



Samen bouwen aan een duurzame dorpenaankpak

COMMUNICATIESTRATEGIE

gebaseerd op brede SRVG-communicatiestrategie

Inhoudsopgave

Samen bouwen aan een duurzame dorpenaanpak: SRVG in de praktijk	2
○ Fase 1: Hifkje – Het fundament leggen	3
○ Fase 2: Werkgroepen samenstellen – Betrokkenheid creëren	4
○ Fase 3: Planvorming – Van idee naar uitvoerbaar plan	5
○ Fase 4: Uitvoering – Participatie in de praktijk	6
○ Fase 5: Afronding – Evaluatie, blijvende impact en verhalen delen	7
○ Duurzame communicatie en uitvoering	8
○ Samenvatting SRVG-toepassing per fase	9

Auteur: Marco van der Meer

Datum: 17-12-2024

Versie: 1.0

Samen bouwen aan een duurzame dorpenaanpak: SRVG in de praktijk

Goede communicatie is essentieel voor een succesvolle uitvoering van de dorpenaanpak. Inwoners moeten zich gehoord en ondersteund voelen, actief betrokken worden en gemotiveerd raken om duurzame keuzes te maken. De brede communicatiestrategie, gebaseerd op het **SRVG-concept** (Service, Regie, Voordeel en Gezelligheid), vormt daarbij de rode draad en sluit naadloos aan op de vijf fasen van de dorpenaanpak en de **WUP-benadering** (Wijk Uitvoeringsplan).



In dit advies wordt per fase concreet uitgewerkt **hoe de SRVG-waarden** worden toegepast om duurzame betrokkenheid en samenwerking van onderop (participatie) te realiseren. Elke fase beschrijft:

- **Het doel:** Wat er in die fase bereikt moet worden.
- **De communicatiestrategie:** Hoe de kernwaarden bijdragen aan het succes van de aanpak.
- **De acties:** Praktische en creatieve communicatievormen die worden ingezet, zoals storytelling, interactieve bijeenkomsten, praktische ondersteuning en visuele terugkoppeling van resultaten.

Met deze aanpak wordt communicatie niet alleen effectief, maar ook **laagdrempelig, inclusief en inspirerend**, waardoor inwoners zelf de regie pakken en samenwerken aan een duurzame toekomst voor hun dorp.

Fase 1: Hifkje – Het fundament leggen

Het creëren van draagvlak in de onderzoeksfase is afhankelijk van de mate waarin inwoners zich gehoord voelen. Door een vriendelijke, open en informele sfeer te creëren, wordt vertrouwen opgebouwd en ontstaat er een basis van samenwerking.

Doel: Het verzamelen van data, inzicht in de dorpssamenstelling en het creëren van draagvlak. In de WUP-voorbereidingsfase draait alles om het verzamelen van essentiële data en het begrijpen van de sociale dynamiek binnen het dorp. Service en Gezelligheid spelen hierbij een sleutelrol.

Communicatiestrategie:

Service betekent het bieden van persoonlijke begeleiding door lokale sleutelfiguren zoals dorpsbelangen en energiecoöperaties actief te betrekken. Toegankelijke communicatie in begrijpelijke taal zorgt ervoor dat informatie breed wordt begrepen en inwoners zich gehoord voelen. Gezelligheid ontstaat door informele bijeenkomsten te organiseren, bijvoorbeeld inloopmomenten of een kleine marktstand tijdens dorpsactiviteiten.

Maak in deze fase gebruik van **storytelling**: deel persoonlijke verhalen van inwoners die al verduurzamingsacties hebben ondernomen via korte video's, flyers of podcasts. Dit creëert vertrouwen en laat de voordelen van verduurzaming zien. Introduceer daarnaast een **feedbackmechanisme**, zoals QR-codes of papieren enquêtes, om input van inwoners te verzamelen. Communiceer de resultaten terug in visuele vorm, bijvoorbeeld met infographics zoals: *"70% van het dorp heeft meegedacht!"*.

Organiseer bijeenkomsten waar **jongeren en ouderen** samen ideeën kunnen delen. Dit stimuleert verbinding binnen het dorp en laat verschillende generaties samenwerken aan de toekomst.

Acties:

- Toegankelijke enquêtes verspreiden via dorpskanalen zoals dorpskranten en WhatsApp-groepen.
- Organiseren van interviews met sleutelfiguren en het presenteren van data in begrijpelijke infographics.
- Informele bijeenkomsten opzetten, zoals koffie-inloopmomenten.
- Storytelling inzetten en input verzamelen via feedbacktools.

Kernwaarden toegepast: Service en Gezelligheid door persoonlijke begeleiding, open communicatie en positieve ontmoetingen.

Fase 2: Werkgroep samenstellen – Betrokkenheid creëren

In deze fase creëer je de basis voor actieve participatie door inwoners de regie te geven over hun eigen dorpsplan. Dit zorgt ervoor dat de werkgroepleden zich verantwoordelijk voelen voor het proces.

Doel: Het vormen van een actieve dorpswerkgroep die eigenaarschap voelt en betrokkenheid creëert bij het vervolgproces. Regie en Service staan in deze fase centraal. Dit Go/No-Go-moment markeert de overgang van voorbereiding naar actie.

Communicatiestrategie:

De werkgroep vormt het hart van de dorpenaanpak. In deze fase is het belangrijk dat de inwoners zelf kunnen bepalen hoe zij hun rol in de werkgroep invullen. De werkgroep vormt het hart van de dorpenaanpak. Door inwoners te laten meedenken over de werkwijze en de rollen, wordt hun gevoel van eigenaarschap vergroot. Dit verhoogt de motivatie en de bereidheid om bij te dragen aan de uitvoering van de plannen.

Zorg voor praktische ondersteuning door energiecoaches of ambassadeurs bij vragen of aanmeldingen. Organiseer een eerste bijeenkomst waarin de werkgroepleden een toolkit ontvangen met praktische informatie over rollen, subsidies en verduurzamingsopties. Faciliteer interactieve, laagdrempelige **ideeënavonden** met planborden en visuele hulpmiddelen zodat inwoners actief kunnen brainstormen en meedenken.

Acties:

- Inspirerende oproepen verspreiden via dorpskranten, sociale media en bijeenkomsten.
- Gericht werven onder diverse groepen om diversiteit en betrokkenheid te vergroten.
- Faciliteren van een eerste bijeenkomst met brainstormsessies en een toolkit.
- Praktische ondersteuning bieden bij deelname aan de werkgroep.

Kernwaarden toegepast: Regie en Service door eigenaarschap te bevorderen en duidelijke begeleiding te bieden.

Fase 3: Planvorming – Van idee naar uitvoerbaar plan

Wanneer inwoners duidelijk begrijpen welke voordelen verduurzaming hen oplevert, zijn ze sneller bereid om deel te nemen. Tegelijkertijd zorgt een informele en toegankelijke communicatie voor het verlagen van drempels en voor het vergroten van het gevoel van gezamenlijkheid.

Doel: Het opstellen van een breed gedragen WUP dat inwoners motiveert en de voordelen van verduurzaming concreet maakt. Voordeel en Gezelligheid zijn in deze fase het belangrijkste.

Communicatiestrategie:

In deze fase wordt helder gemaakt wat verduurzaming de inwoners en het dorp oplevert. Communiceer de voordelen visueel via **infographics** en korte video's, met voorbeelden van lagere energierekeningen, wooncomfort en subsidies. Organiseer praktische bijeenkomsten zoals **“Gluren bij de burens”**, waarbij inwoners duurzame woningen bezoeken om inspiratie op te doen.

Zet een **online participatieplatform** op waar inwoners hun ideeën kunnen delen, feedback kunnen geven en de voortgang van het plan kunnen volgen. Organiseer daarnaast praktische workshops zoals *“Zelf je woning isoleren”* of *“Subsidies aanvragen in drie stappen”* om inwoners concrete tools te geven om in actie te komen.

Acties:

- Organiseren van laagdrempelige interactieve bijeenkomsten in dorpshuizen.
- Visueel communiceren van voordelen via infographics en praktijkvoorbeelden.
- Opzetten van een participatieplatform voor ideeën en feedback.
- Bieden van praktische workshops en directe ondersteuning.

Kernwaarden toegepast: Voordeel en Gezelligheid door voordelen concreet te maken en samenwerking te stimuleren.

Fase 4: Uitvoering – Participatie in de praktijk

Inwoners hebben op dit moment vaak praktische vragen en zorgen. Door ze een gevoel van regie te geven en hen te voorzien van de nodige informatie, wordt de uitvoering soepel en succesvol.

Doel: De uitvoering van het plan faciliteren door ondersteuning en praktische hulp te bieden. Service, Regie en Voordeel staan centraal.

Communicatiestrategie:

Tijdens de uitvoering is het belangrijk om inwoners actief te ondersteunen. Introduceer de **“energiecoach-op-bestelling”**, waarbij inwoners persoonlijk advies aan huis krijgen. Daarnaast worden praktische workshops en **verduurzamingsdagen** georganiseerd, zoals *“Zelf isoleren van je woning”* of *“Subsidies aanvragen: stap voor stap”*. Deze sessies helpen inwoners praktische drempels te overwinnen.

Creëer een gemeenschapsgevoel door gezamenlijke acties, zoals een **isolatiedag** of een werkdag waarin dorpsbewoners samen maatregelen uitvoeren. Dit versterkt de onderlinge samenwerking en motivatie.

Acties:

- Persoonlijke begeleiding bieden via energiecoaches.
- Organiseren van praktische workshops en verduurzamingsdagen.
- Flexibiliteit bieden door inwoners zelf te laten bepalen wanneer en hoe ze verduurzamen.

Kernwaarden toegepast: Service, Regie en Voordeel door ondersteuning, keuzevrijheid en het benadrukken van voordelen.

Fase 5: Afronding – Evaluatie, blijvende impact en verhalen delen

De afrondingsfase is de kans om inwoners te laten zien wat hun inzet heeft opgeleverd. Door deze successen zichtbaar te maken, kunnen ze zich niet alleen blijvend verbinden met het project, maar ook als ambassadeur optreden voor verduurzaming. Hierdoor kan er ook synergie tussen de dorpen ontstaan.

Doel: Resultaten delen, successen vieren en duurzame betrokkenheid borgen. Gezelligheid en Voordeel staan in deze fase centraal.

Communicatiestrategie:

Maak de behaalde resultaten zichtbaar door **infographics** en korte video's te ontwikkelen waarin successen concreet worden getoond, zoals **energiebesparingen en kostenverlaging**. Deel deze via dorpskranten, sociale media en bijeenkomsten. Organiseer een afsluitende **fietstocht of wandeling** langs succesvolle projecten, gevolgd door een bijeenkomst waar inwoners verhalen kunnen delen.

Benoem actieve werkgroepleden tot **ambassadeurs** die andere dorpen kunnen inspireren en helpen bij nieuwe projecten. Plan periodieke check-ins of onderhoudsmomenten om continuïteit te waarborgen.

Acties:

- Resultaten presenteren via visuele communicatiemiddelen.
- Organiseren van een slotbijeenkomst en gemeenschapsactiviteit.
- Actieve deelnemers benoemen tot ambassadeurs voor toekomstige projecten.

Kernwaarden toegepast: Gezelligheid en Voordeel door successen te vieren en blijvende betrokkenheid te creëren.

Duurzame communicatie en uitvoering

Duurzaam communiceren gaat verder dan alleen duurzame materialen. Het betekent ook het effectief bereiken van alle doelgroepen, het opbouwen van blijvende betrokkenheid en het flexibel toepassen van verschillende communicatievormen. Dit sluit direct aan op de SRVG-waarden en de nieuwe acties in de vijf fasen.

Materialen en middelen

- Maak gebruik van **duurzame materialen** voor fysieke communicatie, zoals drukwerk op gerecycled papier en herbruikbare banners voor bijeenkomsten.
- Integreer zoveel mogelijk **digitale middelen** om papiergebruik te verminderen, zoals:
 - Infographics, video's en online nieuwsbrieven.
 - QR-codes op fysieke materialen die doorlinken naar digitale informatie.

Inclusiviteit en bereikbaarheid

- Zorg voor **toegankelijke communicatie** in eenvoudige taal (Nederlands en Frysk), met aandacht voor inwoners met taal- of communicatiebarrières.
- Zet zowel **offline als online** kanalen in om verschillende doelgroepen te bereiken:
 - Offline: dorpskranten, prikborden, flyers, en inloopmomenten.
 - Online: sociale media, een participatieplatform, en korte informatieve video's.
- Combineer persoonlijke begeleiding met fysieke steunpunten zoals dorpshuizen en **energiecoaches-op-bestelling** voor inwoners die minder digitaal vaardig zijn.

Herkenbaarheid en verhalen vertellen

- Gebruik een **consistente huisstijl** met logo's, herkenbare slogans en visuele communicatie gebaseerd op de SRVG-waarden.
- Gebruik **storytelling** als kern van de communicatie om persoonlijke verhalen te delen:
 - Korte video's en flyers met succesverhalen van inwoners.
 - Podcasts en sociale media om verhalen breder te verspreiden.
- Visualiseer successen en resultaten op een aantrekkelijke manier via infographics en heldere visuele samenvattingen.

Creatieve en interactieve communicatievormen

- Pas creatieve communicatiemiddelen toe om activatie te vergroten:
 - **Intergenerationele bijeenkomsten** om jong en oud te verbinden.
 - Wedstrijden zoals *"Het beste idee voor een duurzaam dorp"* om innovatie en betrokkenheid te stimuleren.
 - **"Gluren bij de burens"**: praktische voorbeelden van verduurzaming zichtbaar maken door lokale voorbeelden te delen.

Monitoring en evaluatie

- Voer **continue monitoring** uit om te meten welke communicatieacties effectief zijn:
 - Feedback ophalen via QR-codes, enquêtes en bijeenkomsten.

Overzicht SRVG-toepassing per fase



Service



Regie



Voordeel



Gezelligheid

Fase 1: Hifkje <i>Het fundament leggen</i>	Persoonlijke begeleiding via lokale sleutelfiguren zoals dorpsbelangen en energiecoöperaties. Toegankelijke communicatie in eenvoudige taal en via dorpskanalen.	Feedback ophalen met <i>enquêtes, QR-codes en interviews met sleutelfiguren</i>. Resultaten terugkoppelen via <i>infographics</i> ("70% van het dorp deed mee!").	Storytelling over succesverhalen via <i>video's, flyers en podcasts</i>.	Informele bijeenkomsten zoals <i>koffie-inloophomentenen</i> een <i>marktstand</i>. <i>Intergenerationele sessies</i> waar jongeren en ouderen ideeën delen.
Fase 2: Werkgroep samenstellen <i>Betrokkenheid creëren</i>	Praktische ondersteuning door energiecoaches en ambassadeurs bij vragen en aanmelding. Toolkit met duidelijke informatie over subsidies, rollen en verduurzamingsopties.	Inwoners bepalen zelf hun rol en aanpak binnen de werkgroep.	Inspirerende voorbeelden en wedstrijden zoals "<i>Het beste idee voor een dorp</i>".	Laagdrempelige brainstormsessies met <i>planborden en visuele hulpmiddelen</i>.
Fase 3: Planvorming <i>Van idee naar uitvoerbaar plan</i>	Workshops zoals "<i>Zelf isoleren</i>" en "<i>Subsidies aanvragen in 3 stappen</i>". Toegankelijke bijeenkomsten over voordelen en vervolgstappen.	Inwoners betrekken via een <i>online participatieplatform</i> voor ideeën en feedback.	Concrete voordelen communiceren via <i>infographics, video's en praktijkvoorbeelden</i>.	Gluren bij de burens bezoeken aan <i>verduurzaamde woningen</i>. <i>Informele brainstormsessies</i> en praktische workshops in dorpshuizen.
Fase 4: Uitvoering <i>Participatie in de praktijk</i>	Energiecoaches-opbestelling bieden persoonlijke begeleiding bij inwoners thuis. Workshops en praktische ondersteuning voor inwoners tijdens verduurzamingsdagen.	Inwoners bepalen eigen tempo en kiezen zelf welke maatregelen ze nemen.	Praktische voordelen zoals <i>subsidies, kostenbesparing en meer comfort</i>.	Verduurzamingsdagen zoals <i>isolatiedagen en gezamenlijke werkmomenten</i>.
Fase 5: Afronding <i>Evaluatie, blijvende impact en verhalen delen</i>	Visuele presentatie van behaalde successen via <i>infographics en video's</i>. Regelmatige check-ins om continuïteit te waarborgen.	Ambassadeurs benoemen die andere dorpen inspireren en nieuwe projecten ondersteunen.	Successen delen zoals <i>energiebesparingen en kostenverlaging</i>.	Slotbijeenkomst met een <i>fietstocht of wandeling</i> langs duurzame projecten. <i>Ruimte voor verhalen delen</i> en feedback tijdens een afsluitend evenement.

Met deze aanpak wordt verduurzaming **toegankelijk, aantrekkelijk en sociaal verankerd** binnen de dorpsgemeenschappen.