



Allocatie 2.0 Tranche 4 en IC280 Light (TS046)

Communicatie- en market-readinessplan

Versie:	1.0
Datum:	22-08-2025
Opgesteld door:	Het Normo Implementatie
Status:	Goedgekeurd

Versiebeheer

Versie	Datum	Auteur	Opmerking
0.1	13-06-2026	J. Hogeweg	Eerste versie
0.3	27-06-2025	L. Sulkers	Interne review verwerkt
0.6	30-07-2025	L. Sulkers	Review Projectteam verwerkt
0.9	08-08-2025	L. Sulkers	Versie ter goedkeuring
1.0	22-08-2025	L. Sulkers	Versie ter publicatie

Distributie

Naam	Functie	Datum	Versie
Het Normo	Opsteller	13-06-2026	0.1
TSB-E / DSB (EDSN) / Het Normo	Review Projectteam	03-07-2025	0.3
IISO	Goedkeuring IISO	15-08-2025	0.9
PFSG	Informatie	22-08-2025	1.0
EnergieDataWijzer.nl (EDW)	Publicatie	22-08-2025	1.0

Inhoudsopgave

INHOUDSOPGAVE	3
1 INTRODUCTIE	4
1.1 INTRODUCTIE	4
1.2 LEESWIJZER.....	4
1.3 OVERGANG VAN BAS NAAR HET NORMO	4
2 UITGANGSPUNTEN: DOELSTELLINGEN EN DOELGROEPEN	5
2.1 DOELSTELLINGEN	5
2.2 DOELGROEPEN	5
2.3 OVERIGE UITGANGSPUNTEN	5
3 UITVOERING: MIDDELEN, AANPAK EN PLANNING	7
3.1 MIDDELEN.....	7
3.2 AANPAK	10
3.3 PLANNING	11



1 Introductie

1.1 Introductie

De doelstelling van Allocatie 2.0 Tranche 4 en de release van IC280 Light (TS046) is het gestructureerd, gecontroleerd en tijdig faciliteren van de marktpartijen in scope bij het doorvoeren van de afspraken (topics) die zijn vastgesteld in de Portfolio Stuurgroep (PFSG) met het mandaat van de ALV MFF voor het Collectief Allocatie 2.0. Onze activiteiten op het gebied van communicatie en market readiness (MR) zijn hierop gericht.

1.2 Leeswijzer

In dit document leest u welke communicatie- en MR-activiteiten we verrichten om bij te dragen aan een succesvolle release van Tranche 4 en IC280 Light (TS046). We gaan in op de uitgangspunten (hoofdstuk 2) en de uitvoering (hoofdstuk 3).

1.3 Overgang van BAS naar Het Normo

Sinds 4 juni 2025 heeft BAS een nieuwe naam: Het Normo. De rol van Het Normo is voor deze releases gelijk aan de rol die BAS had voor de eerdere releases van het Collectief Allocatie 2.0. In dit document is de nieuwe naam in de tekst al toegepast.



2 Uitgangspunten: doelstellingen en doelgroepen

2.1 Doelstellingen

De doelstelling van onze communicatie is:

- a) betrokken personen van zo veel mogelijk marktpartijen (waaronder alle MFF-leden) in de energiesector volledig, tijdig en juist te informeren over de planning en voortgang van de releases Tranche 4 en IC280 Light (TS046);
- b) een actieve dialoog te faciliteren tussen het projectteam Implementatie van Het Normo en de marktpartijen door vragen te beantwoorden;
- c) hen tijdig op de hoogte te stellen om zelf de noodzakelijke decentrale acties te ondernemen.

De doelstelling van de market readiness (MR) is:

- a) contactpersonen uit te vragen bij organisaties behorend tot de doelgroep van Tranche 4 en IC280 Light (TS046) om namens hun organisatie de projecten te coördineren;
- b) organisaties behorend tot de doelgroep te vragen naar de mate waarin ze klaar zijn voor de desbetreffende fase in beide releases;
- c) marktpartijen in de energiesector te vragen naar de mate waarin ze klaar zijn voor Tranche 4 en IC280 Light (TS046) met als streven de acceptatiecriteria te behalen.

Onze communicatie- en MR-activiteiten moeten ertoe bijdragen dat de betrokken organisaties klaar zijn voor de livegang van beide projecten.

2.2 Doelgroepen

In het Implementatieplan zijn de betrokken partijen genoemd. Het gaat om leden en niet-leden van MFF: distributiesysteembeheerders, de transmissiesysteembeheerder elektriciteit, balanceringsverantwoordelijken, opkopende en verkopende marktdeelnemers en geslotensysteembeheerders elektriciteit.

Binnen deze organisaties richten we ons primair op:

- a) projectmanagers of andere personen die intern leiding geven aan Tranche 4 en IC280 Light (TS046);
- b) testmanagers;
- c) transitie managers of andere contactpersonen die verantwoordelijk zijn voor de transitie zoals functioneel beheerders van marktpartijen;
- d) ALV MFF-leden (stemgerechtigden).

En secundair op:

- e) (medewerkers van) Het Normo, DSB's met EDSN en TenneT;
- f) overige geïnteresseerden.

2.3 Overige uitgangspunten

Het slagen van beide projecten staat of valt bij de inzet van de doelgroepen. Die moeten niet alleen weten wat ze moeten doen, maar ook waarom. Ze moeten zich betrokken voelen en de projecten ondersteunen. Met dit plan willen we hen daarom goed:

- informeren – we communiceren open, transparant, deskundig en eenduidig;

- inspireren – we communiceren positief en enthousiast;
- betrekken – we communiceren niet afstandelijk maar vanuit een wij-gevoel, informeel (jegens de primaire doelgroep) en we leggen de doelgroep keuzes voor en de uiteindelijk gemaakte keuze voeren we uit zodat het draagvlak voor beide projecten groeit;
- motiveren – we communiceren met overtuigende argumenten;
- activeren – we communiceren helder en geven aan wat er gedaan dient te worden.

3 Uitvoering: middelen, aanpak en planning

De DSB's met EDSN en TenneT zijn ook betrokken bij de uitvoering van beide projecten. Een deel van de communicatie voeren zij zelf uit. Denk aan antwoorden van hun helpdesks op vragen van marktpartijen en begeleiding in de test- en kwalificatiefase. De overige communicatie en MR-activiteiten voeren wij als projectteam uit en worden in dit hoofdstuk beschreven.

3.1 Middelen

We zetten uitsluitend communicatiemiddelen in die specifiek voor de projecten bedoeld zijn. Wat we communiceren, is daarmee altijd relevant (need to know) en raakt niet ondergesneeuwd door nice to know-informatie.

Onder de doelgroepen bevinden zich buitenlandse partijen. Ook hen moeten we voorbereiden op de releases. Binnen het Collectief Allocatie 2.0 is daarom afgesproken onze communicatie deels naar het Engels te vertalen, zoals de nieuwsbrief, presentaties van voorlichtingssessies, Q&A-lijsten en sectordocumenten zoals business services.

Middel	Omschrijving
Nieuwsbrief	Achtergrond: nieuwsbrief die vanuit Het Normo ongeveer eens per twee weken verstuurd wordt (afhankelijk van de ontwikkelingen rond de releases van Het Normo), gericht aan alle MFF-leden, contactpersonen voor de releases en geïnteresseerden die zichzelf hebben geabonneerd. De items in de nieuwsbrief linken door naar de volledige nieuwsartikelen op de website van Het Normo (en van MFFBAS). De nieuwsbrief vertalen we een-op-een naar het Engels. Doel: <u>informer</u> (over de algemene voortgang, zoals planning en RFC's), <u>inspireren</u> (goed nieuws en goede voorbeelden communiceren), <u>betrekken</u> (je aansluiten bij koplopers), <u>activeren</u> (bijvoorbeeld om deel te nemen aan informatiebijeenkomsten, de market readiness in te vullen, decentrale acties uit te voeren en de Energiedatawijzer en MyTenneT te bezoeken) Doelgroep: a) – f) Frequentie: ten minste maandelijks Hoe: via specifieke projectniewsbrief in (vooralsnog) MFFBAS-stijl, opgezet en verstuurd met het mailprogramma Laposta

Website Het Normo en MFFBAS	Achtergrond: nieuwsartikelen van de nieuwsbrief Doel, doelgroep, frequentie: zie nieuwsbrief Vanwege de Engelstalige nieuwsbrief plaatsen we ook Engelstalige berichten op de website van Het Normo. De berichten plaatsen we ook op de website van MFFBAS, omdat dit nog een vertrouwde plek is voor de doelgroep Frequentie: ten minste maandelijks Hoe: via WordPress
Energiedatawijzer	Achtergrond: sectordocumentatie; vanaf 1 juni 2025 zijn de vastgestelde documenten te vinden op de Energiedatawijzer en wordt de content op mijnMFFBAS beperkt. Deze sectordocumentatie is het uitgangspunt voor de marktpartijen en is altijd up-to-date Doel: <u>informer</u> (over de inhoud, planning en alle achtergronden van beide projecten), <u>activer</u> (om aan de hand van de sectordocumenten aan de slag te gaan met aanpassingen aan decentrale systemen en processen) Doelgroep: a) – c) Frequentie: wanneer documenten zijn vastgesteld Hoe: via WordPress (Energiedatawijzer)
Informatie-bijeenkomsten (inclusief opname)	Achtergrond: online bijeenkomsten van het projectteam voor de contactpersonen van de marktpartijen, inclusief opname om terug te kijken Doel: <u>informer</u> (over de specifieke voortgang en planning), <u>betrekken</u> (bijvoorbeeld door middel van vraag en antwoord over de aanpak en de bijdrage van marktpartijen en door ruimte te geven aan eigen input en keuzes), <u>motiver</u> (door duidelijke argumentatie over de urgentie van het project en specifieke acties). Doelgroep: a) – c) Frequentie: ongeveer 4 voorlichtingssessies Hoe: vooraankondiging via de nieuwsbrief, uitnodiging via Microsoft Outlook naar contactpersonen uit een continu geactualiseerde verzendlijst en aanwezigheidslijst, voorlichting via Microsoft Teams en opname geplaatst op de Energiedatawijzer
Presentaties	Achtergrond: de presentaties van de informatiebijeenkomsten zijn beschikbaar voor alle doelgroepen als referentiemateriaal, ook in het Engels Doel: <u>informer</u> (over de specifieke voortgang en planning) Doelgroep: a) – c)

	Frequentie: direct na elke voorlichtingssessie Hoe: (via de bijeenkomsten en de nieuwsbrief Releases wijzen op) plaatsing op de Energiedatawijzer
Dialogo (Q&A)	Achtergrond: tijdens voorlichtingen is het mogelijk om vragen te stellen en dat kan gedurende de looptijd van het project ook via een algemeen e-mailadres: vragen@hetnormo.nl Doel: <u>informer</u> (over de specifieke acties en praktische vraagstukken), <u>interact</u> (met de helpdeskmedewerker van EDSN over de specifieke acties en praktische vraagstukken) Doelgroep primair: a) – c) Frequentie: dagelijks (responstijd binnen een dag) Hoe: vragen worden gesteld tijdens voorlichtingen en komen ook binnen via vragen@hetnormo.nl. Ze worden beantwoord door een medewerker van Het Normo. We maken per voorlichting een lijst van de gestelde vragen en antwoorden. Deze Q&A-lijsten plaatsen we op de Energiedatawijzer en bieden we ook in de Engelse vertaling aan.
Market readiness	Achtergrond: een cruciaal onderdeel van de communicatie zijn de uitvragen voor market readiness (MR) van Tranche 4 en IC280 Light (TS046). Het welslagen van deze projecten is afhankelijk van de respons op de MR. Doel: <u>activer</u> (bijvoorbeeld om decentrale acties uit te voeren), <u>betrekken</u> (bijvoorbeeld om ruimte te geven aan input en keuzes van de doelgroepen). Doelgroep: a) – d) Frequentie: circa 4 uitvragen Hoe: via SurveyMonkey
Mailings	Achtergrond: voor specifieke fasen in het project benaderen we contactpersonen met mailings. Dit gebeurt bijvoorbeeld voor het aanjagen en monitoren van de Gebruikersacceptatietesten (GAT) en rond de go live. Doel: <u>informer</u> (over cruciale fase van project), activeren (om zich voor te bereiden op de GAT of transitie) Doelgroep: a) – d) Frequentie: incidenteel Hoe: via projecten@hetnormo.nl
E-mail	Achtergrond: aanvullend op de bovengenoemde communicatiemiddelen Doel: <u>informer</u> (bij hoge urgentie, bijvoorbeeld rond de go live), <u>activer</u> (bijvoorbeeld bij het uitblijven van respons op uitnodigingen of bij de escalatie naar doelgroep d)) Doelgroep: a) – d) Frequentie: incidenteel

3.2 Aanpak

Het ledenbestand van MFF vormt de basis voor onze communicatie- en MR-activiteiten. Bij de ALV MFF-leden vragen we via een MR-uitvraag de contactgegevens van primaire contactpersonen (doelgroep a) – c), zoals project- en testmanagers). De primaire contactpersonen zijn de schakel tussen ons en hun interne organisatie. Zij ontvangen van ons de nieuwsbrief en uitnodigingen voor voorlichtingssessies. Ook ontvangen zij de MR-uitvragen, met uitzondering van de MR Go Live, die we voorleggen aan de ALV MFF-leden.

Mocht het ALV MFF-lid niet reageren op de uitvraag naar de primaire contactpersoon, dan wordt het lid zelf gezien als contactpersoon en ook benaderd met MR-uitvragen, uitnodigingen en mailings, totdat het ALV MFF-lid de contactgegevens doorgeeft van de projectmanager.

Marktpartijen kunnen op elk moment primaire contactpersonen doorgeven, niet alleen via de MR, maar ook door ons een e-mail te sturen (naar readiness@hetnormo.nl of projecten@hetnormo.nl). Verder kan iedere geïnteresseerde gratis abonnee worden op onze nieuwsbrief (via communicatie@hetnormo.nl). Zij kunnen zich ook elk moment weer uitschrijven. Ook voor de online voorlichtingen mag iedere geïnteresseerde zich opgeven (via projecten@hetnormo.nl). Wie zich heeft aangemeld, ontvangt voor de volgende sessie een uitnodiging. Op deze manier proberen we zo veel mogelijk partijen, dus ook niet-MFF-leden, aan te laten haken. Daarnaast wordt via TenneT eenmalig een mailing verstuurd naar de bij hen bekende contactpersonen van de betrokken marktrollen om de sector te wijzen op de MFF release, de nieuwsbrief en de Energiedatawijzer.

Privacy

De verzendlijst van de nieuwsbrief in Laposta bestaat alleen uit e-mailadressen. Een deel ervan is afkomstig van het ledenbestand van MFF. In een welkomstmail met verwijzing naar de privacyverklaring van Het Normo worden nieuwe leden op de hoogte gebracht van de opt out-regeling dat ze automatisch de nieuwsbrieven van Het Normo ontvangen.

Bij de MR-uitvraag naar primaire contactpersonen vergaren we alleen namen en e-mailadressen. Waarom en hoe we gebruik van deze gegevens vermelden we expliciet.

Uitnodigingen voor voorlichtingsbijeenkomsten sturen we naar ALV MFF-leden en primaire contactpersonen. Belangstellenden van eerdere bijeenkomsten van Tranche 4 en IC280 Light (TS046) zetten we op de verzendlijst voor volgende voorlichtingen, want het is in hun belang om op de hoogte te blijven van beide projecten.

Het Normo baseert de gegevensverwerkingen op toestemming en gerechtvaardigd belang. Het gerechtvaardigd belang is het belang van Het Normo voor een efficiënte bedrijfsuitvoering. Hoe we persoonsgegevens veilig verwerken in overeenstemming met wet- en regelgeving staat verder uitgelegd in het [privacystatement van Het Normo](#).

3.3 Planning

Periode	Doelgroep	Middel	Onderwerp
2024			
Vanaf november	a) – f)	Nieuwsbrief en website	Berichtgeving over start, voortgang tot aan go live
Vanaf november	a) – f)	Energiedatawijzer	Alle benodigde documentatie voor implementatie
2025			
Januari	a) en d)	Market readiness	Uitvraag naar contactpersonen en contactgegevens (MFF-leden en primaire contactpersonen niet-leden)
Maart	a) – c)	Mailing	Uitnodiging voor 1 ^e voorlichting
Vanaf maart	a) – c)	Dialogoog	Antwoorden op vragen uit de markt
April	a) – c)	1 ^e voorlichting, inclusief presentatie en opname	Online voorlichting met algemene uitleg over de release
April	a) – c)	Q&A 1 ^e voorlichting	Lijst met vragen uit de voorlichting en antwoorden
Mei	a) – c)	Mailing	Uitnodiging voor 2 ^e voorlichting
Juni	a) – c)	2 ^e voorlichting, inclusief presentatie en opname	Voorlichting met uitleg over testen (Kopgroep), bouw en kwalificatie en antwoorden op vragen uit de markt
Juli	a) – c)	Q&A 2 ^e voorlichting	Lijst met vragen uit de voorlichting en antwoorden
September	a) – c)	Optioneel: market readiness	Uitvraag over sectordocumentatie, kwalificatie en/of testen
Oktober	a) – c)	Optioneel: mailing	Uitnodiging voor 3 ^e voorlichting
November	a) – c)	Optioneel: 3 ^e voorlichting, inclusief presentatie en opname	Voorlichting met uitleg over testen (GAT), kwalificatie, transitie en go live
December	a) – c)	Optioneel: Q&A 3 ^e voorlichting	Lijst met vragen uit de voorlichting en antwoorden
2026			
Januari	a) – c)	Optioneel: mailing	Uitnodiging voor 4 ^e voorlichting
Januari	a) – c)	Optioneel: 4 ^e voorlichting, inclusief presentatie en opname	Voorlichting met uitleg over testen (GAT), kwalificatie, transitie en go live

Februari	a) – c)	Optioneel: Q&A 4 ^e voorlichting	Lijst met vragen uit de voorlichting en antwoorden
Februari- maart	a) – c)	Mailing	Monitoring van testen (GAT)
Februari- maart	a) – c)	Optioneel: mailing	Monitoring van kwalificatie
Maart	d)	Market readiness	Uitvraag go live
April-mei	a) – c)	Mailing	Vorbereiding en begeleiding go live op 1 mei