

Duurzaamheidsonderzoek Communicatiestrategie

Terugkoppeling raad/commissie
19 oktober 2021

Wifi: SOMLwifi4634 Wachtwoord: Lipper15

Programma van de avond

Waarom: motie november 2020

De gemeenteraad roept de portefeuillehouder op een gedegen en representatief onderzoek te houden over het thema duurzaamheid in al zijn facetten. En dit onderzoek uit te zetten onder onze inwoners, verenigingen en bedrijven. Burgers worden uitgebreid geïnformeerd over dit thema.

Wat gaan we doen

19.35

- Toelichting onderzoeksresultaten
- Met elkaar in gesprek

20.50 PAUZE

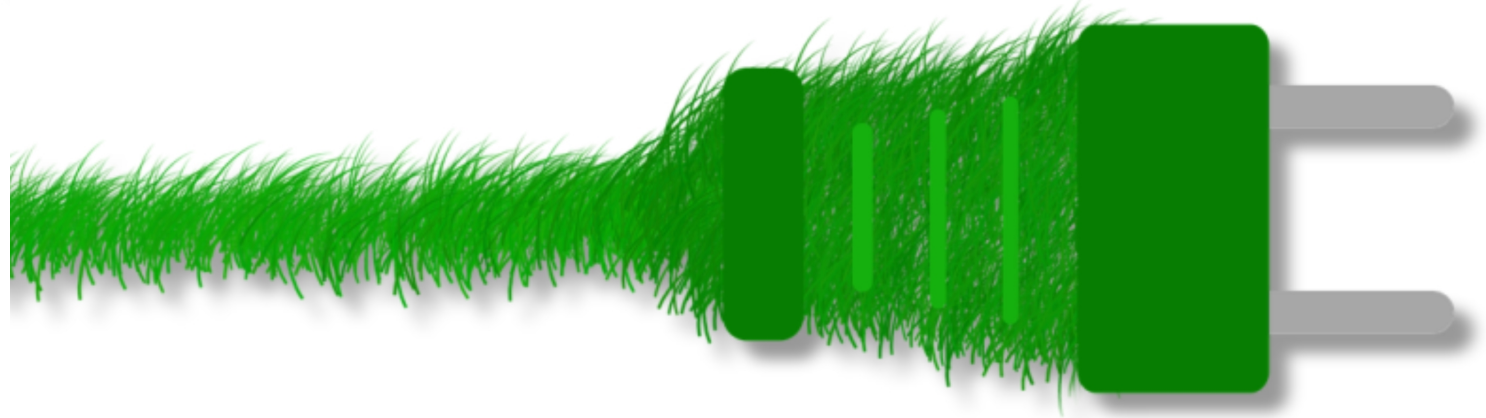
21.00

- Toelichting Communicatiestrategie duurzaamheid

21.30

- Afronding





Presentatie Duurzaamheidsonderzoek

19 oktober 2021

PROGRAMMA

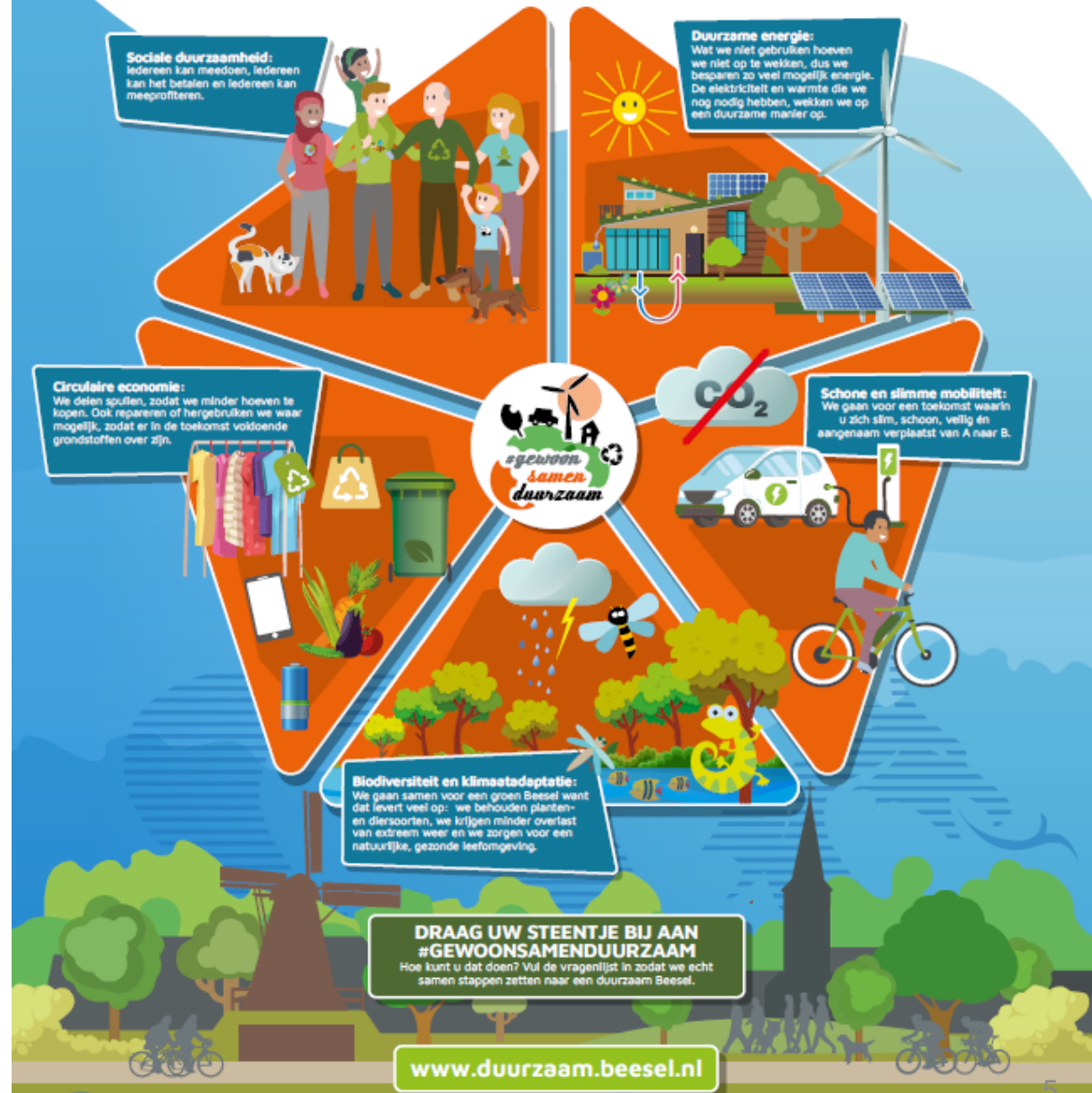
1. ONDERZOEKSVERANTWOORDING
2. ONDERZOEKSRESULTATEN
 - ENERGIETRANSITIE
 - SOCIALE DUURZAAMHEID
 - KLIMAATADAPTATIE EN BIODIVERSITEIT
 - CIRCULAIRE ECONOMIE
 - SLIMME MOBILITEIT
 - COMMUNICATIE EN PARTICIPATIE

ONDERZOEKSVERANTWOORDING



DE GEMEENSCHAP EEN STEM
GEVEN, ACTIVEREN EN
AFSTEMMEN.

Een duurzaam Beesel
voor nu en later

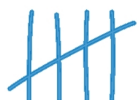


ONDERZOEKSVERANTWOORDING (II)

1. KWALITATIEF ONDERZOEK (RICHTING BEPALEND)

2. KWANTITATIEF ONDERZOEK (BELEVING):

INWONERS



618 (5%)



- BRIEF HUIS-AAN-HUIS
- SOCIALE MEDIA POSTS
- TIPBEESEL



REPRESENTATIEF

VERENIGINGEN



19 VAN DE 102 (18,6%)

- MAIL DATABASE BEDRIJVEN GEM. BEESEL
- HERINNERING

INDICATIEF

BEDRIJVEN



40 VAN 323 (12,3%)

- MAIL DATABASE VERENIGINGEN GEM. BEESEL
- HERINNERING

INDICATIEF

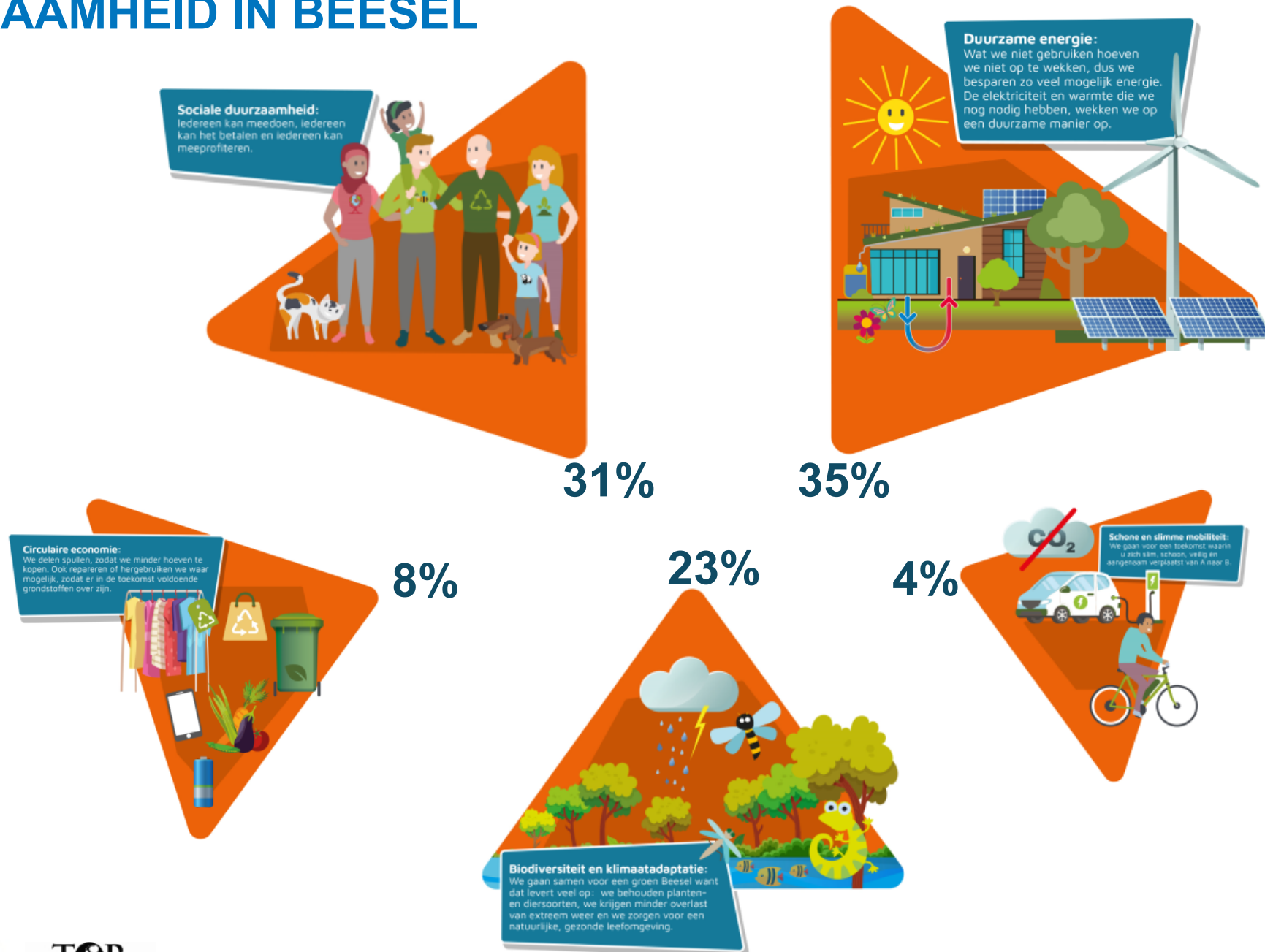
ONDERZOEKSRESULTATEN

DUURZAAMHEID IN BEESEL

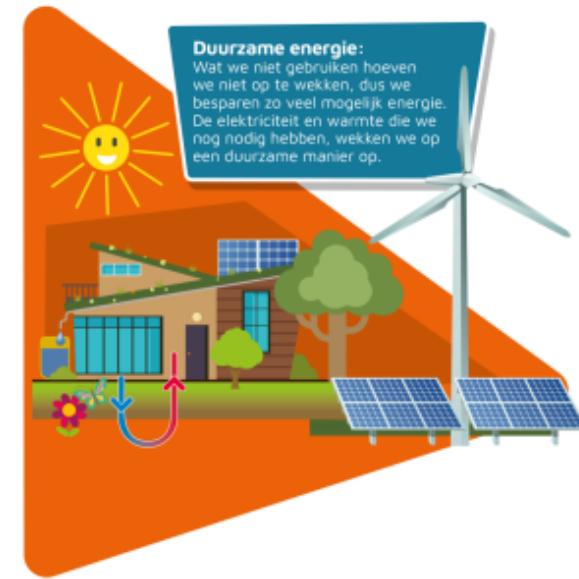
Ruime meerderheid vindt het (zeer) belangrijk dat Gemeente Beesel bezig is met duurzaamheid!



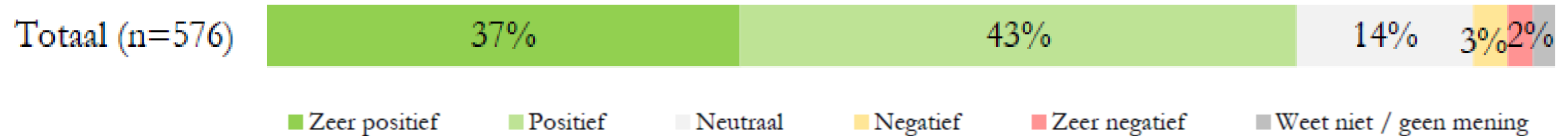
DUURZAAMHEID IN BEESEL

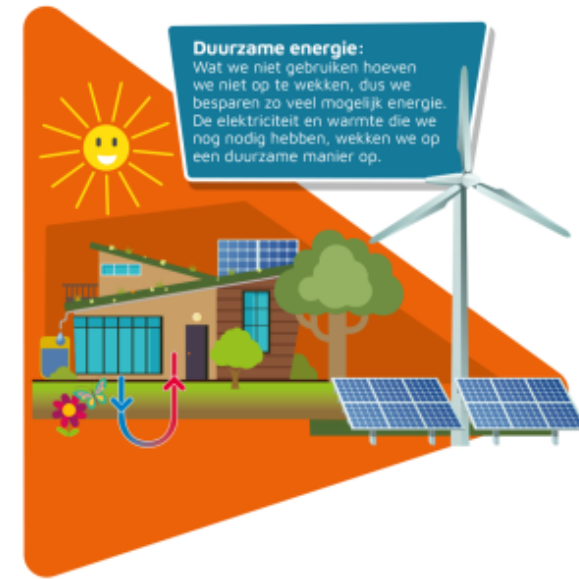


DUURZAME ENERGIE (I)

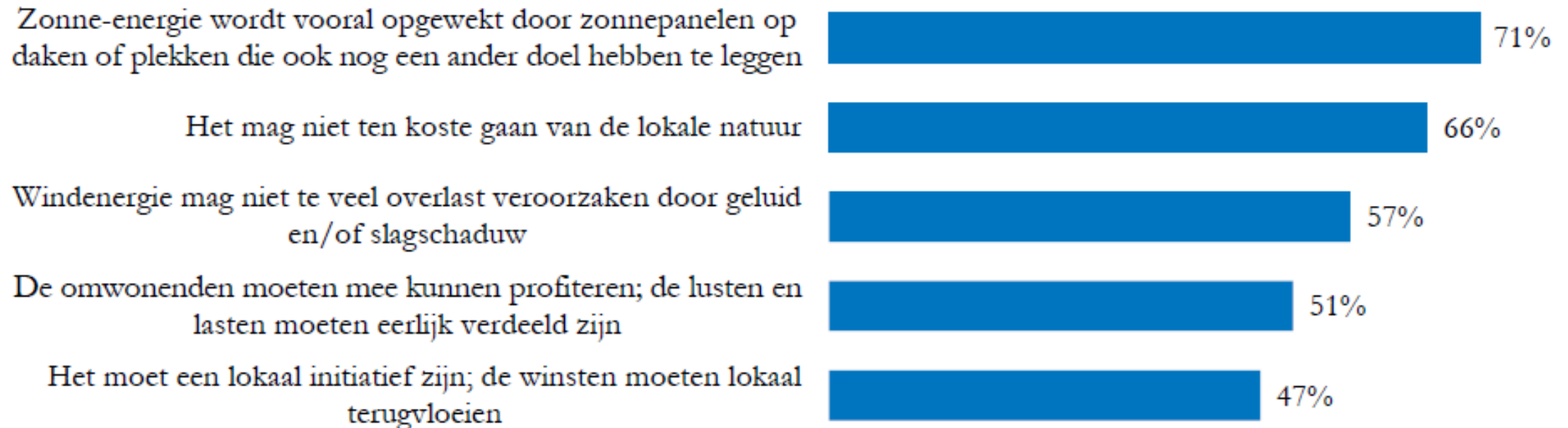


Vier op vijf inwoners (zeer) positief over wens van gemeente om lokaal duurzame energie op te wekken.

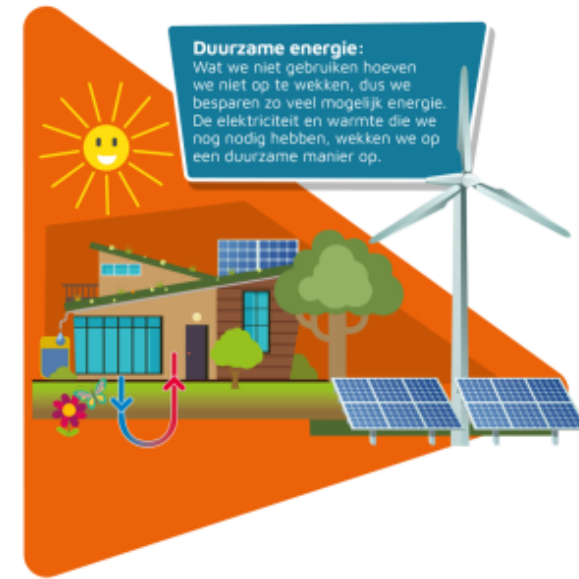




Belangrijkste scores op randvoorwaarden:



DUURZAME ENERGIE (III)



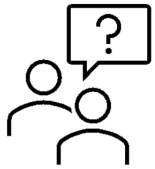
Duurzame energie:
Wat we niet gebruiken hoeven we niet op te wekken, dus we besparen zo veel mogelijk energie. De elektriciteit en warmte die we nog nodig hebben, wekken we op een duurzame manier op.

Participatie:

- Meeste respondenten wensen te participeren in opwekking duurzame energie (84%)
 - Ruime meerderheid van deze groep weet niet 'wat er komt en wat kan' (62%)

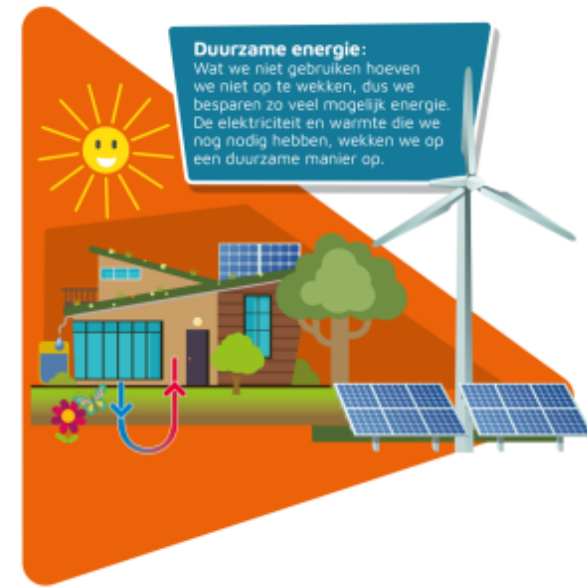
DUURZAME ENERGIE (IV)

Een ruime meerderheid geeft aan positief te staan tegen duurzame opwek energie in Beesel.



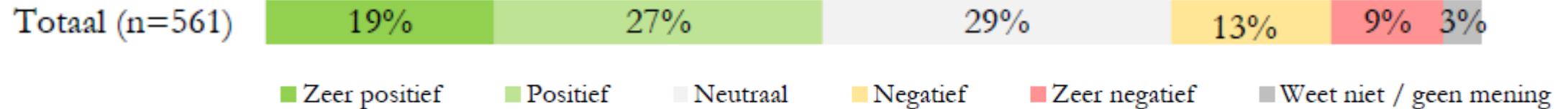
Wat vinden jullie van de belangrijkste scores op de randvoorwaarden voor opwekking duurzame energie?

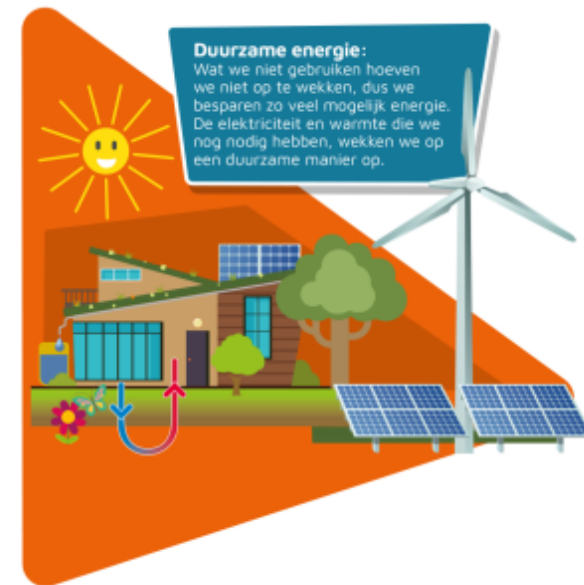
DUURZAME ENERGIE (V)



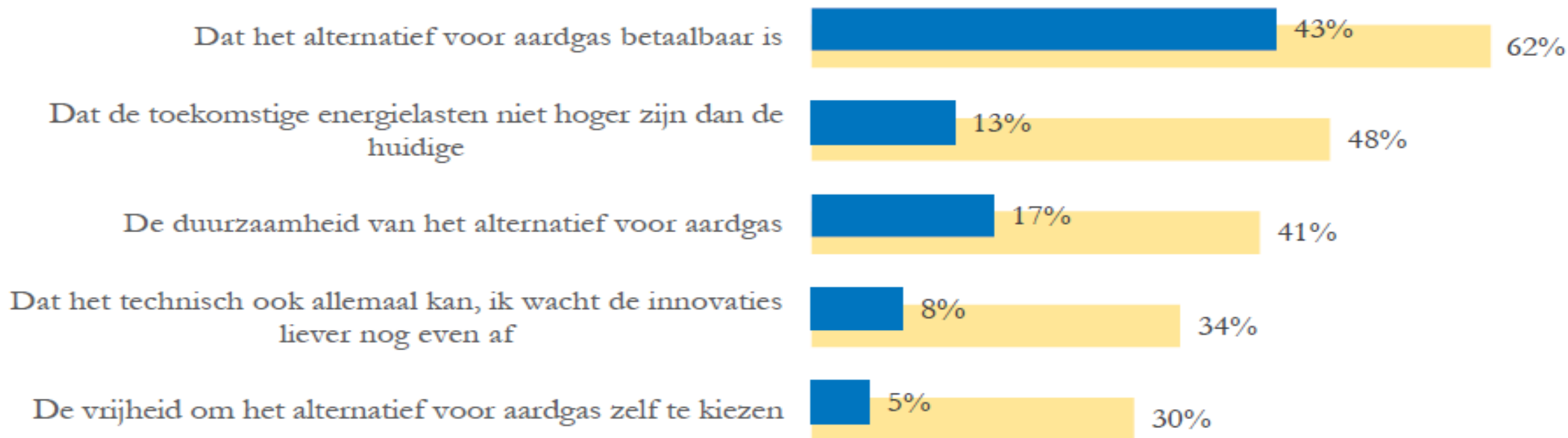
Aardgasvrije woningen:

Enige verdeeldheid: (zeer) positief (46%) vs. (zeer) negatief (22%)



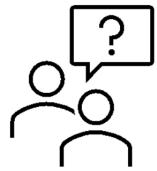


Belang aspecten bij overstap naar aardgasvrij wonen:



DUURZAME ENERGIE (VII)

De mening over aardgasvrije woningen is verdeeld, iets minder dan de helft is positief.



De mening over aardgasvrije woningen is verdeeld, iets minder dan de helft is positief.

Wat vinden jullie van de scores op de aspecten die daarbij een rol spelen?

Sociale duurzaamheid:
Iedereen kan meedoen, iedereen
kan het betalen en iedereen kan
mee profiteren.



Bezit tijd, geld of kennis:

Meerderheid heeft voldoende tijd (77%), geld (82%) of kennis (73%) om duurzamer te leven.

SOCIALE DUURZAAMHEID

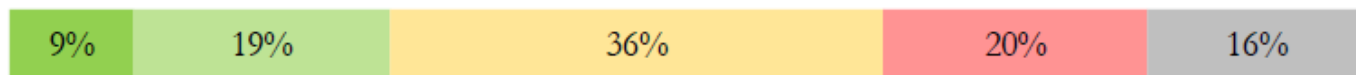
Bereidheid tot investeren:



- Door te investeren in mijn woning, tuin en leefgedrag met duurzame keuzes



- Door te investeren in de verduurzaming van mijn buurt, bijvoorbeeld door mee te denken en werken aan meer duurzame plantsoenen en pleintjes.



- Door deel te nemen aan initiatieven zoals Stichting De Groene Vogel en energiecoöperatie Joris Wekt op.

Sociale duurzaamheid:
Iedereen kan meedoen, iedereen kan het betalen en iedereen kan meeprofiteren.



■ Niet van toepassing/ Weet niet

Om duurzamer te kunnen wonen en leven geeft het merendeel van de respondenten aan te beschikken over voldoende kennis, tijd en/of geld.



Sluit dit aan bij het beeld dat jullie hiervan hebben?

BIODIVERSITEIT EN KLIMAATADAPTATIE (I)



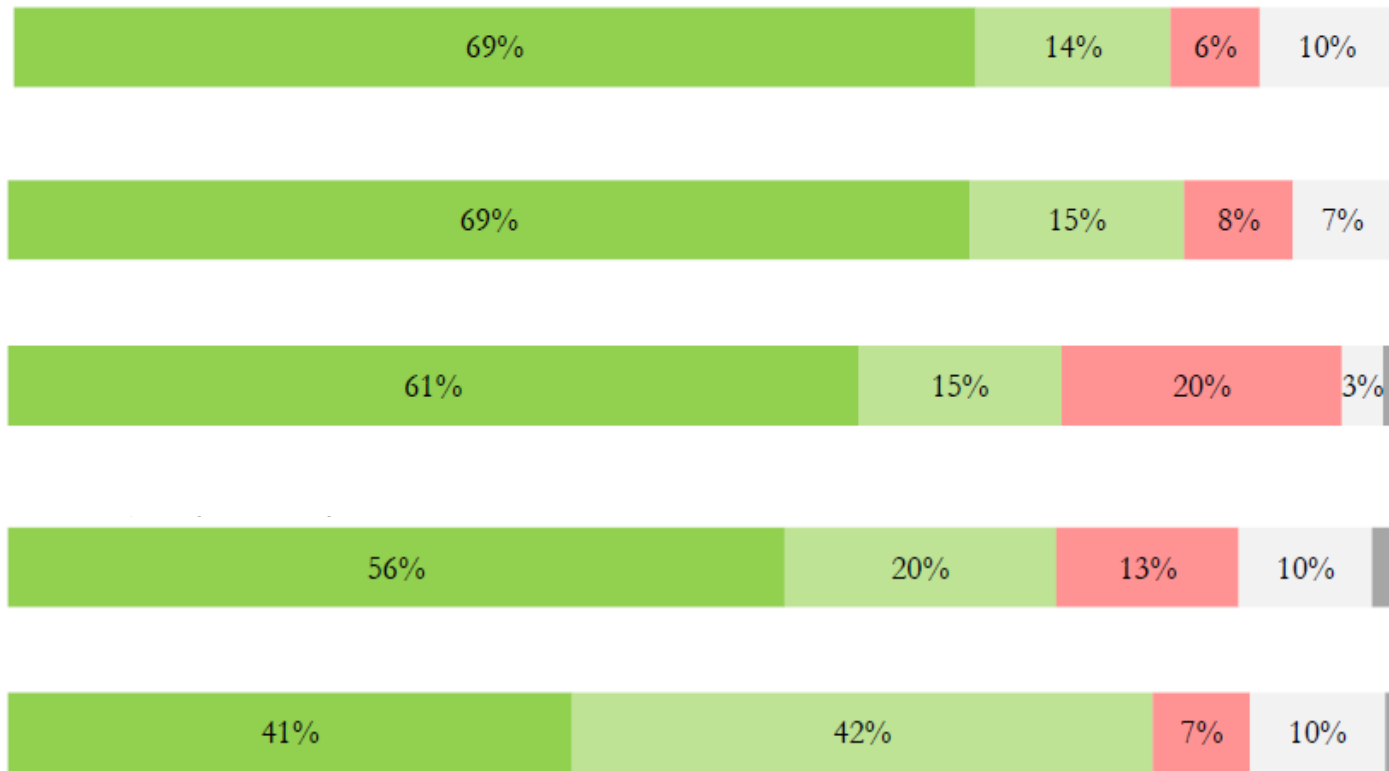
Gepercipieerde klimaatveranderingen:

- Extreme hitte (85%) en extreme droogte (82%) vaak genoemd
 - Afname biodiversiteit (59%)
 - Wateroverlast (44%)

BIODIVERSITEIT EN KLIMAATADAPTATIE (I)

Genomen maatregelen:

Voor bijna alle maatregelen geldt dat een meerderheid aangeeft deze al te nemen.



- Deze maatregel neem ik al
- Deze maatregel zou ik willen nemen
- Aan deze maatregel heb ik geen behoefte
- Niet van toepassing op mijn situatie
- Weet niet



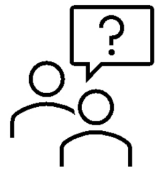
Gewenste gemeentelijke-maatregelen:

- Alle genoemde maatregelen in min of meer gelijke mate
 - Meer bomen in de bebouwede kom en/of het buitengebied (63%)
 - Ecologisch beheer gemeentelijk groen (56%)
 - Nest -, schuil-, voedergelegenheid voor vogels, insecten en kleine zoogdieren (55%)
 - Meer natuur ontwikkelen (55%)
 - Geen bestrijdingsmiddelen gebruiken (44%)

BIODIVERSITEIT EN KLIMAATADAPTATIE (II)

De invloed van klimaatveranderingen wordt door het merendeel van de respondenten nadrukkelijk ervaren, ook worden er al veel maatregelen getroffen door inwoners.

Daarnaast hebben inwoners aangegeven wat zij als gewenste maatregelen te nemen door te gemeente zien.



Hoe kijken jullie aan tegen de 'eigen maatregelen treffen door inwoners' & 'maatregelen nemen door Gemeente Beesel'?



Hergebruik spullen en grondstoffen:

- 73% respondenten geeft aan zelf al iets te doen.

Frequent genoemd worden:

- Afvalscheiding,
- tweedehands spullen kopen,
- hergebruik van spullen (bijvoorbeeld broodzakken),
- repareren van spullen en
- verkoop van oude producten en spullen lang(er) gebruiken.



Ontwikkelingen:

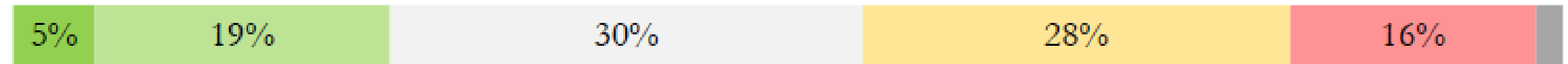
- Meerderheid positief over stellingen mbt thema circulaire economie
 - Repareren kapotte apparaten en spullen (81%)
 - Alleen spullen kopen die je echt nodig hebt (79%)
 - Veranderen inzamelen afval (77%)
 - Kopen van tweedehands spullen i.p.v. nieuwe spullen (63%)
 - Apparaten of spullen niet kopen, maar huren (55%)
 - Uitwisselen spullen of apparaten met buurtgenoten, familie of andere inwoners (54%)

CIRCULAIRE ECONOMIE (III)

Circulaire economie:
We delen spullen, zodat we minder hoeven te kopen. Ook repareren of hergebruiken we waar mogelijk, zodat er in de toekomst voldoende grondstoffen over zijn.



Geen meerderheid voor toename betaling afvalstoffenheffing

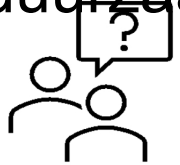


■ Zeer positief ■ Positief ■ Neutraal ■ Negatief ■ Zeer negatief ■ Geen mening / Weet niet

CIRCULAIRE ECONOMIE (IV)

Maatregelen die horen tot circulaire economie worden merendeels als positief ervaren.

Toch geeft slechts 8% van de respondenten aan het thema circulaire economie belangrijk te vinden, een lage score in vergelijking met andere duurzaamheidsthema's.



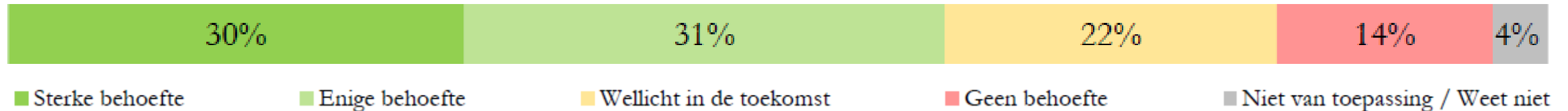
Wat roept dit bij u op?

SCHONE EN SLIMME MOBILITEIT (I)



Sterkste behoefte:

Het verder verbeteren van fietspaden zodat meer mensen gebruikmaken van de fiets voor woon-/werkverkeer



SCHONE EN SLIMME MOBILITEIT (II)



Minste behoefte aan:

- Onderwijs om aan te moedigen om gebruik te maken van duurzaam vervoer (44%)
- Meer deelfervoer (43%)

SCHONE EN SLIMME MOBILITEIT(III)

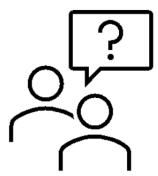


Verwachting richting Gemeente Beesel:

63% Geeft aan te verwachten dat de gemeente haar eigen vervoer verduurzaamt.

SCHONE EN SLIMME MOBILITEIT (VI)

De behoefte aan het verder verbeteren van fietspaden zodat meer mensen gebruik maken van de fiets voor woon-werkverkeer wordt als belangrijkste behoefte aangegeven in relatie tot schone en slimme mobiliteit.



Hoe denkt u over dat de fietsers qua positionering een belangrijke rol krijgt op de weg en in het verkeer- en vervoerssysteem. Ook als dit betekent dat de positie van de auto daardoor verslechterd?



Gewenste hulp van gemeente:

- Ik heb geld /subsidie nodig (40%)
- Ik heb informatie nodig (22%)



Gewenste informatiewijze:

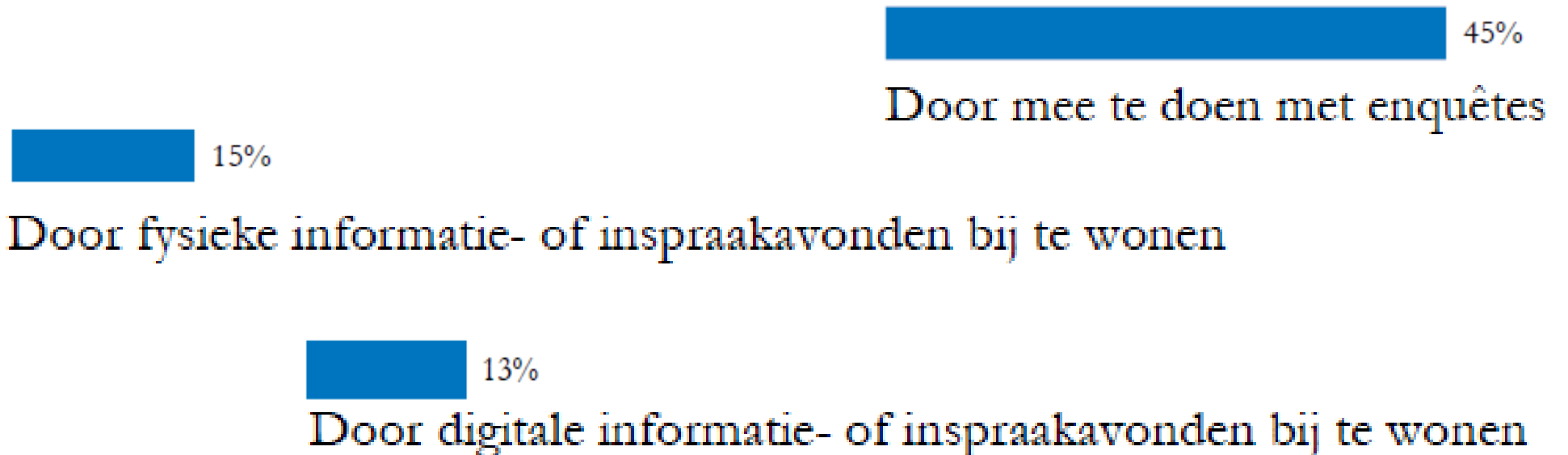
Bijna iedereen wil geïnformeerd worden

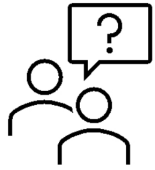
- Gewenste informatiewijzen varieert:
 - Duurzaam.beesel.nl (40%)
 - Gemeentepagina in de Puik (39%).
 - Duurzaamheidsnieuwsbrief via de mail (34%)



Meest gewenste betrekkingswijze:

58% geeft aan betrokken te willen worden bij het thema duurzaamheid.





Wens is om duurzame informatie steeds meer digitaal en duurzamer te ontvangen, is het wijs om daarin mee te gaan, ook in relatie tot oudere doelgroepen?

55 1 op de 3 inwoners vindt zichzelf zeer duurzaam, ruim de helft
66 beetje duurzaam.

TIME 😊
FOR A
BREAK

Communicatiestrategie Duurzaamheid



Aanleiding

Toezegging commissievergadering 12 april

Strategie

- Evaluatie/terugblik communicatie
- Ambities in de duurzaamheidsvisie vragen om overkoepelende strategie
- Timing: kans om resultaten onderzoek direct mee te nemen



Analyse – Ervaringen en kansen

In onze dorpen is een hoge betrokkenheid van inwoners

- Mensen zijn hecht en luisteren naar elkaar.
- Een kans om mensen van elkaar te laten leren en elkaar te activeren (goed voorbeeld doet volgen).

Bestaande initiatieven

- Niet alleen de gemeente is bezig met duurzaamheid
- Er mag meer onderlinge verbinding en samenhang
- Het 'waarom' achter duurzaamheidsmaatregelen
- Iedereen kan iets doen, klein en groot, alles draagt bij.



Analyse - Wat zegt het onderzoek?

Wat hebben onze inwoners nodig om een stap vooruit te zetten op het gebied van Duurzaamheid?

Bewustwording is er. Inwoners zijn toe aan de stap daarna:

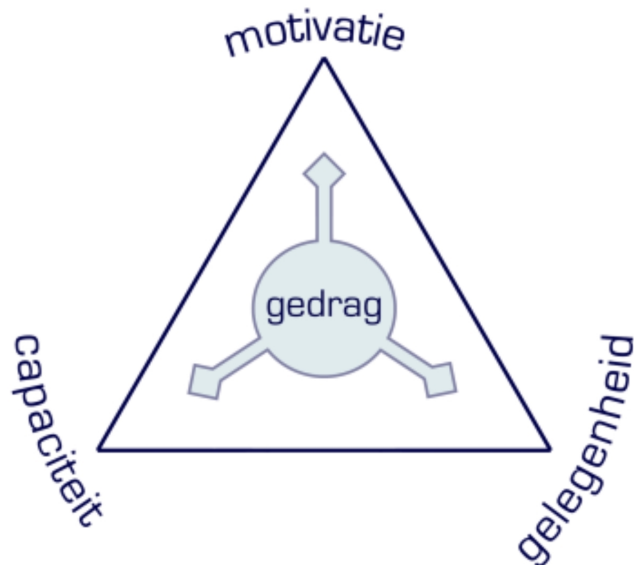
- Behoefte aan praktische informatie; hoe en wat
- Betrouwbare bron(nen)
- Centrale plek
- Digitaal communiceren



Wat willen we bereiken?

- We willen mensen niet alleen maar informeren, maar ook aanzetten tot ander gedrag; we willen ze activeren om duurzame maatregelen te nemen. Communicatie met een 'Call to Action'

het Triade model



Motivatie: gedrag willen vertonen

- De wil om duurzamer te leven

Capaciteit: gedrag kunnen vertonen

- Geld
- Gezondheid
- Subsidies

Gelegenheid: (bevorderende of belemmerende omstandigheden die het gedrag mogelijk maken):

- Huurwoning
- Hoeveelheid beschikbare tijd

Communicatie inzet heeft alleen invloed op 'motivatie'. Capaciteit en gelegenheid worden beïnvloed door beleidsmaatregelen.

Netwerkstrategie

- Investeren in ***relatie met gemotiveerde initiatiefnemers en stakeholders*** uit onze gemeente. Waarin we ook samen optrekken in onze communicatieaanpak.



‘Samen is niet alleen’

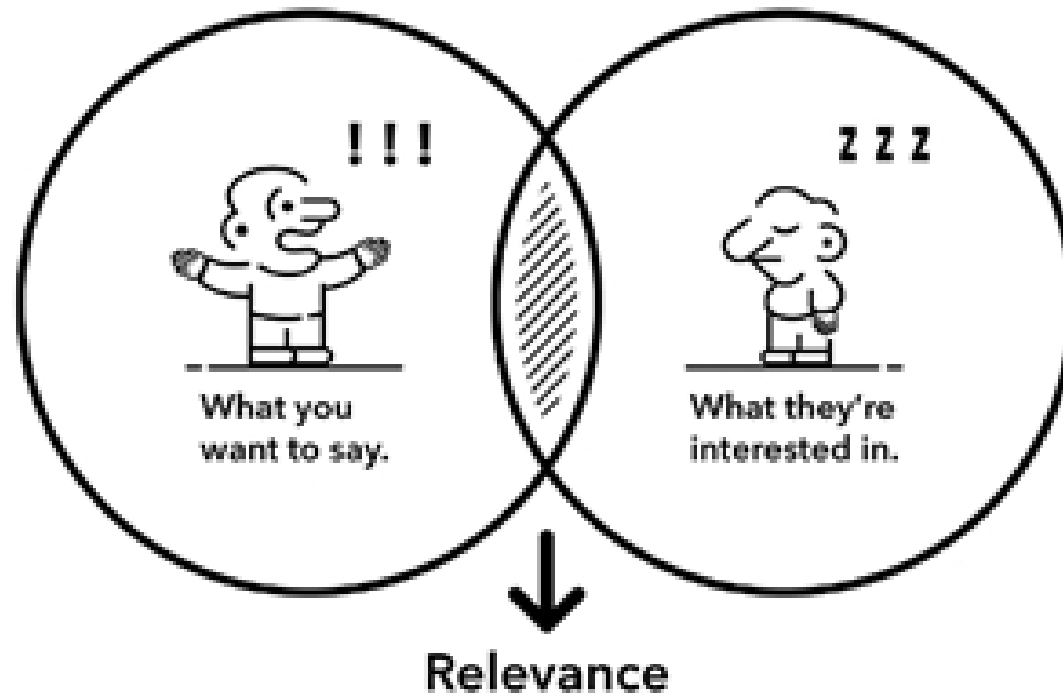
Netwerkstrategie

- Informatie op een centrale plek: ***de drempel zo laag mogelijk maken*** om daadwerkelijk een stap te zetten; de eerder genoemde 'activatie'.
- Motiveren en enthousiasmeren door ***storytelling***. Voorlopers krijgen een podium én een rol als aanjager.



Netwerkstrategie

- Voor iedere concrete activiteit of maatregel een communicatievorm die ***zo dicht mogelijk bij de belevingswereld van mensen ligt.***



Citizens betrokkenheidsprofielen

Big data: acht groepen inwoners met hun eigen voorkeuren.

Bestaand onderzoek opgebouwd uit:

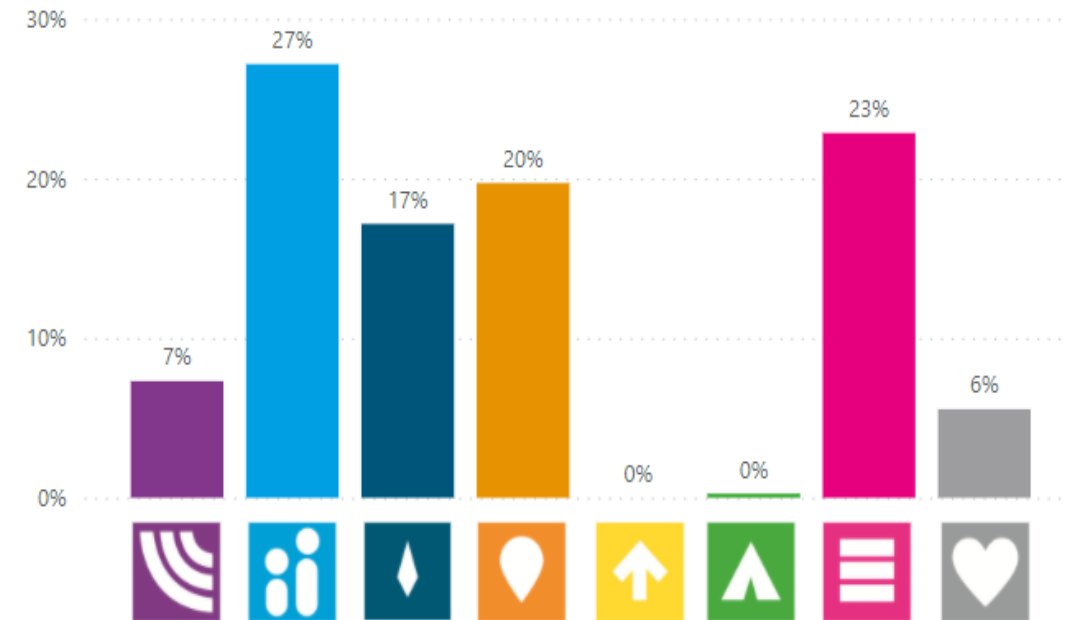
Sociaal-demografische kenmerken zoals leeftijd, opleidingsniveau en welstand gecombineerd met onderzoeksdata over:

- betrokkenheid van inwoners bij de eigen leefomgeving
- hun vertrouwen in instituties
- participatiegedrag
- communicatievoorkeuren

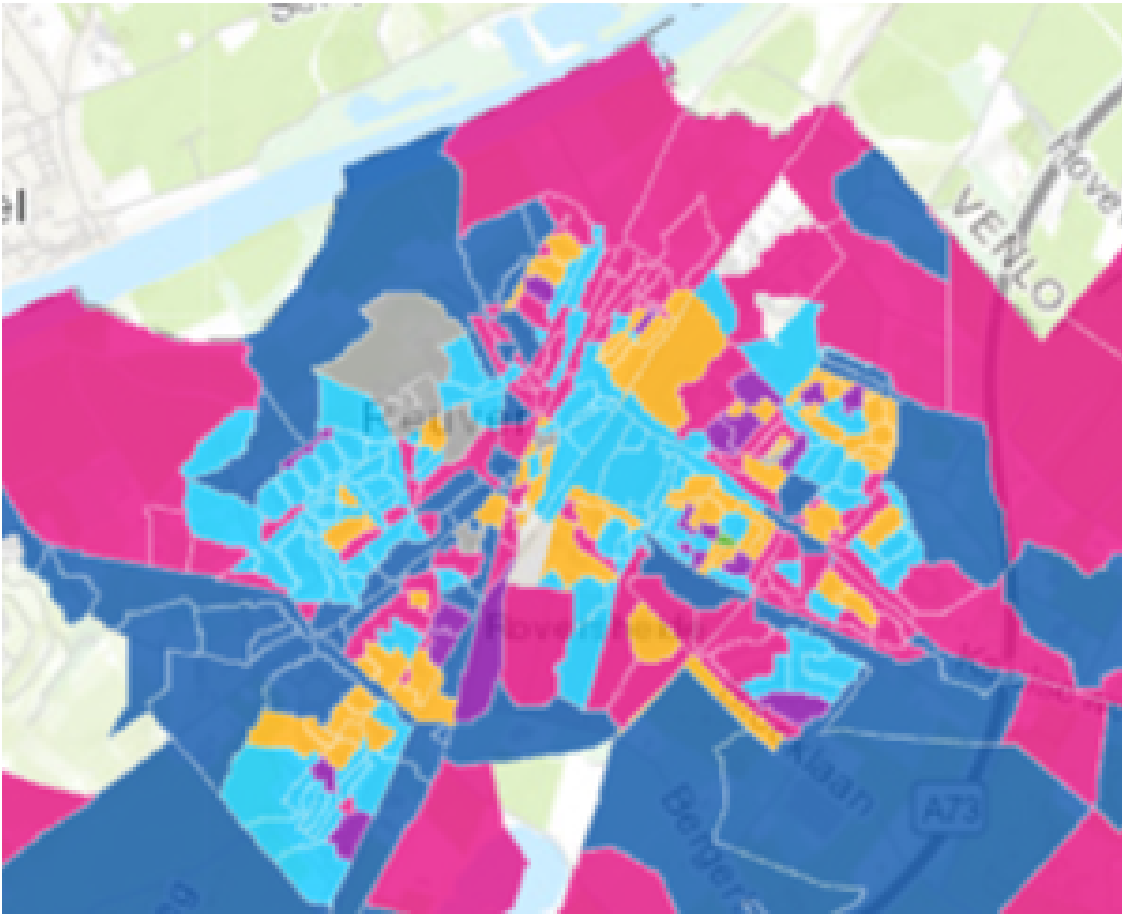
Citizens betrokkenheidsprofielen



Betrokkenheidsprofielen in Beesel



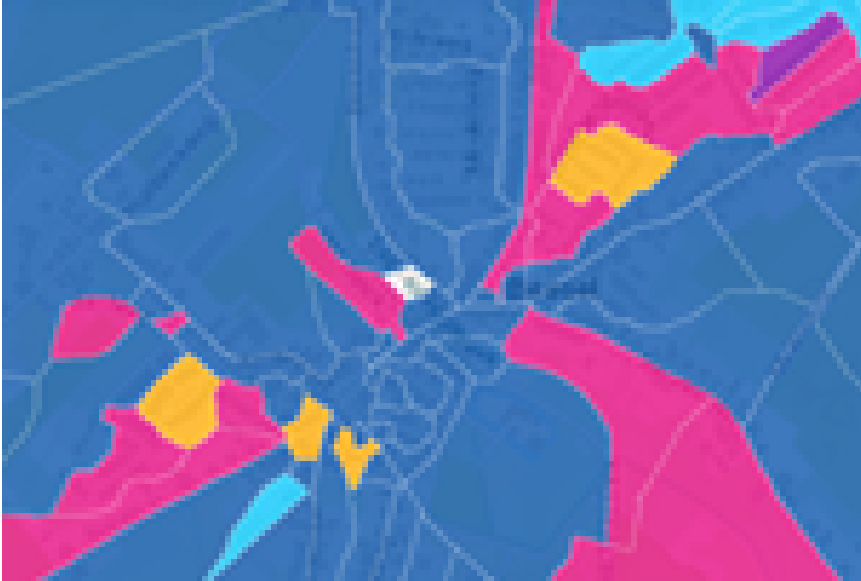
Reuver en Offenbeek



Kern Reuver: Geïnformeerde gezinsdrukte:
Sociale media, online platform, weinig interesse in Europese en mondiale thema's, betrokken houding, geen betrokken gedrag.

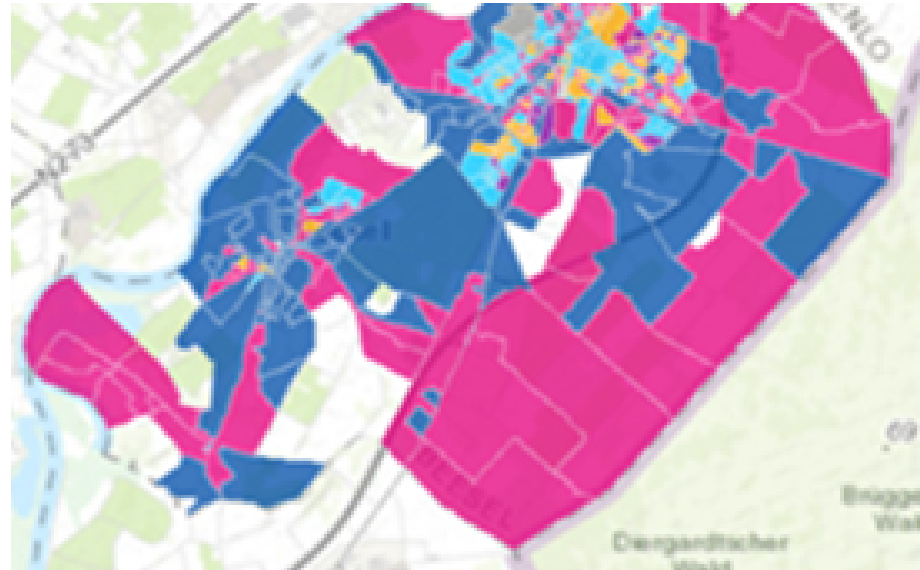
Offenbeek: + Honkvaste buurtbewoners
Meedoen, huis-aan-huis blad, enquêtes, Facebook, meedenken op veiligheid en gezondheidszorg, verenigingsleven, stelling: overheid moet meer doen voor de gewone inwoner.

Beesel en buitengebied



Kern Beesel = Gevestigde beïnvloeders

Meebeslissen, knopen doorhakken, bewonersbijeenkomst, leveren actieve bijdrage, wil graag samen met buurtbewoners iets doen, scoort bovengemiddeld op klimaat en milieu



Buitengebied = Zelfbewuste aanpakkers

Meedoen in de uitvoering, (digitale) krant, online platform, samen met buurtbewoners, scoort bovengemiddeld op wonen en leefomgeving.

Uitbouwen en verstevigen

Basis uitbouwen

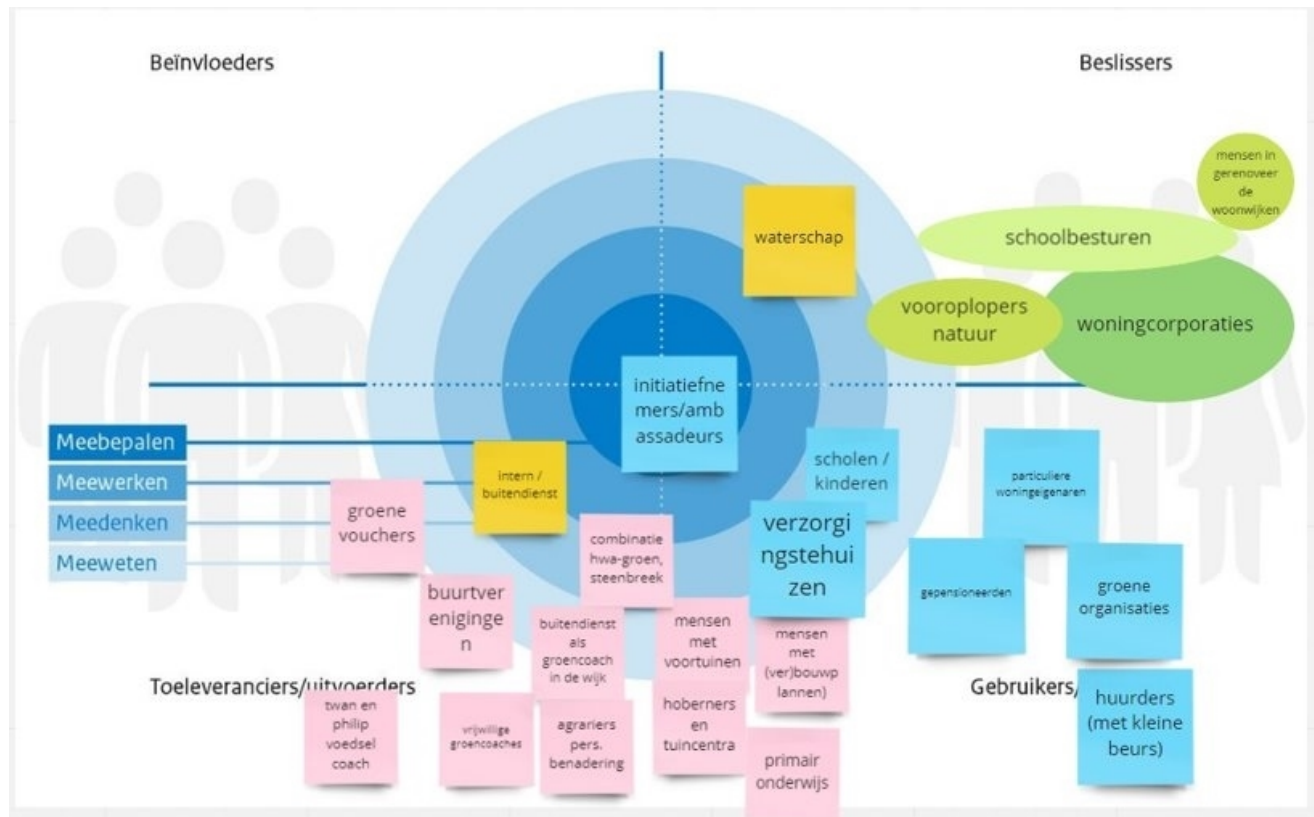
Gewoon Samen Duurzaam verder uitbouwen. We investeren vooral in meer *samen*, meer *zichtbaarheid*, *groter bereik*, *meer impact* en nog beter aansluiten bij onze *doelgroepen*.

Aansprekende taal

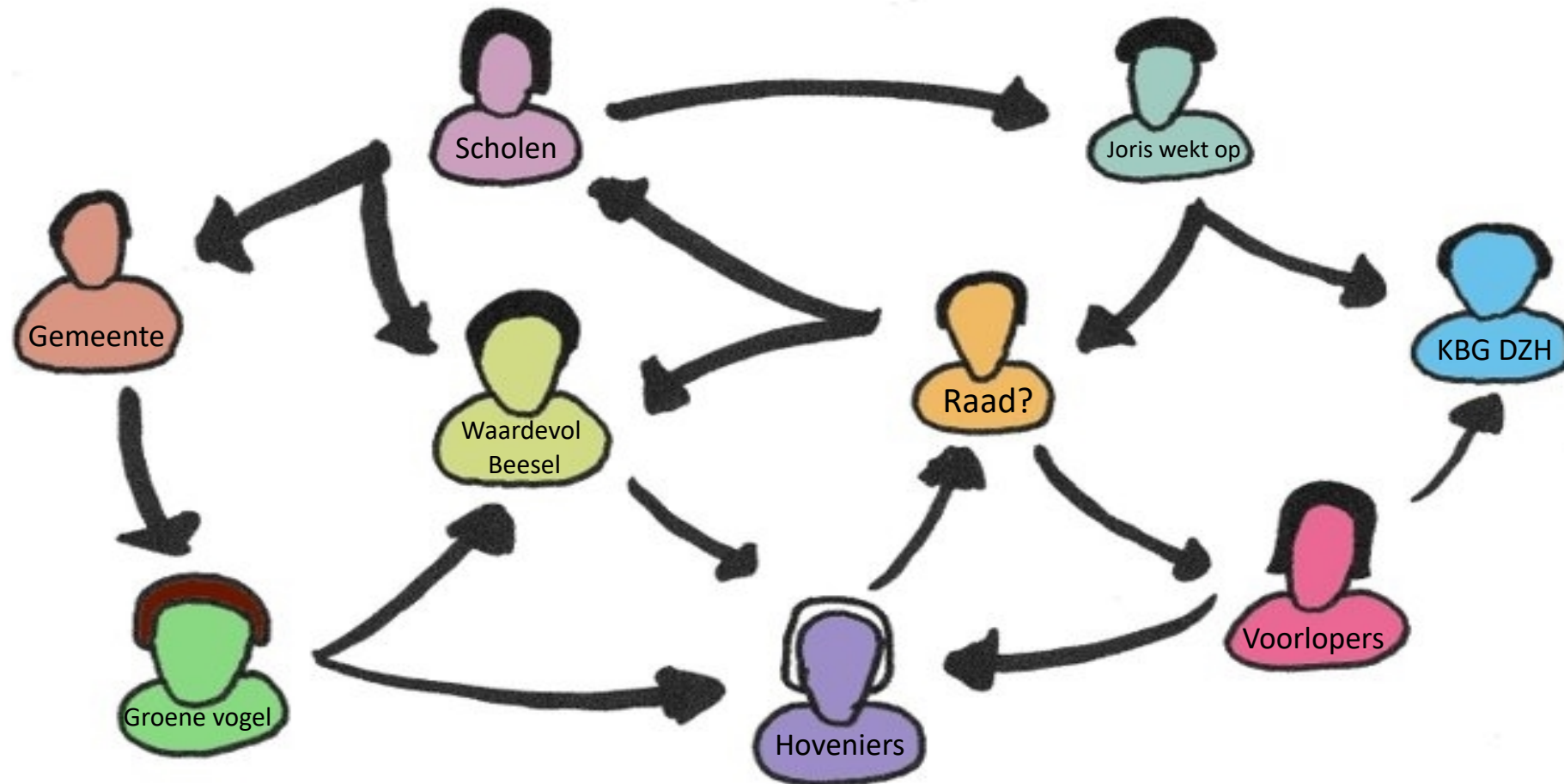
Duurzaamheid is geen bedreiging, maar een uitdaging die volop nieuwe kansen met zich meebrengt. De toon is dus *positief*, *inspirerend* en soms ook gewoonweg *luchtig*. Met veel begrip voor de hobbels die mensen kunnen tegenkomen.

Vervolgstappen

- Organisatie van een bijeenkomst met partners
- Opstellen samenwerkingsafspraken (o.a. uitwisselen en genereren van content), gemeente als aanjager



Netwerk



Vervolgstappen

Communicatie-aanpak met bijvoorbeeld:

- Verzamelen van alle informatie en verhalen per thema, met partners
- Schrijven van teksten: kernboodschap en het overall verhaal/ storytelling
- Uitbouwen en verstevigen van duurzaam.beesel.nl of gewoonsamenduurzaam.nl
- Campagne om meer traffic naar duurzaam.beesel.nl te creëren (op basis van verhalen van inwoners/verenigingen/ondernemers)
- Gemeente naar meer faciliterende rol

