

Communicatietips



"Denk aan de allerarmsten! Als we niets doen aan klimaatverandering, zijn zij als eerst getroffen!"

Uit onderzoek is gebleken dat een dergelijke boodschap niet iedereen aanspreekt, zoals mensen die vast willen houden aan de sociale orde en status quo en verschillen tussen arm en rijk juist goed vinden. En juist deze aspecten zijn de beste voorspeller voor klimaatscepsis. Door te benadrukken dat door niets doen hun eigen, traditionele leefstijl in gevaar komt, zijn deze mensen juist wél bereid tot actie over te gaan (lees [hier](#) meer). Gelukkig blijken ook de mensen die zich niet om het klimaat bekommeren vaak onbewust wel bij te dragen aan duurzaamheid, zoals afval scheiden en overgaan tot isoleren omdat het comfort brengt en in de portemonnee scheelt.

Beelden kunnen ook meer indruk maken dan feiten en woorden alleen. Voor wie niet bang is voor een beetje Engels, is de klimaatverandering op deze [climate-lab-book.ac.uk](#) mooi zichtbaar gemaakt via allerlei visuals zoals deze:



Warming stripes for 1850-2018 using the WMO annual global temperature dataset.

Tip van een initiatiefnemer

Het is belangrijk om een weg te vinden voor het juiste communicatieniveau bij grote verschillen tussen bewoners onderling.

Op de volgende bladzijde staan de belangrijkste tips bij elkaar.

Communicatietips

→ Zorg als wijkinitiatief en als gemeente dat de communicatieafdeling, wethouders en ambtenaren en personen die in contact staan met bewoners en bewonersinitiatieven gebruikmaken van de **gedragscomponenten** die helpen bewoners te activeren.

→ Luister voor je gaat zenden eerst écht naar bewoners. Vraag en handel naar hun ideeën, wensen, verwachtingen en de belemmeringen die zij ervaren op het vlak van energiebesparing.



→ Wees altijd transparant, concreet, helder en consistent in de uitingen, zorg dat je betrouwbaar overkomt:

- Vermijd praten in “wij” en “zij”.
- Communiceer je ambities, doelstellingen en timing als wijkinitiatief en gemeente (overall en specifieke voor de wijk).
- Benoem ook wat je nog niet weet, wat nog onzeker is én hoe je daarmee om denkt te gaan. Mensen vragen om zekerheid, maar willen niet voor de gek gehouden worden. Hoe balanceer je dat? Eén-op-één afstemmen gaat makkelijker dan in een groep of nieuwsbrief. Dus voer ook 1-op-1 gesprekken.
- Wees altijd zo duidelijk en concreet mogelijk, zeg bijvoorbeeld niet “we moeten van het gas af”, het gaat immers om het **aardgas**.
- Bied je een keukentafelgesprek met een wooncoach of energieambassadeur, energiescan of advies (gratis of tegen gereduceerd tarief) aan, maak duidelijk hoe dat in zijn werk gaat, wat het wel en niet oplevert. Tussen een “keukentafelgesprek” en een EPA-advies of NoM advies zit een scala aan tussenvormen.
- Stuur partners aan op betrouwbare berekeningen voor de energiebesparing en leg dit goed uit aan bewoners.

→ Laat zien wat elders in de gemeente al gebeurt of gebeurd is. Geef enthousiaste bewoners het woord. Geef die enthousiaste bewoners een speciale naam, bijvoorbeeld “Duurzame helden”.

→ Combineer verschillende boodschappen om te vertellen waarom verduurzamen nodig is, houd rekening houden met de variatie in doelgroepen.

→ Is er een wijkinitiatief op het vlak van duurzaamheid, breng hen als gemeente dan zoveel mogelijk voor het voetlicht in je campagnes. Dat kan andere wijken over de streep trekken.