

ONS WATER MAAKT WATER PERSOONLIJK

HET LIJKT HEEL GEWOON DAT ER ALTIJD SCHOON DRINKWATER
UIT DE KRAAN KOMT. DAT WE ALLEMAAL VEILIG ZIJN ACHTER
ONZE DIJKEN EN DUINEN. WE HEBBEN HET OOK GOED GEREGLD.
MAAR HET IS NOOIT AF EN HET IS NIET VANZELFSPREKEND.
NEDERLANDERS DAARVAN BEWUST MAKEN, DAT IS HET DOEL
VAN ONS WATER. VANWEGE DE KLIMAATVERANDERING ZULLEN
WE DE KOMENDE JAREN MEER MOETEN DOEN OM NEDERLAND
TE BESCHERMEN TEGEN, MAAR OOK OM TE KUNNEN BLIJVEN
GENIETEN VAN WATER. DEZE GALJAARDINZENDING LAAT ZIEN HOE
DE OVERHEID EEN ANDERE HOUDING VAN MENSEN VRAAGT.

In de communicatieaanpak 'Ons Water' wordt water persoonlijk gemaakt. Als je op de portal onswater.nl komt en je postcode invult, past de content zich aan. Je vindt informatie, verhalen en tips en kunt bijvoorbeeld voor je eigen situatie uitrekenen hoe hoog het water bij jou in de buurt kan komen bij een grote overstroming. Waar kun je in de buurt veilig buiten zwemmen? Wat mag je wel en niet door het riool spoelen? Persoonlijke waterverhalen maken duidelijk hoe water jou raakt.

- Wat gebeurt er allemaal aan watermanagement, in Nederland en bij jou in de buurt? (Zichtbaarheid)

- Wat is er nodig voor de toekomst? Moeten er bij jou in de buurt ook maatregelen getroffen worden? (Prikkel)
- Wat kun jij zelf doen? (Handelingsperspectief)

Door samenwerking meer impact

Water is in Nederland een *low-interest*-onderwerp. Mensen gaan erover nadenken als ze het op zichzelf kunnen betrekken. Ze staan er meestal pas voor open op momenten of plekken waar ze met water in aanraking komen (*touchpoints*). Dan, zo blijkt uit publieksonderzoek waarop de aanpak van Ons Water is gebaseerd, willen mensen meer weten.





Doordat met samenwerking meer impact te realiseren is, werken aan Ons Water de rijksoverheid (ministerie van Infrastructuur en Milieu en Rijkswaterstaat), waterschappen, provincies, gemeenten en waterbedrijven en hun koepelorganisaties, respectievelijk Unie van Waterschappen, IPO, VNG en Vewin, mee. Ons Water verbindt hun gemeenschappelijke doel: mensen meer waterbewust maken. We willen draagvlak behouden voor de grote investeringen en maatregelen waarmee we ons hoofd

boven water houden. Daarvoor is nodig jong en oud ervan te doordringen dat ook zij iets kunnen en moeten doen of soms de uitvoering van maatregelen moeten accepteren in hun *backyard*.

Aanpak past bij de netwerksamenleving

Elke organisatie kan de verbinding maken door Ons Water toe te passen in de eigen communicatiestrategie en zo te profiteren van de samenwerking en het gezamenlijke platform. De top-downbenadering met een nationale, massamediale campagne vanuit de rijksoverheid ligt ver achter ons. De aanpak nu is anders, *bottom-up*. Hij sluit aan op de situatie die per regio of per locatie kan verschillen en is gemakkelijk te integreren door de organisaties die het dichtst bij het publiek staan.



Heel bewust is het communicatieconcept ontwikkeld aan de hand een pilot in Overijssel en zijn in alle provincies regioteams van watercollega's gevormd. Vertegenwoordigers van de partners vormen samen op landelijk niveau een kernteam. De landelijke lancering van Ons Water in 2014 is ingebed in een tour door het hele land, met regionale *kick-offs*. Ons Water is daarmee een aanpak die past bij de netwerksamenleving van nu.

Ons Water is straks overall

Een aanpak à la Ons Water vereist een meerjarige opbouw. Er is nu een basis met een onlineportal, een contentstrategie en ondersteunend instrumentarium voor de partners, die allemaal betrokken zijn. Vanaf 2016 verschuift het accent naar het vergroten van de publieke bekendheid en bereik

van Ons Water. Twee keer per jaar wordt een Week van Ons Water georganiseerd. In het voorjaar ligt het accent op schoon water en water in en om het huis, in het najaar op de bescherming tegen het water. Tijdens deze seizoengeoriënteerde publiekscommunicatie kunnen mensen waterprojecten en watermusea bezoeken, excursies doen en waterwerken bezichtigen. In die weken wordt Ons Water crossmediaal en met inzet van massamediale middelen gepromoot en zo zichtbaar op allerlei plekken en momenten.

Partnerorganisaties kunnen aansluiten en gebruikmaken van alle uitingen; samen maken we Ons Water bekender: bijvoorbeeld in sociale media, in speeches, op bouwborde, in advertising, met banners op websites.



Over de auteurs

Chris Sol (kernteam Ons Water) werkt als strategisch communicatieadviseur bij het ministerie van Infrastructuur en Milieu. Judith de Jong (kernteam Ons Water) werkt als senior communicatieadviseur/woordvoerder bij de Unie van Waterschappen.

Meer info
onswater.nl
#onswater
info@onswater.nl