
COMMUNICEREN OVER AARDGASVRIJ - DAT KUNNEN WIJ

ÉÉN VAN DE GROTE UITDAGINGEN WAARMEE GEMEENTEN TE MAKEN HEBBEN, IS DAT ALLE WONINGEN IN NEDERLAND IN 2050 AARDGASVRIJ MOETEN ZIJN. IN AMSTERDAM IS DAT ZELFS 2040. EEN PITTIG CONCEPT OM OVER TE COMMUNICEREN. MAAIKE VALLENDUUK, STRATEGISCH ADVISEUR COMMUNICATIE AMSTERDAM AARDGASVRIJ, KREEG BEGIN 2017 DE OPDRACHT DIT AAN DE BEWONERS VAN AMSTERDAM TE VERTELLEN.



Bewoners hebben vele en uiteenlopende meningen. Maar ook politiek gezien is de energietransitie een complex onderwerp dat voortdurend in beweging is. Daarnaast is er veel onduidelijk over de praktische uitvoering. Ga dan maar eens duidelijk communiceren. Vallenduuk: 'Ik heb eerst een jaar de tijd genomen om onderzoek te doen en bestaand onderzoek te lezen om het onderwerp te begrijpen. Het is ontzettend complex en dynamisch. Hoe breng je zo'n boodschap over aan een uiteenlopende doelgroep? Want niemand deed nog iets met dit onderwerp, terwijl het geen vrijblijvend gegeven was en is. Het Rijk (dus wij allemaal) heeft eind 2016 besloten dat we van het aardgas af gaan. Maar het verantwoordelijk ministerie

had nog geen campagne toen ik startte in april 2017. Ik realiseerde me dat met dit onderwerp de gemeente echt achter de voordeur van de burger komt. Dat gebeurt alleen bij onderwerpen zoals huiselijk geweld of burenoverlast. En dan zijn er ook nog eens veel kosten mee gemoeid. Maar niet communiceren was voor onze stad geen optie. We moesten dus zelf aan de slag.'

Niet alleen voor duurzaamheidsgekkies

'Ik zocht een communicatiebureau en kwam zo in contact met Elif Algu van Branding A Better World. De naam van het bureau sprak me aan, maar ik wilde vooral graag echt samenwerken. Dat hebben we ook gedaan. Het was alsof we de briefing samen noot voor noot kraakten. We hadden een aantal speerpunten: Geef richting aan de typisch

Amsterdamse trots, creëer groepsgevoel en geef ruimte aan mensen om een mening te vormen. Aardgasvrij Nederland is top-down opgelegd. Dat proberen we in Amsterdam bij te buigen, want Amsterdammers laten zich niet zomaar iets vertellen. Dus moesten we wegblijven van een beleerende toon. Tegelijkertijd wordt aardgasvrij wonen echt voor iedereen. Niet alleen de duurzaamheidsgekkies gaan over. Met alle lessen van het eerste uur lanceerden we begin 2018 de eerste campagne.'

'Eigenlijk hebben we toen een raamwerk gecreëerd waar we later alles aan konden ophangen. Door iemand te laten vertellen wat hij of zij deed en dan de vraag en jij? te stellen, wilden we het iets van ons allemaal maken. Wij Amsterdammers. Een positieve





Maaïke Vallenduuk (l.) en Elif Algu
Foto's: Jasmijn Hoekman

Gemeente Amsterdam

**Van
braadkip
naar
inductie-
kalkoen...**

Fijne feestdagen!

**Amsterdam
aardgasvrij.
Dat kunnen
wij.**

amsterdam.nl/aardgasvrij

grondhouding en awareness creëren is voorlopig mijn eerste doelstelling. Van gedragsbeïnvloeding wil ik echt nog wegblijven, zolang er nog zoveel onduidelijk is. Beter is het om nu eerst goed beleid te maken. Je wilt dat mensen vanuit intrinsieke motivatie bewegen. Dat is veel sterker dan wanneer het extrinsiek is.'

Verdieping door doelgroepsegmentatie

'De doelgroepen zijn niet ingedeeld op stads-deel, maar op wijkniveau.'

'Na de eerste campagnebeelden zat Elif achter me aan. Als ambtenaar slijt je vaak hele dagen aan interne afstemming. "We moeten

verder”, zei Elif dan. Ik ben haar daar dankbaar voor, want de campagne vroeg om een vervolg. Eind 2018 gingen we verder met een doelgroepsegmentatie en een contentstrategie om het concept verder uit te rollen op Facebook.

De afdeling duurzaamheid heeft een eigen account op Facebook: Duurzaam020, waar we content publiceren over de duurzaamheidsambities van de gemeente. Voor de ambitie Amsterdam aardgasvrij werken we met vijf terugkerende verhaallijnen. Zo inspireren we door mede-Amsterdammers aan het woord te laten die al aardgasvrij wonen. Of plaatsen we polls en quizjes om laagdrempelig de kennis te vergroten. Via Facebook kunnen we heel specifiek op de gewenste doelgroepen targetten.

Nep-Amsterdammers

In bepaalde uitingen laten we de echte Amsterdammer aan het woord. Bijvoorbeeld in onze video waar we de straat op zijn gegaan om te vragen wat mensen al weten over aardgasvrij. Krijgen we de reactie: “Wie heeft deze nep-Amsterdammers ingehuurd?” Bizar toch... Soms ontstaat een hele polemiek onder een post op Facebook. Van vooral tegenstanders. We geven mensen bewust de ruimte om ‘negatief’ te zijn en hun mening te vormen. We willen niet alleen maar zenden. Via continue verdieping van onze campagne werken we langzaam maar zeker toe naar een positievere houding. Dat het echt iets wordt van Amsterdammers

samen: Amsterdam Aardgasvrij, dat kunnen wij. Daarna gaan we nog eens kijken of we ons echt kunnen gaan richten op gedragsverandering. Daar is het nu nog echt te vroeg voor!”

5 TIPS AMSTERDAM AARDGASVRIJ

1. Begin klein. Zodat je kan leren, luisteren en bijsturen. Het is een complex onderwerp. Je hoeft niet ineens een knallende campagne op te zetten.
2. Maak het inclusief. Het is echt voor iedereen. En bepaal daarnaast je communicatie per doelgroep. Heb oog voor diversiteit.
3. Werk samen. Zoek een goed sparringpartner.
4. Durf de interactie aan te gaan. Niet bang zijn voor kritiek of tegenreactie maar durf het gesprek met de burger aan te gaan. Richt dus parallel aan je communicatiestrategie een sterk participatietraject in per buurt.
5. Geef (heel veel) speldenprikjes - gedragsverandering via communicatie bereik je niet in twee, drie jaar, maar je kunt wel alvast beginnen met speldenprikjes geven. Voor de gewenning.