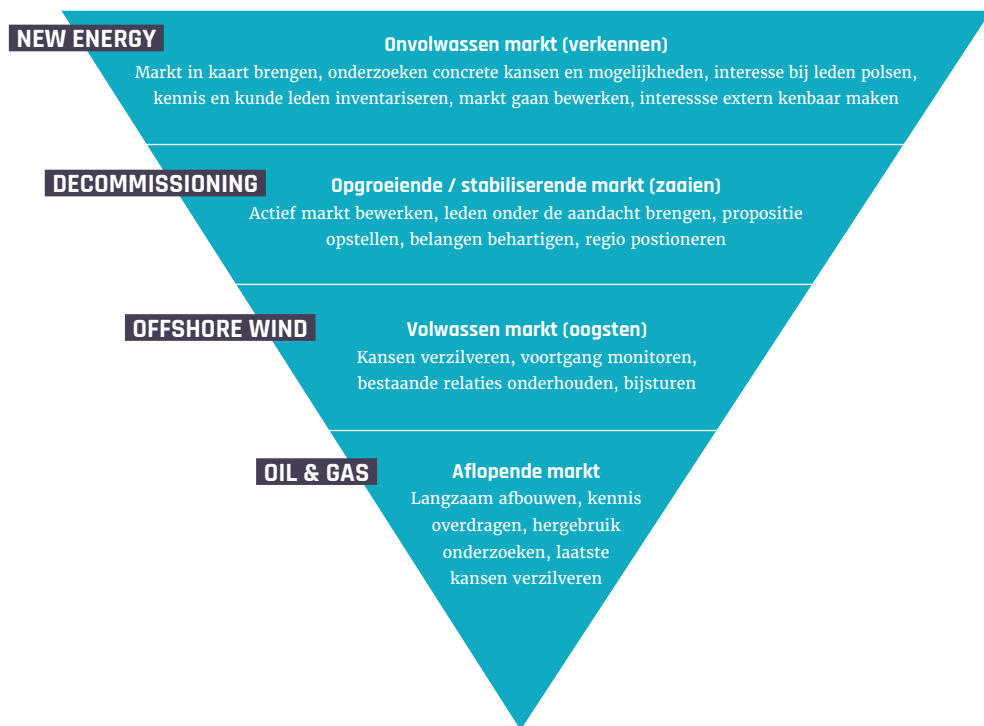
Door een compleet ecosysteem in de regio te realiseren kan de potentie van de energietransitie volledig benut worden en creëren we synergie door en tussen de leden. Dit komt o.a. door:

- Kennis en ervaring
- Producten- en dienstenaanbod
- Netwerk en de bestaande samenwerkingen
- Ontwikkeling van de Energiehaven (extra ruimte voor bijv. opslag en assemblage, direct aan zee)
- Focus op geschikt personeel en innovatie

2.3.6 Marktvolwassenheid thema's

De vier thema's bevinden zich in een andere fase qua marktvolwassenheid. Iedere fase vraagt om een andere mix aan activiteiten en communicatie om daarmee een maximale impact en resultaat voor de leden te behalen.

GROFWEG Zouden de thema's als volgt ingedeeld kunnen worden.



2.3.7 Inzet per thema

New Energy is een thema waarvan de markt momenteel aan het ontstaan is. We zitten dus in de onderzoekende of verkennende fase. Belangrijk is om te kijken in welke richting hij ontwikkelt en waar er kansen liggen voor de leden. We zullen marktinformatie moeten inwinnen, congressen en seminars bijwonen, gesprekken voeren om te zien wat onze leden en stakeholders aan kennis en kunde hebben, kansen met de leden delen en de interesse polsen. Mogelijk moet er ook nog een vertaalslag gemaakt worden van de kansen naar concrete business opportuniteiten voor de leden.

Het is goed om in deze fase wel de interesse aan de markt kenbaar te maken, dus we moeten awareness gaan creëren. Indien de tijd rijp is kunnen we een propositie opstellen en uiteindelijk de kansen ook gaan verzilveren.

Decommissioning is een verder ontwikkelde en meer stabiliserende markt. De marktkansen zijn grotendeels in kaart gebracht door een eerdere werkgroep, de vraag is meer wanneer grootschalige ontmanteling gaat plaatsvinden en waar dit gaat gebeuren. Tevens is het vergunningstraject zeer complex en iets om rekening mee te houden. We zullen deze markt actief moeten gaan bewerken. Onze leden en wat ze de markt bieden onder de aandacht gaan brengen en hun belangen op dit terrein behartigen. Ook moeten we de regio op de kaart gaan zetten als perfecte locatie voor decommissioning. Samenvattend, we zullen in deze markt moeten gaan zaaien door een heldere propositie op te stellen.

Offshore Wind is een volwassen markt waar we de afgelopen jaren veel in geïnvesteerd of gezaaid hebben. Dit zien we o.a. terug in het aantal bedrijven dat zich de afgelopen jaren in de regio gevestigd heeft en de positie die de regio verworven heeft als 'hoofdstad van offshore wind'. Het is nu tijd om te gaan oogsten en de kansen te gaan verzilveren. Daarbij is het heel belangrijk om bestaande relaties goed te onderhouden. Om te kunnen oogsten en dus groeien zijn voldoende technische geschoolde arbeidskrachten essentieel, dit zal dus een zeer belangrijk aspect binnen het thema zijn. We zullen de voortgang van ingezette initiatieven blijven monitoren en waar mogelijk bijsturen.

Oil & Gas is een markt die uiteindelijk gaat verdwijnen, maar die voorlopig nog hard nodig is om de energietransitie te kunnen realiseren. Belangrijk is om te kijken op welke manier de kennis en kunde ingezet kan worden in de nieuwe opkomende markten. Uiteraard moet er ook gekeken worden hoe alles nog uit deze markt gehaald kan worden qua infrastructuur.



2.4 ACTIVITEITEN

Passend binnen de thema's organiseert AYOP uiteenlopende activiteiten voor haar leden. Het streven is om 75% van de activiteiten gepland te laten plaatsvinden, maar het is ook belangrijk om flexibel te zijn om op bepaalde ontwikkelingen in te kunnen spelen (25% flexibel). Daar komt bij dat het onbekend is hoe Covid19 zich volgend jaar ontwikkelt. In het jaarplan volgen we twee sporen naast elkaar, we gaan er enerzijds van uit dat het virus nog steeds aanwezig is en anderzijds houden we rekening met fysieke activiteiten. De reden hiervoor is dat we op deze manier voorbereid zijn en snel kunnen bijsturen.

De activiteiten variëren dan ook van online business calls tot fysieke beursdeelnames en alles wat daartussen valt. De impact van de activiteiten op de doelen en strategie varieert per activiteit. Zo zijn de **business calls** en **Leden-Ontmoeten-Leden bijeenkomsten** erop gericht om het onderlinge contact tussen de leden te bevorderen en om kennis, informatie en ideeën te delen. Uiteindelijk leren de leden elkaar hierdoor beter kennen en wordt de kans op samenwerking aanzienlijk vergroot. De business calls hebben nog een andere belangrijk doel en dat is het leden-contact op reguliere basis laagdrempelig te onderhouden.

Persoonlijke leden bezoeken zijn ervoor om contact met de leden te onderhouden. Als vereniging is het belangrijk om goed te weten wat er speelt bij je leden. Het AYOP-team haalt hier dus kennis en informatie op en krijgt daarmee een beter beeld van de business en het verdienmodel van de leden. Hierdoor kan het team meedenken bij uitdagingen of kansen, kunnen verbanden gelegd worden en kunnen de leden beter bediend worden.

De jaarlijkse **Algemene Leden Vergadering (ALV)** is bedoeld om de leden te informeren over het reilen en zeilen van AYOP. Uiteraard is de ALV ook een perfecte gelegenheid voor leden om elkaar te ontmoeten en kennis, informatie en ideeën uit te wisselen. De vergadering wordt gecombineerd met de OV-IJmond haringparty zodat er extra netwerkgelegenheid is met een andere organisatie uit de regio.

De beursdeelnames bevatten een veel grotere promotionele component van de leden en de regio. Ook het opdoen van kennis en informatie over de business opportuniteiten is een belangrijk aspect van beurzen. Uiteraard leren de leden elkaar tijdens dergelijke activiteiten ook beter kennen en wordt de kans op samenwerking vergroot. Hetzelfde geldt voor Gluren bij de Buren, waarbij uiteraard ook de nodige kennisoverdracht plaatsvindt, waardoor de leden kunnen leren van een andere haven.

Supply chain meetings zijn vooral bedoeld om een ingang te creëren voor de AYOP-leden, door ze goed onder het voetlicht te brengen bij toekomstige opdrachtgevers krijgen ze hopelijk een streepje voor. De leden doen hierbij ook de nodige kennis en ervaring op.

Seminars worden georganiseerd om kennis over te dragen en om onderling contact tussen de leden te bevorderen, maar het zijn ook perfecte gelegenheden om potentiële leden kennis met het netwerk en de organisatie te laten maken.

Workshops hebben veel overeenkomsten met seminars, alleen de groeps grootte is kleiner en er wordt vaak dieper op de inhoud ingegaan. Deze sessies zijn ideaal voor innovatievraagstukken of uitdagingen waar de sector voor staat, denk bijvoorbeeld aan het vinden van geschikt personeel.

Netwerkborrels of **diners** zijn voornamelijk bedoeld om het onderling contact tussen de leden te bevorderen en een gevoel van verbondenheid te creëren. Ook zijn ze uitermate geschikt om nieuwe leden kennis te laten maken met de vereniging en het netwerk.

Pitchsessie gevolgd door **speeddaten**, dit kan zowel fysiek als online georganiseerd worden. Pitches kunnen georganiseerd worden rondom een thema of een aantal nieuwe leden. Na de pitches wordt geïnventariseerd waar de interesses liggen en worden bedrijven aan elkaar gekoppeld. De speeddate sessie vindt aansluitend in de middag plaats of de volgende dag, dit wordt vooraf helder gecommuniceerd zodat men tijd in de agenda's reserveert.

Werkgroepen zijn in het leven geroepen om een met een groep leden een marktbewerkingsstrategie te bepalen of om gezamenlijke een bepaalde uitdaging op te lossen door de kennis en kunde te bundelen waardoor er synergie ontstaat. Ook kan het zijn dat men gezamenlijk een markt verder in kaart wil brengen om te kijken waar er mogelijkheden zijn voor business. De werkgroep richt zich specifiek op een programma.

Stuurgroep wordt gevormd door de premium leden van AYOP. Deze groep biedt extra brainpower en ogen en oren in de markt. Ze adviseren het bestuur op regelmatige basis en denken mee over de te varen koers.

Lidmaatschappen van andere verenigingen of organisaties om kennis en informatie op te halen die relevant is voor onze leden. Daarnaast kan een lidmaatschap een strategisch belang dienen.

Tenslotte kan het bij opkomende markten, nieuwe technologieën of nieuwe ontwikkelingen waardevol zijn om een **marktrapport** of **scan** uit te laten voeren. Hiermee kunnen we kennis en informatie ontsluiten richting de leden.

Op de volgende pagina's per activiteit een korte omschrijving van de beoogde impact.

Activiteiten	Impact
Business call	Onderling contact bevorderen
	Kennis, informatie en ideeën delen
	Kans op samenwerking vergroten
	Ledencontact onderhouden op reguliere basis
	Arbeidsmarkt uitdagingen delen
Leden-Ontmoeten-Leden bijeenkomst / bedrijfsbezoek	Elkaar goed leren kennen
	Onderling contact bevorderen
	Leren van elkaar
Persoonlijke leden bezoeken	Kans op samenwerking vergroten
	Ledencontact onderhouden op reguliere basis
	Kennis, informatie en ideeën ophalen
	Kans op samenwerking vergroten
	Onderling contact bevorderen
Algemene Leden Vergadering	Arbeidsmarkt uitdagingen delen
	Kennis, informatie en ideeën delen
	Onderling contact bevorderen
Beurzen	Kans op samenwerking vergroten
	Leden promoten
	Regio promoten
	Markt /kansenverkenning
	Kennis en informatie vergaren (business opportunities)
Glu-Bu	Onderling contact bevorderen
	Leren van anderen
	Kennis en informatie vergaren (business opportunities)
	Leden promoten
	Regio promoten
	Onderling contact bevorderen
	Arbeidsmarkt uitdagingen delen

Activiteiten	Impact
Supply chain meeting	Leden promoten
	Regio promoten
	Kennis en informatie vergaren (business opportunities)
	Gezamenlijke strategie bepalen (belangenbehartiging)
Seminar	Kennis en informatie vergaren (business opportunities)
	Markt /kansenverkenning
	Uitdagingen delen
	Nieuwe leden aantrekken
Workshop	Arbeidsmarkt uitdagingen delen
	Kennis, informatie en ideeën delen
	Markt /kansenverkenning
	Onderling contact bevorderen
Netwerkborrel of diner	Kans op samenwerking vergroten
	Verbondenheid creëren
	Gezamenlijke strategie bepalen (belangenbehartiging)
	Onderling contact bevorderen
Pitchsessie incl. speed dating	Verbondenheid creëren
	Nieuwe leden aantrekken
	Onderling contact bevorderen
	Kennis, informatie delen
Werkgroep	Kans op samenwerking vergroten
	Markt /kansenverkenning
	Kennis en informatie delen
	Markt /kansenverkenning
Werkgroep	Leren van elkaar
	Uitdagingen delen
	Nieuwe oplossingen uitwerken
	Gezamenlijke strategie bepalen (belangenbehartiging)
Werkgroep	Arbeidsmarkt uitdagingen delen

Activiteiten	Impact
Stuurgroep	Exclusief voor premiumleden
	Extra brainpower
	Kennis en informatie delen
	Markt /kansenverkenning
Lidmaatschappen	Nieuwe oplossingen uitwerken
	Gezamenlijke strategie bepalen (belangenbehartiging)
	Kennis en informatie vergaren door team
	Strategisch belang
Marktrapport of scan	Kennis en informatie verwerven
	Markt /kansenverkenning
	Nieuwe kennis en informatie delen



3. Communicatie en content

Communicatie wordt ingezet om onze doelen te behalen en de strategie kracht bij te zetten. Belangrijk is om ook onze kernwaarden in de communicatie terug te laten komen. Elke uiting zal hierop getoetst worden.

We willen AYOP neerzetten als een actieve vereniging met een persoonlijke aanpak, zowel onder de leden als daarbuiten. We kennen onze leden

goed en weten wat er speelt in de sector, we leggen verbanden en verbinden partijen met elkaar. Binnen onze vereniging is veel offshore kennis en ervaring aanwezig. Het delen van deze kennis en ervaring wordt actief gestimuleerd, waardoor we een kennisplatform voor leden en potentiële leden zijn. Om dit goed naar buiten te brengen hebben we output, dus activiteiten en content nodig.



3.1 COMMUNICATIEDOELEN

Het hoofd communicatiedoel is: AYOP en de mogelijkheden voor de offshore energiesector binnen het NZKG nationaal en internationaal bekendheid geven via content en daarmee de leden, de regio en de vereniging goed positioneren.

Bovenstaande vertaalt in de volgende meetbare communicatiedoelstellingen voor 2021.

- Opname en publicatie van 6-10 vlogs, waarbij minimaal 7.500 views* op LinkedIn gehaald worden.
- Publicatie van 4-6 expert interviews, waarbij minimaal 7.500 views* op LinkedIn gehaald worden.
- Er worden 4-8 samenwerkingsverhalen gedeeld via de website en social media.
- De website wordt ieder kwartaal geüpdatet.
- De business guide wordt, indien voldoende nieuwe content beschikbaar is, jaarlijks geüpdatet.
- Groei van 25% in het aantal websitebezoekers. Nulmeting 1 januari 2021.
- Het aantal volgers op LinkedIn stijgt van 1.450 naar 2.500.
- Het bereik van de berichten op LinkedIn en Twitter groeit met 25%, via deze kanalen willen we ook de website traffic verhogen.
- We worden door 3-6 vakbladen benaderd voor content (niet betaald).
- We krijgen 3-6 spreekverzoeken voor congressen, seminars of webinars.
- Er worden 4 nieuwsbrieven gepubliceerd.
- Per jaar minimaal 4 persberichten overgenomen in 4 gerenommeerde (inter)nationale media.

De voortgang op bovenstaande doelen worden drie keer per jaar geëvalueerd en waar nodig wordt de aanpak bijgesteld.

3.2 DOELGROEPEN

- Leden en potentiële leden (gevestigd of werkzaam in de regio).
- Belanghebbenden / stakeholders (regionale binding / overheid / onderwijs).

- Potentiële klanten of gebruikers NZKG (klanten van onze leden, dit kunnen ook potentiële AYOP-leden zijn).
- Toekomstige arbeidskrachten: studenten en technisch geschoold personeel (zij-instromers).

3.3 HOOFDTHEMA'S CONTENT

- Offshore Wind
- Oil & Gas
- Decommissioning
- New Energy

3.4 CONTENTSTRATEGIE

De content wordt voor een groot deel gevormd door de activiteiten die we organiseren. Het is belangrijk om al deze activiteiten actief naar buiten te blijven brengen. Dit is een gedeelde verantwoordelijkheid van het team. Als team zullen we continue moeten nadenken of iets relevante én neutrale content voor al onze doelgroepen is. Alleen op deze manier blijven we top of mind bij belanghebbenden in de offshore energiesector. De manier waarop we dit doen is door voor alle activiteiten (seminars, beurzen, borrels, etc) een stukje content te creëren. Dat kan bijvoorbeeld zijn in de vorm van een aankondiging, nieuwsbericht, terugblik of een kort verslag. Deze contentmomenten worden, naast de daadwerkelijke activiteiten, opgenomen in de activiteiten & content kalender 2021.

Gezien de beperkte middelen van de vereniging kiezen we ervoor om ons ecosysteem van leden en stakeholders mede in te schakelen. Dit gaan we doen door onze leden en stakeholders actief te betrekken bij de content die we maken, zodat ze zich betrokken voelen en de content ook een beetje als 'eigen' ervaren. Op deze manier willen we het delen via social media bevorderen, via de persoonlijke kanalen van onze leden en stakeholders om uiteindelijk een olievlekwerking te bewerkstelligen. Daarnaast zal er slim nagedacht worden over het hergebruiken van gecreëerde content. Denk hierbij aan de voorbeeldcases uit de business guide, die tevens op de website of in een nieuwsbrief geplaatst worden.

* Deze views zijn gebaseerd op het algemene AYOP-kanaal en de individuele kanalen van het AYOP-team.

3.5 COMMUNICATIEMIDDELEN

AYOP maakt gebruik van de volgende communicatiemiddelen die in een mix worden ingezet.

e-Mails worden ingezet als regulier communicatiemiddel met onze leden en stakeholders. Ze worden gebruikt om partijen te attenderen op evenementen of projecten die georganiseerd worden. Ook kan email worden ingezet om specifieke informatie te delen of om bepaald nieuws onder de aandacht te brengen. Via de e-mailbanner in de handtekening kan aandacht gevraagd worden voor bepaalde beurzen of projecten.

Website een goede online zichtbaarheid was altijd al belangrijk maar deze tijd heeft aangetoond dat het des te belangrijker is. Daarom heeft AYOP in 2020 geïnvesteerd in een nieuwe website. Deze website moet een plek worden waar kennis en ervaringen gedeeld worden. Waar oude en nieuwe leden elkaar kunnen vinden. Waar we inzichten delen, elkaar up to date houden en waar we nieuwsberichten delen. Belangrijk dus om hem regelmatig bij te werken. De website draagt bij aan het positioneren van de vereniging en de regio. Traffic naar de website wordt verhoogd door links in social media berichten (naar bijvoorbeeld nieuwsberichten, leden, kennisartikelen), e-mailbanner en consequente vermelding in publicaties en op externe platforms. Aan de hand van Google Analytics en SEO zullen we per kwartaal de nodige aanpassingen doen om de traffic nog meer te verhogen.

Business guide is een catalogus waarin de leden met een profiel zijn opgenomen. Daarnaast bevat hij markt- en regio informatie en worden er een aantal business cases van de leden uitgelicht. De business guide wordt ingezet als een 'bidbook' voor de operators van windparken en gasplatformen, algemene ledenpromotie tijdens evenementen, om de regio te promoten en op de kaart te zetten, mensen naar de sector trekken en als informatiegids voor potentiële leden. De gids is in print en online beschikbaar.

Nieuwsberichten worden ingezet om de leden, potentiële leden en stakeholders te informeren over nieuwe ontwikkelingen op het gebied

van marktkansen, innovaties, kennis en nieuwe leden. Nieuwsberichten zijn expliciet geen nieuwsberichten van leden, tenzij het baanbrekende ontwikkelingen betreffen die voor de hele sector van belang zijn. In dat geval wordt het nieuwsbericht van het lid naar AYOP-content herschreven. Elk nieuwsbericht moet neutraal, informatief, concreet, gemakkelijk leesbaar en van goed beeldmateriaal voorzien zijn.

Persberichten worden ingezet om via de regionale en (inter)nationale (vak)media nieuwe ontwikkelingen te delen die nieuwswaardig zijn. Het zijn ontwikkelingen over AYOP of waar AYOP als vereniging een belangrijke bijdrage aan geleverd heeft. Een persbericht is dus eigen nieuws en niet het doorplaatsen van leden nieuws. Hiervoor is LinkedIn het juiste kanaal.

Advertenties (online en offline) worden ingezet om de bekendheid van AYOP onder de juiste doelgroepen te vergroten of om bepaalde innovaties, duurzame ontwikkelingen onder de aandacht te brengen. Advertenties kunnen ook ingezet worden om een de regio te promoten en daarmee een positieve indruk bij toekomstige medewerkers achter te laten. Ze dragen bij aan het imago van de regio als 'offshore energie regio'.

Sponsoring wordt ingezet om de naamsbekendheid van AYOP te vergroten. Daarnaast kan sponsoring strategisch worden ingezet om nieuwe leden te werven of bepaalde samenwerkingen te verdiepen. Ook kan sponsoring vanuit een maatschappelijk oogpunt overwogen worden, belangrijk is wel dat alles in belang van de vereniging gebeurt.

Social media wordt ingezet om eigen nieuwsberichten, events en le-
dennieuws te delen met 'de wereld'. Om regio ontwikkelingen onder de aandacht te brengen, om kennis of innovaties te delen of om onze activiteiten te promoten. Het bereik van social media is veel breder en doelgerichter dan de nieuws- en persberichten, dat maakt dit kanaal zeer geschikt voor het promoten van de vereniging en de regio. Ook wordt het ingezet om mensen naar de website te trekken voor meer informatie.

Partnerwebsites & -publicaties worden ingezet om een breder publiek te bereiken. De door ons gemaakte content kan hierop worden gedeeld, indien geschikt. Port of Amsterdam heeft het platform 'Amsterdam en de haven' gelanceerd om de gemeenteraadsleden en bewoners van Amsterdam bewust te maken van de rol van de haven. Daarnaast heeft Amports het 'Ways To Sea' e-magazine waarbinnen onze content gedeeld kan worden.

Vlogs zijn bedoeld om onze leden onder de aandacht te brengen bij andere leden. We zijn een netwerkvereniging en het is belangrijk dat men elkaar goed kent en weet te vinden. Met de vlogs willen we onze leden ook extern onder de aandacht brengen, door in beeld te brengen wie ze zijn en wat ze leveren. Dit laat ook de potentie van de regio goed zien en we hopen er toekomstige arbeidskrachten mee te bereiken.

Expertinterviews hebben als doel onze sector kennis en die van onze leden met de buitenwereld te delen, waarbij we tegelijk onze leden een podium bieden. Ons netwerk beschikt over veel kennis en dat willen we actief naar buiten brengen. We hopen hiermee ook toekomstige arbeidskrachten te bereiken en enthousiasmeren voor de offshore energiesector. Per interview worden er drie bedrijven geïnterviewd en dit wordt uitgewerkt tot een (online) artikel dat we delen via onze eigen social media-kanalen, website en (inter)nationale media. Afhankelijk van de nieuws-waarde eventueel ingekocht als advertorial.

Kwartaalnieuwsbrief is voornamelijk bedoeld om onze leden en stakeholders te informeren over de nieuwe leden van de vereniging en belangrijke ontwikkelingen. Dat gebeurt ook dmv nieuwsberichten, maar hier bundelen we de informatie tot een handig overzicht (samenvatting).

App de mogelijkheden van een specifieke AYOP-app zullen in 2021 onderzocht worden.

Op de volgende pagina's een overzicht van de middelenmix en de beoogde impact.

Middelen	Impact
e-Mails	Regulier contact onderhouden
	Kennis en informatie delen
	Leden promoten
	Regio promoten
	Onderling contact bevorderen
	Kans op samenwerking vergroten
Website	Leden promoten
	Regio promoten
	Nieuwe leden aantrekken
	Onderling contact bevorderen
	Kennis en informatie delen
	Kans op samenwerking vergroten
	Aanspreken arbeidsmarkt
Business guide	Leden promoten
	Regio promoten
	Kennis en informatie delen
	Nieuwe leden aantrekken
	Onderling contact bevorderen
	Aanspreken arbeidsmarkt
Nieuwsberichten	Leden promoten
	Regio promoten
	Nieuwe leden aantrekken
Persberichten	Leden promoten
	Regio promoten
	Nieuwe leden aantrekken
	Kennis en informatie delen
	Aanspreken arbeidsmarkt
	Belangenbehartiging

Middelen	Impact
Advertenties	Naamsbekendheid vergroten
	Regio promoten
	Nieuwe leden aantrekken
	Aanspreken arbeidsmarkt
Sponsoring	Naamsbekendheid vergroten
	Regio promoten
	Nieuwe leden aantrekken
	Kans op samenwerking vergroten
Social media (LinkedIn en Twitter)	Leden promoten
	Regio promoten
	Nieuwe leden aantrekken
	Belangenbehartiging
	Aanspreken arbeidsmarkt
Partner websites & publicaties	Leden promoten
	Regio promoten
	Nieuwe leden aantrekken
	Onderling contact bevorderen
	Kennis en informatie delen
	Kans op samenwerking vergroten
	Aanspreken arbeidsmarkt
Vlog	Leden promoten
	Regio promoten
	Aanspreken arbeidsmarkt
	Nieuwe leden aantrekken
	Kans op samenwerking vergroten
	Onderling contact bevorderen

Middelen	Impact
Expert interview	Leden promoten
	Regio promoten
	Nieuwe leden aantrekken
	Aanspreken arbeidsmarkt
Kwartaal nieuwsbrief	Kennis en informatie delen
	Kans op samenwerking vergroten
	Onderling contact bevorderen
App	Kans op samenwerking vergroten
	Onderling contact bevorderen



3.6 COMMUNICATIEBELEID

Alle communicatie wordt tweetalig opgesteld, Nederlands en Engels.

Er wordt een vierogen principe gehanteerd voor de website, business guide, nieuwsberichten, persberichten, vlogs, expertinterviews en de kwartaalnieuwsbrief. Uitnodigingen voor een interview worden afgestemd met de directeur, zodat ze passen binnen de contentstrategie en het communicatiebeleid.

Persberichten gaan voor publicatie ook altijd voor akkoord langs de directeur. Persberichten bevatten nieuws omtrent de vereniging of ontwikkelingen waar de vereniging een belangrijk aandeel in had. Persberichten van leden worden niet als AYOP-persberichten geplaatst.

Nieuwsberichten beperken zich tot offshore activiteiten en de daaruit voortvloeiende ontwikkelingen. Nieuws van leden wordt niet als nieuwsbericht op de AYOP-website geplaatst, maar wordt via LinkedIn gedeeld mits relevant voor de sector. Uitzondering hierop staat omschreven onder nieuwberichten op pagina 32.

De schrijfstijl van AYOP is informeel passend bij de sector, zo schrijven we teksten in de je-vorm, ipv u-vorm. Teksten worden expliciet beoordeeld op concreetheid en opgesteld in voor iedereen begrijpbare taal.

3.7 SOCIAL MEDIA

LinkedIn en Twitter worden vooral ingezet om ledennieuws te delen met 'de wereld', om regio ontwikkelingen onder de aandacht te brengen, om kennis of innovaties te delen of om onze activiteiten te promoten. Het bereik van social media is veel breder dan de nieuws- en persberichten, dat maakt dit kanaal zeer geschikt voor het promoten van de vereniging en de regio. Ook wordt het ingezet om mensen naar de website te trekken voor meer informatie.

Om het bereik te vergroten is 'taggen' het sleutelwoord. Ook worden het bestuur en het team bij elk AYOP-bericht gevraagd dit bericht te delen of van commentaar te voorzien.

Daarnaast wordt social media ingezet om relevant nieuws van derden te delen via de AYOP-kanalen, dit kunnen leden, verenigingen of overheden zijn. Belangrijk is dat bij dit nieuws de relatie met AYOP d.m.v. commentaar wordt toegelicht. Tenslotte neemt AYOP een actieve houding aan door regelmatig te reageren op berichten van leden en stakeholders d.m.v. comments en likes.

4. Samenwerkingen en AYOP-Team

We zijn een vereniging met een duidelijke focus op het Noordzeeka-naalgebied, maar we kunnen de kansen en uitdagingen van de offshore energiesector niet alleen regionaal bekijken. Ontwikkelingen moeten in een grotere context worden geplaatst.

Met elkaar weten we meer, staan we sterker, hebben we een groter bereik en bereiken we meer. Het uitgangspunt is elkaar helpen en niet concurreren. We werken daarom nauw samen met andere verenigingen, clusters, instellingen en samenwerkingsverbanden. Door de krachten te bundelen, kunnen we de kansen en uitdagingen in de energietransitie gezamenlijk benaderen.

4.1 SAMENWERKINGEN

Een mooi voorbeeld van samenwerking is het onderzoeksrapport 'De economische bijdrage van offshore wind in Noord-Holland' dat in 2020 werd uitgevoerd door een trainee van Port of Amsterdam, onder begeleiding van o.a. Dorothy Winters, programmamanager offshore wind bij AYOP. Aan het onderzoek werkten de drie Noord-Hollandse Havens Amsterdam, den Helder en IJmuiden mee.

De samenwerking tussen Port of Amsterdam en AYOP is heel nauw, niet alleen zitten we fysiek in hetzelfde gebouw, maar ook Dorothy Winters is door Port of Amsterdam gedetacheerd als programma manager offshore wind bij AYOP. Daarnaast zit Marc Oomen, Head of Marketing & Product Development in het AYOP-bestuur en neemt Allard Klinkers, Commercial Manager Offshore & Logistics deel aan de stuurgroep Energy@Work. Ook vindt er maandelijks overleg plaats om activiteiten, ideeën en plannen op elkaar af te stemmen en om te kijken welke zaken we gezamenlijk kunnen organiseren.

Naast het onderzoeksrapport werkt AYOP op regelmatige basis samen met Port of Den Helder en North Sea Energy Gateway (NSEG). Er lopen veel gelijke thema's zoals personeel, de ontwikkeling van wind en de relatie met de Provincie Noord Holland op offshore. De samenwerking tussen NSEG en AYOP heeft als uitgangspunt dat je samen sterker staat en dat je gezamenlijk laat zien wat je te bieden hebt. Dat doen we onder andere door uitwisseling tussen leden en bijeenkomsten en door beurzen gezamenlijk te organiseren. Ook hebben we samen het initiatief genomen voor de North Sea Energy Alliance.

De samenwerking tussen Amports en AYOP richt zich op het versterken van het bedrijsennetwerk en zorgen dat er onderling wordt samengewerkt. Daarnaast kunnen er gezamenlijke evenementen georganiseerd worden en worden leden soms uitgenodigd voor elkaars events. Ook wordt er samengewerkt op het marketing- en communicatievlak door het uitwisselen van content. Zo werken we samen aan diverse artikelen in het Ways to Sea E-Zine. Met elkaar denken we ook na over de invulling van het Port of Football programma van Telstar, om hier onze netwerken nog meer te verbinden.

Met ORAM kijken we met name naar de gezamenlijke thema's en lobby in de Metropoolregio voor het bedrijfsleven rondom havenontwikkelingen gericht op de circulaire economie en energietransitie. Zo hebben we gekeken of en hoe de AYOP-leden kunnen bijdragen aan TET-Amsterdam.

Techport is onze samenwerkingspartner op het gebied van onderhoud van turbines en elektrische infrastructuur op zee (smart maintenance). Daarnaast richt de samenwerking zich op de gezamenlijke promotie van werken in technologie en in de offshore windsector, het vormgeven van

opleidingen voor (zij)instroom in de offshore windsector en het uitvoeren van projecten die oplossingen moeten vinden voor innovatieve uitdagingen in offshore wind. Zo versterken we elkaar in het gezamenlijk positioneren van de regio als nationale hub voor maak- en onderhoudsindustrie.

De samenwerking tussen NWEA en AYOP richt zich op het uitwisselen van kennis en marktinformatie, maar ook zeker op lobby activiteiten. Zo nemen wij actief deel aan de commissie Wind op Zee waar wordt gewerkt aan de uitbreiding van het aantal windparken op de Nederlandse Noordzee, het kostenefficiënter maken van windenergie en consultatie (kavelbesluiten, wetten en regelingen), beleidsontwikkeling met overheid en politiek, doorvaart & medegebruik van windparken en deelname Noordzeeoverleg over de gezamenlijke transitie en de ruimteverdeling. Daarnaast wordt Dorothy voorzitter van de werkgroep 'Ketensamenwerking'. Tenslotte organiseren NWEA en AYOP gezamenlijke evenementen.

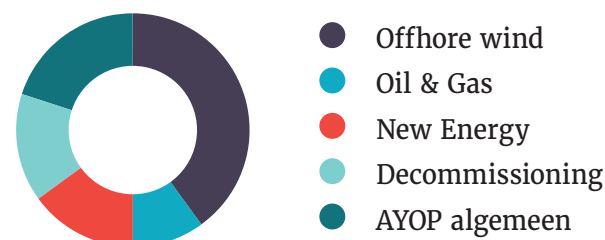
De samenwerking tussen IRO en AYOP uit zich in een wederzijds lidmaatschap van elkaars verenigingen, waardoor leden regelmatig aan elkaars activiteiten deelnemen. Daarnaast delen we kennis en informatie.

4.2 AYOP-TEAM

Het AYOP-team bestaat uit vier actieve en betrokken professionals, die altijd klaar staan voor de leden. Een van onze kernwaarden is 'persoonlijk', dat zeggen we niet alleen, maar zijn we ook echt. De lijntjes zijn kort, we houden van persoonlijk contact. Iedereen is direct benaderbaar voor algemene vragen, specifiek advies of suggesties.

Onze vereniging wordt aangestuurd door een bestuur van betrokken ondernemers uit de offshoresector. Zij brengen hun kennis in over focusgebieden en sectorontwikkelingen en bepalen mede met de directie de koers.

Onderstaande cirkeldiagram laat de inzet en aandacht van het team over de thema's grofweg zien. AYOP-algemeen omvat het relatiemanagement met de leden, alle back office activiteiten, activiteiten die niet direct aan een thema toe te wijzen zijn en de algemene promotie van de vereniging of regio.



Mogelijk wordt het team in 2021 nog ondersteund door een trainee of stagiair vanuit Port of Amsterdam.



AMSTERDAM IJMUIDEN
OFFSHORE PORTS

Bezoek ons

*Het Havengebouw, 13e verdieping
De Ruijterkade 7
1013 AA Amsterdam*

**VIND ONZE
LEDEN OP**

AYOP.COM

