

-----Oorspronkelijk bericht-----

Van: 10.2.g@informatierijksoverheid.nl 10.2.g@informatierijksoverheid.nl>

Verzonden: maandag 16 september 2019 12:06

Aan: burgercorrespondentie 10.2.g@minezk.nl>

Onderwerp: DPC ticket 10.2.e : Campagnes

Geachte collega,

Er is bij Informatie Rijksoverheid een mening binnengekomen die wij u ter kennisneming doorsturen.

Wij hebben de indiener bedankt voor het bericht.

Het staat u vrij een (inhoudelijk) reactie te sturen naar de indiener.

Mvgr,

10.2.e

10.2.e

Datum/tijd gesprek: 16-09-2019 11:50:10

Referentie 10.2.e

Naam: 10.2.e

E-mail adres: 10.2.e@hotmail.com

Telefoonnummer: 0610.2.e

Kanaal: Inkomend telefoongesprek

Onderwerp: Campagnes

Inhoud mening:

10.2.e heeft op de campagnewebsite 'iedereen doet wat' gekeken. Bij het thema voedsel, zag 10.2.e dat er alleen naar voedselverspilling wordt verwezen. 10.2.e adviseert om het hier ook te hebben over meer plantaardig eten te hebben, omdat het gebruik van vlees en zuivel klimaat onvriendelijk is.

-----Oorspronkelijk bericht-----

Van: 10.2.g@informatierijksoverheid.nl 10.2.g@informatierijksoverheid.nl>

Verzonden: maandag 16 september 2019 14:50

Aan: burgercorrespondentie10.2.g@minezk.nl>

Onderwerp: DPC ticket 10.2.e : Campagnes

Geachte collega,

Er is bij Informatie Rijksoverheid een mening binnengekomen die wij u ter kennisneming doorsturen.

Wij hebben de indiener bedankt voor het bericht.

Het staat u vrij een (inhoudelijk) reactie te sturen naar de indiener.

Mvgr,

10.2.e

10.2.e

Datum/tijd gesprek: 16-09-2019 14:42:09

Referentie 10.2.e

Naam: 10.2.e

E-mail adres: 10.2.e@hotmail.com


Telefoonnummer: +31610.2.e

Kanaal: Inkomend telefoongesprek

Onderwerp: Campagnes

Inhoud mening:

10.2.e heeft een vraag / mening over de campagne "Iedereen doet wat" 10.2.e vindt het raar dat zowel op televisie als op de website nergens benoemd wordt hoe plantaardig eten en drinken een positief effect heeft.

 vindt het schandalig dat dit nergens wordt gezegd en vraagt zich af hoe dat kan.

-----Oorspronkelijk bericht-----

Van: 10.2.e <10.2.e@hotmail.com>

Verzonden: maandag 16 september 2019 14:43

Aan: burgercorrespondentie 10.2.g @minezk.nl>

Onderwerp: Re: Antwoord op uw bericht: DPC ticket 10.2.e Klimaatakkoord BHM19222910

Maar promoten van het eten van minder vlees lijkt me dan wel de eerste optie toch??? Dat is veruit de belangrijkste en ook nog eens veel makkelijker dan dakisolatie!!

En voor het antwoord "breed gedragen door de maatschappij" zou je je moeten schamen! Alsof iedereen in de gelegenheid is om makkelijk hun dak of vloer te isoleren. Of spouwmuurisolatie. Alsof iemand weet wat dat überhaupt is!

Het eten van minder vlees of zuivel en het kopen van duurzame kleding is makkelijk voor mensen, dus promoot dan ook wat er echt toe doet!!!

Verstuurd vanaf mijn iPhone

> Op 16 sep. 2019 om 12:31 heeft burgercorrespondentie <10.2.e @minezk.nl> het volgende geschreven:

>

> Geachte 10.2.e ,

>

> Hartelijk dank voor uw bericht.

>

> Dingen die je nu al kunt doen voor een beter klimaat zijn talrijk. In de loop van de tijd worden de handelingen uitgebreid.

> In deze eerste fase van de campagne zetten we met name in op handelingen die breed gedragen worden door de maatschappij, die je altijd kunt doen of waar al beleid op is gemaakt.

> Natuurlijk zijn er nog veel meer dingen die je kunt doen. Dat juichen we ook van harte toe.

>



> Wij hopen u hiermee voldoende te hebben geïnformeerd.

>

> Met vriendelijke groet,

>

> Centrale Unit Burgercorrespondentie

> Publieksvoorlichting Economische Zaken en Klimaat

> De publieksvoorlichting van het ministerie van Economische Zaken en Klimaat is ondergebracht bij Informatie Rijksoverheid- [www.rijksoverheid.nl](http://www.rijksoverheid.nl)

>

> Mocht u naar aanleiding van dit bericht nog een vraag hebben of heeft u een andere vraag, dan kunt u hiervoor het contactformulier op [www.rijksoverheid.nl](http://www.rijksoverheid.nl) invullen.

> Wij vragen u gebruik te maken van het contactformulier om spam en virussen te voorkomen.

>

> Informatie over de verwerking van uw persoonsgegevens.

> Uw persoonsgegevens worden alleen gebruikt om te kunnen reageren op uw verzoek.

> Uw verzoek wordt door onze eigen medewerkers beantwoord en uw gegevens

> worden niet met derden gedeeld. De gegevens worden maximaal vijf jaar

> bewaard. Informatie hierover vindt u in onze privacyverklaring -

> [https://www.rijksoverheid.nl/ministeries/ministerie-van-economische-za](https://www.rijksoverheid.nl/ministeries/ministerie-van-economische-za-ken-en-klimaat/privacy)

> ken-en-klimaat/privacy

>

> Waarom worden deze gegevens gevraagd?

> Uw persoonsgegevens worden gebruikt om te kunnen reageren op uw verzoek.

>

> Op welke manier worden uw gegevens verwerkt?

> Uw verzoek wordt door onze eigen medewerkers beantwoord. Uw gegevens worden niet met derden gedeeld.

>

> Hoelang bewaren we uw gegevens?

> De gegevens worden maximaal vijf jaar bewaard

>

> \_\_\_\_\_

> \_\_\_\_\_

> \_\_\_\_\_

> Disclaimer:

> "Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd. Indien u niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is gezonden, wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het bericht te verwijderen. Openbaarmaking, vermenigvuldiging, verspreiding en/of verstrekking van deze informatie aan derden is niet toegestaan. De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch verzenden van berichten."

> "This message may contain information that is not intended for you. If you are not the addressee or if this message was sent to you by mistake, you are requested to inform the sender and delete the message. The State accepts no liability for damage of any kind resulting from the risks inherent in the electronic transmission of messages."

>

>

>

>

>

>

> Datum/tijd gesprek: 16-09-2019 11:54:41

> Referentie 10.2.e

> Naam: 10.2.e

> E-mail adres: 10.2.e@hotmail.com

> Telefoonnummer: 0610.2.e

> Kanaal: Inkomend telefoongesprek

> Onderwerp: Klimaataakkoord

>

> Inhoud vraag:

> 10.2.e vindt dat bij de campagne "Iedereen doet wat" plantaardig eten en duurzame kleding kopen missen. Dit zijn de twee meest vervuilende industrieën (op de olie-industrie na). 10.2.e begrijpt niet dat deze twee niet in de campagne niet genoemd worden.

>

> 10.2.e geeft als tip de Party voor de Dieren, D66 of Groen Links om advies hierover te vragen.

- >
- > **10.2.e** wil graag contact hierover.
- >
- > Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd. Indien
- > u niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is
- > gezonden, wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het
- > bericht te verwijderen.
- > De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard
- > ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch
- > verzenden van berichten.
- >
- > This message may contain information that is not intended for you. If
- > you are not the addressee or if this message was sent to you by
- > mistake, you are requested to inform the sender and delete the message.
- > The State accepts no liability for damage of any kind resulting from
- > the risks inherent in the electronic transmission of messages.
- >

-----Oorspronkelijk bericht-----

Van: 10.2.g@informatierijksoverheid.nl 10.2.g@informatierijksoverheid.nl>

Verzonden: vrijdag 27 september 2019 16:46

Aan: burgercorrespondentie <10.2.g@minezk.nl>

Onderwerp: DPC ticket 10.2.e : Campagne Iedereendoetwat

Geachte collega,

Er is bij Informatie Rijksoverheid een mening binnengekomen die wij u ter kennisneming doorsturen.

Wij hebben de indiener bedankt voor het bericht.

Het staat u vrij een (inhoudelijk) reactie te sturen naar de indiener.

Mvgr,

10.2.e

10.2.e

Datum/tijd gesprek: 27-09-2019 16:40:39

Referentie: 10.2.e

Naam: 10.2.e

E-mail adres: 10.2.e@gmail.com

Telefoonnummer: 0610.2.e

Kanaal: E-mail

Onderwerp: -

Inhoud mening:

Iedereendoetwat. Natuurlijk erg goed dat er een campagne is die mensen aanmoedigd om hun gedrag te verduurzamen. Echter vind ik het super jammer dat er nergens vernoemd wordt dat een plantaardig dieet een super grote impact heeft op ons klimaat. Zouden jullie dit misschien ook kunnen toevoegen als onderwerp?

MVG 10.2.e <https://www.enjoytheveganmovement.nl/blog/waarom-veganisme-het-klimaat-kan-redden/>

-----Oorspronkelijk bericht-----

Van: 10.2.g @informatierijksoverheid.nl 10.2.g @informatierijksoverheid.nl>

Verzonden: dinsdag 1 oktober 2019 13:46

Aan: burgercorrespondentie 10.2.g @minezk.nl>

Onderwerp: DPC ticket 10.2.e : Campagne Iedereen doet Wat - Voeding

Geachte collega,

Er is bij Informatie Rijksoverheid een mening binnengekomen die wij u ter kennisneming doorsturen.

Wij hebben de indiener bedankt voor het bericht.

Het staat u vrij een (inhoudelijk) reactie te sturen naar de indiener.

Mvgr,

10.2.e

10.2.e

Datum/tijd gesprek: 01-10-2019 13:41:31

Referentie: 10.2.e

Naam: 10.2.e

E-mail adres: 10.2.e @hotmail.com

Telefoonnummer:

Kanaal: E-mail

Onderwerp: Voeding

Inhoud mening:

Beste Rijksoverheid, Heel goed dat jullie de campagne 'Iedereen doet wat' gestart zijn. Opvallend is dat bij voedsel alleen voedselverspilling wordt benoemd. Het is bekend dat minder/geen vlees en vis eten, of volledig plantaardig eten een enorme positieve impact hebben op het milieu. Ik vraag me af waarom dit niet binnen de campagne valt. Naar mijn mening is dit een gemakkelijke manier om een steentje bij te kunnen dragen. Een gemiste kans! Alvast bedankt, Met vriendelijke groet, 10.2.e Referentienummer

-

-----Oorspronkelijk bericht-----

Van: 10.2.g @informatierijksoverheid.nl 10.2.g @informatierijksoverheid.nl>

Verzonden: dinsdag 1 oktober 2019 13:46

Aan: burgercorrespondentie 10.2.g @minezk.nl>

Onderwerp: DPC ticket 10.2.e : - Campagne Iedereen doet Wat

Geachte collega,

Er is bij Informatie Rijksoverheid een mening binnengekomen die wij u ter kennisneming doorsturen.

Wij hebben de indiener bedankt voor het bericht.

Het staat u vrij een (inhoudelijk) reactie te sturen naar de indiener.

Mvgr,

10.2.e

10.2.e

Datum/tijd gesprek: 01-10-2019 13:31:21

Referentie: 10.2.e

Naam: 10.2.e  
E-mail adres: 10.2.e@hotmai.com  
Telefoonnummer: 0610.2.e  
Kanaal: E-mail  
Onderwerp: -

Inhoud mening:

Waarom wordt er in de commercial en website van 'Iedereen doet wat?' niets gezegd over zaken die ECHT impact op het klimaat hebben, namelijk minder vliegen, minder vlees eten en minder spullen kopen (laatstgenoemde: grote verborgen impact (Babette Porcelijn: <https://thinkbigactnow.org/nl/>) Zie ook deze treffende strip van Renske de Greef: <https://www.renskedegreef.nl/tekencolumns/iedereendoetwat> Mijn vraag is of jullie dat zouden kunnen aanpassen. Zo worden mensen die zich niet erg verdiept hebben in klimaatimpact op een verkeerd been gezet en krijgen zij onterecht het idee al genoeg te doen/goed bezig te zijn, terwijl dat effect heel mager is (zie ook <https://www.milieucentraal.nl/klimaat-en-aarde/klimaatklappers/grootste-klappers/>). Mvg 10.2.e

-----Oorspronkelijk bericht-----

Van: 10.2.g @informatierijksoverheid.nl 10.2.g @informatierijksoverheid.nl>

Verzonden: donderdag 3 oktober 2019 12:26

Aan: burgercorrespondentie 10.2.g @minezk.nl>

Onderwerp: DPC ticket 10.2.e : Campagne Iedereen doet Wat

Geachte collega,

Er is bij Informatie Rijksoverheid een mening binnengekomen die wij u ter kennisneming doorsturen.

Wij hebben de indiener bedankt voor het bericht.

Het staat u vrij een (inhoudelijk) reactie te sturen naar de indiener.

Mvgr,

10.2.e

10.2.e

Datum/tijd gesprek: 03-10-2019 12:16:18

Referentie: 10.2.e

Naam: 10.2.e

E-mail adres:

Telefoonnummer: 31610.2.e

Kanaal: WhatsApp

Onderwerp: Campagnes

Inhoud mening:

Beste mevrouw/meneer,

Ik ben communicatie student en veelal geïnteresseerd in de maatschappelijke kant. Vandaar dat ik jullie `iedereen doet wat? campagne heb bekeken. Goede campagne vond ik! Een ding viel me wel op, waarom hebben jullie het niet over minder vlees eten? In de categorie voedsel staat alleen minder voedsel verspilling. Ook zag ik een kopje met: waterbesparende douchekop. Terwijl je door 1 avond geen vlees te eten net zo veel water bespaard als dat je een maand niet doucht! Dat is dan toch hartstikke belangrijk! Ik vind dat jullie een belangrijke stem hebben in de maatschappij en dit onderwerp (ook al is het niet zo populair) ook naar voren moeten laten komen. Ik hoop dat jullie mij tip serieus willen nemen en hier iets mee willen doen. Alvast

bedankt.

10.2.e



-

Datum/tijd gesprek: 03-10-2019 15:56:20  
Referentie: 10.2.e  
Naam: Anoniem  
E-mail adres: 10.2.e@hotmail.com  
Telefoonnummer: 0610.2.e  
Kanaal: E-mail  
Onderwerp: Campagnes

Inhoud mening:

Referring website: <https://www.rijksoverheid.nl/> Telefoonnummer: 0610.2.e E-mailadres: 10.2.e@hotmail.com Vraag: Waarom wordt er op de site iedereendoetwat.nl bij het hoofdstuk "voedsel" helemaal niets vermeld over het effect van de vlees en zuivelindustrie op het milieu? 18% van co2 en methaan uitstoot komt van deze industrie. Dat is meer dan al het vervoer bij elkaar. Mensen hebben het recht om dit te weten en de overheid is 'm.i. verplicht dit te melden. Een vegetarisch of veganistisch dieet heeft verreweg het beste effect op het milieu. Dit moet vermeld worden op deze site. Referentienummer:

## Hoe kan ik duurzaam leven?

Customer Jobs	Gains	Pains
buiten reikwijdte	buiten reikwijdte	
Energie opwekken	Geld besparen	Weet wat niet wat er is om mij te faciliteren
	Waarde woning omhoog	
	Natuurbehoud	Wat is haalbaar voor mij?
buiten reikwijdte	buiten reikwijdte	
buiten reikwijdte	buiten reikwijdte	
Minder voedsel verspillen	Gezond leven	Moeilijk om vol te houden, andere verleidingen
Minder vlees eten	Toekomstproef	Weet niet wat het bijdraagt
Biologisch eten	Minder afhankelijk	Geitenwollen sokken imago
buiten reikwijdte		
buiten reikwijdte		

Products & Services	Gain creators	Pain Relievers
Informatie	Stappenplan voor jou op maat	Informatie bundelen wat je kunt doen en hoe
Subsidies	Inzicht hoeveel je gaat besparen	Tips geven om het makkelijk te maken
Betrouwbare partners	Inzicht hoeveel je bijdraagt	Gidsfunctie
	Mogelijkheid om te laten zien dat je goed bezig bent	Inzicht geven
	Helpen om de uitdaging vol te houden	Overzicht van subsidies

Kanter peiling: 66% neemt geen maatregelen: ze weten niet wat, is te duur, of heeft geen zin.

Alle opties, labelen met kosten, tijd, impact, haalbaar (curator)

Bundelen op verschillende manieren, wegwijs bieden

Fabels en feiten:

- Verschil tussen groen en duurzaam leven
- Verschil tussen biologisch en duurzaam eten

Een aantal persona's omschrijven om te kijken wat je als bundeling kan aanbieden.

buiten reikwijdte

# KOEPEL KLIMAAT

4 JANUARI 2019, V

*Initiative*



# AGENDA

**BRIEFING...**

- 3 -

**MEDIAVOORSTEL KOEPELCAMPAGNE**

- 14 -

**ALWAYS ON**

- 18 -

**INTRODUCTIE KOEPEL**

- 27 -

**FLOWCHART**

- 31 -

NEDERLAND  
PAKT DOOR

buiten reikwijdte



MAARTJE PAKT DOOR  
PRAXIS PAKT DOOR



buiten reikwijdte

buiten reikwijdte

## ONDERWERPEN KOEPELCAMPAGNE

Meer inzicht	Energieverbruiksmanager
	Wat past bij mijn huis / appartement'
buiten reikwijdte	buiten reikwijdte
buiten reikwijdte	
buiten reikwijdte	
Opwekken van elektriciteit	Zonne-energie
	Zonnepanelen
	Zonneboiler
	Samen met anderen elektriciteit opwekken

Voedselconsumptie	Minder vleesconsumptie
	Voedselverspilling (icm footprint)
buiten reikwijdte	buiten reikwijdte
buiten reik	

## ONDERWERPEN I.C.M. CAMPAGNELAGEN (2)

Hoofdonderwerp	Subonderwerp	Actief zoekgedrag	Nieuws over klimaat	Relevant Umfeld
Voedselconsumptie	Minder vleesconsumptie	+	-	+
	Voedselverspilling (icm footprint)	-	+	+
buiten reikwijdte	buiten reikwijdte			
buiten reikwijdte				





# VIJF TINTEN GROENER

Nederlanders op weg  
naar een duurzamere samenleving

---



## INHOUD

Inleiding	4
Profileren van de doelgroep	5
Bewegende profielen	6
Bronnen	8

## DE PROFIELEN

Plichtsgetrouwen	10
Structuurzoekers	12
Statusbewusten	16
Verantwoordelijken	18
Ontplooiers	20

## DE BRANCHES

Energie	24
Voeding	28
Mode	32
Mobiliteit	34

## INLEIDING

Steeds meer Nederlanders worden zich bewuster van de noodzaak om te verduurzamen. We kunnen er niet meer omheen. Zo was er bij het verschijnen van onze whitepaper **Vijf tinten groen** nog geen sprake van gasloos wonen, de aanschaf van elektrische auto's was vooral voor de happy few en netbeheerders begonnen net aan de introductie van de slimme meter. Inmiddels heeft het klimaatakkoord van Parijs zijn weg naar de uitvoering gevonden, is in Nederland de Klimaatwet in ontwikkeling en hebben we te maken met de implementatie van het SER Energieakkoord. En er zijn convenanten gesloten voor de textielindustrie, het aanbod vleesvervangers is flink toegenomen en diverse initiatieven tegen voedselverspilling zijn opgezet. Hoog tijd voor een update! Waar staan Nederlanders bij al deze ontwikkelingen? In **Vijf tinten groener** laten we zien wat het duurzaamheidsgedrag van vijf groepen consumenten is. Wat speelt een rol bij hun houding? En hoe zijn ze effectief te benaderen?

We introduceerden in **Vijf tinten groen** vijf groepen Nederlanders met een eigen houding ten opzichte van duurzaamheid. Het consumentengedrag verandert nu door het progressieve duurzaamheidsbeleid dat op poten wordt gezet, de technologische vernieuwingen en de marktontwikkelingen. Met **Vijf tinten groener** gaan we dieper in op de bewegingen die zich in de samenleving én binnen de verschillende groepen voordoen. Zo is de aanschaf van zonnepanelen niet meer voorbehouden aan de voorlopers die vooral te vinden waren bij de groep verantwoordelijken. Het zelf opwekken van energie is Nederlandbreed actueel en daarmee voor alle duurzaamheidsgroepen relevant. Ook zien we dat steeds meer plichtsgetrouwen de elektrische fiets pakken en de auto laten staan. En flexitariërs en veganisten rukken op, ook onder statusbewusten.

Kortom, de mindset en het gedrag van Nederlanders veranderen over de hele linie. Het gaat langzaam, maar het gaat. Daarbij zien we een duidelijke diversiteit in de motivatie en het gedrag. Dit betekent dat er nog steeds goed gekeken moet worden naar hoe de doelgroep is samengesteld en wat de specifieke waarden en achtergronden zijn. We brengen de actuele verschillen voor de vijf groepen in kaart. Alleen vanuit die kennis kan de beoogde communicatie optimaal en effectief worden afgestemd.

- Motivaction, Amsterdam

### Duurzaamheid is niet eenduidig

Duurzaamheid is een veelgebruikt woord en er is geen eenduidige definitie. Dit zorgt voor uiteenlopende associaties. Ook kan de betekenis per branche een andere invulling krijgen, denk bijvoorbeeld aan biologische mode versus biologische voeding. Het begrip is ook niet meer weg te denken bij overheid, zorg, bouw, onderwijs, landbouw en natuurbeheer. Duurzaamheid raakt dus vrijwel alle aspecten van ons leven en binnen verschillende contexten.

In deze paper passen we het thema duurzaamheid toe op vier branches die volop in beweging zijn: energie, voeding, mode en mobiliteit. Voor al deze branches heeft duurzaamheid een eigen betekenis en invulling. In de energiebranche gaat het vooral over het reduceren van CO<sub>2</sub>. De textielindustrie wil de arbeidsomstandigheden verbeteren en vervuiling verminderen. In de voedselindustrie ligt de nadruk op efficiënter produceren en minder verspillen. En de mobiliteitssector wil files terugdringen, elektrisch rijden stimuleren en daarmee de uitstoot van CO<sub>2</sub> terugdringen.

## PLICHTSGETROUWEN

13% van de Nederlanders rekenen we tot de plichtsgetrouwen. Zij hechten sterk aan traditionele normen en waarden, en het gezin. Ze houden van een rustig en regelmatig leven en godsdienst speelt daarin vaak een belangrijke rol. Plichtsgetrouwen zijn maatschappelijk betrokken. Deze betrokkenheid en het feit dat zij veel waarde hechten aan het gezin maken ook dat zij zich verantwoordelijk voelen om de wereld goed achter te laten voor de volgende generaties.

### Duurzaam? Dat doe je toch gewoon

Het woord duurzaam zal een plichtsgetrouwe Nederlander niet snel gebruiken. Ze leven echter wél duurzaam, vanuit de principes van zuinigheid en netheid. Plichtsgetrouwen consumeren minder dan gemiddeld en houden niet van verspilling en overbodige luxe.

buiten reikwijdte

*“Lokaal kan ik eerder het verschil maken dan op wereldniveau,  
laat ik dan hier maar doen wat ik kan.”*

### Stap voor stap verduurzamen

Plichtsgetrouwen vinden goed burgerschap belangrijk. Waar ze kunnen, zijn ze bereid om een steentje bij te dragen. Ze willen het graag goed doen als het gaat om het milieu, maar vallen hierbij terug op gedrag dat is gestoeld op traditionele waarden. Deze groep moet stap voor stap worden meegenomen in het beslissingstraject om te verduurzamen. Een betrouwbare afzender is daarbij van groot belang. In tegenstelling tot de andere groepen hebben de plichtsgetrouwen veel vertrouwen in instituten als de overheid, netbeheerders en grote energieleveranciers. Als de overheid bepaalt dat **buiten reikwijdte** dan gaat de plichtsgetrouwe daarin mee. Als de overheid zonnepanelen en **buiten reikwijdte** subsidieert dan overweegt de plichtsgetrouwe die aan te schaffen. De kosten zijn hierbij wel altijd van belang.

## Kenmerken



**Levensdoel:** goed burgerschap, goed gedrag in de ogen van de maatschappij, de omgeving en God



**Ambities:** vasthouden aan traditionele normen en waarden, gezin als hoeksteen van de samenleving, rustig en harmonieus leven



**Zorgen:** grote zorgen over armoede en ongelijkheid



**Maatschappij:** maatschappelijk betrokken, vrijwilligerswerk, solidair met minderheden en betrokken bij het milieu



**Status:** relatief minder geldingsdrang, minder statusgevoelig



**Leefstijl en kernwaarden:** loyaal, zorgzaam, verantwoordelijkheidsgevoel, hardwerkend, sociaal, risicomijdend, plichtsbesef, orde, regelmaat en discipline, sober en spaarzaam, prijsbewust

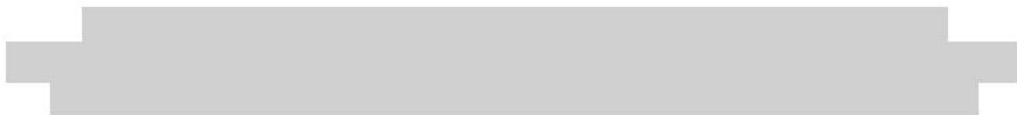
## Communicatieaanpak

buiten reikwijdte



*"Ik eet gewoon vlees terwijl dat heel slecht is voor het milieu.  
Ik vind vlees erg lekker en ik ga echt geen vegetariër worden."*

buiten reikwijdte





Toch zien we de laatste jaren wel een verschuiving bij deze groep en gaat ook de structuurzoeker steeds meer mee in de duurzaamheidsgedachte. Dit heeft te maken met het feit dat de problematiek steeds minder ter discussie staat, ook binnen deze groep. Daar komt bij dat het steeds gemakkelijker wordt om duurzame keuzes te maken én dat het financiële voordelen kan opleveren. Bijvoorbeeld dat je voor de eigen deur het afval kunt scheiden of dat je door afval te scheiden minder afvalstoffenheffing hoeft te betalen.

buiten reikwijdte

### Waarom duurzaam doen als het makkelijk kan?

De structuurzoeker zal de voorkeur blijven geven aan de gemakkelijkste, goedkoopste en meest plezierige optie. Ze zullen niet snel de auto laten staan of minder met het vliegtuig reizen. Duurzaamheid mag ook niets extra kosten.

Ze betalen voor een stukje biologisch vlees echt niet méér omdat dit beter is voor het milieu. Een product moet op de eerste plaats goed en goedkoop zijn, als het dan ook nog duurzaam is, is dat mooi meegenomen.

*“Als ik vlees koop, koop ik gewoon aanbiedingen. Het zal vast wel plofkip zijn. Maar als ik het niet koop, koopt de volgende het wel.”*



## Kenmerken



**Kernwaarden:** genieten, verzorgen, loyaliteit, veiligheid, zorgeloos, vertrouwd, bekend, trots, volgend (doen wat de burens doen)



**Ambities:** balans vinden tussen traditionele normen en waarden en verandering, status en aanzien verwerven, geld hebben, materiële rijkdom, regelmatig en gemakkelijk leven, gelukkig gezinsleven, vermaak



**Zorgen:** dierenwelzijn, ziektebestrijding, armoede, werk(loosheid), gezondheid en welzijn



**Maatschappij:** verlangen naar autoriteit en regels, verlangen naar erkenning en waardering, weinig interesse voor politiek



**Leefstijl:** regelmatig leven, passief en impulsief (hier en nu), conformistisch, consumptie- en vermaakgericht, lokaal georiënteerd, niet sterk bewust van het effect van eigen handelen, genieten en gezelligheid, zekerheid, vertrouwen, risicomijdend, materialistisch en statusgevoelig, erbij willen horen, hechten aan uiterlijke presentatie, luxe, trots, weinig ambitie, weinig verantwoordelijkheid

## Communicatieaanpak

buiten reikwijdte



*“Bij mijn vorige huis had ik alleen maar zonnepanelen omdat het mij meer opleverde. Het moet wel iets voor mezelf inzitten. Dat staat voor mij boven het duurzame aspect.”*

*“Waarom zou ik € 1,30 voor een prei betalen omdat hij biologisch is, terwijl ik het ook voor € 0,70 kan halen. Ik moet wel binnen mijn budget blijven.”*

## VERANTWOORDELIJKEN

Verantwoordelijken maken circa 22% van de Nederlandse bevolking uit. Ze dragen graag hun steentje bij aan een duurzamere samenleving en zien duurzaamheid allerminst als een hype. Ze zijn zich erg bewust van hun ecologische voetafdruk en het effect daarvan op toekomstige generaties. Zo maken verantwoordelijken zich oprecht zorgen over regionale en mondiale milieuschade. Deze groep is niet tegen innovaties op het gebied van duurzaamheid, maar ze hebben soms wel hun bedenkingen. De genetische modificatie van gewassen vinden ze bijvoorbeeld problematisch. Hoewel ze best willen aannemen dat er duurzaamheidsvoordelen zijn, willen ze eerst een ethische discussie over de wenselijkheid van dergelijke technieken.

Deze groep benadert duurzaamheid vanuit hun ideaal en ziet verduurzaming als een oplossing voor een wereldwijd probleem waar een gezamenlijke aanpak van burgers, bedrijven en overheid voor nodig is. Daar moet wel bij worden opgemerkt dat ze, meer dan de andere groepen, van mening zijn dat burgers meer eigen verantwoordelijkheid moeten nemen.

Ze streven naar een bewuste en duurzame levensstijl en vertellen anderen ook graag hoe ze moeten leven. Toch zetten ze niet alles opzij. Ze weten wat er zou moeten gebeuren en voor een deel leven ze daar ook naar, maar er is een grens aan wat ze willen opofferen. Een enkele keer vlees moet kunnen. Het is zoeken naar de balans tussen duurzaamheid, comfort en genieten.

### buiten reikwijdte

Verantwoordelijken weten wat er zowel lokaal als wereldwijd speelt op het gebied van duurzaamheid. Ze zijn relatief goed op de hoogte van de The Sustainable Development Goals die opgesteld zijn door de Verenigde Naties. Naar eigen zeggen weten ze wat de duurzame initiatieven van de Nederlandse overheid, het bedrijfsleven en de ngo's zijn. Het klimaat en de toenemende kwetsbaarheid van de aarde behoren volgens hen tot een van de grootste (wereldwijde) maatschappelijke problemen. Als voorbeeld noemen ze vaak de **buiten reikwijdte**, de overmatige vleesproductie **buiten reikwijdte**.

De exponentiële toename van aandacht voor duurzaamheid in de media en maatschappij, via nieuws, evenementen en politiek, heeft ook hun bewustzijn de afgelopen jaren vergroot.

### Eigen bijdrage is vanzelfsprekend

Hoewel de betekenis van duurzaam leven of een groene levensstijl per persoon verschilt, is het voor verantwoordelijken een vanzelfsprekendheid. Het is niet alleen een taak van het bedrijfsleven om milieuvervuiling tegen te gaan, iedereen moet zijn of haar verantwoordelijkheid hiervoor nemen. Ze doen elke dag wel iets voor het milieu en zijn de afgelopen jaren steeds bewuster op zoek gegaan naar producten die het milieu zo min mogelijk belasten. Toch gaat de eigen inzet vaak niet verder dan dingen doen die binnen handbereik zijn. Voorbeelden van groen gedrag die door deze groep worden omarmd zijn het afnemen van groene stroom, **buiten reikwijdte**

en het minder consumeren van dierlijke producten. Verantwoordelijken zijn ook bereid om meer te betalen voor milieuvriendelijke producten en meer belasting te betalen om Nederland duurzamer te maken.



## Kenmerken



**Levensdoel:** ontdekken, ontplooiën, genieten



**Ambities:** zelfontplooiing, sociaal bewogen, solidair zijn, opkomen voor het milieu, maatschappelijk succes



**Zorgen:** schade die de mens toebrengt aan de aarde, de bio-industrie, technologisering, materialisme



**Maatschappij:** kritische idealisten, wereldburgers, maatschappelijk en politiek georiënteerd, geëngageerd, tolerant



**Status:** intrinsiek gemotiveerd om duurzaam te leven



**Leefstijl en kernwaarden:** avontuurlijk, maatschappijkritisch, milieubewust, zinvol en bewust leven, iets bijdragen aan de maatschappij, autonoom, kwaliteit boven kwantiteit, actief

## buiten reikwijdte



## buiten reikwijdte



*“Je hoeft misschien niet meteen je hele levensstijl te veranderen, als je maar wel weet wat de effecten zijn van de keuzes die je maakt.”*



## VOEDING

Langzaam dringt het door dat het huidige voedselsysteem niet houdbaar is voor de toekomst. In Nederland proberen bedrijven, ondernemers, boeren, beleidsmakers, startups en consumenten samen een nieuw voedselsysteem te creëren. Maar anders dan bijvoorbeeld bij de energietransitie, waar concrete stappen worden genomen van fossiel naar hernieuwbaar, staat de voedseltransitie nog in de kinderschoenen als het gaat om een algemeen voedselbeleid en politiek draagvlak. Het bewustzijn over en de interesse in duurzame voeding groeit onder consumenten. Er is steeds meer informatie beschikbaar en voeding is een hot topic.

*“Er is een soort hyper bewustzijn als het om voeding gaat, er zijn meer mogelijkheden om je te verdiepen, er is een groter voedselaanbod en er komt steeds meer besef dat er maar één planeet is.”*

- 10.2.e Food Cabinet

Meer kennis maakt echter ook onzeker. Wat is bijvoorbeeld de samenhang tussen duurzaam, gezond, diervriendelijk en fairtrade? Hoe meer onderzoek er over voeding en gezondheid wordt gepubliceerd, des te tegenstrijdiger de kennis soms lijkt. Dit blijkt onder andere uit het onderzoek naar voedingsgewoontes dat we in 2018 hebben uitgevoerd. Hoe weet een consument of hij of zij een duurzame voedselkeuze maakt? En bij keuzestress kiest men toch voor het vertrouwde, dat wat lekker is en goedkoop. Daarom is een overkoepelend voedselbeleid gewenst om consumenten houvast te geven. Daarnaast is voedsel afhankelijk van persoonlijke voorkeuren en emoties. Vanuit verschillende drijfveren, waaronder milieu, dierenwelzijn en gezondheid, doen consumenten pogingen om minder vlees te eten. Vlees eten heeft volgens consumenten de grootste invloed op het klimaat, zo blijkt uit onderzoek voor de Climate Neutral Group uit 2018. Ook pogen zij duurzamere vis te kopen, plofkip te bannen en lokale groenten te omarmen. Het aantal vegetariërs en flexitariërs neemt toe, het voornemen om duurzaam geproduceerd eten

te kopen en voedselverspilling tegen te gaan is er, maar in de praktijk blijkt dat slechts een kleine verantwoordelijke groep het voedingspatroon daadwerkelijk aanpast. Het merendeel kan het nog niet veel schelen, ze zijn op gemak gericht of hebben niet het gevoel dat ze zelf invloed op het voedselsysteem hebben.

### Toekomst

De Nederlandse overheid kiest ervoor om het aan de consumenten en het bedrijfsleven over te laten. Volgens 10.2.e van het Voedingscentrum moet de overheid een voedseltransitie niet alleen stimuleren maar ook een duidelijk voedselbeleid opstellen en ervoor zorgen dat voedselveiligheid een plek krijgt in het onderwijs. Er zijn vier belangrijke speerpunten voor een voedselbeleid: de omvang van voedselverspilling, het eetpatroon van Nederlanders, de efficiëntie van de voedselproductie en de aard van de productie.

*“Er is grote urgentie om wat te doen aan voedselduurzaamheid. We moeten af van fossiele energie, daar is voedsel nu erg afhankelijk van. Als we een rijk voedselaanbod willen blijven genereren, dan vraagt dat een geleidelijke aanpassing van het systeem: overgaan op groene energie, voedingspatroon aanpassen (meer plantaardig), meer circulair produceren en/of bepaalde producten zo duur maken dat we ze alleen bij uitzondering kunnen eten.”*

- 10.2.e , Voedingscentrum

Het is volgens 10.2.e van Food Cabinet de plicht van de overheid om dit te nudgen: consumenten op een positieve manier stimuleren zich op een wenselijke manier te gedragen. In een individualistische maatschappij is het voor de overheid en bedrijven ingewikkeld om te begrijpen wat de motieven van de consument zijn, ze willen goedkoop én duurzaam. Het is daarom heel relevant om te begrijpen wie je doelgroep is, wat ze willen, hoe ze denken en daarop het voedselbeleid en de voorlichting af te stemmen.



---

“Uiteindelijk gaat het om het hele voedingspatroon, zoek daar de balans en niet in de extremen. Het traditionele voedingspatroon was zo gek nog niet: groente van het seizoen, producten uit de regio, brood en aardappelen als basis en beperkte hoeveelheid vlees en zuivel. Dat was duurzaam! Dan hoeven we niet aan de insecten en quinoa uit Zuid-Amerika.”

---

- 10.2.e, Voedingscentrum

---

“We hebben schaarste nodig, zodat mensen ervaren dat we onze voedselketen op een andere manier moeten inrichten. Zolang er overvloed is, hebben we ook te maken met veel verspilling.”

---

- 10.2.e, Food Cabinet

---

“Kortere ketens, meer lokaal produceren en efficiëntere distributie. Interactie tussen producent en consument. Het is interessant om van de ervaringen van de energietransitie te leren voor de voedseltransitie!”

---

- 10.2.e, Voedingscentrum

---



## Onderwerpen brede publieksaanpak 2019

buiten reikwijdte

We staan voor de grootste transitie in Nederland allertijden. Om de opwarming van de aarde tegen te gaan zal de wijze waarop wij ons vervoeren en onze huizen verwarmen in hoog tempo moeten verduurzamen. Het kabinet bereidt samen met partners momenteel verregaande maatregelen voor om aan de internationaal afgesproken klimaatdoelstellingen van Parijs te voldoen. Iedereen wordt gevraagd om bij te dragen aan oplossingen voor die enorme opgave.

### Brede publieksaanpak

Deze notitie beoogt een voorzet te geven voor de selectie van onderwerpen voor 2019 die we in betaalde media, PR en bij de netwerkaanpak onder de aandacht willen brengen.

buiten reikwijdte

### Doel notitie

Graag reflectie op de voorgestelde *inrichting* van onderwerpen en eerste aanzet van *concrete invulling* voor 2019.

### Drie niveaus van onderwerpen

Om te komen tot onderwerpen voor de verschillende onderdelen van de brede publieksaanpak, delen we onderwerpen in op drie niveaus. Die indeling zorgt ervoor dat we een logische koppeling maken tussen de afspraken uit het klimaatakkoord en het concrete handelingsperspectief voor burgers.

buiten reikwijdte

buiten reikwijdte

### Always-on

De bakbone van de koepel is de always-on aanpak. Het idee achter always-on is dat je aanwezig bent op het moment dat het relevant is voor de ontvanger. En relevantie is een kwestie van het juiste moment en de juiste context. buiten reikwijdte

Om communicatie ook effectief te laten zijn, focussen we op specifieke veranderingen in het leven van mensen en instrueren we burgers met duidelijke implementatie intenties:

buiten reikwijdte Als je een boodschappenlijst samenstelt, plan dan ten minste twee vleesloze dagen in. buiten reikwijdte

Voor de always-on laag is het van belang dat we een breed scala aan concrete onderwerpen hebben gericht op burgers. We moeten er daarbij op letten dat het behapbaar blijft, want er wordt heel veel van mensen gevraagd. Daarom is het belangrijk om de drempel zo laag mogelijk te maken. Laat niet alleen de 'grote' dingen zien (buiten reikwijdte), maar vooral ook de makkelijker te realiseren dingen zien die iedereen kan doen. Een mix van klein en groot. Zodat iedereen doet wat ie kan en geen excuus heeft om niets te doen. De focus zou in eerste instantie moeten liggen op onderwerpen met een hoog implementatiegemak en lage kosten. En onderwerpen die vrij gemakkelijk (en kostenefficiënt) op doelgroepen zijn te targetten. We denken aan minimaal 10 en maximaal 20 onderwerpen die we met de betaalde inzet kunnen ondersteunen.

### Digitaal platform

Er moet een centrale plek zijn waar alle activiteiten samenkomen. Waar burgers meer informatie vinden als ze geactiveerd zijn door de uitingen die ze zijn tegengekomen (via always-on, deelcampagnes, PR of inspanningen vanuit het netwerk). Want hoe meer we de koepel laden, hoe meer burgers op zoek gaan naar informatie. Daarom is een landingsplek die snel doorverwijst naar relevantie informatie essentieel. Het platform moet welwillende burgers informatie, hulp en handvatten bieden om door te kunnen pakken. Ook hier is het belangrijk dat de site laagdrempelig is. Die burgers eerst meeneemt in de mogelijkheden die er zijn. Er is namelijk altijd iets dat je kunt doen. Hoe dat kan en wat dat kost moet uiteraard ook een plek krijgen. De verdieping op specifieke

onderwerpen kan gevonden worden in heel veel content die reeds bestaat (op andere platformen) en waar naartoe kan worden doorverwezen.

### Selectie van onderwerpen

Op basis van het voorstel voor het klimaatakkoord zijn de verschillende domeinen die gericht zijn op de burger geïnventariseerd.

De projectgroep Koepelcampagne heeft daarnaast een inventarisatie van thema's en onderwerpen gemaakt en een aantal criteria opgesteld om thema's en onderwerpen te kunnen toetsen op hun geschiktheid om op te spelen in een themacampagne of always-on.

Tot slot is door Omgevingskennis een analyse gemaakt naar onderzoeken en media waaruit naar voren komt voor welke onderwerpen burgers het meest open staan, zie bijgaande analyse. Uit de analyse blijkt dat maatregelen die burgers bereid zijn te nemen vooral groot zijn als het makkelijk uitvoerbaar is en niet te veel geld kost, zoals **buiten reikwijdte**

**bewoners** die aan het woord komen in de media noemen vooral **buiten reikwijdte**. Het stepping stone principe komt nadrukkelijk naar voren uit de analyse. Oftewel: begin met relatief eenvoudige maatregelen om mensen aan boord te krijgen en ga stap voor stap verder.

Bij de thema en onderwerpselectie voor 2019 leggen we de focus op de volgende criteria:

- Implementatie gemak: makkelijk uit te voeren acties voor burgers.
- Opbrengsten: waar mogelijk levert de actie financieel / persoonlijk gewin op.
- Lage kosten: de kosten zijn relatief laag voor de burger.
- Er is een effectief netwerk te formeren.
- Er is een neutrale of positieve beeldvorming over de te nemen acties.
- Er is geen politiek afbreukrisico.
- Er zijn geen geplande beleidsmaatregelen op korte termijn die van invloed zijn op het succes.

Bij het vaststellen van onderwerpen voor de komende jaren willen we bij de selectie van thema's en onderwerpen naast bovenstaande criteria een aantal aanvullende criteria meenemen:

- CO2 reductie: levert de actie veel/weinig CO2 reductie op?
- Haalbaarheid: zijn er voldoende producten / diensten beschikbaar (is er bijvoorbeeld voldoende opgeleid personeel)?
- Acceptatie van de maatregel: is er veel (te verwachten) weerstand?
- Klimaat akkoord: voldoet het aan de afspraken van het klimaatakkoord / komt het er logisch uit voort?

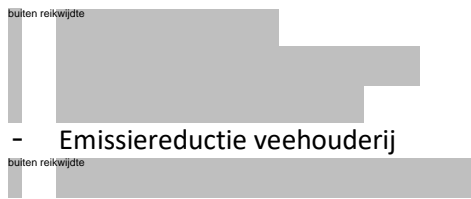
Om de focus van een onderwerp te bepalen wordt daarnaast gekeken naar:

- Grootte doelgroep: is de doelgroep heel Nederland, of is het een deeldoelgroep?
- Landelijk / regionaal / lokaal: is het een actie die landelijk, lokaal of regionaal relevant is (denk aan een landelijk onderwerp dat regionaal ingezet wordt)?
- Timing: is er een moment waarin dit onderwerp echt het meest logisch is (denk aan **buiten reikwijdte** in het najaar of **buiten reikwijdte**)?

### Voorstel voor domeinen, thema's en onderwerpen

Op basis van bovenstaande input (inventarisatie klimaatakkoord, input vanuit onderzoek en media-analyses, toetsing aan criteria) komen we tot het volgende voorstel voor 2019.

### Domeinen (op te spelen in PR)



### Themacampagnes en netwerkaanpak



### Always-on

- buiten reikwijdte
- Vleesconsumptie, groente en fruit van het seizoen, voedselverspilling
- buiten reikwijdte

Aanverwante onderwerpen die passen binnen de eerste stappen tot verduurzaming: buiten reikwijdte



Onderstaand een voorbeeld hoe deze onderwerpen in een kalender voor 2019 uitgewerkt zouden kunnen worden:



Kalender 2019 (VOORBEELD)

			koepelcampagne	PR - algemeen	themacampagne	Netwerkpartners	always-on	social always-on
wk 1	31-12	6-1		klimaatakkoord				
wk 2	7-1	13-1						
wk 3	14-1	20-1						
wk 4	21-1	27-1						
wk 5	28-1	3-2						
wk 6	4-2	10-2						
wk 7	11-2	17-2						
wk 8	18-2	24-2	laden van de koepel	laden van de koepel/verbinding met KA			onderwerpen op gerichte plekken	buiten reikwijdte
wk 9	25-2	3-3						
wk 10	4-3	10-3						
wk 11	11-3	17-3						
wk 12	18-3	24-3						
wk 13	25-3	31-3						
wk 14	1-4	7-4						
wk 15	8-4	14-4						
wk 16	15-4	21-4						
wk 17	22-4	28-4						
wk 18	29-4	5-5						
wk 19	6-5	12-5						
wk 20	13-5	19-5						
wk 21	20-5	26-5						
wk 22	27-5	2-6						
wk 23	3-6	9-6						
wk 24	10-6	16-6						
wk 25	17-6	23-6						
wk 26	24-6	30-6						
wk 27	1-7	7-7						
wk 28	8-7	14-7						
wk 29	15-7	21-7						
wk 30	22-7	28-7		emissie veehouderij	voedsel consumptie	Voedingscentrum		minder vlees
wk 31	29-7	4-8						voedselverspilling
wk 32	5-8	11-8						AGF seizoen
wk 33	12-8	18-8				AH acties		
wk 34	19-8	25-8						
wk 35	26-8	1-9						
wk 36	2-9	8-9						
wk 37	9-9	15-9						
wk 38	16-9	22-9						
wk 39	23-9	29-9						
wk 40	30-9	6-10						
wk 41	7-10	13-10						
wk 42	14-10	20-10						
wk 43	21-10	27-10						
wk 44	28-10	3-11						
wk 45	4-11	10-11						
wk 46	11-11	17-11						
wk 47	18-11	24-11						
wk 48	25-11	1-12						
wk 49	2-12	8-12						
wk 50	9-12	15-12						
wk 51	16-12	22-12						
wk 52	23-12	29-12						

## Rapportage webcare Iedereen doet wat

Rapportageperiode: 5 okt – 5 nov 2019

### Aantal opmerkingen (geschreven reacties)

Facebook (1 post, 2 varianten): 101

Instagram (1 post, 2 varianten): 2

Twitter (-):

### Overall sentiment opmerkingen

Een paar positieve berichten van mensen die antwoord geven op de vraag wat zij doen voor het klimaat buiten reikwijdte

### Welke onderwerpen en aantal reacties

Introductie campagne\_post 2

Facebook: 101

Instagram: 2

Twitter: -

### Aandachtspunten om rekening mee te houden in content

- Focus op resultaat. Wat levert het op als je de handelingen uitvoert?
- Mensen vragen zich af of het doorvoeren van kleine maatregelen wel zoden aan de dijk zet. Waar dat kan is het goed om aan te tonen dat alle kleine beetjes helpen in het behalen van de doelstelling.
- Er wordt regelmatig verwezen naar de overheid of het bedrijfsleven. Mensen vinden/denken dat de oplossing daar ligt en niet bij de burger. Het is goed om te laten zien in de campagne dat er al veel gebeurt, ook bij die partijen. Daarmee wordt het een gezamenlijke opgave.
- Er is een groep mensen die het een gemis vindt dat de campagne niets zegt over minder vlees eten. Zij hebben zich duidelijk laten horen toen de eerste algemene post live ging. Op de tweede algemene post hebben ze niet gereageerd. We verwachten wel dat ze in het vervolg van de campagne, en wanneer het specifiek over voedsel gaat, weer van zich laten horen. Het is goed om hier dan op voorbereid te zijn.
- De open vraag 'wat ga jij doen' levert in deze fase nog niet zoveel op. Mensen laten weten dat ze vooral niks voor het klimaat willen doen. Dat is niet inspirerend voor de groep die wel overweegt iets te doen en zet een verkeerde sociale norm.



**Van:** 10.2.e  
**Aan:** 10.2.e  
**Cc:** 10.2.e  
**Onderwerp:** Re: K&E website  
**Datum:** donderdag 21 maart 2019 16:28:36

---

Hey 10.2.e,

We passen het aan.

Groet,

10.2.e

-----

10.2.e

+31 (0)6 10.2.e | +31 (0)20 10.2.e

KesselsKramer Amsterdam | Lauriergracht 39 | 1016 RG Amsterdam | The Netherlands

KesselsKramer London | Unit 41 Regent Studios | 8, Andrews Road | London E8 4QN | United Kingdom

KesselsKramer Los Angeles | 963 Chung King Rd | Los Angeles CA 90012 | USA

[KesselsKramer.com](http://KesselsKramer.com)

On 21 Mar 2019, at 16:14, 10.2.e <[10.2.e@minez.nl](mailto:10.2.e@minez.nl)> wrote:

Hoi 10.2.e,

Ik was te snel. Op pagina 2 staat toch nog in het tweede scherm 'minder vlees'.

Kan je dat nog laten aanpassen?

Dank!

10.2.e

---

**Van:** 10.2.e <[10.2.e@kesselskramer.com](mailto:10.2.e@kesselskramer.com)>

**Verzonden:** donderdag 21 maart 2019 11:59

**Aan:** 10.2.e <[10.2.e@minez.nl](mailto:10.2.e@minez.nl)>

**cc:** 10.2.e <[10.2.e@kesselskramer.com](mailto:10.2.e@kesselskramer.com)>

**Onderwerp:** K&E website

Hey 10.2.e,

Hierbij ook nog de website voor het K&E concept, maar dan zonder de "minder vlees eten".

Hopelijk is het goed zo.

Groet,

10.2.e

-----

10.2.e

+31 (0)6 10.2.e | +31 (0)20 10.2.e

KesselsKramer Amsterdam | Lauriergracht 39 | 1016 RG Amsterdam | The Netherlands

KesselsKramer London | Unit 41 Regent Studios | 8, Andrews Road | London E8 4QN |  
United Kingdom

KesselsKramer Los Angeles | 963 Chung King Rd | Los Angeles CA 90012 | USA

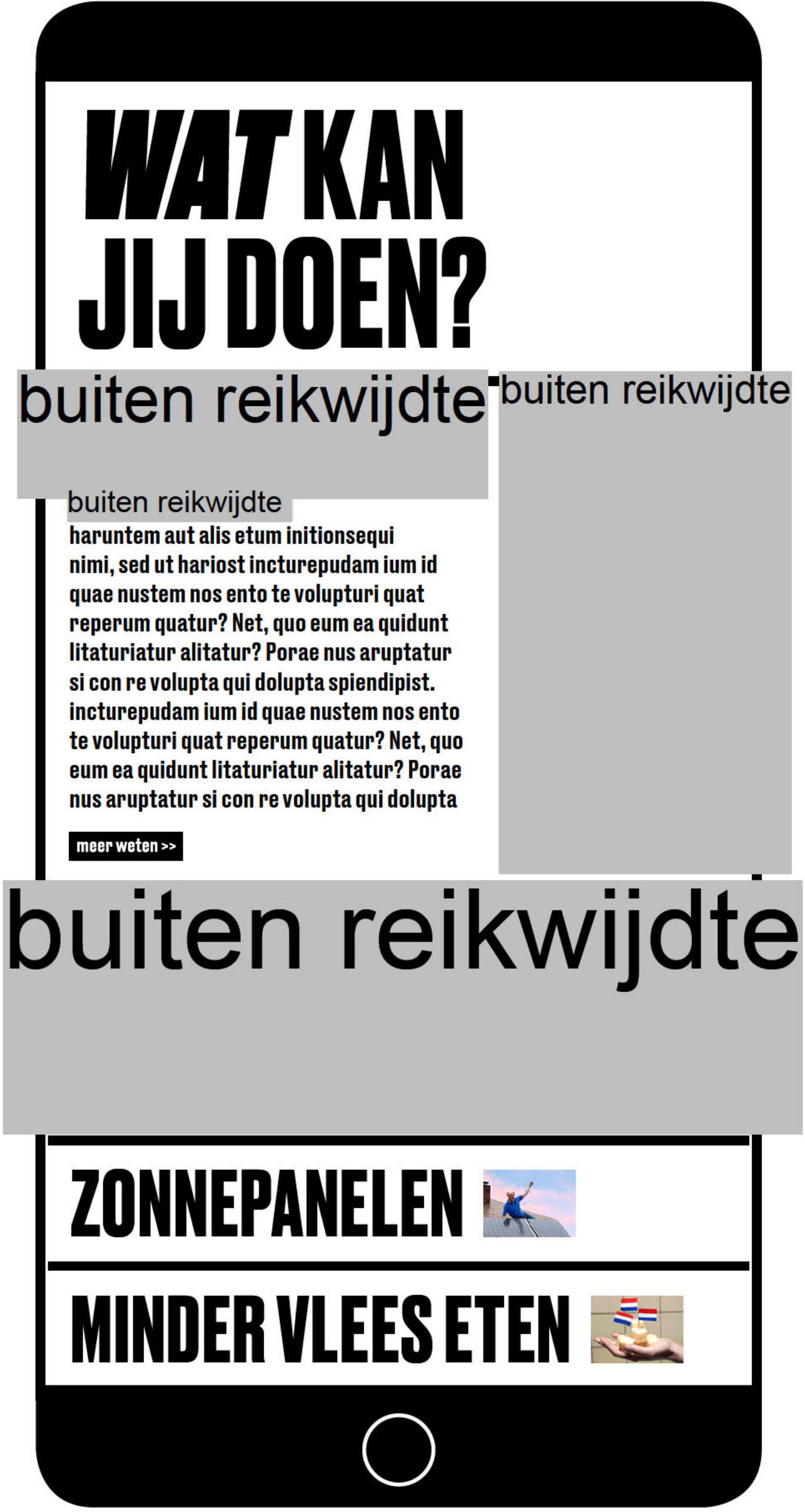
[KesselsKramer.com](http://KesselsKramer.com)

Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd. Indien u niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is gezonden, wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het bericht te verwijderen.

De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch verzenden van berichten.

This message may contain information that is not intended for you. If you are not the addressee or if this message was sent to you by mistake, you are requested to inform the sender and delete the message.

The State accepts no liability for damage of any kind resulting from the risks inherent in the electronic transmission of messages.



**Van:** 10.2.e  
**Aan:** 10.2.e  
**Cc:** 10.2.e  
**Onderwerp:** RE: Webcare Iedereen doet wat  
**Datum:** woensdag 18 september 2019 12:42:18

---

Hi 10.2.e,

Dank. We plaatsen de reactie zo. We zullen jullie uiteraard op de hoogte houden van de vervolgreacties en het algemene sentiment. Mochten er nog twijfelpunten zijn mbt reacties melden we ons ook.

Met vriendelijke groet,

10.2.e

10.2.e

M: 06 10.2.e

10.2.e

**Milieu Centraal**

[www.milieucentraal.nl](http://www.milieucentraal.nl)



Op de hoogte blijven? Abonneer je op onze [nieuwsbrief!](#)




---

**Van:** 10.2.e @minezk.nl>

**Verzonden:** woensdag 18 september 2019 11:54

**Aan:** 10.2.e @milieucentraal.nl>; 10.2.e

@milieucentraal.nl>

**cc:** 10.2.e @milieucentraal.nl>; 10.2.e

@minezk.nl>; 10.2.e @milieucentraal.nl>; 10.2.e

@minlnv.nl>

**Onderwerp:** FW: Webcare Iedereen doet wat

Hoi 10.2.e en 10.2.e ,

We hebben uitgebreid met LNV gesproken hierover. Het stuk over 'respecteren' is iets dat LNV niet uit wil stralen. Ook willen we niet expliciet 'minder vlees' communiceren. Daarom is ons voorstel om de formulering als volgt te maken:

*Het eten van meer plantaardige eiwitten is inderdaad goed voor het klimaat. Maar niet iedereen hoeft veganist worden en ook voor een verantwoord stuk vlees blijft gewoon ruimte. We zetten nu in op meer dan twintig onderwerpen die ook allemaal een goede bijdrage leveren aan een*

*beter klimaat. Zo valt er ook veel winst te halen door voedselverspilling te voorkomen. Zo'n 13 procent van ons eten verdwijnt jaarlijks ongebruikt in de afvalbak, dat is ruim 40 kilo voedsel per persoon per jaar. Alle huishoudens samen verspillen we daarmee in Nederland 700 miljoen kilo goed voedsel.*

Groet,  
10.2.e

---

**Van:** 10.2.e <[10.2.e@milieucentraal.nl](mailto:10.2.e@milieucentraal.nl)>

**Verzonden:** dinsdag 17 september 2019 17:44

**Aan:** 10.2.e <[10.2.e@minezk.nl](mailto:10.2.e@minezk.nl)>; 10.2.e

<[10.2.e@milieucentraal.nl](mailto:10.2.e@milieucentraal.nl)>

**cc:** 10.2.e <[10.2.e@minezk.nl](mailto:10.2.e@minezk.nl)>; 10.2.e

<[10.2.e@milieucentraal.nl](mailto:10.2.e@milieucentraal.nl)>; 10.2.e <[10.2.e@minezk.nl](mailto:10.2.e@minezk.nl)>;

10.2.e <[10.2.e@milieucentraal.nl](mailto:10.2.e@milieucentraal.nl)>

**Onderwerp:** RE: Webcare Iedereen doet wat

Hi 10.2.e,

Ik probeerde je al even te bellen. Ik begrijp namelijk uit je reactie dat jullie nog niet zeker weten dat plantaardig eten een onderwerp gaat worden. Uit onze ervaring met de vegan-lobby weten we dat als het dan uiteindelijk geen onderwerp wordt ze je dit echt kwalijk gaan nemen. Bovendien blijf je een beetje in het verdedigingshoekje met die reactie. Wij zouden daarom ook écht voor een feitelijke post willen pleiten. Ik snap dat ons eerste concept wellicht gevoeligheden voor de sector bevatten. Vandaar onderstaande suggestie:

*Het eten van meer plantaardige eiwitten is inderdaad goed voor het klimaat. Maar niet iedereen kan of wil veganist worden en dit respecteren we. Naast minder vlees eten valt er ook veel winst te halen door voedselverspilling te voorkomen. Zo'n 13 procent van ons eten verdwijnt jaarlijks ongebruikt in de afvalbak, dat is ruim 40 kilo voedsel per persoon per jaar. Alle huishoudens samen verspillen we daarmee in Nederland 700 miljoen kilo goed voedsel.*

En nog een suggestie van ons social media-team: kan Yune / Initiative wellicht de veganisten als doelgroep uitsluiten van promotie? Dat scheelt weer in reacties.

We horen graag weer snel van je, zodat we zsm een reactie kunnen plaatsen. Bel me gerust om nog even te sparren!

Groet, 10.2.e

---

**Van:** 10.2.e <[10.2.e@minezk.nl](mailto:10.2.e@minezk.nl)>

**Verzonden:** dinsdag 17 september 2019 16:09

**Aan:** 10.2.e <[10.2.e@milieucentraal.nl](mailto:10.2.e@milieucentraal.nl)>

**cc:** 10.2.e <[10.2.e@minezk.nl](mailto:10.2.e@minezk.nl)>; 10.2.e

<[10.2.e@milieucentraal.nl](mailto:10.2.e@milieucentraal.nl)>; 10.2.e <[10.2.e@milieucentraal.nl](mailto:10.2.e@milieucentraal.nl)>;

10.2.e <[10.2.e@minezk.nl](mailto:10.2.e@minezk.nl)>; 10.2.e

<[10.2.e@milieucentraal.nl](mailto:10.2.e@milieucentraal.nl)>

**Onderwerp:** RE: Webcare Iedereen doet wat

Ho 10.2.e ,

We zeggen met deze zin sowieso niet dat we plantaardig eten toevoegen, maar meer in z'n algemeenheid dat handelingen worden uitgebreid. Dat is zeker het geval. Wat plantaardig eten betreft lopen er gesprekken en is het logisch dat dit ook verder wordt meegenomen naar aanleiding van opmerkingen op de campagne. Of en wanneer het uiteindelijk een onderwerp wordt is aan het ministerie van LNV.

Groet,  
10.2.e

---

**Van:** 10.2.e @milieucentraal.nl>

**Verzonden:** dinsdag 17 september 2019 13:59

**Aan:** 10.2.e @minezk.nl>

**cc:** 10.2.e @minezk.nl>; 10.2.e @milieucentraal.nl>; 10.2.e @milieucentraal.nl>; 10.2.e @minezk.nl>; 10.2.e @milieucentraal.nl>

**Onderwerp:** RE: Webcare Iedereen doet wat

Dank voor je reactie 10.2.e  
We kunnen hiermee uit de voeten.

Je zegt 'in de loop van de tijd zullen de handelingen worden uitgebreid'. Dit stond ook zo in de factsheet maar hebben wij er bewust uitgelaten omdat we voorzichtig zijn in het maken van beloften. Zijn er plannen om in de toekomst aandacht te besteden aan plantaardig eten? Zo niet, is het dan niet beter om hier geen verwachtingen over te wekken?

Groet,  
10.2.e

---

**Van:** 10.2.e @minezk.nl>

**Verzonden:** dinsdag 17 september 2019 13:42

**Aan:** 10.2.e @milieucentraal.nl>

**cc:** 10.2.e @minezk.nl>; 10.2.e @milieucentraal.nl>; 10.2.e @milieucentraal.nl>; 10.2.e @minezk.nl>

**Onderwerp:** RE: Webcare Iedereen doet wat

Hoi 10.2.e ,

Ik zou nog bij je terugkomen op onderstaande. We hebben na afstemming met de woordvoerder van LNV het volgende antwoord geformuleerd:  
*"Het eten van meer plantaardige eiwitten is (inderdaad) goed voor het klimaat. Voor een verantwoord stuk vlees of vis op het bord blijft ook gewoon ruimte. Daarnaast geldt dat dingen die je nu al kunt doen voor een beter klimaat talrijk zijn. We zijn in de campagne begonnen met meer dan twintig handelingen. In loop van de tijd zullen de handelingen steeds verder worden uitgebreid. En natuurlijk zijn er nog veel meer dingen die je kunt doen. Dat juichen we ook van harte toe. Zie het dan ook als een begin."*

Graag deze reactie op de vleesdiscussie op social gebruiken.

Mocht je hier nog vragen over hebben,

Laat het dan weten.

Groet,  
10.2.e

10.2.e

.....  
**Directie Communicatie**

**Ministerie van Economische Zaken en Klimaat**

Bezuidenhoutseweg 73 | 2594 AC | Den Haag | A-Noord 2

Postbus 20401 | 2500 EK | Den Haag

.....  
T 06 10.2.e

10.2.e [@minezk.nl](mailto:10.2.e@minezk.nl)

[www.rijksoverheid.nl/ezk](http://www.rijksoverheid.nl/ezk)

.....  

---

**Van:** 10.2.e [@milieucentraal.nl](mailto:10.2.e@milieucentraal.nl)>

**Verzonden:** maandag 16 september 2019 17:34

**Aan:** 10.2.e [@minezk.nl](mailto:10.2.e@minezk.nl)>

**cc:** 10.2.e [@minezk.nl](mailto:10.2.e@minezk.nl)>; 10.2.e

[10.2.e@milieucentraal](mailto:10.2.e@milieucentraal.nl) 10.2.e [@milieucentraal.nl](mailto:10.2.e@milieucentraal.nl)>

**Onderwerp:** Webcare Iedereen doet wat

Hi 10.2.e,

Op de video op Facebook komen veel reacties binnen van veganistenlobby (waarvan we vanuit onze ervaring weten dat deze zeer sterk is!). Veel van de reacties hebben eenzelfde strekking, namelijk: waarom gaat het in de campagne niet over minder/geen vlees en zuivel eten?

We hebben vrijdag een eerste reactie geplaatst. Maar we denken dat het goed is, ook gezien de veelheid van berichten én omdat we ze toch serieus willen nemen, om er nog een bericht aan te wijden.

Hieronder een tekstvoorstel. Dit is hoe wij het op de Facebook van Milieu Centraal zouden plaatsen, maar we kunnen ons voorstellen dat er bij jullie nog weer andere gevoeligheden leven. Daarom leggen we deze reactie graag eerst even voor.

Minder vlees eten is inderdaad goed voor het klimaat. De veehouderij stoot broeikasgassen uit, verbruikt veel water, heeft wereldwijd veel ruimte nodig voor de verbouw van veevoer en kan een mestprobleem veroorzaken. Maar niet iedereen kan of wil veganist worden en dit respecteren we. Naast minder vlees eten valt er ook veel winst te halen door voedselverspilling te voorkomen. Zo'n 13 procent van ons eten verdwijnt jaarlijks ongebruikt in de afvalbak, dat is ruim 40 kilo voedsel per persoon per jaar. Alle huishoudens samen verspillen we daarmee in Nederland 700 miljoen kilo goed voedsel.

We ontvangen graag je reactie!

Met vriendelijke groet,

10.2.e

10.2.e

030-10.2.e 10.2.e )

**Milieu Centraal**

[www.milieucentraal.nl](http://www.milieucentraal.nl)



Op de hoogte blijven? Abonneer je op onze [nieuwsbrief!](#)

Hoe gaan we om met je gegevens? Lees de [privacyverklaring](#).



Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd. Indien u niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is gezonden, wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het bericht te verwijderen.

De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch verzenden van berichten.

This message may contain information that is not intended for you. If you are not the addressee or if this message was sent to you by mistake, you are requested to inform the sender and delete the message.

The State accepts no liability for damage of any kind resulting from the risks inherent in the electronic transmission of messages.

Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd. Indien u niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is gezonden, wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het bericht te verwijderen.

De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch verzenden van berichten.

This message may contain information that is not intended for you. If you are not the addressee or if this message was sent to you by mistake, you are requested to inform the sender and delete the message.

The State accepts no liability for damage of any kind resulting from the risks inherent in the electronic transmission of messages.

Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd. Indien u niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is gezonden, wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het bericht te verwijderen.

De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch verzenden van berichten.

This message may contain information that is not intended for you. If you are not the addressee or if this message was sent to you by mistake, you



**Van:** campagnemanagement  
**Aan:** 10.2.e  
**Cc:** 10.2.e  
**Onderwerp:** Ter info nav "Iedereen doet wat" campagne  
**Datum:** vrijdag 20 september 2019 13:11:13  
**Bijlagen:**
[DPC ticket 10.2.e - \(349 kB\).msg](#)  
[DPC ticket 10.2.e Rijksoverheid \(371 kB\).msg](#)  
[DPC ticket 10.2.e Campagnes \(333 kB\).msg](#)  
[DPC ticket 10.2.e - \(333 kB\).msg](#)  
[DPC ticket 10.2.e Campagnes \(358 kB\).msg](#)  
[DPC ticket 10.2.e Campagnes \(326 kB\).msg](#)  
[DPC ticket 10.2.e Campagnes \(347 kB\).msg](#)  
[DPC ticket 10.2.e Campagnes \(354 kB\).msg](#)

---

Ho 10.2.e,

Ter info.

Naar aanleiding van de "Iedereen doet wat campagne" zijn er de laatste tijd wat mailtjes bij campagnemanagement binnengekomen met een gemeenschappelijke boodschap dat ze "minder vlees, meer plantaardig eten" missen in de campagne.

Bijgevoegd enkele voorbeelden.

Met vriendelijke groet,

10.2.e  
10.2.e

.....  
 Dienst Publiek en Communicatie  
 Ministerie van Algemene Zaken  
 Buitenhof 34 | 2513 AH | Den Haag  
 Postbus 20006 | 2500 EA | Den Haag  
 .....

T 070 10.2.e  
 M 06 10.2.e  
[minaz.nl](http://www.rijksoverheid.nl/minaz.nl)  
 W <http://www.rijksoverheid.nl/dpc>  
 .....

**Van:** 10.2.g@informatierijksoverheid.nl  
**Aan:** [campagnemanagement](#)  
**Onderwerp:** DPC ticket 10.2.e : -  
**Datum:** dinsdag 17 september 2019 16:16:04

---

Geachte collega,

Er is bij Informatie Rijksoverheid een mening binnengekomen die wij u ter kennisneming doorsturen.

Wij hebben de indiener bedankt voor het bericht.

Het staat u vrij een (inhoudelijk) reactie te sturen naar de indiener.

Mvgr,

10.2.e

10.2.e

Datum/tijd gesprek: 17-09-2019 16:09:30

Referentie: 10.2.e

Naam: 10.2.e

E-mail adres: 10.2.e@gmail.com

Telefoonnummer:

Kanaal: E-mail

Onderwerp: -

Inhoud mening:

Beste overheid, Wat supergoed dat de campagne `iedereen doet wat? gelanceerd is. Echter mis ik een belangrijke, en voor iedereen haalbare manier om `wat? te doen - namelijk minder vlees, meer plantaardig eten. Misschien zelfs meer met het seizoen? Ik weet zeker dat jullie dit zelf heel goed weten, maar allicht zijn vergeten dit toe te voegen aan de website? Hartelijke groeten, 10.2.e

**Van:** 10.2.g@informatierijksoverheid.nl  
**Aan:** [campagnemanagement](#)  
**Onderwerp:** DPC ticket 10.2.e : Rijksoverheid  
**Datum:** dinsdag 17 september 2019 15:20:05

---

Geachte collega,

Er is bij Informatie Rijksoverheid een mening binnengekomen die wij u ter kennisneming doorsturen.

Wij hebben de indiener bedankt voor het bericht.

Het staat u vrij een (inhoudelijk) reactie te sturen naar de indiener.

Mvgr,

10.2.e

10.2.e

Datum/tijd gesprek: 17-09-2019 15:15:35

Referentie: 10.2.e

Naam: 10.2.e

E-mail adres: 10.2.e@outlook.com

Telefoonnummer: -

Kanaal: E-mail

Onderwerp: Rijksoverheid

Inhoud mening:

Geachte, Ik was vandaag aan het rondkijken op de site "iedereendoetwat.nl", omdat dit mij een goed initiatief leek. Het verbaasde mij echter dat bezoekers niet wordt verteld om plantaardig te gaan eten. Dit terwijl er veel wetenschappelijk bewijs is dat dit een van de meest impactvolle veranderingen is die we als burger kunnen doen. Kijk bijvoorbeeld naar de in Sience gepubliceerde studie van Oxford "Reducing food's environmental impacts through producers and consumers." of in het boek "De verborgen impact". Mijn vraag is daarom, waarom geeft de overheid dit advies niet aan burgers? Met vriendelijke groet, 10.2.e

**Van:** 10.2.g@informatierijksoverheid.nl  
**Aan:** [campagnemanagement](#)  
**Onderwerp:** DPC ticket 10.2.e : Campagnes  
**Datum:** dinsdag 17 september 2019 14:40:04

---

Geachte collega,

Er is bij Informatie Rijksoverheid een mening binnengekomen die wij u ter kennisneming doorsturen.

Wij hebben de indiener bedankt voor het bericht.

Het staat u vrij een (inhoudelijk) reactie te sturen naar de indiener.

Mvgr,

10.2.e

10.2.e

Datum/tijd gesprek: 17-09-2019 14:30:45

Referentie: 10.2.e

Naam: geen

E-mail adres: 10.2.e@gmail.com

Telefoonnummer:

Kanaal: E-mail

Onderwerp: Campagnes

Inhoud mening:

Vreemd dat er in jullie campagne met geen woord gerept wordt over de consumptie van vlees en andere producten van dierlijke afkomst. Grote gemiste kans vind ik!!!!

**Van:** 10.2.g@informatierijksoverheid.nl  
**Aan:** [campagnemanagement](#)  
**Onderwerp:** DPC ticket 10.2.e -  
**Datum:** dinsdag 17 september 2019 13:50:05

---

Geachte collega,

Er is bij Informatie Rijksoverheid een mening binnengekomen die wij u ter kennisneming doorsturen.

Wij hebben de indiener bedankt voor het bericht.

Het staat u vrij een (inhoudelijk) reactie te sturen naar de indiener.

Mvgr,

10.2.e

10.2.e

Datum/tijd gesprek: 17-09-2019 13:45:35

Referentie: 10.2.e

Naam: -

E-mail adres: 10.2.e@gmail.com

Telefoonnummer: 0610.2.e

Kanaal: E-mail

Onderwerp: -

Inhoud mening:

Jammer dat bij de campagne `iedereen doet wat? niks vermeld wordt over plantaardiger (veganistisch) eten.  
Als iedereen meer plantaardig zal eten zal dit zo goed zijn voor het milieu

**Van:** 10.2.g@informatierijksoverheid.nl  
**Aan:** [campagnemanagement](#)  
**Onderwerp:** DPC ticket 10.2.e : Campagnes  
**Datum:** dinsdag 17 september 2019 12:00:05

---

Geachte collega,

Er is bij Informatie Rijksoverheid een mening binnengekomen die wij u ter kennisneming doorsturen.

Wij hebben de indiener bedankt voor het bericht.

Het staat u vrij een (inhoudelijk) reactie te sturen naar de indiener.

Mvgr,

10.2.e

10.2.e

Datum/tijd gesprek: 17-09-2019 11:53:38

Referentie: 10.2.e

Naam: 10.2.e

E-mail adres: 10.2.e s@live.nl

Telefoonnummer: 0610.2.e

Kanaal: E-mail

Onderwerp: Campagnes

Inhoud mening:

Goedemiddag, Via de reclamecampagne "Iedereen doet wat" kwam ik op de website van de overheid terecht. Op de website worden drie thema's genoemd. Een van die thema's is voeding. Onder dit thema zie ik alleen genoemd het subthema "voedselverspilling". Voor het klimaat is het enorm belangrijk dat minder dierlijke producten worden gegeten. Ik wilde even meedelen dat het me verbaast dat daar niks over wordt genoemd.... :) Met vriendelijke groet, 10.2.e

**Van:** 10.2.g@informatierijksoverheid.nl  
**Aan:** [campagnemanagement](#)  
**Onderwerp:** DPC ticket 10.2.e : Campagnes  
**Datum:** dinsdag 17 september 2019 11:26:06

---

Geachte collega,

Er is bij Informatie Rijksoverheid een mening binnengekomen die wij u ter kennisneming doorsturen.

Wij hebben de indiener bedankt voor het bericht.

Het staat u vrij een (inhoudelijk) reactie te sturen naar de indiener.

Mvgr,

10.2.e

10.2.e

Datum/tijd gesprek: 17-09-2019 11:23:27

Referentie 10.2.e

Naam: -

E-mail adres 10.2.e@hotmail.com

Telefoonnummer: -

Kanaal: E-mail

Onderwerp: Campagnes

Inhoud mening:

Ik mis de optie om veganistisch te gaan eten, om zo het klimaat de helpen

**Van:** 10.2.g@informatierijksoverheid.nl  
**Aan:** [campagnemanagement](#)  
**Onderwerp:** DPC ticket 10.2.e : Campagnes  
**Datum:** dinsdag 17 september 2019 10:10:10

---

Geachte collega,

Er is bij Informatie Rijksoverheid een mening binnengekomen die wij u ter kennisneming doorsturen.

Wij hebben de indiener bedankt voor het bericht.

Het staat u vrij een (inhoudelijk) reactie te sturen naar de indiener.

Mvgr,

10.2.e

10.2.e

Datum/tijd gesprek: 17-09-2019 10:04:06

Referentie: 10.2.e

Naam: 10.2.e

E-mail adres 10.2.e@outlook.com

Telefoonnummer: 065 10.2.e

Kanaal: E-mail

Onderwerp: Campagnes

Inhoud mening:

Beste overheid, opzich is het een goed initiatief: iedereen doet wat. Maar waarom staat er niets vermeld over plantaardig eten? Geen vlees/melkproducten? Want dit draagt echt iets bij aan het milieu en klimaat. Durft de overheid dat niet aan om op hun website te vermelden? Ik hoor graag van u. Vriendelijke groet, 10.2.e



# 17h

**Van:** 10.2.g@informatierijksoverheid.nl  
**Aan:** [campagnemanagement](#)  
**Onderwerp:** DPC ticket 10.2.e : Campagnes  
**Datum:** dinsdag 17 september 2019 09:06:04

---

Geachte collega,

Er is bij Informatie Rijksoverheid een mening binnengekomen die wij u ter kennisneming doorsturen.

Wij hebben de indiener bedankt voor het bericht.

Het staat u vrij een (inhoudelijk) reactie te sturen naar de indiener.

Mvgr,

10.2.e

10.2.e

Datum/tijd gesprek: 17-09-2019 08:58:01

Referentie: 10.2.e

Naam: -

E-mail adres 10.2.e@hotmail.com

Telefoonnummer: -

Kanaal: E-mail

Onderwerp: Campagnes

Inhoud mening:

Vol verbazing zag ik gisteren de nieuwe Iedereen Doet Wat-campagne. Leek me een super initiatief, totdat ik zag dat er alleen kleinere stappen worden aangemoedigd. Waarom is het enige advies over voedsel 'voedselverspilling'? Wat dachten jullie van meer plantaardig eten? Een van de grootste CO2-problemen zit hem in de miljoenen dieren in de veeteelt in Nederland alleen al. Hoe kunnen jullie dat nou achterwege laten?

**Van:** campagnemanagement  
**Aan:** 10.2.e  
**Onderwerp:** RE: Ter info nav "Iedereen doet wat" campagne  
**Datum:** maandag 23 september 2019 09:09:55

---

Zal ik doen 10.2.e!

Groet, 10.2.e

---

**Van:** 10.2.e @minezk.nl]  
**Verzonden:** vrijdag 20 september 2019 13:22  
**Aan:** campagnemanagement  
**CC:** 10.2.e  
**Onderwerp:** RE: Ter info nav "Iedereen doet wat" campagne

Hoi 10.2.e,

Zou je de overige binnengekomen mail door willen sturen aan 10.2.g @minezk.nl?

Wij krijgen namelijk ook veel vragen over dit onderwerp binnen en zijn bezig om deze op een goede manier te beantwoorden. Verder is het goed om overzicht te houden op deze manier. Ik zal je mail met de bijgevoegde berichten in elk geval al intern doorsturen, zodat deze beantwoord kunnen worden.

Groet,  
 10.2.e

---

**Van:** campagnemanagement <10.2.e @minaz.nl>  
**Verzonden:** vrijdag 20 september 2019 13:09  
**Aan:** 10.2.e @minezk.nl>  
**CC:** 10.2.e @minaz.nl>  
**Onderwerp:** Ter info nav "Iedereen doet wat" campagne

Ho 10.2.e,

Ter info.

Naar aanleiding van de "Iedereen doet wat campagne" zijn er de laatste tijd wat mailtjes bij campagnemanagement binnengekomen met een gemeenschappelijke boodschap dat ze "minder vlees, meer plantaardig eten" missen in de campagne.

Bijgevoegd enkele voorbeelden.

Met vriendelijke groet,

10.2.e 10.2.e

---

Dienst Publiek en Communicatie  
 Ministerie van Algemene Zaken  
 Buitenhof 34 | 2513 AH | Den Haag  
 Postbus 20006 | 2500 EA | Den Haag

---

T 070 10.2.e  
 M 06 10.2.e @minaz.nl  
 W <http://www.rijksoverheid.nl/dpc>

---

**Van:** 10.2.e  
**Aan:** 10.2.e  
**Cc:** 10.2.e  
**Onderwerp:** RE: Social media - webcare - nu met bijlage  
**Datum:** maandag 23 september 2019 14:39:10

---

Hi 10.2.e,

Ik bel je deze week nog even over content voor de komende 2 weken (we bespreken dit nog intern). En in ieder geval kunnen we op 8 oktober naar jullie toekomen. Tot dan!

Groet, 10.2.e

---

**Van:** 10.2.e @minezk.nl>  
**Verzonden:** vrijdag 20 september 2019 14:49  
**Aan:** 10.2.e @milieucentraal.nl>; 10.2.e @minezk.nl>  
**cc:** 10.2.e @milieucentraal.nl> 10.2.e @milieucentraal.nl>  
**Onderwerp:** RE: Social media - webcare - nu met bijlage

Ho 10.2.e ,

Ik zou in eerste instantie het graag via mij / 10.2.e laten verlopen. Wij stemmen dan wel af met de departementen. Dit omdat we dan gelijk in alle lijnen dezelfde argumentatie aanhouden. Ik zal sowieso ook alvast wat verdieping op buiten reikwijdte opstarten.

Wat betreft je andere punten:

- Vlees komen we dus maandag op terug.
- Week van 7 oktober is prima. Lukt het jullie om om 8 oktober naar EZK te komen, van 10.00 uur tot 11.30 uur?
- Goed idee om volgende week over content te bellen.

Groet,  
10.2.e

---

**Van:** 10.2.e @milieucentraal.nl>  
**Verzonden:** vrijdag 20 september 2019 14:17  
**Aan:** 10.2.e @minezk.nl>; 10.2.e @minezk.nl>  
**cc:** 10.2.e @milieucentraal.nl>; 10.2.e @milieucentraal.nl>  
**Onderwerp:** RE: Social media - webcare - nu met bijlage

Hi 10.2.e,

Dank je wel! Bedoel je trouwens met checken van buiten reikwijdte en vlees dat we dit even bij de verantwoordelijke ministeries moeten checken?

Verder nog:

- Zoals net telefonisch besproken: we zouden graag nog wel een duidelijkere reactie vanuit jullie (ism LNV) willen hebben waarom we nu niet plantaardig eten hebben meegenomen en of we dat toch nog gaan doen in de toekomst, zodat we hierover nog een reactie op FB kunnen plaatsen.

- Het sentiment blijft namelijk vooral 'waarom is dit niet meegenomen'? Volgende week ontvang je van ons een uitgebreidere rapportage. Goed idee om dat vooralsnog elke week te delen.
- Voor ons zou de week van 7 oktober beter uitkomen qua afspraak. Kan dat voor jullie ook? Wel fijn als we, zodra Yune het plan afheeft, we alvast deze kunnen krijgen om ons voor te bereiden.
- Zullen we wel volgende week bellen om te kijken of we tussentijds content kunnen bedenken. Wij hebben daar ook wel ideeën over.

Groet, 10.2.e

---

**Van:** 10.2.e <[@minezk.nl](mailto:@minezk.nl)>

**Verzonden:** donderdag 19 september 2019 16:28

**Aan:** 10.2.e <[@milieucentraal.nl](mailto:@milieucentraal.nl)>; 10.2.e <[@minezk.nl](mailto:@minezk.nl)>

**CC:** 10.2.e <[@milieucentraal.nl](mailto:@milieucentraal.nl)>; 10.2.e <[@milieucentraal.nl](mailto:@milieucentraal.nl)>

**Onderwerp:** RE: Social media - webcare - nu met bijlage

Ho 10.2.e ,

Je hebt van mij nog een reactie tegood op een aantal inhoudelijke vragen die jullie hebben gesteld op de Q&A's.

In de bijlage heb ik ze beantwoord. Het is goed om beantwoording van vragen buiten reikwijdte en vlees even te dubbelchecken. Voor vlees hebben we afgelopen week natuurlijk al een aanpassing gemaakt.

Verder hebben we het nog niet over een vorm van rapportage gehad. buiten reikwijdte

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

Groet,  
10.2.e

---

**Van:** 10.2.e <[@milieucentraal.nl](mailto:@milieucentraal.nl)>

**Verzonden:** vrijdag 13 september 2019 12:25

**Aan:** 10.2.e <[@minezk.nl](mailto:@minezk.nl)>; 10.2.e <[@minezk.nl](mailto:@minezk.nl)>

**CC:** 10.2.e <[@milieucentraal.nl](mailto:@milieucentraal.nl)>; 10.2.e <[@milieucentraal.nl](mailto:@milieucentraal.nl)>

**Onderwerp:** Social media - webcare

Hi 10.2.e en 10.2.e,

10.2.e en 10.2.e hebben nog even naar jullie Q en A's gekeken en in de pdf nog een paar vragen gesteld. Kunnen jullie daar nog antwoord op geven?

En in de andere pdf vind je onze manier van werken voor webcare. We volgen deze richtlijn ook voor de webcare in deze campagne, net zoals we bij Energiebesparendoejenu.nl altijd hebben gedaan. Mochten jullie nog aanvullingen of vragen hierover hebben, laat het gerust weten.

Als laatste mbt proces: inhoudelijke vragen over de handelingen beantwoorden we inderdaad zelf en vragen over de campagne beantwoorden we in principe ahv de factsheet. Maar bij wie kunnen we terecht voor vragen waar we over twijfelen of waar we het antwoord niet op weten. En hoe kunnen we hen benaderen/met hen afstemmen?

Met vriendelijke groet,

10.2.e

M: 0610.2.e

10.2.e

**Milieu Centraal**

[www.milieucentraal.nl](http://www.milieucentraal.nl)



Op de hoogte blijven? Abonneer je op onze [nieuwsbrief!](#)



Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd. Indien u niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is gezonden, wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het bericht te verwijderen.

De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch verzenden van berichten.

This message may contain information that is not intended for you. If you are not the addressee or if this message was sent to you by mistake, you are requested to inform the sender and delete the message.

The State accepts no liability for damage of any kind resulting from the risks inherent in the electronic transmission of messages.

Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd. Indien u niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is gezonden, wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het bericht te verwijderen.

De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch verzenden van berichten.

This message may contain information that is not intended for you. If you are not the addressee or if this message was sent to you by mistake, you are requested to inform the sender and delete the message.

The State accepts no liability for damage of any kind resulting from the risks inherent in the electronic transmission of messages.



**Van:** 10.2.e  
**Aan:** 10.2.e  
**Cc:** 10.2.e  
**Onderwerp:** RE: onderwerp - LNV  
**Datum:** maandag 21 oktober 2019 10:50:35

---

Ok duidelijk! Graag kijken we dan nog mee met die teksten.

Helaas is voeding niet mijn onderwerp, dus ik heb de vraag over de gedragsbepalers van groente en fruit van het seizoen bij mijn collega 10.2.e neergelegd. Ik hoor zsm van haar wat haalbaar is. Ik laat het jullie weten.

En hoor van jullie nog over wat jullie gaan doen met buiten reikwijdte.

Groet, 10.2.e

---

**Van:** 10.2.e @minezk.nl>  
**Verzonden:** maandag 21 oktober 2019 10:07  
**Aan:** 10.2.e @milieucentraal.nl>  
**cc:** 10.2.e @minezk.nl>  
**Onderwerp:** Re: onderwerp - LNV

Hoi 10.2.e,

Even een reactie van mijn kant: LNV heeft veel gesprekken en afstemming met het Voedingscentrum over deze onderwerpen en wil dat zij de content hiervoor maken en aanleveren. Lijkt mij prima als jullie ook nog een check doen, zodat cijfers zo veel mogelijk overeen komen, of dat we daar in elk geval een goed gesprek over hebben. Het gaat nu in elk geval alleen om het uitwerken van de gedragsbepalers voor groente en fruit van het seizoen voor jullie.

Groet,  
10.2.e

Verstuurd vanaf mijn iPhone

Op 21 okt. 2019 om 08:59 heeft 10.2.e 10.2.e @milieucentraal.nl> het volgende geschreven:

Hi 10.2.e,

Even een vraag, voordat we aan de slag kunnen:

- Willen jullie dat we dan alleen de gedragsbepalers voor onderwerp 2 (meer groente en fruit van het seizoen) uitwerken of ook voor die andere onderwerpen?

En dan nog aanvullend:

- Ik snap dat jullie ook het Voedingscentrum vragen als contentpartner van een aantal onderwerpen. Vooral het laatste onderwerp (minder eten) lijkt me prima om door hen uit te werken, al ben ik benieuwd hoe je dat op een beetje een normale manier kunt ombuigen naar duurzaamheid, want je

moet toch eten... Wat het eerste onderwerp (meer plantaardig) betreft: dit gaat over duurzaamheid, waar wij natuurlijk dé informatiebron van zijn. Inhoudelijk zou het daarom fijn zijn als wij deze webpagina dan ook nog zouden kunnen checken, op feitelijke en cijfermatige juistheden.

Ik hoor graag van je!

Groet, 10.2.e

---

**Van:** 10.2.e @minezk.nl>

**Verzonden:** vrijdag 18 oktober 2019 17:12


**Aan:** 10.2.e @milieucentraal.nl>

**cc:** 10.2.e @minezk.nl>

**Onderwerp:** onderwerp - LNV

Hoi 10.2.e,

buiten reikwijdte



Verder wil LNV graag de voedselonderwerpen op de website van iedereen doet wat uitbreiden met een aantal onderwerpen:

- Minder dierlijke eiwitten, meer plantaardige eiwitten
- meer groente en fruit uit het seizoen en
- minder eten.

Onderwerp 1 en 3 worden uitgewerkt door het Voedingscentrum. Zij gaven echter aan dat zij minder kennis hebben over het onderwerp 'meer groente en fruit van het seizoen' en dat altijd bij jullie ligt. Vandaar dat ik bij jou uitkom.

LNv heeft niet het beleidsanalyseblad ingevuld. Dus de vraag aan jullie is om zowel het doelgroep-stuk als de gedragsbepalers rond dit onderwerp in kaart te brengen. Mijn eerste indruk is dat het alle Nederlandse consumenten die boodschappen doen betreft, maar wellicht is hier toch een versmalling nodig.

Doelgedrag is dus dat de doelgroep meer groente en fruit van het seizoen gaat eten waardoor er minder groente en fruit uit andere (verre) landen hoeft te worden geïmporteerd.

En ook hier is weer de vraag of het je lukt om input uiterlijk maandag 28 oktober aan te leveren.

Ik ben volgende week vrij. Mochten er vragen zijn, wil je die dan met 10.2.e afstemmen? Hij kan dan intern verder afstemming zoeken waar nodig.

Alvast bedankt!

Groet,

#### 10.2.e

Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd. Indien u niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is gezonden, wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het bericht te verwijderen.

De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch verzenden van berichten.

This message may contain information that is not intended for you. If you are not the addressee or if this message was sent to you by mistake, you are requested to inform the sender and delete the message.

The State accepts no liability for damage of any kind resulting from the risks inherent in the electronic transmission of messages.

Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd. Indien u niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is gezonden, wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het bericht te verwijderen.

De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch verzenden van berichten.

This message may contain information that is not intended for you. If you are not the addressee or if this message was sent to you by mistake, you are requested to inform the sender and delete the message.

The State accepts no liability for damage of any kind resulting from the risks inherent in the electronic transmission of messages.

**Van:** 10.2.e  
**Aan:** 10.2.e  
**Cc:** 10.2.e  
**Onderwerp:** RE: Mediabriefing  
**Datum:** donderdag 11 oktober 2018 11:35:16  
**Bijlagen:** [image001.png](#)

---

Hoi 10.2.e, ik kom er net achter dat ik niet de onderwerpen heb meegestuurd waar we op dit moment aan denken voor de always-on laag.  
Zie onderstaand een opsomming:

buiten reikwijdte, zonnepanelen, zonneboiler, groene stroom, aansluiten bij energie coöperatie, buiten reikwijdte

buiten reikwijdte vleesconsumptie, groente en fruit van het seizoen, voedselverspilling, buiten reikwijdte

Zoals in de briefing gevraagd graag een advies over het aantal onderwerpen dat we moeten / kunnen opnemen in de always-on laag.

Groet,  
10.2.e

---

**Van:** 10.2.e  
**Verzonden:** donderdag 11 oktober 2018 09:53  
**Aan:** 10.2.e @initiative.com>  
**cc:** 10.2.e @initiative.com>; 10.2.e @initiative.com>  
**Onderwerp:** RE: Mediabriefing

Hoi 10.2.e,

Bijgaand tref je de mediabriefing aan en de bijbehorende bijlagen. De presentatie van KesselsKramer is afgelopen tijd nog aangescherpt. KesselsKramer zet nu de voorstellen nog even logisch bij elkaar en stuurt die jullie na. Het concept is gisteren kwalitatief getest.

Zoals je in de briefing kunt lezen, ontvang ik graag in eerste instantie een strategievoorstel op hoofdlijnen.

Dit met name ook om de verwachtingen binnen de organisatie goed te kunnen managen.

buiten reikwijdte

Geef jij aan wie uiteindelijk de opdracht bij jullie oppakt? Lijkt me namelijk het handigst om met die persoon nog even een call te plannen om de briefing door te nemen.

Groet,

10.2.e

10.2.e

.....  
**Directie Communicatie**

**Ministerie van Economische Zaken en Klimaat**

Bezuidenhoutseweg 73 | 2594 AC | Den Haag | A-Noord 2

Postbus 20401 | 2500 EK | Den Haag

.....  
T 06 10.2.e

10.2.e [@minez.nl](mailto:10.2.e@minez.nl)

[www.rijksoverheid.nl/ezk](http://www.rijksoverheid.nl/ezk)

.....  
**Van:** 10.2.e [@initiative.com](mailto:10.2.e@initiative.com)>

**Verzonden:** dinsdag 2 oktober 2018 10:39

**Aan:** 10.2.e [@minez.nl](mailto:10.2.e@minez.nl)>

**cc:** 10.2.e [@initiative.com](mailto:10.2.e@initiative.com)>; 10.2.e

[@initiative.com](mailto:10.2.e@initiative.com)>

**Onderwerp:** RE: Mediabriefing

Hallo 10.2.e,

Wat de briefing betreft maakt het me niet zo uit of dit face-to-face besproken wordt, of telefonisch.

Het uiteindelijke voorstel stuur ik alleen liever niet per mail, maar via een presentatie.

Donderdag zit ik in elk geval erg vol met afspraken, daarnaast weet ik ook nog niet of ik deze campagne zelf ga doen.

Ligt er onder meer aan op welke termijn je een plan wilt ontvangen en hoe gedetailleerd dit al moet zijn.

Anders stuur je hem en dan bellen we even over de next steps, ok?

Groet,

10.2.e

The logo for 'Initiative' is written in a stylized, cursive blue font.

10.2.e | 10.2.e

T +3120 10.2.e

NETHERLANDS HEADQUARTERS, PETER VAN ANROOYSTRAT 7  
1076 DA, AMSTERDAM | [WWW.INITIATIVE.NL](http://WWW.INITIATIVE.NL)



**From:** 10.2.e [mailto:[10.2.e@minez.nl](mailto:10.2.e@minez.nl)]  
**Sent:** maandag 1 oktober 2018 15:09  
**To:** 10.2.e [mailto:[10.2.e@initiative.com](mailto:10.2.e@initiative.com)]  
**Subject:** [EXTERNAL] Mediabriefing

Beste 10.2.e,

Ik ben bezig met de mediabriefing. Die wil ik deze week afronden.  
Wat vind jij handig? Zullen we de briefing face-to-face doen, of is het afdoende om de briefing per mail af te stemmen?  
We kunnen het eventueel ook tijdens een call doen.

Ik heb de briefing uiterlijk woensdag einde dag gereed, dus donderdag zou voor ons dan een goed moment zijn.

Ik hoor graag van je.

Met vriendelijke groet,

10.2.e

10.2.e

.....  
**Directie Communicatie**

**Ministerie van Economische Zaken en Klimaat**

Bezuidenhoutseweg 73 | 2594 AC | Den Haag | A-Noord 2

Postbus 20401 | 2500 EK | Den Haag

.....  
T 06 10.2.e

10.2.e [mailto:[10.2.e@minez.nl](mailto:10.2.e@minez.nl)]

[www.rijksoverheid.nl/ezk](http://www.rijksoverheid.nl/ezk)

.....  
Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd. Indien u niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is gezonden, wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het bericht te verwijderen.

De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch verzenden van berichten.

This message may contain information that is not intended for you. If you are not the addressee or if this message was sent to you by mistake, you are requested to inform the sender and delete the message.

The State accepts no liability for damage of any kind resulting from the risks inherent in the electronic transmission of messages.

This message contains information which may be confidential and privileged. Unless you are the intended recipient (or authorized to receive this message for the intended recipient), you may not use, copy, disseminate or disclose to anyone the message or any information contained in the message. If you have received the message in error, please advise the sender by reply e-mail, and delete the message. Thank you very much.

# ONS KOOPGEDRAG — en HET KLIMAAT

Climate Neutral Group®



**motivaction**  
research and strategy

## Inhoud

De invloed van ons koopgedrag op het klimaat	4
Consumenten maken zich zorgen	6
Vlees is volgens consumenten het meest schadelijk	7
Producenten en fabrikanten moeten in actie komen	8
De vervuiler betaalt	10
Consumenten geven de voorkeur aan klimaatneutraal	11
Behoefte aan keurmerk	12
Samenvatting	13



## Vlees is volgens consumenten het meest schadelijk

Door vaker de fiets te pakken, maar ook door vaker vegetarisch te eten verminderd de CO<sub>2</sub>-uitstoot aanzienlijk. Het maken en vervoeren van voedsel kost energie. De helft van de Nederlanders is zich bewust dat hun koopgedrag van invloed is op het klimaat en dat alledaagse producten, zoals voedsel en textiel, het klimaat beïnvloeden. De mate waarin voedsel bijdraagt aan de klimaatverandering, is per product verschillend. De producten die volgens consumenten het meeste invloed hebben op het klimaat zijn vlees, was- en schoonmaakmiddelen, textiel, houtskool en zuivel.

Of wasmiddelen in werkelijkheid zoveel klimaatimpact hebben is (nog) niet bekend. Het vermoeden bestaat dat de consument dit associeert met het proces wassen, waarvan bekend is dat dit veel klimaatimpact heeft door het elektriciteits- en waterverbruik. De grote impact op het klimaat van vlees en de urgentie om de consumptie ervan te verminderen is de laatste tijd regelmatig in het nieuws en dit is terug te zien in de kennis van consumenten. Daarnaast zijn er ook consumenten die behoefte hebben aan producten waarin het gebruik van plastic geminimaliseerd wordt.

### Top 5 belastende producten volgens consument



51%



37%



37%



32%



22%

# buiten reikwijdte

**Website Nederlandpaktdoor.nl**

Voor de publiekscampagne Nederland pakt door maken we een website die burgers aanmoedigt en helpt met het maken van duurzame keuzes. Nederlandpaktdoor.nl is een Nederlandpaktdoor.nl is een website met een bundeling van informatie, met als primair doel burgers helpen en stimuleren bij het maken van duurzame keuzes.

**Doel van de site (naar prioriteit)**

1. Laagdrempelig mensen verleiden (meerdere) duurzame keuzes te maken (er is altijd iets dat je kunt doen);
2. Gewenst gedrag faciliteren (zo makkelijk mogelijk te maken om gewenste gedrag uit te kunnen voeren);
3. Kort informeren en tips geven over het onderwerp;
4. Mogelijkheid voor mensen om zich uit te spreken (vraag is of dit onderdeel van de site is of van social);
5. Secundair: Informeren dat we het met z'n allen doen (plek om inspirerende voorbeelden van burgers én bedrijven) uit te lichten.
6. Secundair: Informeren waarom de transitie noodzakelijk is en welke (grote) veranderingen op (korte / middellange) termijn te verwachten zijn;

Bij punt 2 en 3 zullen we mensen vervolgens zo snel mogelijk wegleiden naar plekken waar ze óf in meer detail informatie vinden over het onderwerp óf daadwerkelijk het gewenste gedrag kunnen uitvoeren (lees: een subsidie aan kunnen vragen, een aankoop kunnen doen of een rekenmodule of ander hulpmiddel in kunnen vullen).

# buiten reikwijdte

# buiten reikwijdte

Onderstaand een inventarisatie van de belangrijkste bestaande sites die in meer of mindere mate hetzelfde doel hebben.

Naam	Rijksoverheid
URL	<a href="http://www.rijksoverheid.nl">www.rijksoverheid.nl</a>
Afzender	Rijksoverheid
Doel site	<p>De website van de Rijksoverheid geeft informatie over de Rijksoverheid (organisatie), wet- en regelgeving, nieuws over besluitvorming en wijzigingen in beleid, beleidsinformatie en het geeft informatie voor organisaties en burgers met praktische informatie en tips. Het raakt aan de campagne met o.a. De volgende onderwerpen:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Veel vraag en antwoorden over duurzaamheid voor zowel <a href="#">burgers als organisaties</a> (<a href="#">hoe kan ik duurzaam consumeren?</a> Of <a href="#">sparen in een groenfonds</a>, en verwijst daarbij door naar milieucentraal en afvalscheidingswijzer, en voor ondernemers naar greendeals en RVO.nl)</li><li>- Naast duurzaamheid is er op Rijksoverheid.nl met <a href="#">zeer veel info over energiebesparing in en rondom het huis</a> en vragen over <a href="#">subsidies</a> voor duurzame maatregelen en uitleg over het energielabel: <a href="#">www</a>. (maar ook met uitleg over energienota en hoe je kunt checken of je aansluiting veilig is bijv.).</li></ul>
Opmerking	Verwijst ook door, zoals ons plan, naar milieucentraal, afvalscheidingswijzer, energiebesparendoejenu en de site <a href="https://www.energieverbruiksmanagers.nl/">https://www.energieverbruiksmanagers.nl/</a> (van milieucentraal) en <a href="https://www.energielabel.nl/woningen/zoek-je-energielabel/">https://www.energielabel.nl/woningen/zoek-je-energielabel/</a> (ook van milieucentraal) en de <a href="http://www.afvalscheidingswijzer.nl">www.afvalscheidingswijzer.nl</a> (ook milieucentraal).
Naam	MilieuCentraal
URL	<a href="http://www.milieucentraal.nl/">www.milieucentraal.nl/</a>
Afzender	Stichting MilieuCentraal (voor tweederde gefinancierd door overheid: I&W, BZK, rest komt van bedrijfsleven).



buiten reikwijdte	
Naam	Voedingscentrum
URL	<a href="http://www.voedingscentrum.nl">www.voedingscentrum.nl</a>
Afzender	Voedingscentrum, 100% overheid
Doel site	<p>Voorlichting over veilig, gezond en sinds kort ook duurzaam/verantwoord eten vooral voor particulieren, maar ook wat info voor organisaties.</p> <p>Relevant zijn de duurzaamheidstips:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Campagne er is meer dan vlees: <a href="https://www.voedingscentrum.nl/nl/themas/meer-dan-vlees.aspx">https://www.voedingscentrum.nl/nl/themas/meer-dan-vlees.aspx</a></li> <li>- Info over duurzaam eten: <a href="https://www.voedingscentrum.nl/professionals/inopleiding/duurzaam.aspx">https://www.voedingscentrum.nl/professionals/inopleiding/duurzaam.aspx</a> (inclusief links naar boodschappenhulp, voedselafdruktool, bewaarwijzer, video's, keurmerkwijzer, etc!).</li> <li>- Tool waarin je je voedselafdruk kunt meten: <a href="https://www.voedingscentrum.nl/voedselafdruk">https://www.voedingscentrum.nl/voedselafdruk</a></li> </ul>
Opmerking	<p>Nuttig is dat handelingsperspectief gegeven wordt in de vorm van duurzame recepten (dat kunnen we evt gebruiken). - <a href="https://www.voedingscentrum.nl/nl/gezonde-recepten/vegetarische-recepten.aspx">https://www.voedingscentrum.nl/nl/gezonde-recepten/vegetarische-recepten.aspx</a></p> <p>Goede Q&amp;A over gezond en duurzaam eten.</p> <p>Ze hebben ook een webshop incl producten voor organisaties: <a href="https://webshop.voedingscentrum.nl/">https://webshop.voedingscentrum.nl/</a>, wellicht via deze manier indirect producten aanbieden?</p>
Naam	RVO
URL	<a href="http://www.rvo.nl">www.rvo.nl</a>
Afzender	Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (werken voor versterking positie en verduurzaming van ondernemers in opdracht van diverse ministeries, provincies, gemeenten en de Europese Unie.



## Sessie 2 - koepel Energie en Klimaat

Juli 2018



## Werksessie 2 Programma

9.00 uur	Output en conclusies sessie 1
9.30 uur	Input KesselsKramer
10.00 uur	Rol koepel en koepeldoelstelling maken
11.00 uur	Randvoorwaarden koepel
11.15 uur	Onderwerpen en handelingsperspectieven
12.00 uur	Openstaande vragen
12.30 uur	Einde



Den Haag, 16 juli 2018

Perspectief van de ontvanger in betaalde media. Communicatie over het klimaatakkoord is met name zendergericht. Overkoepelend gebruik maken van positief frame. Waarbij mogelijk een dieper motief voor mensen wordt meegegeven. Persoonlijke benefit koppelen aan samenlevingsbenefit

# GROTE & KLEINE HANDELINGEN

**IEDEREEN DRAAGT  
ZIJN STEENTJE BIJ.**

**WAT DOE JIJ?**



Niet letterlijke campagneregels,  
maar geeft aan dat er voor  
iedereen een oplossing is om  
iets te doen



Let op dat aantasting van de  
vrijheid niet te groot is

Niet alles wordt tegelijk  
opgespeeld, of boodschappen  
worden gedifferentieerd, zodat  
ze niet voor iedereen tegelijk  
zichtbaar zijn.

## EEN NIET DWINGENDE CHECKLIST

buiten reikwijdte

buiten reikwijdte

Eet lokale groenten  
en fruit

buiten reikwijdte

Eet 2 dagen per week  
geen vlees

buiten reikwijdte

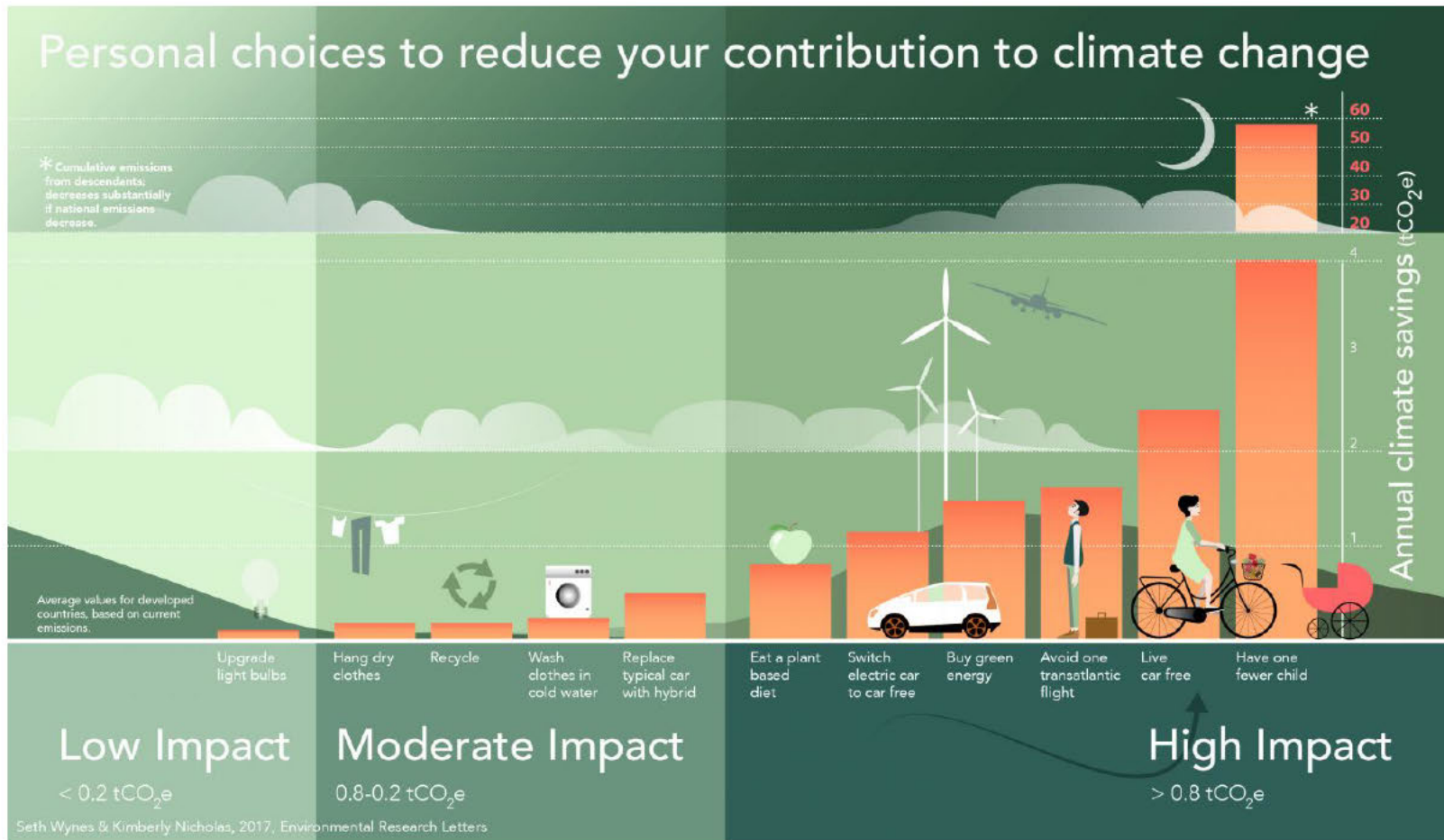


## Koepel: genoemde randvoorwaarden sessie 1

- Moet minstens 12 jaar mee gaan.
- Zowel ruimte voor kleine als grote acties.
- Iedereen moet kunnen bijdragen: het gaat primair om gedrag.
- Deelcampagnes tellen op tot een groter verhaal: alles draagt bij aan CO2 reductie.
- Klimaatakkoord belangrijk, maar ook ruimte voor andere onderwerpen m.b.t. milieu, zoals buiten reikwijdte
- Geschikte onderwerpen nu bekend: buiten reikwijdte, (eiwit en voedseltransitie), buiten reikwijdte



# Onderwerpen





## Onderwerpen: indeling

Indelen naar:

- Impact groot / klein
- Makkelijk / moeilijk te implementeren voor de burger
- Op korte termijn / lange termijn
- Goedkoop / duur
- Lokaal / nationaal
- Massa / happy few
- Publiek / privaat

Jaarlijkse campagnekalender gevuld met onderwerpen vanuit ministeries en partners



## Onderwerpen: voorstel

- Eiwit transitie (minder vlees eten) – op termijn?
- Voedsel verspilling tegen gaan – op termijn?
- Groente en fruit van het seizoen stimuleren
- Lokaal geproduceerd voedsel stimuleren
- buiten reikwijdte

**Van:** 10.2.e  
**Aan:** 10.2.e  
**Cc:** 10.2.e @dds.nl  
**Onderwerp:** Re: Webcare IDW - dierlijke eiwitten  
**Datum:** woensdag 23 oktober 2019 15:25:52

---

Hoi 10.2.e ,

Kleine nuancering: we zijn aan het voorbereiden om dit onderwerp toe te voegen. Aangezien het een politiek erg gevoelig onderwerp is zal het echter nog langs de nodige gremia moeten voordat definitieve goedkeuring wordt verleend. Tot die tijd kunnen we er dus niets anders over communiceren dan het eerder geformuleerde antwoord. Zie hiervoor ook de meest recente Q&A die ik vorige week heb rondgestuurd en waar jij hieronder aan refereert.

Groet,  
10.2.e

Verstuurd vanaf mijn iPhone

Op 23 okt. 2019 om 14:36 heeft 10.2.e  
10.2.e @milieucentraal.nl> het volgende geschreven:

Ho 10.2.e,

Ik hoorde van 10.2.e dat de handeling van IDW uitgebreid gaat worden met een artikel over plantaardig eten. Een heel goed idee wat mij betreft. Ik vroeg me af wat we hierover al kunnen communiceren via de webcare.

Vandaag of morgen wordt de tweede post vanuit de campagne geplaatst op Instagram en Facebook. De post is algemeen ingestoken, net als het allereerste bericht. Het zou kunnen dat er opnieuw veel reacties gaan komen over dat minder vlees eten niet opgenomen is in de campagne, met de vraag waarom. Dat was het geval bij de eerste post. Nu geven we in ons antwoord aan dat het thema 'een optie is voor de toekomst'. Mijn vraag: kunnen we daarin al iets verder gaan en al aangeven dat dit onderwerp binnenkort toegevoegd gaat worden aan de handelingen? Dat zou enorm schelen denken wij in het sentiment.

Voorwaarde is wel dat het uiteindelijke artikel ook daadwerkelijk iets zegt over minder dierlijke eiwitten. Anders zullen mensen achteraf alsnog ontevreden zijn (al zal je ook niet iedereen tevreden kunnen stellen). Is er al iets bekend over de inhoud van het thema? En wat het advies gaat zijn? We denken graag mee met de FAQ op dit onderwerp. We hebben daar vanuit MC ervaring mee.

Met vriendelijke groet,

10.2.e

10.2.e

030-10.2.e



**Milieu Centraal**

[www.milieucentraal.nl](http://www.milieucentraal.nl)

[<image001.jpg>](#) [<image002.jpg>](#) [<image003.jpg>](#) [<image004.jpg>](#)  
[<image005.jpg>](#)

Op de hoogte blijven? Abonneer je op onze [nieuwsbrief!](#)  
Hoe gaan we om met je gegevens? Lees de [privacyverklaring](#).

**<image006.jpg>**  
[<image007.jpg>](#)

---

**Van:** 10.2.e @minezk.nl>

**Verzonden:** woensdag 9 oktober 2019 10:49

**Aan:** 10.2.e @milieucentraal.nl>; 10.2.e @milieucentraal.nl>; 10.2.e @milieucentraal.nl>

**cc:** 10.2.e @minezk.nl>; 10.2.e @minezk.nl>

**Onderwerp:** Gemaakte afspraken

Goedemorgen 10.2.e, 10.2.e en 10.2.e ,

Dank voor jullie komst gisteren. Ik zou de besproken punten en gemaakte afspraken nog op papier zetten. Zie onderstaand.

#### DOELGROEPEN

- De doelgroepen zoals beschreven komen uit het Motivaction onderzoek van 2017. Inmiddels is een meer recent onderzoek uitgevoerd, waarvan de resultaten nog niet zijn gepubliceerd, maar waar we wel al inzicht hebben in de doelgroepindeling op basis van motivatie en gedrag:
  - Bereidwilligen; vinden klimaat belangrijk, zijn vaker jong en hoog opgeleid en wonen in sterk verstedelijkt gebied
  - Pragmatici; vinden klimaat minder belangrijk, maar doen al best veel voor het klimaat vooral vanuit motivaties als gemak, comfort of kostenbesparing, zijn vaak ouder, lager opgeleid en wonen veelal in weinig stedelijk gebied, zonder thuiswonende kinderen.
  - Middenmoot; grote groep, gemiddeld gemotiveerd en vertoont nog weinig klimaatvriendelijk gedrag. Financiële argument is krachtig, maar zij overzien nog niet hoe ze er voordeel bij hebben. Ook gemak en comfort kunnen meer worden benadrukt. Ze zijn vaak lager opgeleid en wonen in weinig stedelijk gebied.

#### KANAALKEUZE EN ADVERTEREN

- Instagram wordt als hoofdkanaal gekozen. Voor duidelijke visuals geldt dat heel snel duidelijk moet zijn waar het over gaat.
- Yune heeft voorgesteld om op Facebook alleen te adverteren. We kiezen ervoor om toch ook content op het kanaal zelf te plaatsen en deze posts met budget te boosten. In het geval van A/B tests zullen we eerst darkposten en de best presterende post daarna alsnog op de pagina plaatsen.
- Op Instagram plaatsen we zowel organisch (zonder budget) als betaald, zo bouwen we langzaam de content op het kanaal op.
- Twitter wordt vooral ingezet als nieuwskanaal. EZK 10.2.e ) zal de content en webcare hiervoor verzorgen.
- MilieuCentraal, Yune (strategie en content) en Initiative (media-inkoop) stemmen onderling af of bepaalde posts meer / minder ondersteund kunnen worden en welke input

op welk moment nodig is. EZK wordt meegenomen in cc (in mailcorrespondentie) en beslissingen worden getoetst met EZK.

- Op instagram worden met name de kleinere maatregelen met budget ondersteund en geadverteerd onder de doelgroep 18-35. Bepaalde grotere maatregelen (denk aan **buiten reikwijdte**) worden organisch geplaatst, of onder een smallere doelgroep (30+) geadverteerd.

## CONTENT

- De visuals in de campagne zijn eigenlijk te complex voor social, omdat er meerdere lagen in zitten.
- Yune wordt gevraagd een grid te maken voor de facts die MilieuCentraal vervolgens kan vullen met content.
- Afgesproken wordt dat Yune het beeldmateriaal levert voor de tips, op basis van alle onderwerpen die op de website staan.
- Afgesproken wordt dat Yune wordt gevraagd content te maken van testimonials op basis van input van MilieuCentraal voor mogelijke onderwerpen.
- MilieuCentraal maakt een voorstel voor content voor alle onderwerpen die op de website staan voor tips, facts en testimonials. Vervolgens kunnen we uit deze 'basis' de contentkalender verder in gaan vullen.
- Voor de play-laag is het nog zoeken welke content vanuit de koepel wordt geplaatst en welke content de departementen zelf plaatsen. We hebben wel de voorkeur om ook in het geval van de themacampagnes de content en webcare zo veel mogelijk door MilieuCentraal te laten uitvoeren, zodat er eenduidige invulling komt. We zullen dit ook met de departementen bespreken en komen hier op korte termijn op terug.
- Voor de always-on laag willen we dat de facts, tips en testimonials waar mogelijk vanuit actualiteit / inhakers worden ingevuld. In de contentkalender zullen we dus ook een kolom moeten opnemen met relevante momenten.

## WEBCARE

- MilieuCentraal stemt af met **10.2.e** in geval van specifieke inhoudelijke vragen op social. Vragen die continu terugkomen (of politiek beladen zijn) worden ook met **10.2.e** afgestemd **10.2.e** zoekt vervolgens afstemming met de betreffende communicatieadviseurs.

## PLANNING

Niet besproken, maar wel belangrijk: de planning.

Ik zou willen voorstellen om een aantal posts op korte termijn in te plannen (komende 2-3 weken). Zoals gezegd willen we daar graag de campagne nog verder introduceren. Een mooie aanleiding zou kunnen zijn dat eind deze week vijf nieuwe onderwerpen op de website live gezet worden:

- **buiten reikwijdte**
- Samen energie opwekken
- **buiten reikwijdte**
- 
- )

Wel goed om ook te bedenken dat we in een post waarin we nieuwe onderwerpen aankondigen gelijk ook de kou uit de lucht halen rond bijvoorbeeld plantaardig eten. Zie daarvoor ook het antwoord dat eerder is geformuleerd op vragen hierover.

Daarnaast zouden we dan gelijktijdig werken aan het invullen van de 'onderwerpenkalender' en een contentkalender voor de komende maand.

Lukt het jullie om eind deze week voorstellen voor posts voor de komende drie weken aan te leveren? En om eind volgende week voorstellen voor de 'onderwerpenkalender' aan te leveren?

Mochten jullie nog vragen, opmerkingen of toevoegingen hebben, laat het dan weten.

Groet,  
10.2.e

10.2.e

.....  
**Directie Communicatie**

**Ministerie van Economische Zaken en Klimaat**

Bezuidenhoutseweg 73 | 2594 AC | Den Haag | A-Noord 2

Postbus 20401 | 2500 EK | Den Haag

.....  
T 06 10.2.e

10.2.e [@minezk.nl](mailto:10.2.e@minezk.nl)

[www.rijksoverheid.nl/ezk](http://www.rijksoverheid.nl/ezk)

.....  
Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd. Indien u niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is gezonden, wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het bericht te verwijderen.

De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch verzenden van berichten.

This message may contain information that is not intended for you. If you are not the addressee or if this message was sent to you by mistake, you are requested to inform the sender and delete the message.

The State accepts no liability for damage of any kind resulting from the risks inherent in the electronic transmission of messages.

**Van:** 10.2.e  
**Aan:** 10.2.e  
**Cc:** 10.2.e  
**Onderwerp:** RE: Social media - webcare - nu met bijlage  
**Datum:** woensdag 25 september 2019 10:17:07

---

Hoi 10.2.e,

Zoals eerder besproken zou ik nog bij je terugkomen met een concreter antwoord op de vleesdiscussie. Zoals ook telefonisch besproken, blijft het een procesmatig gericht antwoord. De lijn die kan worden gehanteerd voor de vragen over het gemis aan 'minder vlees' in de klimaatcampagne als suggestie om bij te dragen aan de klimaatdoelstellingen is:

"Het eten van meer plantaardige eiwitten in plaats van dierlijke eiwitten is inderdaad goed voor het klimaat. Er blijft voor een verantwoord stuk vlees echter ook gewoon ruimte. We zijn in deze campagne gestart met ruim twintig onderwerpen die allemaal een bijdrage leveren aan een beter klimaat. Soms groot, soms klein, soms goedkoop, soms wat duurder, maar wel altijd WAT. We ontvangen vanuit verschillende gelederen vele suggesties voor aanvullende onderwerpen. En er staan nog veel onderwerpen op de rol om te worden toegevoegd. De huidige campagne wordt in de loop van de tijd dan ook verder uitgebreid. Daarin wordt ook de optie voor een meer plantaardige en minder dierlijke eiwitten meegenomen.

Dit zal wellicht niet voldoende, snel genoeg, en uitgesproken genoeg zijn voor de vraagstellers. En er komt ook geen inhoudelijke reden waarom het er niet in zit. Er komt echter wel een procesmatige reden: het is onze campagne, er is altijd meer te bedenken, dat komt er ook, en meer plantaardige eiwitten/minder dierlijke eiwitten is daarbij een van de opties. Met het antwoord kunnen we aangeven dat we ze horen, we nu met dit zijn gestart en meer volgt. Uiteraard hoeft deze tekst niet letterlijk zo worden geplaatst en kan in de beantwoording deze lijn een onderdeel zijn van een bredere tekst.

Maar goed, het vergt nog wel tact om hiermee de discussie hiermee voldoende goed af te sluiten.

We merken wel dat er intussen echt een opening is bij LNV om dit onderwerp toch toe te voegen en dus heb ik volgende week een afspraak om hier verder over door te spreken. We houden jullie op de hoogte.

Groet,

10.2.e

---

**Van:** 10.2.e @milieucentraal.nl>

**Verzonden:** vrijdag 20 september 2019 14:17

**Aan:** 10.2.e @minezk.nl>; 10.2.e

@minezk.nl>

**cc:** 10.2.e @milieucentraal.nl>; 10.2.e

@milieucentraal.nl>

**Onderwerp:** RE: Social media - webcare - nu met bijlage

Hi 10.2.e,

Dank je wel! Bedoel je trouwens met checken van **buiten reikwijdte** en vlees dat we dit even bij de verantwoordelijke ministeries moeten checken?

Verder nog:

- Zoals net telefonisch besproken: we zouden graag nog wel een duidelijkere reactie vanuit jullie (ism LNV) willen hebben waarom we nu niet plantaardig eten hebben meegenomen en of we dat toch nog gaan doen in de toekomst, zodat we hierover nog een reactie op FB kunnen plaatsen.
- Het sentiment blijft namelijk vooral 'waarom is dit niet meegenomen'? Volgende week

ontvang je van ons een uitgebreidere rapportage. Goed idee om dat vooralsnog elke week te delen.

- Voor ons zou de week van 7 oktober beter uitkomen qua afspraak. Kan dat voor jullie ook? Wel fijn als we, zodra Yune het plan afheeft, we alvast deze kunnen krijgen om ons voor te bereiden.
- Zullen we wel volgende week bellen om te kijken of we tussentijds content kunnen bedenken. Wij hebben daar ook wel ideeën over.

Groet, 10.2.e

---

**Van:** 10.2.e <[@minezk.nl](mailto:@minezk.nl)>

**Verzonden:** donderdag 19 september 2019 16:28

**Aan:** 10.2.e <[@milieucentraal.nl](mailto:@milieucentraal.nl)>; 10.2.e <[@minezk.nl](mailto:@minezk.nl)>

**cc:** 10.2.e <[@milieucentraal.nl](mailto:@milieucentraal.nl)>; 10.2.e <[@milieucentraal.nl](mailto:@milieucentraal.nl)>

**Onderwerp:** RE: Social media - webcare - nu met bijlage

Hoi 10.2.e,

Je hebt van mij nog een reactie tegoed op een aantal inhoudelijke vragen die jullie hebben gesteld op de Q&A's.

In de bijlage heb ik ze beantwoord. Het is goed om beantwoording van vragen over <sup>buiten reikwijdte</sup> en vlees even te dubbelchecken. Voor vlees hebben we afgelopen week natuurlijk al een aanpassing gemaakt.

Verder hebben we het nog niet over een vorm van rapportage gehad. Ik zou graag een rapportage krijgen op basis van onderstaande beantwoording:

- Aantal vragen/ opmerkingen en reacties
- Overall sentiment
- Welke onderwerpen (en aantal reacties daarop)
- Aandachtspunten voor ons om rekening mee te houden (voor beantwoording van vragen en / of creëren van content)

Lijkt me goed om in eerste instantie vrij intensief met elkaar te monitoren (denk aan 1x per week), maar later kan deze frequentie lager worden (denk aan 1x per maand). Is dat werkbaar voor jullie?

Tot slot nog even over de betaalde inzet en de social strategie: de video wordt tot en met eind deze week betaald ingezet. Helaas hebben we nu nog geen content om op te laten volgen. Volgende week komt Yune met een voorstel. Ik stel dan ook voor om de week erna de afspraak in te plannen (de week van 1 oktober). Komt dat jullie uit?

Dan kunnen we uitgebreider stilstaan bij de rol en invulling van MilieuCentraal. Het lijkt me dan ook goed om de eerste inzet (afgelopen 2 weken) te evalueren.

Groet,  
10.2.e

---

**Van:** 10.2.e <[@milieucentraal.nl](mailto:@milieucentraal.nl)>

**Verzonden:** vrijdag 13 september 2019 12:25

**Aan:** 10.2.e <[@minezk.nl](mailto:@minezk.nl)>; 10.2.e <[@minezk.nl](mailto:@minezk.nl)>

**cc:** 10.2.e <[@milieucentraal.nl](mailto:@milieucentraal.nl)>; 10.2.e <[@milieucentraal.nl](mailto:@milieucentraal.nl)>

**Onderwerp:** Social media - webcare

Hi 10.2.e en 10.2.e,

10.2.e en 10.2.e hebben nog even naar jullie Q en A's gekeken en in de pdf nog een paar vragen gesteld. Kunnen jullie daar nog antwoord op geven?

En in de andere pdf vind je onze manier van werken voor webcare. We volgen deze richtlijn ook voor de webcare in deze campagne, net zoals we bij Energiebesparendoejenu.nl altijd hebben gedaan. Mochten jullie nog aanvullingen of vragen hierover hebben, laat het gerust weten.

Als laatste mbt proces: inhoudelijke vragen over de handelingen beantwoorden we inderdaad zelf en vragen over de campagne beantwoorden we in principe ahv de factsheet. Maar bij wie kunnen we terecht voor vragen waar we over twijfelen of waar we het antwoord niet op weten. En hoe kunnen we hen benaderen/met hen afstemmen?

Met vriendelijke groet,

10.2.e  
10.2.e  
M: 06 10.2.e

10.2.e

**Milieu Centraal**  
[www.milieucentraal.nl](http://www.milieucentraal.nl)



Op de hoogte blijven? Abonneer je op onze [nieuwsbrief](#)!



Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd. Indien u niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is gezonden, wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het bericht te verwijderen.

De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch verzenden van berichten.

This message may contain information that is not intended for you. If you are not the addressee or if this message was sent to you by mistake, you are requested to inform the sender and delete the message.

The State accepts no liability for damage of any kind resulting from the risks inherent in the electronic transmission of messages.



De overkoepelende publiekscampagne (kortweg koepelcampagne genoemd) is bedoeld om op lange termijn het verbindende verhaal met een positieve “grondtoon” te vertellen. Alle klimaatacties en duurzame maatregelen die de komende jaren ontwikkeld worden, door zowel Rijksoverheid als netwerkpartners, verbinden we zo logisch aan elkaar. Zo worden de (individuele) inspanningen van rijk, decentrale overheden, organisaties en burgers in een breder, positief perspectief geplaatst.

Deze koepelcampagne stimuleert o.a. de juiste keuzes door dicht bij beslismomenten van de burgers te zitten en sluit daardoor dus ook aan bij de netwerkaanpak en v.v.. Er is een belangrijke rol weggelegd voor de zogenaamde 'always-on' aanpak. Met deze aanpak benaderen we burgers met een direct handelingsperspectief op momenten dat ze er het meest ontvankelijk voor zijn **buiten reikwijdte**

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

#### *Onderwerpen voor brede publieksaanpak*

Om te komen tot onderwerpen voor de brede publieksaanpak, delen we onderwerpen in op drie niveaus. Die indeling zorgt ervoor dat we een logische koppeling maken tussen de afspraken uit het klimaatakkoord en het concrete handelingsperspectief voor burgers.

#### Niveau 1 – domein

Dit niveau is het meest algemene niveau. Het zijn de onderwerpen per sector (bijvoorbeeld Verduurzamen woningen) die een plek krijgen in het klimaatakkoord. Onder dit niveau passen meerdere thema's en meerdere concrete onderwerpen. Bijvoorbeeld als thema isoleren of aardgasvrij (en de rol die de verschillende partijen daarin hebben). En als onderwerp HR++ glas of inductie (en wat er al specifiek gebeurt of wat burgers zelf kunnen doen). Dit algemene niveau gebruiken we in PR rondom de brede publieksaanpak. Het geeft het bredere perspectief en is daarmee de verbinding. We vertellen daarmee 'We doen het samen' en illustreren dat aan de hand van thema's en onderwerpen die hieronder vallen.

#### Niveau 2 – thema

Op dit niveau maken we de themacampagnes en netwerkaanpak. Onder een thema vallen meerdere onderwerpen (dus de themacampagne kan gaan over isoleren en daarin komen meerdere onderwerpen **buiten reikwijdte** naar voren). De breedte zorgt ervoor dat we steeds de verbinding kunnen maken dat er 'altijd iets is dat je kunt doen'. Ook voor het opbouwen en inrichten van netwerken is het goed om vanuit thema's te gaan werken (in plaats van onderwerpen), omdat anders te veel partijen in meerdere netwerken een plek hebben, wat de slagkracht niet ten goede komt.

### Niveau 3 – onderwerp

Dit is het meest concrete niveau. Het zijn specifieke onderwerpen binnen een thema (denk aan: buiten reik

buiten reikwijdte 'Als je een boodschappenlijst samenstelt, plan dan ten minste twee vleesloze dagen in.'

buiten reikwijdte De onderwerpen op dit niveau bieden een concreet, direct toe te passen handelingsperspectief. Deze onderwerpen worden met name opgespeeld in de always-on laag. Maar een specifiek onderwerp kan ook gebruikt worden in een campagne gericht op een specifieke regio buiten reikwijdte en / of op specifieke doelgroepen buiten reikwijdte

De verwachting is begin november een uitgewerkt voorstel voor een jaarkalender gereed te hebben.

buiten reikwijdte

buiten reikwijdte

buiten reikwijdte

buiten reikwijdte

buiten reikwijdte

buiten reikwijdte

buiten reikwijdte

Niveau 1 Domeinen (op te spelen in PR)

- buiten reikwijdte
- Hernieuwbare energie op land
- buiten reikwijdte
- Emissiereductie veehouderij
- buiten reikwijdte

Niveau 2 Themacampagnes, netwerkaanpak, invulling website

- buiten reikwijdte
- Energie opwekken
- buiten reikwijdte
- Voedselconsumptie
- buiten reikwijdte

Niveau 3 Always-on, concrete onderwerpen op website

- buiten reikwijdte
- Zonnepanelen, zonneboiler, aansluiten bij energie coöperatie
- buiten reikwijdte
- Vleesconsumptie, groente en fruit van het seizoen, voedselverspilling
- buiten reikwijdte

Aanverwante onderwerpen die passen binnen de eerste stappen tot verduurzaming: buiten reikwijdte

Handelingsperspectieven**Minder gasverbruik****Inductiekoken**

Installeer een inductiekookplaat.

**Vervang je gasfornuis en ga elektrisch koken (inductie, ...)***Mogelijke implementatie intentie*

Als je een nieuwe keuken aanschaft, schakel dan over op inductie koken.

Als je je keuken verbouwt, schakel dan over op inductie koken.

Als je je huis veiliger maakt vanwege kleine kinderen of oudere leeftijd, schakel dan over op inductie koken.

buiten reikwijdte

# buiten reikwijdte

## Voedselconsumptie

**Eet meer seizoensgroenten en fruit, en zeker niet te veel vlees.**

Het produceren van vlees zorgt voor heel veel koolstofdioxide en het vraagt heel veel water.

**Geef de voorkeur aan lokale producten.**

Wist je dat de meeste snijbloemen die wij kopen uit Afrika komen, en dat die snijbloemen diepgekoeld naar Europa worden gevlogen?

## Voedselverspilling

### **Check je voorraad**

Check je voorraadkast, koelkast en vriezer voordat je boodschappen doet. Wat heb je nog in huis? Wat moet als eerste op? Je weet dan wat je écht nodig hebt deze week. Staat er nog een pak yoghurt in je koelkast? Of verloopt de datum van de zak roerbakgroenten bijna? Goed om hiermee rekening

te houden. Je hoeft dan bijvoorbeeld maar één pak yoghurt mee te nemen en kunt dan vanavond die roerbakgroenten eten.

### **Maak een weekmenu**

Als je één keer per week boodschappen doet, is het handig om een weekmenu te maken. Doe je voor een paar dagen boodschappen, bedenk dan voor die dagen wat je gaat eten. Door alvast op te schrijven wat je gaat eten, voorkom je dat je in de winkel te veel eten koopt. En daarmee voorkom je dat je eten moet weggooien omdat je het niet op tijd op krijgt.

### **Maak een boodschappenlijstje met hoeveelheden**

Schrijf per maaltijd op wat je nodig hebt en noteer dit op een boodschappenlijstje. Bijvoorbeeld: 'spinazie 500 gram' of 'sperzieboontjes 400 gram'. Als je van alle producten opschrijft hoeveel je nodig hebt, koop je minder snel te veel. Met een boodschappenlijstje doe je ook minder snel impulsaankopen. Uit onderzoek blijkt dat mensen die altijd een boodschappenlijstje maken, tot wel 9 kilo voedsel van de afvalbak kunnen redden.

### **Kook op maat**

Kook precies op maat. Wie eten er vandaag allemaal mee? En hoeveel heb je in totaal dus nodig? Een keukenweegschaal kan handig zijn om af te wegen hoeveel je in de pan moet doen. Vooral bij pasta, rijst en couscous is het slim om de porties af te wegen. Deze producten zetten namelijk uit tijdens het koken. Rijst wordt ongeveer 2,5 keer groter en pasta 2 keer zo groot. Hiervan kook je al snel te veel.

### **Bewaar eten op de goede plek**

Door eten op de juiste plek te bewaren blijft het langer goed en hoef je minder snel iets weg te gooien. Sommige soorten groente en fruit blijven langer goed in de koelkast en andere juist erbuiten. Brood kun je het beste bewaren in de zak, in een afgesloten trommel. Nog beter kun je brood invriezen en elke dag de boterhammen eruit halen die je nodig hebt. Ook groente en fruit kun je bewaren in de diepvries. Groente kun je het beste even blancheren (kort koken), fruit kun je gesneden in stukjes invriezen. Aardappelen, rijst, pasta en couscous kun je gekookt invriezen. In de vriezer blijft eten minimaal een maand goed.

Kijk in de online Bewaarwijzer waar je een product het beste kunt bewaren en hoe lang het goed blijft.

### **Let op de houdbaarheid**

Controleer regelmatig je koelkast en vriezer. Staan er producten in waarvan de datum bijna verstrijkt? Bedenk dan wanneer je ze op gaat eten, zodat je niks hoeft weg te gooien. Bederfelijke producten zoals vlees en vis hebben een TGT-datum (te gebruiken tot). Deze kun je beter niet meer opeten na de datum, er kunnen dan namelijk bacteriën zijn uitgegroeid waar je ziek van wordt.

Producten zoals melk, yoghurt en kwark hebben een THT-datum (ten minste houdbaar tot). Deze kun je vaak nog wel veilig eten kort na de datum. Zet je zintuigen in om het product te beoordelen. Kijk, ruik en proef een beetje of het nog goed is. Producten met een THT-datum die je ongekoeld bewaart, zoals ongekookte pasta en rijst, en blikken en potten groenten en bonen, kun je vaak maanden na de datum nog veilig eten. Bij fruit en groente zonder datum kun je ook je zintuigen gebruiken om het product te beoordelen.

### **Haal meer uit restjes en kliekjes**

Heb je restjes eten in huis? Zoals een stuk bloemkool, een halve citroen of een bodempje yoghurt? Bedenk dan wat je hiermee kunt maken. Op onze receptensite kun je zoeken op ingrediënt. Voer een ingrediënt in en je vindt meteen een gerecht. Met restjes als groente, pasta, rijst, vlees, vis, peulvruchten, kruiden en een ei kun je altijd nog een lekkere maaltijd maken. Denk aan een soepje,



salade, omelet of roerbakgerecht.

Heb je wat over van je maaltijd? Vries het kliekje dan in voor een andere keer, bijvoorbeeld voor een avond dat je weinig tijd hebt om te koken omdat je gaat sporten. Verplaats het bakje de avond voordat je het gaat opeten van de vriezer naar de koelkast. Meenemen als lunch is ook lekker.

# buiten reikwijdte

**Van:** 10.2.e )  
**Aan:** 10.2.e  
**Cc:** 10.2.e  
**Onderwerp:** RE: Webcare Iedereen doet wat  
**Datum:** dinsdag 17 september 2019 18:12:19

---

Hoi 10.2.e,

Ik probeerde je net nog te bellen, maar zonder succes.

Ik neem het morgenochtend gelijk weer met LNV op. Ik weet dat ze hier een duidelijke woordvoeringslijn op hebben.

Anders wellicht handig om dus even via hen te schakelen (vandaar ook 10.2.e in cc).

Wat betreft het uitsluiten van Veganisten: dan gaan we selecteren op interesse en dat voldoet niet aan de AVG, helaas.

Wel goed als jullie het in de gaten houden en teruggeven (aantal reacties, sentiment, ed), zodat we waar nodig met argumenten wel kunnen aanscherpen.

Groet,  
10.2.e

---

**Van:** 10.2.e @milieucentraal.nl>

**Verzonden:** dinsdag 17 september 2019 17:44

**Aan:** 10.2.e @minezk.nl>; 10.2.e

@milieucentraal.nl>

**cc:** 10.2.e @minezk.nl>; 10.2.e

@milieucentraal.nl>; 10.2.e @minezk.nl>;

10.2.e @milieucentraal.nl>

**Onderwerp:** RE: Webcare Iedereen doet wat

Hi 10.2.e,

Ik probeerde je al even te bellen. Ik begrijp namelijk uit je reactie dat jullie nog niet zeker weten dat plantaardig eten een onderwerp gaat worden. Uit onze ervaring met de vegan-lobby weten we dat als het dan uiteindelijk geen onderwerp wordt ze je dit echt kwalijk gaan nemen.

Bovendien blijf je een beetje in het verdedigingshoekje met die reactie. Wij zouden daarom ook écht voor een feitelijke post willen pleiten. Ik snap dat ons eerste concept wellicht gevoeligheden voor de sector bevatten. Vandaar onderstaande suggestie:

*Het eten van meer plantaardige eiwitten is inderdaad goed voor het klimaat. Maar niet iedereen kan of wil veganist worden en dit respecteren we. Naast minder vlees eten valt er ook veel winst te halen door voedselverspilling te voorkomen. Zo'n 13 procent van ons eten verdwijnt jaarlijks ongebruikt in de afvalbak, dat is ruim 40 kilo voedsel per persoon per jaar. Alle huishoudens samen verspillen we daarmee in Nederland 700 miljoen kilo goed voedsel.*

En nog een suggestie van ons social media-team: kan Yune / Initiative wellicht de veganisten als doelgroep uitsluiten van promotie? Dat scheelt weer in reacties.

We horen graag weer snel van je, zodat we zsm een reactie kunnen plaatsen. Bel me gerust om nog even te sparren!

Groet, 10.2.e

---

**Van:** 10.2.e <[redacted]>@minezk.nl>

**Verzonden:** dinsdag 17 september 2019 16:09

**Aan:** 10.2.e <[redacted]>@milieucentraal.nl>

**cc:** 10.2.e <[redacted]>@minezk.nl>; 10.2.e <[redacted]>@milieucentraal.nl>; 10.2.e <[redacted]>@minezk.nl>; 10.2.e <[redacted]>@milieucentraal.nl>

**Onderwerp:** RE: Webcare Iedereen doet wat

Hoi 10.2.e ,

We zeggen met deze zin sowieso niet dat we plantaardig eten toevoegen, maar meer in z'n algemeenheid dat handelingen worden uitgebreid. Dat is zeker het geval. Wat plantaardig eten betreft lopen er gesprekken en is het logisch dat dit ook verder wordt meegenomen naar aanleiding van opmerkingen op de campagne. Of en wanneer het uiteindelijk een onderwerp wordt is aan het ministerie van LNV.

Groet,  
10.2.e

---

**Van:** 10.2.e <[redacted]>@milieucentraal.nl>

**Verzonden:** dinsdag 17 september 2019 13:59

**Aan:** 10.2.e <[redacted]>@minezk.nl>

**cc:** 10.2.e <[redacted]>@minezk.nl>; 10.2.e <[redacted]>@milieucentraal.nl>; 10.2.e <[redacted]>@minezk.nl>; 10.2.e <[redacted]>@milieucentraal.nl>

**Onderwerp:** RE: Webcare Iedereen doet wat

Dank voor je reactie 10.2.e!

We kunnen hiermee uit de voeten.

Je zegt 'in de loop van de tijd zullen de handelingen worden uitgebreid'. Dit stond ook zo in de factsheet maar hebben wij er bewust uitgelaten omdat we voorzichtig zijn in het maken van beloften. Zijn er plannen om in de toekomst aandacht te besteden aan plantaardig eten? Zo niet, is het dan niet beter om hier geen verwachtingen over te wekken?

Groet,  
10.2.e

---

**Van:** 10.2.e <[redacted]>@minezk.nl>

**Verzonden:** dinsdag 17 september 2019 13:42

**Aan:** 10.2.e <[redacted]>@milieucentraal.nl>

**cc:** 10.2.e <[redacted]>@minezk.nl>; 10.2.e <[redacted]>@milieucentraal.nl>; 10.2.e <[redacted]>@minezk.nl>

**Onderwerp:** RE: Webcare Iedereen doet wat

Hoi 10.2.e ,

Ik zou nog bij je terugkomen op onderstaande. We hebben na afstemming met de

woordvoerder van LNV het volgende antwoord geformuleerd:

*"Het eten van meer plantaardige eiwitten is (inderdaad) goed voor het klimaat. Voor een verantwoord stuk vlees of vis op het bord blijft ook gewoon ruimte. Daarnaast geldt dat dingen die je nu al kunt doen voor een beter klimaat talrijk zijn. We zijn in de campagne begonnen met meer dan twintig handelingen. In loop van de tijd zullen de handelingen steeds verder worden uitgebreid. En natuurlijk zijn er nog veel meer dingen die je kunt doen. Dat juichen we ook van harte toe. Zie het dan ook als een begin."*

Graag deze reactie op de vleesdiscussie op social gebruiken.

Mocht je hier nog vragen over hebben,

Laat het dan weten.

Groet,  
10.2.e

[Redacted]  
[Redacted]

.....  
**Directie Communicatie**

**Ministerie van Economische Zaken en Klimaat**

Bezuidenhoutseweg 73 | 2594 AC | Den Haag | A-Noord 2

Postbus 20401 | 2500 EK | Den Haag

.....

T 06 10.2.e

10.2.e @minezk.nl

[www.rijksoverheid.nl/ezk](http://www.rijksoverheid.nl/ezk)

.....

---

**Van:** 10.2.e @milieucentraal.nl>

**Verzonden:** maandag 16 september 2019 17:34

**Aan:** 10.2.e @minezk.nl>

**cc:** 10.2.e @minezk.nl>; 10.2.e

@milieucentraal.nl>; 10.2.e @milieucentraal.nl>

**Onderwerp:** Webcare Iedereen doet wat

H 10.2.e,

Op de video op Facebook komen veel reacties binnen van veganistenlobby (waarvan we vanuit onze ervaring weten dat deze zeer sterk is!). Veel van de reacties hebben eenzelfde strekking, namelijk: waarom gaat het in de campagne niet over minder/geen vlees en zuivel eten?

We hebben vrijdag een eerste reactie geplaatst. Maar we denken dat het goed is, ook gezien de veelheid van berichten én omdat we ze toch serieus willen nemen, om er nog een bericht aan te wijden.

Hieronder een tekstvoorstel. Dit is hoe wij het op de Facebook van Milieu Centraal zouden plaatsen, maar we kunnen ons voorstellen dat er bij jullie nog weer andere gevoeligheden leven. Daarom leggen we deze reactie graag eerst even voor.

Minder vlees eten is inderdaad goed voor het klimaat. De veehouderij stoot broeikasgassen uit, verbruikt veel water, heeft wereldwijd veel ruimte nodig voor de verbouw van veevoer en kan een mestprobleem veroorzaken. Maar niet iedereen kan of wil veganist worden en dit

respecteren we. Naast minder vlees eten valt er ook veel winst te halen door voedselverspilling te voorkomen. Zo'n 13 procent van ons eten verdwijnt jaarlijks ongebruikt in de afvalbak, dat is ruim 40 kilo voedsel per persoon per jaar. Alle huishoudens samen verspillen we daarmee in Nederland 700 miljoen kilo goed voedsel.

We ontvangen graag je reactie!

Met vriendelijke groet,

10.2.e

10.2.g

030-10.2.e 10.2.g

**Milieu Centraal**

[www.milieucentraal.nl](http://www.milieucentraal.nl)



Op de hoogte blijven? Abonneer je op onze [nieuwsbrief](#)!

Hoe gaan we om met je gegevens? Lees de [privacyverklaring](#).



Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd. Indien u niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is gezonden, wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het bericht te verwijderen.

De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch verzenden van berichten.

This message may contain information that is not intended for you. If you are not the addressee or if this message was sent to you by mistake, you are requested to inform the sender and delete the message.

The State accepts no liability for damage of any kind resulting from the risks inherent in the electronic transmission of messages.

Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd. Indien u niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is gezonden, wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het bericht te verwijderen.

De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch verzenden van berichten.

This message may contain information that is not intended for you. If you are not the addressee or if this message was sent to you by mistake, you are requested to inform the sender and delete the message.

The State accepts no liability for damage of any kind resulting from the risks inherent in the electronic transmission of messages.

**Van:** 10.2.e )  
**Aan:** 10.2.e  
**Cc:** 10.2.e  
**Onderwerp:** RE: Webcare Iedereen doet wat  
**Datum:** maandag 16 september 2019 17:46:33

---

Hoi 10.2.e ,

We hebben hier in de Q&A een iets ander antwoord op geformuleerd.  
Ik leg jullie voorstel voor bij de verantwoordelijke persoon van LNV.

Je hoort van mij.

Groet,  
10.2.e

---

**Van:** 10.2.e @milieucentraal.nl>  
**Verzonden:** maandag 16 september 2019 17:34  
**Aan:** 10.2.e @minezk.nl>  
**cc:** 10.2.e @minezk.nl>; 10.2.e @milieucentraal.nl>; 10.2.e @milieucentraal.nl>  
**Onderwerp:** Webcare Iedereen doet wat

Hi 10.2.e,

Op de video op Facebook komen veel reacties binnen van veganistenlobby (waarvan we vanuit onze ervaring weten dat deze zeer sterk is!). Veel van de reacties hebben eenzelfde strekking, namelijk: waarom gaat het in de campagne niet over minder/geen vlees en zuivel eten? We hebben vrijdag een eerste reactie geplaatst. Maar we denken dat het goed is, ook gezien de veelheid van berichten én omdat we ze toch serieus willen nemen, om er nog een bericht aan te wijden.

Hieronder een tekstvoorstel. Dit is hoe wij het op de Facebook van Milieu Centraal zouden plaatsen, maar we kunnen ons voorstellen dat er bij jullie nog weer andere gevoeligheden leven. Daarom leggen we deze reactie graag eerst even voor.

Minder vlees eten is inderdaad goed voor het klimaat. De veehouderij stoot broeikasgassen uit, verbruikt veel water, heeft wereldwijd veel ruimte nodig voor de verbouw van veevoer en kan een mestprobleem veroorzaken. Maar niet iedereen kan of wil veganist worden en dit respecteren we. Naast minder vlees eten valt er ook veel winst te halen door voedselverspilling te voorkomen. Zo'n 13 procent van ons eten verdwijnt jaarlijks ongebruikt in de afvalbak, dat is ruim 40 kilo voedsel per persoon per jaar. Alle huishoudens samen verspillen we daarmee in Nederland 700 miljoen kilo goed voedsel.

We ontvangen graag je reactie!

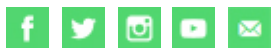
Met vriendelijke groet,

10.2.e  
 10.2.e  
 030-10.2.e (10.2.e )



**Milieu Centraal**

[www.milieucentraal.nl](http://www.milieucentraal.nl)



Op de hoogte blijven? Abonneer je op onze [nieuwsbrief](#)!

Hoe gaan we om met je gegevens? Lees de [privacyverklaring](#).



# Brede Publieksaanpak klimaat

Werksessie website

10.2.e

12 december 2018





## Themacampagne

Onder de koepel vallen verschillende themacampagnes. Per themacampagne is de informatiebehoefte verschillend. Ook hangt aan elke themacampagne een netwerk. Binnen themacampagnes zijn veelal verschillende onderwerpen.

Thema's zijn op dit moment onderverdeeld in:

# buiten reikwijdte



Themacampagne

# buiten reikwijdte

5. *Opwekken van elektriciteit (EZK/RVO)*

Zonneboiler / Zonnepanelen / Samen met anderen elektriciteit opwekken (bv energiecoöperatie)

6. *Voedselconsumptie (LNV)*

Minder vleesconsumptie / Voedselverspilling (icm footprint)

# buiten reikwijdte



# Iedereen doet WAT

Debrief standaard concepttest voor de campagne 'Iedereen doet wat' voor het ministerie van EZK begeleid door DPC.

Projectnummer Blauw: 23544

Maart

'19

blauw

# De campagne zet aan tot nadenken over eigen acties

De campagne heeft door de pay-off ook een natuurlijke 'call-to-action'

## Zet aan tot nadenken over de eigen omgeving

De campagne zet alle respondenten aan om na te gaan wat ze zelf al op het gebied van een beter klimaat doen. Het geeft respondenten een goed gevoel wanneer ze realiseren dat ze (minimaal enkele) voorbeelden uit de campagne zelf al doen.

## Nieuwsgierig naar meer

Zoals al benoemd slaagt de campagne er ook in om de respondenten nieuwsgierig te maken naar aanvullende acties.

- de URL is als tekst aansprekend en maakt nieuwsgierig.
- De zin '*kijk wat jij kan doen*' valt nog wat minder op in de uitingen, maar is eveneens een niet-dwingende uitnodiging om jezelf te laten inspireren door meerdere voorbeeldacties voor een beter klimaat.
- Respondenten willen zelf als burger ook een actieve rol spelen in werken aan een beter klimaat. Er werden zelden excuses genoemd dat de overheid of bedrijven meer moeten doen en dan pas de burger.

## Twee soorten voorbeelden

De respondenten splitsen de voorbeelden in twee groepen:

- **Laagdrempelige voorbeelden** – dit zijn zaken die men zélf, als individu, kan implementeren zonder hulp van anderen en zonder hoge extra kosten: **buiten reikwijdte**, minder vlees en meer groenten eten, **buiten reikwijdte**
- **Hoogdrempelige voorbeelden** – dit zijn zaken die men bijvoorbeeld niet kan betalen **buiten reikwijdte** **buiten reikwijdte**).

**buiten reikwijdte** Soms wil men dingen niet aanpassen **buiten reikwijdte**



# Evaluatie afzonderlijke middelen

## Activatie op de website



Toonmateriaal: activatie op de website

- **Eén campagne** - De activatie past goed in de campagne door het geven van voorbeelden omtrent klimaat. Het wordt ervaren als een goede aanvulling.

### Respondenten zijn enthousiast over de activatie

- **Men is nieuwsgierig naar de voorbeelden** – respondenten zien graag voorbeelden van zaken die men individueel kan doen voor een beter klimaat en laten zich graag op deze laagdrempelige manier inspireren.
- **Verdiepingsmogelijkheden** - meer informatie krijgen door op de termen te klikken voelt logisch en is gewenst. Ook het door kunnen klikken voor verdere verdieping op andere sites is logisch.
- **Verwachtingen website** – respondenten verwachten een lijst met mogelijkheden en daarna verdieping op die voorbeelden. Men wil uitleg over mogelijkheden, ervaringsverhalen en tips over bedrijven die hen erbij kunnen helpen en/of subsidiemogelijkheden.
- **De voorbeelden** – deze zijn een goede mix van laagdrempelig en hoogdrempelig. Wanneer de lijst met voorbeelden langer wordt zien sommigen graag een categorisering van de voorbeelden, zoals bijvoorbeeld: 'in huis' en 'vakantie'. Daarnaast zien de respondenten liever eerst een aantal laagdrempelige voorbeelden voordat de duurdere en moeilijk uitvoerbaardere mogelijkheden getoond worden.
- **Afbeeldingen** – de afbeeldingen op de eerste pagina vindt men te klein. Ze zijn niet duidelijk zichtbaar. De afbeeldingen op de verdiepingspagina vindt men prettig voor herkenning van het onderwerp.



# Onderzoeksmaterialen

Key Visuals (links), animatic (rechtst boven) en platform (rechts onder)



Key Visuals: treinreizen, duurzame energie

## buiten reikwijdte

Animatic: iedereen doet wat



Platform: voorbeelden op smartphone

Van: 10.2.e  
Verzonden: woensdag 3 juli 2019 10:29

Aan: 10.2.e  
@minienw.nl<mail10.2.e @minienw.nl>>  
CC: 10.2.e - BSK  
<d10.2.e @minienw.nl10.2.e @minienw.nl>>;  
10.2.e  
10.2.e @minienw.nl<10.2.e @minienw.nl>>; 10.2.e  
10.2.e  
10.2.e @minienw.nl<10.2.e @minienw.nl>>;  
10.2.e  
10.2.e @minienw.nl10.2.e @minienw.nl>>;  
10.2.e  
minienw.nl<m10.2.e @minienw.nl>>

Onderwerp: Inzet CE Rijksbrede klimaatcampagne

Ha 10.2.e,

Gisteren kwam in het MT de Rijksbrede klimaatcampagne (ook wel koepelcampagne genoemd) aan de orde.

Even een update (wellicht ten overvloede, maar toch even goed):

Planning:

De Rijksbrede klimaatcampagne start in september, het doel daarvan is mensen aan te sporen zelf iets te doen aan CO2 reductie

De campagne wordt gelanceerd met een tv commercial, website, online uitingen op social media etc en natuurlijk de netwerkaanpak om partners uit het bedrijfsleven ook deel te laten nemen.

Inhoud:

Inhoudelijk ligt de focus op de onderwerpen uit het klimaatakkoord en wat je daar zelf mee kan doen. Denk aan voor bebouwde omgeving: gasloze wijken, het verduurzamen van je woning. Voor landbouw en voedsel:

voedselverspilling, minder vlees eten. Voor Energie/EZK: buiten reikwijdte

Bij de start van de campagne is het van belang mensen kennis te laten maken met het feit dat ze zelf ook iets kunnen doen, waarna dit via de website concreter wordt gemaakt en voor een aantal grote onderwerpen ook terug te zien is in speciale themacampagnes.

De totale Rijksbrede campagne gaat ca 10 jaar lopen, om mensen te begeleiden in de transitie waar we voor staan.

Voor <sup>buiten reik</sup> wordt nu gekeken welke input er aangeleverd kan worden voor de website met handelingsperspectieven voor de bezoekers (consumenten):

Hiervoor is afstemming met 10.2.e, 10.2.e en vanuit BIT met 10.2.e (zie CC).

Zij leveren input. Met dank aan 10.2.e onderstaande update daarover die vorige week naar EZK is gegaan:

Vragen, let me know!

Groetjes 10.2.e

---

Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd. Indien u niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is toegezonden, wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het bericht te verwijderen. De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch verzenden van berichten.

This message may contain information that is not intended for you. If you are not the addressee or if this message was sent to you by mistake, you are requested to inform the sender and delete the message. The State accepts no liability for damage of any kind resulting from the risks inherent in the electronic transmission of messages.

Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd. Indien u niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is gezonden, wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het bericht te verwijderen.

De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch verzenden van berichten.

This message may contain information that is not intended for you. If you are not the addressee or if this message was sent to you by mistake, you are requested to inform the sender and delete the message.

The State accepts no liability for damage of any kind resulting from the risks inherent in the electronic transmission of messages.



# EZK - Iedereen doet wat PRO site

April 2019



+

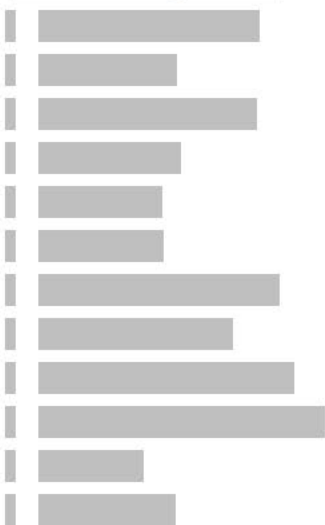


# Categorieën en thema's

## Energie

- Energieverbruikmanagers

• buiten reikwijdte



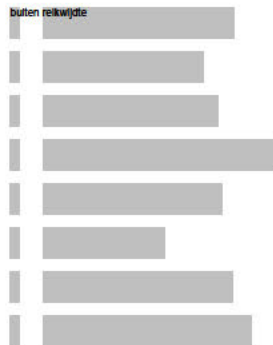
- Zonnepanelen
- Samen opwekken

• buiten reikwijdte

## Voedsel

- Minder vleesconsumptie
- Voedselverspilling

buiten reikwijdte



buiten reikwijdte

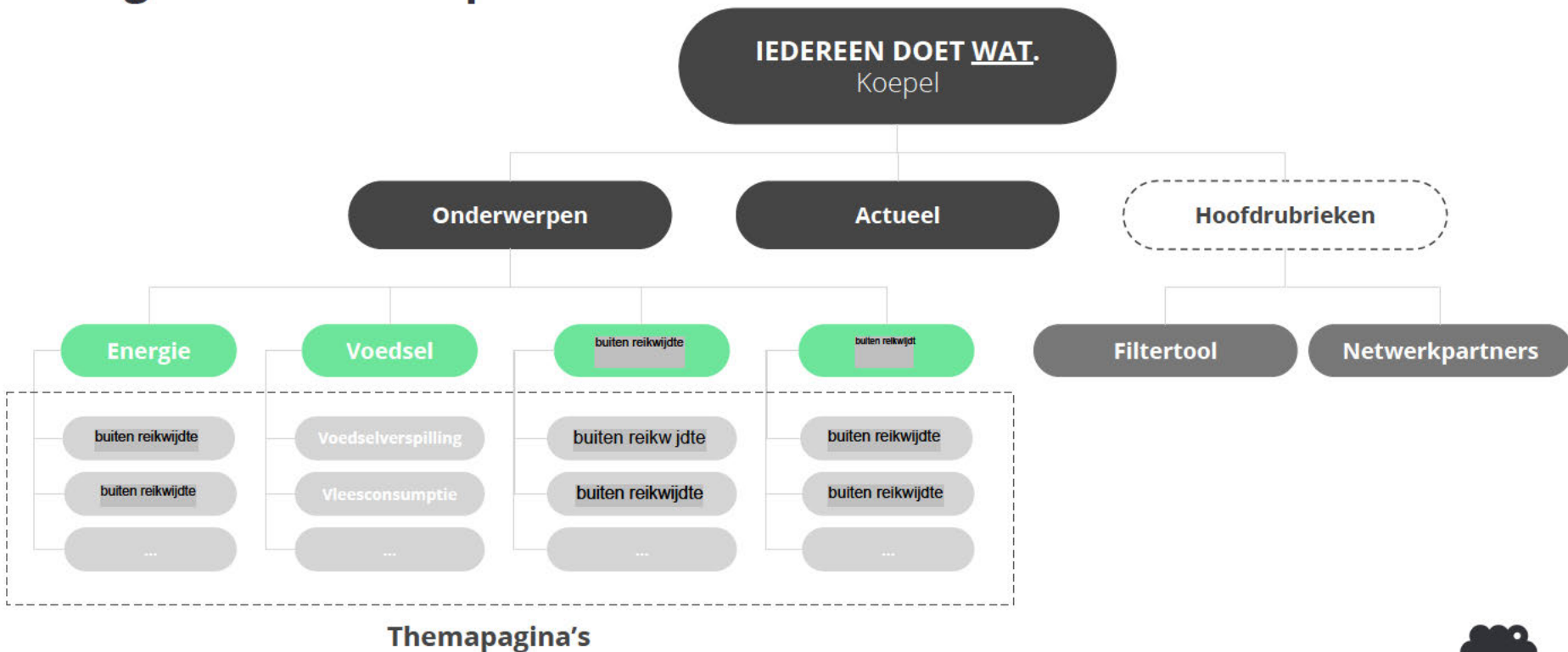




## **Bijlage** Uitwerking schermen



# High level sitemap



**Van:** 10.2.e  
**Aan:** 10.2.e  
**Onderwerp:** Re: K&E website  
**Datum:** donderdag 21 maart 2019 18:50:03

---

Hoi 10.2.e,

Ik moet nog een dingetje afstemmen voor ik terugkoppeling geef. Maar beter in een keer goed. Ik kom er morgenochtend bij je op terug.

Groet,  
10.2.e

Verstuurd vanaf mijn iPhone

Op 21 mrt. 2019 om 16:28 heeft 10.2.e [@kesselskramer.com](mailto:@kesselskramer.com)> het volgende geschreven:

Hey 10.2.e,

We passen het aan.

Groet,

10.2.e

-----

10.2.e

+31 (0)6 10.2.e | +31 (0)20 10.2.e

KesselsKramer Amsterdam | Lauriergracht 39 | 1016 RG Amsterdam | The Netherlands

KesselsKramer London | Unit 41 Regent Studios | 8, Andrews Road | London E8 4QN |  
United Kingdom

KesselsKramer Los Angeles | 963 Chung King Rd | Los Angeles CA 90012 | USA

[KesselsKramer.com](http://KesselsKramer.com)

On 21 Mar 2019, at 16:14, 10.2.e

[@minez.nl](mailto:@minez.nl)> wrote:

Hoi 10.2.e,

Ik was te snel. Op pagina 2 staat toch nog in het tweede scherm 'minder vlees'.

Kan je dat nog laten aanpassen?

Dank!  
10.2.e

---

**Van:** 10.2.e [redacted].com>  
**Verzonden:** donderdag 21 maart 2019 11:59  
**Aan:** 10.2.e [redacted]@minez.nl>  
**cc:** 10.2.e [redacted]@kesselskramer.com>  
**Onderwerp:** K&E website

Hey 10.2.e,

Hierbij ook nog de website voor het K&E concept, maar dan zonder de “minder vlees eten”.

Hopelijk is het goed zo.

Groet,

10.2.e

-----

10.2.e

+31 (0)6 10.2.e | +31 (0)20 10.2.e

KesselsKramer Amsterdam | Lauriergracht 39 | 1016 RG Amsterdam | The Netherlands

KesselsKramer London | Unit 41 Regent Studios | 8, Andrews Road | London E8 4QN | United Kingdom

KesselsKramer Los Angeles | 963 Chung King Rd | Los Angeles CA 90012 | USA

[KesselsKramer.com](http://KesselsKramer.com)

Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd. Indien u niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is gezonden, wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het bericht te verwijderen.

De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch verzenden van berichten.

This message may contain information that is not intended for you. If you are not the addressee or if this message was sent to you by mistake, you are requested to inform the sender and delete the message.

The State accepts no liability for damage of any kind resulting from the risks inherent in the electronic transmission of messages.

**Van:** 10.2.e  
**Aan:** 10.2.e  
**Onderwerp:** Re: conceptrapport - klimaattest Blauw  
**Datum:** woensdag 20 maart 2019 08:31:53

---

Dank 10.2.e voor het rapport.  
 Terecht punt ook over buiten reikwijdte

Groet,  
 10.2.e

Verstuurd vanaf mijn iPhone

Op 20 mrt. 2019 om 08:11 heeft 10.2.e <[10.2.e@minaz.nl](mailto:10.2.e@minaz.nl)> het volgende geschreven:

Hoi 10.2.e,

Hier is het aangepaste rapport van Blauw. 11.1

11.1

10.2.e geeft aan nog steeds buiten reikwijdte

[Redacted content]

Groet 10.2.e

---

**Van:** 10.2.e | Blauw 10.2.e <[10.2.e@blauw.com](mailto:10.2.e@blauw.com)>  
**Verzonden:** dinsdag 19 maart 2019 14:38  
**Aan:** 10.2.e  
**Onderwerp:** RE: conceptrapport - klimaattest Blauw

Hoi 10.2.e,

Gisteren was ik vrij, daardoor is het helaas niet gelukt om het rapport eerder aan te passen. Hopelijk is dit ook nog op tijd voor 10.2.e.

De punten van 10.2.e heb ik aangepast. Daar kon ik me allemaal in vinden.  
 Jij vroeg nog naar het noemen van 'minder vlees eten'. Dit hebben we in rechter kolom op pagina 8 en 11 benoemd in het rapport. Zou je het graag explicieter zien?  
 Ik hoor het graag.

Versie 2 zit iig voor nu in de bijlage.

buiten reikwijdte

Groeten,  
10.2.e

---

**Van:** 10.2.e <[10.2.e@minaz.nl](mailto:10.2.e@minaz.nl)>

**Verzonden:** maandag 18 maart 2019 09:51

**Aan:** 10.2.e <[10.2.e@blauw.com](mailto:10.2.e@blauw.com)>

**Onderwerp:** FW: conceptrapport - klimaattest Blauw

Hoi 10.2.e,

Bedankt voor het rapport! We hebben nog een paar kleine opmerkingen bij het rapport, maar verder ziet het er heel goed uit. De opmerkingen van 10.2.e staan in het bestand. Daarnaast viel mijzelf op dat het nog niet heel sterk naar voren komt dat mensen uit zichzelf vaak het voorbeeld van minder vlees eten noemen. Wat mij betreft zou het in de politieke discussie wel goed zijn om dat op te nemen. Bijvoorbeeld als het gaat over laagdrempelige voorbeelden van gedragsverandering.

10.2.e heeft morgen een overleg waarin ze het eindrapport graag mee zijn nemen. Zij vroeg mij daarom of het jullie lukt de opmerkingen vandaag te verwerken. Uiteraard is er alle begrip als dit niet lukt, maar het zou wel heel fijn zijn.

Groet 10.2.e

\*\*\*\*\*

Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd. Indien u niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is toegezonden, wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het bericht te verwijderen.

De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch verzenden van berichten.

This message may contain information that is not intended for you. If you are not the addressee or if this message was sent to you by mistake, you are requested to inform the sender and delete the message.

The State accepts no liability for damage of any kind resulting from the risks inherent in the electronic transmission of messages.

\*\*\*\*\*

<Blauw 23544-2 Eindtrapport concepttest EZK Iedereen doet WAT.pdf>



**Van:** 10.2.e )  
**Aan:** 10.2.e  
**Onderwerp:** Re: conceptrapport - klimaattest Blauw  
**Datum:** maandag 18 maart 2019 11:10:35  
**Bijlagen:** [image001.png](#)

---

Hoi 10.2.e,

Goede opmerking. Als je die nog kunt toevoegen, graag.

Groet,  
10.2.e

Verstuurd vanaf mijn iPhone

Op 18 mrt. 2019 om 09:47 heeft 10.2.e [@minaz.nl](#)> het volgende geschreven:

Hoi 10.2.e,

Ik ga het doorsturen naar Blauw, maar weet niet of zij tijd hebben vandaag. 11.1

11.1

[Redacted text block]

Je hoort van me zodra ik meer weet.

Groet 10.2.e

---

**Van:** 10.2.e [@minez.nl](#)  
**Verzonden:** vrijdag 15 maart 2019 14:48  
**Aan:** 10.2.e  
**Onderwerp:** RE: conceptrapport - klimaattest Blauw

Hoi 10.2.e,

Wanneer kan jij reageren? Ik heb dinsdag directeurenoverleg het zou mooi zijn als ik het voorafgaand zou kunnen toesturen, maar dan heb ik het rapport uiterlijk maandag einde dag nodig. Ik had niet veel aanpassingen en 10.2.e ook niet, dus wat dat betreft zou het snel aan te passen moeten zijn.

Hoor graag!

Groet,  
10.2.e

---

**Van:** 10.2.e [@kesselskramer.com](#)>  
**Verzonden:** donderdag 14 maart 2019 18:03  
**Aan:** 10.2.e [@minez.nl](#)>  
**cc:** 10.2.e [@minaz.nl](#)>  
**Onderwerp:** Re: conceptrapport - klimaattest Blauw

Hallo 10.2.e,

Enige opmerking mijnerzijds bevestigt jouw opmerking op pagina 10:

<image001.png>

Op 14 mrt. 2019, om 17:38 heeft 10.2.e  
@minez.nl> het volgende geschreven:

Hoi 10.2.e en 10.2.e,

In de bijlage tref je het rapport voorzien van mijn opmerkingen aan.  
Vullen jullie aan waar nodig?

Groet,  
10.2.e

---

**Van:** 10.2.e @blauw.com>  
**Verzonden:** donderdag 14 maart 2019 14:39  
**Aan:** 10.2.e @minaz.nl>; 10.2.e  
10.2.e @minez.nl>; 10.2.e  
@kesselskramer.com>  
**cc:** 10.2.e | Blauw 10.2.e @blauw.com>  
**Onderwerp:** conceptrapport - klimaattest Blauw

Hoi 10.2.e, 10.2.e en 10.2.e,

buiten reikwijdte

In de bijlage vinden jullie onze conceptrapportage.  
Hierin is de debrief opgenomen die we jullie al verstuurd hebben. Alleen  
nu met uitbreiding van de resultaten.  
Daar kan wat overlap in zitten, maar we wilden graag alle middelen de  
revu laten passeren.

Lukt het jullie om hier komende week geïntegreerd feedback op te  
geven?  
Dan zorgen wij dat jullie snel de eindversie van het rapport ontvangen.

Groeten,  
10.2.e

---

**Van:** 10.2.e @minaz.nl>  
**Verzonden:** woensdag 13 maart 2019 08:38  
**Aan:** 10.2.e | Blauw 10.2.e @blauw.com>;  
10.2.e @minez.nl>; 10.2.e  
10.2.e @kesselskramer.com>  
**cc:** 10.2.e @blauw.com>  
**Onderwerp:** RE: debrief - klimaattest Blauw

Hoi 10.2.e,

Dankjewel, ook voor het uitzoeken van de cijfers van de selectievraag!  
We gaan de debrief goed bekijken en laten snel weten of er nog punten zijn.

Groet 10.2.e

---

**Van:** 10.2.e | Blauw 10.2.e [mailto:10.2.e@blauw.com]  
**Verzonden:** dinsdag 12 maart 2019 17:40  
**Aan:** 10.2.e ; 10.2.e  
**CC:** 10.2.e Blauw  
**Onderwerp:** debrief - klimaattest Blauw

Hoi allen,

Het was weer een goede sessie gisteren en ik kreeg er ook veel energie van. Leuk onderwerp, leuke mensen gesproken en ook fijn dat de campagne zo goed test.  
Met wat punten op de 'i' is er straks een strak verhaal. Onze complimenten!

In de bijlage vinden jullie onze debriefrapportage.  
Hierin staan de belangrijkste punten die we gisteren ook geleerd en besproken hebben.

Wij gaan ondertussen verder met het resultatenhoofdstuk. Daarin bespreken we de middelen individueel.  
Daar komen dan dus ook de kleinere tips qua *'haren niet voor het gezicht'* en *'pas op met hoe je die culturele diversiteit visualiseert'*.  
Het gehele rapport verwachten we jullie donderdag te kunnen sturen.

Groeten,  
10.2.e

10.2.e

---

<image001.jpg>

Blauw Research B.V.  
Kantoor Cool63  
Coolsingel 55  
3012 AB Rotterdam  
**M:** +31 6 10.2.e  
**W:** [www.blauw.com](http://www.blauw.com)

Download [hier](#) het e-book 'De Ultieme Gids voor Digitale Klantbeleving' vol concrete handvatten.

This e-mail message may contain confidential and/or privileged information. If you are not the intended recipient (or have received this e-mail in error) please notify the sender immediately and destroy this e-mail. Any unauthorized copying, disclosure or distribution of the material in this e-mail is strictly forbidden.

\*\*\*\*\*

Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd. Indien u niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is toegezonden, wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het bericht te verwijderen.

De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch verzenden van berichten.

This message may contain information that is not intended for you. If you are not the addressee or if this message was sent to you by mistake, you are requested to inform the sender and delete the message.

The State accepts no liability for damage of any kind resulting from the risks inherent in the electronic transmission of messages.

\*\*\*\*\*

Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd.

Indien u

niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is gezonden,

wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het bericht te verwijderen.

De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard

ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch

verzenden van berichten.

This message may contain information that is not intended for you. If you

are not the addressee or if this message was sent to you by mistake, you

are requested to inform the sender and delete the message.

The State accepts no liability for damage of any kind resulting from the

risks inherent in the electronic transmission of messages. <Blauw 23544-1 Eindrapport concepttest EZK Iedereen doet WAT\_DW.pdf>

Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd. Indien u niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is gezonden, wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het bericht te verwijderen.

De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch verzenden van berichten.

This message may contain information that is not intended for you. If you are not the addressee or if this message was sent to you by mistake, you are requested to inform the sender and delete the message.

The State accepts no liability for damage of any kind resulting from the risks inherent in the electronic transmission of messages.

## Factsheet klimaatcampagne

### ***Algemene redeneerlijn***

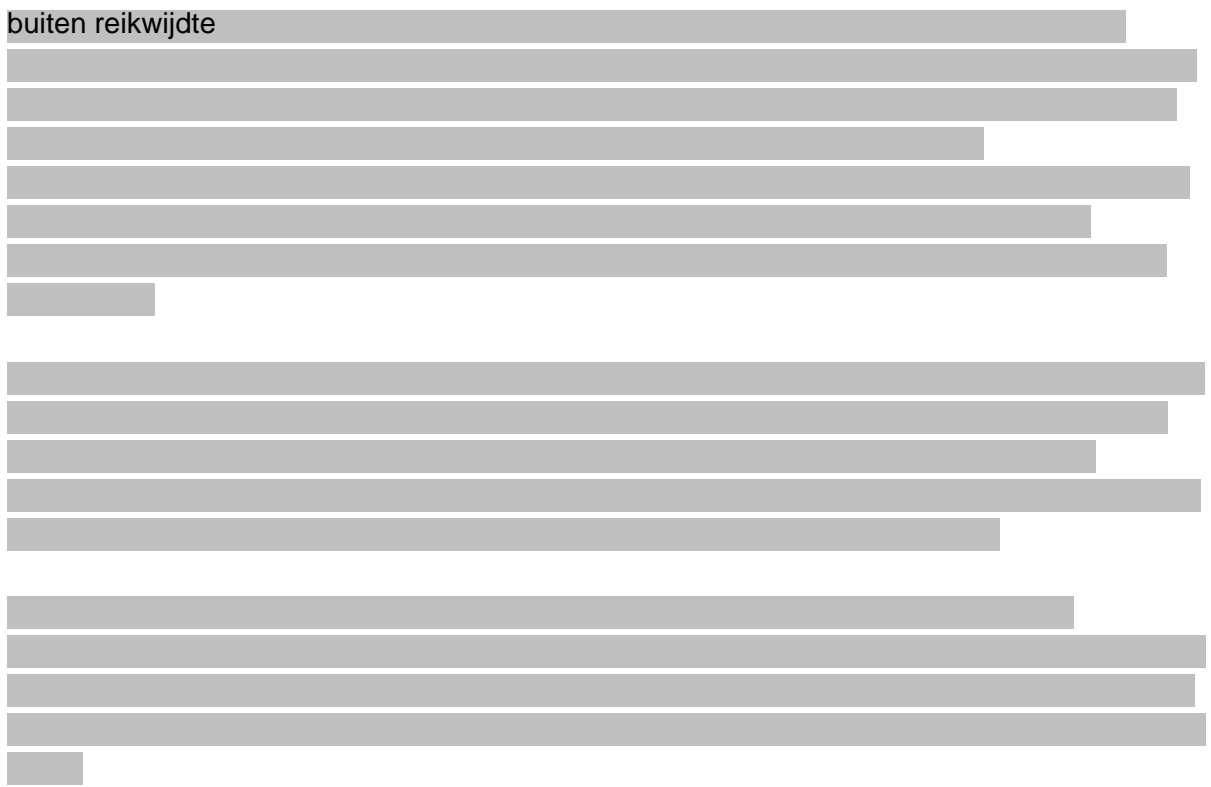
Voor veel burgers is het niet de vraag óf ze iets voor het klimaat kunnen doen, maar wát ze kunnen doen. De meeste Nederlanders vinden namelijk dat we iets moeten doen om klimaatverandering tegen te gaan, maar lang niet iedereen weet wat de eerste of volgende stap is. Daarom start het rijk een meerjarige klimaatcampagne om burgers informatie en handvatten te geven om zelf duurzame maatregelen te nemen, want er is altijd iets dat je kunt doen. Soms is het groot, soms klein, soms veel, soms weinig, soms goedkoop en soms wat duurder. Maar wél altijd wat.

Daarnaast is de campagne de start voor een samenwerking met zoveel mogelijk organisaties en bedrijven in de maatschappij. Zij kunnen de burger met een concreet aanbod een extra duwtje geven om nu een duurzamere keuze te maken.

Uiteraard staat de burger er niet alleen voor. Om de klimaatdoelstellingen te realiseren moeten overheden, bedrijven, organisaties én burgers allemaal wat doen. We doen het samen, want het is een opdracht van de hele samenleving: Iedereen doet WAT.

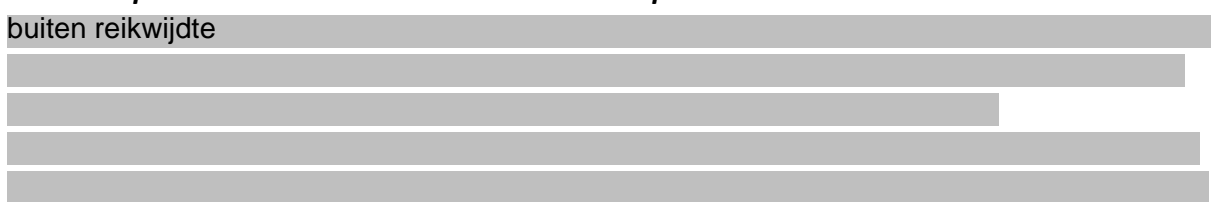
### ***Waarom is er een publiekscampagne nodig over klimaat?***

buiten reikwijdte



### ***Welke departementen nemen deel aan deze aanpak?***

buiten reikwijdte



buiten reikwijdte



***Welke handelingen komen in de campagne aan bod?***

Bij de start van de campagne komen 27 onderwerpen aan bod. *Zie bijlage.*

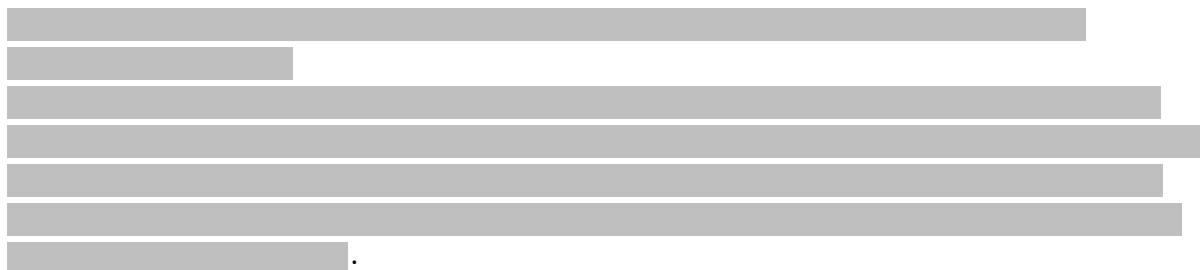
Deze handelingen kan je eigenlijk altijd doen, zonder dat je daar later spijt van krijgt.

Sommige handelingen vergen een investering of voorbereiding, andere handelingen kan je gelijk al gaan doen. Bij de handelingen is gekeken in hoeverre er al beleid op is gemaakt of draagvlak in de samenleving voor is. In de loop van de tijd zullen de handelingen veranderen als we naar een steeds duurzamer samenleving gaan.

***Waarom zijn er geen handelingen opgenomen over minder vlees, minder vliegen, minder autorijden, thermostaat lager, etc.***

Dingen die je nu al kunt doen voor een beter klimaat zijn talrijk. In de loop van de tijd worden de handelingen uitgebreid. In deze eerste fase van de campagne zetten we met name in op handelingen die breed gedragen worden door de maatschappij, die je altijd kunt doen of waar al beleid op is gemaakt. Natuurlijk zijn er nog veel meer dingen die je kunt doen. Dat juichen we ook van harte toe.

buiten reikwijdte






### ***Welke handelingen komen in de campagne aan bod?***

Bij de start van de campagne komen 27 onderwerpen aan bod. *Zie bijlage.*

Deze handelingen kan je eigenlijk altijd doen, zonder dat je daar later spijt van krijgt.

Sommige handelingen vergen een investering of voorbereiding, andere handelingen kan je gelijk al gaan doen. Bij de handelingen is gekeken in hoeverre er al beleid op is gemaakt of draagvlak in de samenleving voor is. In de loop van de tijd zullen de handelingen veranderen als we naar een steeds duurzamer samenleving gaan.

### ***Waarom zijn er geen handelingen opgenomen over minder vlees, minder vliegen, minder autorijden, thermostaat lager, etc.***

Dingen die je nu al kunt doen voor een beter klimaat zijn talrijk. In de loop van de tijd worden de handelingen uitgebreid. In deze eerste fase van de campagne zetten we met name in op handelingen die breed ragen worden door de maatschappij, die je altijd kunt doen of waar al beleid op is gemaakt. Natuurlijk zijn er nog veel meer dingen die je kunt doen. Dat juichen we ook van harte toe.

## 10.2.e

Reageren 

Dit steken we graag positief in: ja, minder vliegen of minder vlees eten zou geweldig zijn. Maar de drempel is vaak hoog. Voor nu ligt de focus op handelingen die een lagere drempel hebben.

12-11-2020 16:18

 1

## 10.2.e

Op vlees hebben we inmiddels een andere lijn. Mocht vliegen langskomen, lijkt het me verstandig die ook even goed af te stemmen, omdat dit net als vlees politiek erg gevoelig ligt.

13-10-2020 14:38



**Van:** 10.2.e  
**Aan:** 10.2.e  
**Onderwerp:** Aanvullend onderzoek doelgroepsegmenten Motivaction  
**Datum:** vrijdag 12 oktober 2018 10:35:09  
**Bijlagen:** [image001.png](#)  
[Segmenten Motivaction workshop 24 aug.pdf](#)

---

Hoi 10.2.e,

Bijgaand nog aanvullende informatie over de segmentatie die door Motivaction in het onderzoek is gehanteerd.

Groet,  
10.2.e

---

**Van:** 10.2.e @initiative.com>

**Verzonden:** vrijdag 12 oktober 2018 07:19

**Aan:** 10.2.e @minez.nl>

**Onderwerp:** RE: Mediabriefing

Goedemorgen,

Laten wij even bellen. Ook om goed duidelijk te hebben wat de behoefte is in de eerste fase. Dan kan ik gericht uitzetten.

Ik vermoed ook dat ik zelf een bijdrage er aan moet leveren. Voordeel is wel dat ik nu bezig ben voor buiten reikwijdte En dat heeft ook raakvlakken.

Kan dat vandaag?

Gr,  
10.2.e



10.2.e | 10.2.e  
 T +312010.2.e  
 NETHERLANDS HEADQUARTERS, PETER VAN ANROOYSTRAT 7  
 1076 DA, AMSTERDAM | [WWW.INITIATIVE.NL](http://WWW.INITIATIVE.NL)

---

**From:** 10.2.e @minez.nl]

**Sent:** donderdag 11 oktober 2018 13:16

**To:** 10.2.e @initiative.com>

**Subject:** [EXTERNAL] RE: Mediabriefing

Begrijp ik. Er is echter een AO (algemeen overleg in de kamer) gepland met de minister over de begroting. Voor die tijd moeten we dus bij de minister de verwachtingen managen wat hij kan verwachten binnen de campagne.

Dus vandaar de deadline van 26 oktober. Als het een dag later wordt (over het weekend) kan dat ook, maar verder is er niet veel speling helaas.

Groet,  
10.2.e

---

**Van:** 10.2.e <[redacted]@initiative.com>  
**Verzonden:** donderdag 11 oktober 2018 13:11  
**Aan:** 10.2.e <[redacted]@minez.nl>  
**Onderwerp:** RE: Mediabriefing

Oops, sorry. Niet goed gelezen...

Kom er op terug. Zit er nog rek in? Twee weken is wel wat krap.

Gr,



10.2.e | CLIENT DIRECTOR  
T +312010.2.e  
NETHERLANDS HEADQUARTERS, PETER VAN ANROOYSTRAAT 7  
1076 DA, AMSTERDAM | [WWW.INITIATIVE.NL](http://WWW.INITIATIVE.NL)

---

**From:** 10.2.e <[redacted]@minez.nl>  
**Sent:** donderdag 11 oktober 2018 13:09  
**To:** 10.2.e <[redacted]@initiative.com>  
**Cc:** 10.2.e <[redacted]@initiative.com>; 10.2.e <[redacted]@initiative.com>  
**Subject:** [EXTERNAL] RE: Mediabriefing

Hoi 10.2.e,

In de briefing heb ik aangegeven dat ik graag uiterlijk 26 oktober een strategie op hoofdlijnen ontvang.

Groet,  
10.2.e

---

**Van:** 10.2.e <[redacted]@initiative.com>  
**Verzonden:** donderdag 11 oktober 2018 12:51  
**Aan:** 10.2.e <[redacted]@minez.nl>  
**cc:** 10.2.e <[redacted]@initiative.com>; 10.2.e <[redacted]@initiative.com>  
**Onderwerp:** RE: Mediabriefing

Hoi,

Moet even kijken wie het gaat oppakken. Het is vrij vol al met briefings. Ook voor campagnes die

op heel korte termijn moeten starten.

Los van **buiten reikwijdte**, wanneer heb je een verhaal op hoofdlijnen nodig? Dit ivm inplanning.

Groet,  
10.2.e



10.2.e | CLIENT DIRECTOR

T +3120 10.2.e

NETHERLANDS HEADQUARTERS, PETER VAN ANROOYSTRAT 7  
1076 DA, AMSTERDAM | [WWW.INITIATIVE.NL](http://WWW.INITIATIVE.NL)

---

**From:** 10.2.e <[10.2.e@minez.nl](mailto:10.2.e@minez.nl)>

**Sent:** donderdag 11 oktober 2018 11:35

**To:** 10.2.e <[10.2.e@initiative.com](mailto:10.2.e@initiative.com)>

**Cc:** 10.2.e <[10.2.e@initiative.com](mailto:10.2.e@initiative.com)>; 10.2.e <[10.2.e@initiative.com](mailto:10.2.e@initiative.com)>

**Subject:** [EXTERNAL] RE: Mediabriefing

Hoi 10.2.e, ik kom er net achter dat ik niet de onderwerpen heb meegestuurd waar we op dit moment aan denken voor de always-on laag.

Zie onderstaand een opsomming:

**buiten reikwijdte**

groene stroom, aansluiten bij energie coöperatie, **buiten reikwijdte**  
vleesconsumptie, groente en fruit van het seizoen, voedselverspilling, **buiten reikwijdte**

Zoals in de briefing gevraagd graag een advies over het aantal onderwerpen dat we moeten / kunnen opnemen in de always-on laag.

Groet,  
10.2.e

---

**Van:** 10.2.e

**Verzonden:** donderdag 11 oktober 2018 09:53

**Aan:** 10.2.e <[10.2.e@initiative.com](mailto:10.2.e@initiative.com)>

**cc:** 10.2.e <[10.2.e@initiative.com](mailto:10.2.e@initiative.com)>; 10.2.e <[10.2.e@initiative.com](mailto:10.2.e@initiative.com)>

**Onderwerp:** RE: Mediabriefing

Ho 10.2.e,

Bijgaand tref je de mediabriefing aan en de bijbehorende bijlagen. De presentatie van KesselsKramer is afgelopen tijd nog aangescherpt. KesselsKramer zet nu de voorstellen nog even logisch bij elkaar en stuurt die jullie na. Het concept is gisteren kwalitatief getest.

Zoals je in de briefing kunt lezen, ontvang ik graag in eerste instantie een strategievoorstel op hoofdlijnen.

Dit met name ook om de verwachtingen binnen de organisatie goed te kunnen managen.

Wat betreft de begroting voor het ontwikkelen van de strategie **buiten reikwijdte**

[redacted]

[redacted]

[redacted]

[redacted]

[redacted]

Groet,

10.2.e

[redacted]

10.2.e

.....  
**Directie Communicatie**

**Ministerie van Economische Zaken en Klimaat**

Bezuidenhoutseweg 73 | 2594 AC | Den Haag | A-Noord 2

Postbus 20401 | 2500 EK | Den Haag

.....  
T 06 10.2.e

10.2.e [@minez.nl](mailto:@minez.nl)

[www.rijksoverheid.nl/ezk](http://www.rijksoverheid.nl/ezk)

---

**Van:** 10.2.e [@initiative.com](mailto:@initiative.com)>

**Verzonden:** dinsdag 2 oktober 2018 10:39

**Aan:** 10.2.e [@minez.nl](mailto:@minez.nl)>

**cc:** 10.2.e [@initiative.com](mailto:@initiative.com)>; 10.2.e

[@initiative.com](mailto:@initiative.com)>

**Onderwerp:** RE: Mediabriefing

Hallo 10.2.e,

Wat de briefing betreft maakt het me niet zo uit of dit face-to-face besproken wordt, of telefonisch.

Het uiteindelijke voorstel stuur ik alleen liever niet per mail, maar via een presentatie.

Donderdag zit ik in elk geval erg vol met afspraken, daarnaast weet ik ook nog niet of ik deze campagne zelf ga doen.

Ligt er onder meer aan op welke termijn je een plan wilt ontvangen en hoe gedetailleerd dit al

moet zijn.

Anders stuur je hem en dan bellen we even over de next steps, ok?

Groet,

10.2.e



10.2.e | CLIENT DIRECTOR

T +312010.2.e

NETHERLANDS HEADQUARTERS, PETER VAN ANROOYSTRAAT 7

1076 DA, AMSTERDAM | [WWW.INITIATIVE.NL](http://WWW.INITIATIVE.NL)

---

**From:** 10.2.e [@minez.nl](mailto:10.2.e@minez.nl)

**Sent:** maandag 1 oktober 2018 15:09

**To:** 10.2.e [@initiative.com](mailto:10.2.e@initiative.com)>

**Subject:** [EXTERNAL] Mediabriefing

Beste 10.2.e,

Ik ben bezig met de mediabriefing. Die wil ik deze week afronden.

Wat vind jij handig? Zullen we de briefing face-to-face doen, of is het afdoende om de briefing per mail af te stemmen?

We kunnen het eventueel ook tijdens een call doen.

Ik heb de briefing uiterlijk woensdag einde dag gereed, dus donderdag zou voor ons dan een goed moment zijn.

Ik hoor graag van je.

Met vriendelijke groet,

10.2.e

10.2.e

.....  
**Directie Communicatie**

**Ministerie van Economische Zaken en Klimaat**

Bezuidenhoutseweg 73 | 2594 AC | Den Haag | A-Noord 2

Postbus 20401 | 2500 EK | Den Haag

.....  
T 06 10.2.e

10.2.e [@minez.nl](mailto:10.2.e@minez.nl)

[www.rijksoverheid.nl/ezk](http://www.rijksoverheid.nl/ezk)

.....  
Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd. Indien u niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is gezonden, wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het bericht te



verwijderen.

De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch verzenden van berichten.

This message may contain information that is not intended for you. If you are not the addressee or if this message was sent to you by mistake, you are requested to inform the sender and delete the message.

The State accepts no liability for damage of any kind resulting from the risks inherent in the electronic transmission of messages.

This message contains information which may be confidential and privileged. Unless you are the intended recipient (or authorized to receive this message for the intended recipient), you may not use, copy, disseminate or disclose to anyone the message or any information contained in the message. If you have received the message in error, please advise the sender by reply e-mail, and delete the message. Thank you very much.

Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd. Indien u niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is gezonden, wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het bericht te verwijderen.

De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch verzenden van berichten.

This message may contain information that is not intended for you. If you are not the addressee or if this message was sent to you by mistake, you are requested to inform the sender and delete the message.

The State accepts no liability for damage of any kind resulting from the risks inherent in the electronic transmission of messages.

Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd. Indien u niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is gezonden, wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het bericht te verwijderen.

De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch verzenden van berichten.

This message may contain information that is not intended for you. If you are not the addressee or if this message was sent to you by mistake, you are requested to inform the sender and delete the message.

The State accepts no liability for damage of any kind resulting from the risks inherent in the electronic transmission of messages.

Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd. Indien u niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is gezonden, wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het bericht te verwijderen.

De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch verzenden van berichten.

This message may contain information that is not intended for you. If you are not the addressee or if this message was sent to you by mistake, you are requested to inform the sender and delete the message.

The State accepts no liability for damage of any kind resulting from the

risks inherent in the electronic transmission of messages.

Van: 10.2.e  
 Aan: 10.2.e  
 Onderwerp: Eerste selectie van onderwerpen  
 Datum: maandag 1 oktober 2018 15:05:38

---

Hoi 10.2.e,

Zoals zojuist besproken tref je onderstaand een eerste selectie van mogelijke onderwerpen aan. Deze selectie moet intern nog worden goedgekeurd. Daar gaat wellicht nog wel wat tijd overheen, dus

#### Themacampagnes en netwerkaanpak

- **buiten reikwijdte** )
- Energie opwekken (denk aan: zonnepanelen, zonneboiler, groene stroom, aansluiten bij een energiecoöperatie)
- **buiten reikwijdte**
- )

#### Always-on

**buiten reikwijdte**, zonnepanelen, zonneboiler, groene stroom, aansluiten bij energie coöperatie, **buiten reikwijdte** vleesconsumptie, groente en fruit van het seizoen, voedselverspilling, **buiten reikwijdte**

In overleg met Initiative zullen we bepalen hoeveel onderwerpen we ondersteunen (mede afhankelijk van budget).

Groet,  
 10.2.e

10.2.e

.....  
**Directie Communicatie**

**Ministerie van Economische Zaken en Klimaat**

Bezuidenhoutseweg 73 | 2594 AC | Den Haag | A-Noord 2  
 Postbus 20401 | 2500 EK | Den Haag

.....  
 T 06 10.2.e

10.2.e @minez.nl

[www.rijksoverheid.nl/ezk](http://www.rijksoverheid.nl/ezk)  
 .....

**Van:** 10.2.e  
**Aan:** 10.2.e  
**Onderwerp:** Onderwerpenlijstje en Analyse klimaatmaatregelen burgers  
**Datum:** vrijdag 28 september 2018 09:21:18  
**Bijlagen:** [Analyse klimaatmaatregelen burgers.pdf](#)

---

Goedemorgen 10.2.e,

In de bijlage tref je een analyse aan naar de klimaatmaatregelen die aandacht krijgen in publieksonderzoek en in de media die op ons verzoek door een afdeling binnen EZK is gemaakt. Omdat er veel publieksonderzoek gedaan blijkt te zijn is dit stuk vooral hierop gebaseerd. Voor de analyse van de media is geput uit de analyses Klimaatakkoord die verschenen zijn sinds februari 2018. Dit geeft dus geen volledig beeld van alle maatregelen die aandacht krijgen in de media.

Wat valt op?

- Duurzame maatregelen in en om de woning staan met stip bovenaan als het gaat om aandacht in de media en publieksonderzoek. Vooral kleine maatregelen zijn populair zoals het lager zetten van de verwarming, zuinig omgaan met verlichting en isolerende maatregelen. Burgers zien op tegen de hoge kosten van meer ingrijpende maatregelen.
- Pelletkachels en zonneboilers worden nauwelijks genoemd in onderzoek.
- In de media wordt veel geschreven over warmtepompen. Daarbij wordt vooral gesproken over de nadelen. Andere maatregelen die in de media meer aandacht krijgen zijn het terugdringen van vliegreizen en de vleesconsumptie.
- Zowel in onderzoek als in de media wordt gesteld dat burgers te weinig kennis hebben om duurzame keuzes te kunnen maken.
- Er wordt gewaarschuwd voor verplichte maatregelen (geen draagvlak) en gepleit voor een 'stap-voor-stap'-aanpak. Huiseigenaren nemen meestal niet meerdere maatregelen tegelijk.
- De Vereniging Eigen Huis en Hier klimaatbureau zijn vrij actief op dit onderwerp, zowel qua onderzoek als in de media.

We zijn op dit moment druk bezig om een lijst met onderwerpen samen te stellen en die goed te laten keuren.

Onderwerpen die een plek kunnen krijgen in de always-on laag en voor de verschillende themacampagnes.

Deze analyse kan daar ook bij helpen.

Voor de themacampagnes voor komend jaar denken we nu aan onderwerpen als: buiten reikwijdte

[Redacted text block]

Het is dus prima dat de deelcampagne voor nu is uitgewerkt naar buiten reikwijdte

Voor de always on laag denken we uiteindelijk aan minimaal 10 en maximaal 20 onderwerpen (ook vanuit budget overwegingen). Bijgaand onderzoek helpt bij het bepalen en prioriteren van de onderwerpen.

Hopelijk helpt dit jullie ook weer bij de doorontwikkeling.

buiten reikwijdte

[Redacted text block]

buiten reikwijdte

Groet,  
10.2.e

10.2.e

.....  
**Directie Communicatie**

**Ministerie van Economische Zaken en Klimaat**

Bezuidenhoutseweg 73 | 2594 AC | Den Haag | A-Noord 2  
Postbus 20401 | 2500 EK | Den Haag

.....  
T 06 10.2.e

10.2.e [@minez.nl](mailto:10.2.e@minez.nl)

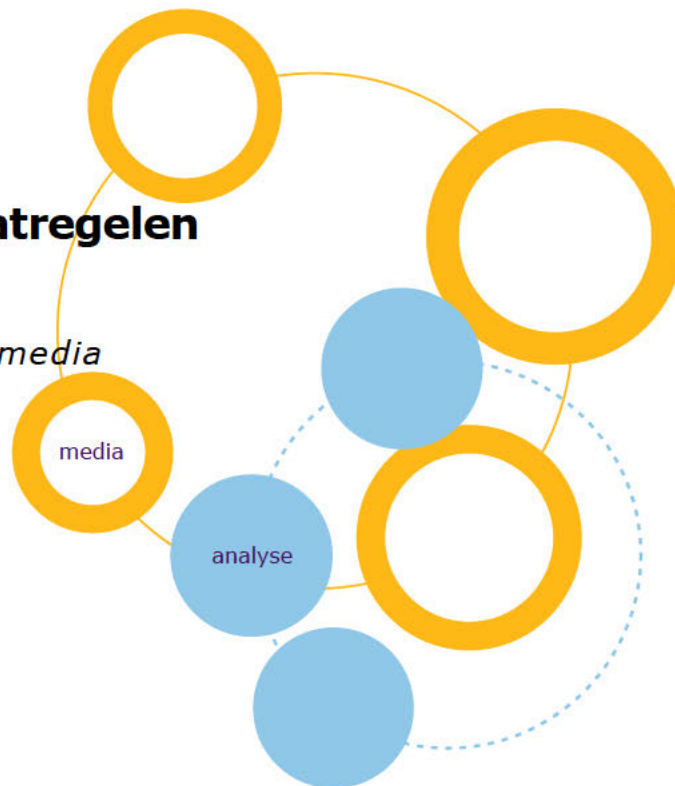
[www.rijksoverheid.nl/ezk](http://www.rijksoverheid.nl/ezk)

.....



## Klimaatmaatregelen burgers

*Onderzoek en media*



### Inleiding

De Directie Communicatie EZK wil graag een analyse van de concrete klimaatmaatregelen (gericht op burgers) die nu in publieksonderzoeken en in de media aandacht krijgen. Dit als voorbereiding op de koepelcampagne voor het Klimaatakkoord.

- Over welke maatregelen wordt vooral geschreven?
- Hoe wordt er over geschreven, is men positief/negatief, waar loopt men tegen aan?

Deze analyse is vooral gebaseerd op publieksonderzoeken die in de media aandacht kregen. Voor de analyse van de media is geput uit de analyses Klimaatakkoord die verschenen zijn sinds februari 2018.

### Wat valt op?

- Duurzame maatregelen in en om de woning staan met stip bovenaan als het gaat om aandacht in de media en publieksonderzoek. Vooral kleine maatregelen zijn populair zoals het lager zetten van de verwarming, zuinig omgaan met verlichting en isolerende maatregelen. Burgers zien op tegen de hoge kosten van meer ingrijpende maatregelen.
- Pelletkachels en zonneboilers worden nauwelijks genoemd in onderzoek.
- In de media wordt veel geschreven over warmtepompen. Daarbij wordt vooral gesproken over de nadelen. Andere maatregelen die in de media meer aandacht krijgen zijn het terugdringen van vliegvluchten en de vleesconsumptie.
- Zowel in onderzoek als in de media wordt gesteld dat burgers te weinig kennis hebben om duurzame keuzes te kunnen maken.

Unit Omgevingskennis  
*weet wat er leeft*

#### Contactpersoon

10 2.e

T 06210 2.e

10 2.g @rvo.nl

#### Datum

27 september 2018

#### Opdrachtgever

10 2.e

DC EZK

#### Product

Media-analyse

#### Onderzoekperiode

1 januari - 25 september  
2018

#### Auteurs

10 2.e

#### Vraagnummer

V1809 7320

- Er wordt gewaarschuwd voor verplichte maatregelen (geen draagvlak) en gepleit voor een 'stap-voor-stap'-aanpak. Huiseigenaren nemen meestal niet meerdere maatregelen tegelijk.
- De Vereniging Eigen Huis en Hier klimaatbureau zijn vrij actief op dit onderwerp, zowel qua onderzoek als in de media.

## Managementsamenvatting

Door het Klimaatakkoord en de plannen om de Nederlandse woningen aardgasvrij te maken is de aandacht in de media voor duurzame maatregelen flink toegenomen. Dat is ook te zien in het aantal publieksonderzoeken over energiebesparing en duurzame maatregelen. Vooral maatregelen in en om de woning krijgen aandacht.

### Maatregelen in woningen

De meeste publieksonderzoeken gaan over duurzame maatregelen in woningen. Een minderheid van de huizenbezitters heeft plannen om duurzame maatregelen te nemen. Verschillende onderzoeken geven wel wisselende cijfers. Zo is volgens een recent onderzoek van ING slechts 10% van de woningeigenaren van plan om op korte termijn actie te ondernemen. In twee onderzoeken van Kantar in januari en mei zijn resp. 40% van de huiseigenaren en 30% van de Nederlanders bereid om te investeren in energiebesparende maatregelen in de woning. Mensen verdiepen zich wel, maar ondernemen nog geen actie.

70% van de Nederlanders zegt in een onderzoek van MWM2 bezig te zijn met het verminderen van energieverbruik om CO<sub>2</sub>-uitstoot tegen te gaan. In gedrag vertaalt zich dat vooral naar kleinere maatregelen, zoals het uitzetten van lampen en het omlaag draaien van de verwarming.

Volgens de Vereniging Eigen Huis zegt twee derde van de Nederlanders de komende drie jaar nog niet te zullen kiezen voor een alternatief voor de cv-ketel zoals een (hybride) warmtepomp. Als de huidige ketel moet worden vervangen, kiest de helft voor een zuinigere ketel. Er is weinig begrip (20%) voor een verplicht duurzaam alternatief voor de cv-ketel.

### *Welke maatregelen wil men nemen/heeft men genomen?*

In verschillende publieksonderzoeken wordt gevraagd naar de maatregelen die Nederlanders / huiseigenaren kennen, willen nemen of hebben genomen.

De maatregelen die men *al neemt/heeft genomen*: uitzetten van lampen en het omlaag draaien van de verwarming, isolatie, dubbel glas, duurzame verlichting, energiezuinige apparaten, afnemen van groene stroom, op lagere temperatuur wassen, afval scheiden en plaatsen van zonnepanelen.

Als het gaat om de maatregelen die men *wil gaan* nemen is de bereidheid vooral groot voor het lager zetten van de verwarming, de aanschaf van een elektrisch fornuis en isolerende maatregelen. Men staat ook welwillend, maar in mindere mate, tegenover het plaatsen van zonnepanelen en zonneboilers en het afnemen van groen gas. Pelletkachels en warmtepompen worden weinig genoemd en worden ook duidelijk minder vaak overwogen. Korter douchen is niet populair.



Bewoners die aan het woord komen in de media noemen vooral isolerende maatregelen, energiezuinige verlichting en zonnepanelen. Consumenten- en brancheorganisaties pleiten er vooral voor om te starten met isoleren.

#### *Drijfveren en belemmeringen*

Als woningbezitters besluiten tot verduurzaming is dit vooral om de energierekening te verlagen. Het bijdragen aan een betere leefomgeving wordt als tweede reden genoemd. Mensen die zonnepanelen nemen doen dit vooral voor het milieu.

De kosten worden meestal genoemd als grootste belemmering voor het nemen van duurzame maatregelen. Volgens ING-onderzoek zijn ook mensen die over voldoende spaargeld beschikken lang niet altijd bereid dit in de verduurzaming van hun huis te steken.

Bij warmtepompen worden, naast de hoge kosten, nog een aantal andere belemmeringen genoemd: de gecompliceerde techniek, mogelijke lawaaioverlast, de noodzakelijke aanpassingen in huis en gebrek aan kennis.

In de media komt een vergelijkbaar beeld naar voren. Er is veel aandacht voor de hoge kosten van duurzame maatregelen en de nadelen van warmtepompen.

#### *Kennis over maatregelen*

In verschillende onderzoeken geven mensen aan over te weinig kennis te beschikken om duurzame keuzes te kunnen maken. Volgens een onderzoek van MWM2 vindt slechts een kwart van de Nederlanders van zichzelf dat ze veel kennis hebben over wat de energietransitie van hen vraagt. Men heeft vooral behoefte aan ondersteuning in de vorm van een persoonlijk inzicht in de mogelijke ingrepen, de kosten en de terugverdientijd. Ook als het gaat om gasloos wonen geeft 39% aan behoefte te hebben aan onafhankelijk advies. Volgens een onderzoek van I&O Research brengt kennis over milieu-impact van producten en over het effect van duurzame maatregelen mensen vaak wel in beweging.

In de media wordt ook gesproken over een gebrek aan kennis bij installateurs.

buiten reikwijdte

vleesconsumptie buiten reikwijdte

Enkele resultaten:

- De helft van de Nederlandse consumenten is zich bewust van de impact die alledaagse producten hebben op het klimaat. Toch is de klimaatimpact van producten bij slechts een heel klein deel van de Nederlanders een doorslaggevende factor bij hun aankopen in de supermarkt. Consumenten vinden dat producenten en overheid eerst in actie moeten komen. Veel mensen vinden het lastig om duurzame keuzes te maken, een keurmerk zou helpen (Motivaction).

- buiten reikwijdte
- 41% van de Nederlanders is bereid minder vaak met vliegtuig op vakantie te gaan (Motivaction), 76% is voorstander van een nieuwe vliegtax (I&O Research).
- Een op de tien personen geeft aan zijn eigen tuin te gaan onttegelen of vrienden aan te spreken op de tegels in hun tuin (I&O Research).
- Men staat welwillend tegenover vaker de fiets nemen en vaker het OV nemen.

In de media is er vooral aandacht voor het vlieggedrag van burgers. Na een advies van de Raad voor leefomgeving en infrastructuur krijgt ook de vlees- en zuivelconsumptie van de Nederlandse consument aandacht.

buiten reikwijdte

### Andere duurzame maatregelen

Er is toenemende aandacht in de media voor buiten reikwijdte

NRC noemt het koop- en reisgedrag van de consument een 'doorgeschoven kwestie'. Volgens journalist en energie-onderzoeker 10.2.e durft bijna niemand de eigen achterban (de burger) aan te spreken op zijn vlieggedrag, energieverbruik of vleesconsumptie.

Na een advies van de Raad voor leefomgeving en infrastructuur (Rli) in april 2018 krijgt de vleesconsumptie van de Nederlandse consument aandacht in de media. De Rli stelt dat consumenten minder vlees en zuivel moeten eten. In verschillende reacties wordt gezegd dat het veranderen van eetgedrag heel lastig is. Niettemin is er een voorzichtige verschuiving zichtbaar. De vleesconsumptie blijft afnemen. Volgens Trouw is een vleestaks het experiment waard. "Voorlichting alleen over een duurzamer eetpatroon heeft namelijk haar beperkingen, zeker als die wordt tegengewerkt door emotiegestuurde ervaringen van welvaart en de intensieve reclamecampagnes van de supermarkten. Bredere kennis bij klanten over de Schijf van Vijf en over de positieve effecten van meer plantaardig voedsel kan daar nauwelijks tegenop." Het Voedingscentrum erkent dat een plantaardiger eetpatroon nodig is, maar is niet van plan de Schijf van Vijf uit 2016 aan te passen. Volgens het Voedingscentrum is het een te grote stap om nu al een aandeel van 60% plantaardig als uitgangspunt nemen.

Vliegen, autoverkeer en vlees eten worden vaak samen genoemd als zaken die aangepakt moeten worden. Anderen waarschuwen juist dat dit dan luxeproducten worden voor de 'happy few'.

# buiten reikwijdte

**Van:** 10.2.e )  
**Aan:** 10.2.e  
**Onderwerp:** Intro en sheets EZK voor CASI  
**Datum:** maandag 9 juli 2018 14:18:10  
**Bijlagen:** [sheets beleidsanalyse ingevuld EZK.ppt](#)  
[Introductie CASI sessie.ppt](#)

---

Hoi 10.2.e,

Zie bijgaand de eerste sheets vanuit EZK voor de sessie van morgen.  
Ook vind je bijgaand mijn inleidende sheets.

Ik heb nog even nagedacht over groepsindeling etc.

Ik heb KesselsKramer (10.2.e en 10.2.e) toegevoegd aan de werkgroepen van I&W en BZK, omdat ik verwacht dat daar de meest concrete onderwerpen uit zullen komen.

10.2.e (projectleider netwerkaanpak) doet ook mee met de sessie en heb ik bij LNV toegevoegd, omdat LNV op dit moment met name b-to-b onderwerpen heeft en 10.2.e wellicht hier mee kan sturen op aanpak voor burgers. Mezelf heb ik bij EZK gezet, buiten reikwijdte buiten reikwijdte.

Tot slot nog even een opmerking over de onderwerpen: zoals donderdag besproken heeft EZK op dit moment dus eigenlijk geen concrete onderwerpen (zonnepanelen zijn al bekend, energie coöperaties komen te vroeg en ook over buiten reikwijdte (waar nu CASI op gemaakt wordt) zijn nog wel vraagtekens. Bij LNV aeldt eiaenlijk hetzelfde. buiten reikwiidte

11.1

# 11.1

Mocht jij nog aanvullingen hebben, laat het weten. Is het handig als ik sheet 1 t/m 5 presenteert en jij 6 t/m 8? Of wil je dat ik ze allemaal doe?  
Hoor graag!

Groet,  
10.2.e

10.2.e  
10.2.e

.....  
**Directie Communicatie**

**Ministerie van Economische Zaken en Klimaat**

Bezuidenhoutseweg 73 | 2594 AC | Den Haag | A-Noord 2

Postbus 20401 | 2500 EK | Den Haag

.....  
T 06 10.2.e

@minez.nl

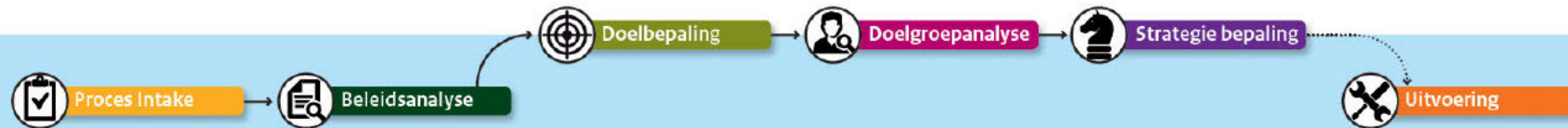
[www.rijksoverheid.nl/ezk](http://www.rijksoverheid.nl/ezk)

.....



# Beleidsanalyse

Brede betrokkenheid  
Intern Rijksoverheid



In deze sessie analyseren we het beleid, de rol van communicatie en de betrokken stakeholders.

- Wat is het beleidsdoel?
- Wat is de context: beleidsinstrumenten en rol van communicatie
- Wat weten we uit onderzoek?
- Wie zijn stakeholders?
- Wat is de concrete beleidsdoelstelling voor communicatie?



## Beleidsanalyse - uit onderzoek blijkt

Eerder opgesteld door DC EZK: 10.2.e

Persona 10.2.e

- segment: gematigden
- huurder in de sociale sector
- vrouw, 37 jaar, drie kleine kinderen een jaar geleden gescheiden
- laaggeschoold, heeft een baan van 20 uur bij de Hema
- fietst naar haar werk in het centrum en rijdt een oud Peugeotje om haar zieke moeder te bezoeken;
- volgt het nieuws via de website van Omroep Brabant; leest verder het huis-aan-huisblad, praat met andere moeders op de school van haar kinderen en met burens en kijkt 's avonds – uitgeput – naar SBS6.

Goedemorgen, Mijn naam is 10.2.e, ik ben twee jaar geleden gescheiden en woon met mijn twee kleine kinderen in een flatgebouw uit de jaren '60 in Tilburg.

# buiten reikwijdte





# buiten reikwijdte

Ik hoop dat hij gelijk heeft, maar ik houd mijn hart vast, want ze beloven zo veel.

Als het zo duur wordt: laten ze dan maar eerst ergens anders beginnen.

Dat vind ik eigenlijk het belangrijkste: dat ik zekerheid heb voor de toekomst.

En dat hoor ik de andere mensen hier in de flat ook zeggen.

Ze willen best meedoen, maar geef ons dan een garantie dat het ook echt niet méér gaat kosten.

Dat vind ik trouwens ook met eten.

Bij Hart van Nederland zeiden ze dat we in de toekomst anders moeten gaan eten, met minder vlees en zo.

Nou, ik vind het allemaal best en het zal ook wel goed zijn voor de kinderen, maar ik zeg ook daarbij: het is zelfs bij de Aldi al duur genoeg.

Enfin, u hoort het: ik ben niet van kwade wil, maar ik kijk toch eerst naar wat het voor mijn gezinnetje betekent, want daar heb ik mijn handen vol aan.

Dank u wel.

**Van:** 10.2.e  
**Aan:** 10.2.e  
**Cc:** 10.2.e @dds.nl  
**Onderwerp:** RE: Webcare IDW - dierlijke eiwitten  
**Datum:** woensdag 23 oktober 2019 15:48:05

---

Ho 10.2.e,

Dank voor je antwoord. Helder zo. We houden het bij het afgestemde antwoord.  
We horen het graag als we er wel meer over kunnen communiceren.

Groet,

10.2.e

---

**Van:** 10.2.e @minezk.nl>  
**Verzonden:** woensdag 23 oktober 2019 15:26  
**Aan:** 10.2.e @milieucentraal.nl>  
**cc:** 10.2.e @minezk.nl>; 10.2.e @dds.nl  
**Onderwerp:** Re: Webcare IDW - dierlijke eiwitten

Ho 10.2.e ,

Kleine nuancering: we zijn aan het voorbereiden om dit onderwerp toe te voegen. Aangezien het een politiek erg gevoelig onderwerp is zal het echter nog langs de nodige gremia moeten voordat definitieve goedkeuring wordt verleend. Tot die tijd kunnen we er dus niets anders over communiceren dan het eerder geformuleerde antwoord. Zie hiervoor ook de meest recente Q&A die ik vorige week heb rondgestuurd en waar jij hieronder aan refereert.

Groet,

10.2.e

Verstuurd vanaf mijn iPhone

Op 23 okt. 2019 om 14:36 heeft 10.2.e @milieucentraal.nl> het volgende geschreven:

Hoi 10.2.e,

Ik hoorde van 10.2.e dat de handeling van IDW uitgebreid gaat worden met een artikel over plantaardig eten. Een heel goed idee wat mij betreft. Ik vroeg me af wat we hierover al kunnen communiceren via de webcare.

Vandaag of morgen wordt de tweede post vanuit de campagne geplaatst op Instagram en Facebook. De post is algemeen ingestoken, net als het allereerste bericht. Het zou kunnen dat er opnieuw veel reacties gaan komen over dat minder vlees eten niet opgenomen is in de campagne, met de vraag waarom. Dat was het geval bij de eerste post. Nu geven we in ons antwoord aan dat het thema 'een optie is voor de toekomst'. Mijn vraag: kunnen we daarin al iets verder gaan en al aangeven dat dit onderwerp binnenkort toegevoegd gaat worden aan de handelingen? Dat zou enorm schelen denken wij in het sentiment.

Voorwaarde is wel dat het uiteindelijke artikel ook daadwerkelijk iets zegt over minder dierlijke eiwitten. Anders zullen mensen achteraf alsnog ontevreden zijn (al zal je ook niet iedereen tevreden kunnen stellen). Is er al iets bekend over de inhoud van het thema? En wat het advies gaat zijn?

We denken graag mee met de FAQ op dit onderwerp. We hebben daar vanuit MC ervaring mee.

Met vriendelijke groet,

10.2.e

10.2.e

(10.2.e

**Milieu Centraal**

[www.milieucentraal.nl](http://www.milieucentraal.nl)

[<image001.jpg>](#) [<image002.jpg>](#) [<image003.jpg>](#) [<image004.jpg>](#)  
[<image005.jpg>](#)

Op de hoogte blijven? Abonneer je op onze [nieuwsbrief](#)!  
Hoe gaan we om met je gegevens? Lees de [privacyverklaring](#).

[<image006.jpg>](#)

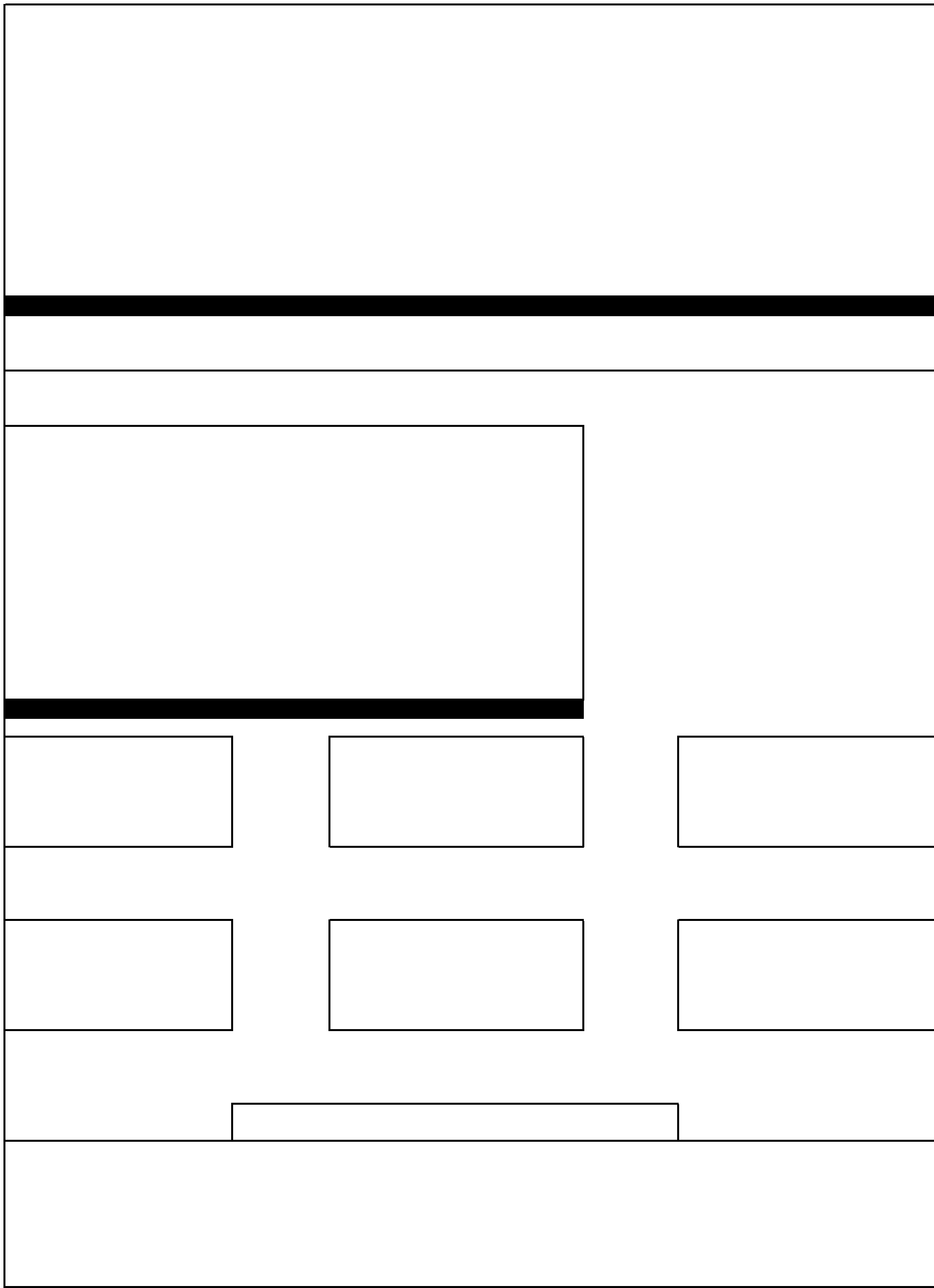
[<image007.jpg>](#)

Dit bericht kan informatie bevatten die niet voor u is bestemd. Indien u niet de geadresseerde bent of dit bericht abusievelijk aan u is gezonden, wordt u verzocht dat aan de afzender te melden en het bericht te verwijderen.

De Staat aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die verband houdt met risico's verbonden aan het elektronisch verzenden van berichten.

This message may contain information that is not intended for you. If you are not the addressee or if this message was sent to you by mistake, you are requested to inform the sender and delete the message.

The State accepts no liability for damage of any kind resulting from the risks inherent in the electronic transmission of messages.



\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Beeld:

(let op: er kan vanuit headerbeeld niet doorgelinkt worden naar een pagina. Het is alleen decoratief.)

Nederland pakt door

Energie**buiten reikwijdte** opwekken  
Blablabla

Voedselconsumptie  
Blablabla

buiten reikwijdte  
Blablabla

**buiten reikwijdte**  
Blablabla

Wat kan ik doen?  
Krijg advies op maat!

Wat doen anderen?  
Ervaringsverhalen

Over Nederland pakt door  
Waarom en wie doen ermee?

Wat wil jij bijdragen?

Wil jij duurzamer leven en bedragen aan een beter milieu?  
Vul je situatie in en check wat je kunt doen!

Fancy infographic iets, iets wat triggert!

Citaat: eigen energie opwekken  
"ik wist niet dat ... zoveel zou opleveren"

Jan pakt door! Bekijk hoe hij dat doet.  
(Doorverwijzen: ervaringsverhaal)

Gratis tips

Bekijk wat je gratis kunt bijdragen  
(Doorverwijzen:

Green deals

Bekijk alle green deals!  
(Doorverwijzen: overzichtspagina greendeals)

Citaat: **buiten reikwijdte**

Nienke pakt door! Bekijk hoe ze dat doet.  
(Doorverwijzen: ervaringsverhaal)

Campagneregel

Citaat: minder vlees eten  
"Ik ben veel creatiever geworden met koken nu ik minder vlees eet"

**buiten reikwijdte**  
(Doorverwijzen: onderwerp **buiten reikwijdte**)

Ga je je huis verbouwen? Bekijk de duurzame tips.  
(Doorverwijzen:

Footer

Bij deze optie is geen categorie/onderwerp overzichtspagina nodig

Beeld:

(let op: er kan vanuit headerbeeld niet doorgelinkt worden naar een pagina. Het is alleen decoratief.)

Nederland pakt door

<b>Wat kan ik doen?</b> <i>Bekijk alle acties die je kunt doen</i>	<b>Wat doen anderen?</b> <i>Ervaringsverhalen</i>	<b>Over Nederland pakt door</b> <i>Waarom en wie doen ermee?</i>
---	--	---

Wat wil jij bijdragen?

buiten reikwijdte

Energie opweken

Minder vlees eten

buiten reikwijdte

Zonnepanelen

Samen met anderen elektriciteit opwekken

buiten reikwijdte

Bekijk wat je nu kunt doen!

Campagneregel

Footer



Beeld:

(let op: er kan vanuit headerbeeld niet doorgelinkt worden naar een pagina. Het is alleen decoratief.)

Nederland pakt door > Wat kan ik doen?

Wat komt hier te staan als het een onderwerppagina of organisatie is?

Intrtekst nodig?

Kan een onderwerppagina met beeld net als fotonavigatie?

buiten reikwijdte

Energie opwekken

Minder vlees eten en voedselverspilling

buiten reikwijdte

Campagneregel

Footer