Gemeente Druten

Openbaar Zaaknummer: Z/24/260028

Informatienota voor de Gemeenteraad

Onderwerp: Campagne Warmtetransitie

Collegedatum: 10 september 2024

Kernboodschap
In het Duurzame Warmteplan Druten is opgenomen dat we een gedragscampagne ontwikkelen om inwoners aan te zetten tot isoleren. In deze informatienota presenteren we de campagne 'Pak jouw moment' die hiervoor ontwikkeld is.

Eerdere besluiten

Datum	Korte omschrijving eerder genomen besluit (vermeld zo mogelijk het zaaknummer/documentnummer)
06-07-2023	Z/23/123607 Vastellen Duurzame warmte-plan

Toelichting
De energietransitie draait om meer dan alleen techniek. Het is vooral ook een sociale transitie die moet leiden tot het maken van nieuwe keuzes en het vertonen van nieuw gedrag. Voor het onderdeel warmtetransitie geldt dat des te meer, omdat veel van de veranderingen achter de voordeur moeten plaatsvinden. Inwoners moeten elektrisch gaan koken, hun woning isoleren en overstappen op een ander verwarmingssysteem. Dat vraagt naast technische ingrepen ook om een verandering in de hoofden van inwoners. Daarom is er in het Duurzame warmte-plan opgenomen dat we een gedragscampagne zouden gaan ontwikkelen, met als voornaamste doel inwoners aanzetten tot isoleren en energie besparen. Een gedragscampagne verschilt van een 'gewone' informatiecampagne in dat het hoofddoel niet informeren is maar aanzetten tot actie.

In de afgelopen periode is deze campagne samen met de adviseurs van het Energieloket en vertegenwoordigers van de woningcorporaties die actief zijn in Druten en Wijchen ontwikkeld. Dit werd begeleid door een bureau gespecialiseerd in gedragscampagne. De inzichten die in deze sessies naar voren kwamen zijn door het bureau uitgewerkt en getoetst aan de hand van bestaande literatuur over dit thema. Waaronder een recent onderzoek van het Sociaal Cultureel Planbureau (SCP). Daarna zijn er interviews gedaan met inwoners uit Wijchen en Druten om het beeld nog verder te verfijnen.

Om een gedragscampagne te laten slagen is het van belang dat de campagne aansluit bij de belevingswereld en beweegredenen van de doelgroep. Het onderzoek van het SCP onderschrijft dit door te stellen dat mensen niet bereid zijn hun leefstijl aan te passen. Uit de interviews kwam naar voren dat het vooral makkelijk, zinvol en leuk moet zijn. Dit heeft geleid tot de volgende campagne:

De campagne spreekt de inwoner als individu aan en activeert mensen om zelf een bijdrage te leveren. Tegelijkertijd hoeft dit niet moeilijk te zijn, het vraagt niet om een complete verandering van levensstijl, alleen het moment te pakken wanneer het zich voordoet.

Uit de interviews bleek dat inwoners behoefte hebben om te weten waar we in Druten gezamenlijk naartoe werken. In de Lokale Energie Strategie is opgenomen dat we werken aan 20% energiebesparing bij huishoudens tot 2030. Daarom krijgt de campagne als ondertitel mee: ‘En help thuis mee richting 20% energie eraf!’

Gevolgen
De campagne zal een prominente rol gaan spelen in alle communicatie over de energietransitie en specifiek de warmtetransitie naar inwoners toe. Het logo zal in alle communicatie uitingen meegenomen worden. Ook zullen er nieuwe communicatiemiddelen ontwikkeld worden. De campagne wordt breed ingezet in heel Druten onder andere door het aangaan van partnerships met lokale bedrijven. Denk bijvoorbeeld aan een actie voor energiezuinige apparaten bij elektronicazaak. Of een lenteactie voor droogmolens in plaats van wasdrogers bij de huishoudwinkel.

Gedragsverandering kost tijd, daarom is het van belang dat de campagne meerdere jaren loopt om effect te kunnen hebben. Om te zien of de campagne ook daadwerkelijk effect heeft gaan we op verschillende aspecten monitoren. Zo nodig kunnen we op tijd bijsturen.

Communicatie
Welke communicatiemiddelen er precies ingezet gaan worden wordt nog verder uitgewerkt.

Uitvoering of Vervolgstappen
De campagne start groots rondom de Klimaatweek, dit jaar van 11 t/m 17 november. Alle inwoners ontvangen dan informatie over de campagne. Daarna zal de campagne verder uitgerold worden en de samenwerking gezocht worden met verschillende partners, waaronder in ieder geval de woningcorporaties en het Energieloket.

De campagne zal deels uitgevoerd worden door bureau en deels door de WDW. De kosten worden betaald vanuit de CDOKE gelden die we van het Rijk voor de energietransitie hebben ontvangen.

Geheimhouding:

Niet van toepassing.