Project: Lood in de bodem
Communicatieplan
5.1, 2, e
26-04-2022

Achtergrond

Aanleiding
Uit onderzoek van het RIVM in 2015 blijkt dat lood in de bodem een groter risico vormt dan we vroeger dachten. Dit risico geldt met name voor kinderen die met hun handen in de grond spelen. De inname van grond met lood kan negatieve effecten hebben op het leervermogen van kinderen tot 6 jaar.

Vroeger wisten mensen niet dat lood gevaarlijk was. Afval met lood kwam in de grond terecht. Lood zit al eeuwenlang in de Amsterdamse grond en gaat niet vanzelf weg. De hoeveelheid lood die nu nog in het milieu terechtkomt, is gelukkig minder dan vroeger. Zo zit er geen lood meer in benzine en verf en zijn op veel plekken loden waterleidingen vervangen.

Het meeste lood in de Amsterdamse bodem is te vinden binnen de ring A10 (vooroorlogse wijken) en in (voormalige) industriegebieden. We hebben de vervuiling voor een deel in kaart gebracht. Maar van veel adressen weten we niet of er (te veel) lood in de grond zit.

Loodkaart
Op de loodkaart van de omgevingsdienst (https://gisviewer.odnzkg.nl/?@Lood) staan gegevens met loodgehalten uit onderzoek vanaf 1995 tot heden.

Verantwoordelijkheden
Het is de verantwoordelijkheid van de gemeente om bewoners goed en eerlijk te informeren over het mogelijke risico. Het schoonmaken van de grond ('saneren') is een verantwoordelijkheid van de bewoners zelf. Hiervoor biedt de gemeente een subsidieregeling aan, wat de kosten vermindert.

RIVM
RIVM heeft gebruiksadviezen geschreven in 2016 om het risico voor jonge kinderen te verminderen. Informatie over de risico's en handelingsperspectieven staat op hun site. Zij staan ook bovenaan in Google wanneer je zoekt op 'lood in de bodem'.
De GGD ondersteunt het projectteam in de communicatie naar huisartsen en de Jeugdgezondheidszorg.

Projectpagina
https://www.amsterdam.nl/loodingrond

De gemeente heeft voorbereidingen getroffen;
- De normen zijn bijgesteld naar een veilig niveau. Er is nu eerder sprake van te veel lood in de bodem dan eerst.
- Je kunt via de Gemeente een 'lood in de bodem- checks' uit laten voeren
- Er is een subsidieregeling om lood uit de bodem van tuinen te verwijderen.
- Alle speelplaatsen in Amsterdam zijn onderzocht en schoongemaakt
- We testen onze communicatieboodschappen zoals in de Staatsliedenbuurt

Projectfasering
Het project wordt gefaseerd per wijk uitgevoerd in ongeveer vier jaar tijd.

Deze projectaanpak verloopt in drie stappen;

Stap 1 300 adressen in een wijk ontvangen een oproep per week

- We bepalen vooraf de omvang per communicatieronde voor een aantal adressen.
- Bewoners worden geïnformeerd met een huis aan huis flyer en/of brief.

Stap 2 Bewoners kunnen een 'Lood in de Bodem-check' inplannen

- Gratis afspraak inplannen via loodindebodem.nl
- Mensen moeten thuis zijn bij het bezoek van 'de loodconsulent'
- Bezoek duurt 30 minuten, ongeveer 3 metingen per tuin (o.b.v. grote en inrichting van de tuin) 'looduitslag' indicatie ter plekke
- Uitgebreid rapport is binnen een week beschikbaar

Stap 3 Bewoners ontvangen een advies n.a.v. looduitslag

- Bij te veel lood 3 adviezen: bedekken, verhogen of afgraven
- Alleen afgraven zorgt ervoor dat de tuin te boek komt te staan als officieel een schone tuin.
- Voor afgraven en vervangen van de bovenste grondlaag is een subsidieregeling beschikbaar

Strategie

Doelstellingen

- Maatschappelijke / organisatie / gezondheidsdoelstelling:
    - Beperken van inname van lood uit de bodem bij kinderen tot en met 6 jaar

- Projectdoelstellingen
    - We willen zoveel mogelijk tuinen loodvrij (onder de 100) maken of verklaren
    - Volledig benutten van de subsidieregeling van 1 miljoen euro per jaar

- Communicatiedoelstellingen
    - We willen dat **10 procent** van de doelgroep binnen een maand een 'lood in de bodem'-check laat uitvoeren.
    - We willen dat **20 procent** van de Amsterdammers die we aanschrijven bekend is met de maatregelen die je kunt nemen tegen lood in de bodem.
        - We zouden jaarlijks kunnen onderzoeken hoeveel mensen weten dat er mogelijk lood in de bodem zit, dat je dit gratis kunt onderzoeken en dat de gemeente eventuele saneringen subsidieert.

Doelgroep

We richten ons op alle Amsterdammers met een tuin, omdat daar nu of in de toekomst kinderen kunnen spelen.

Aandachtpunten

Beperkte capaciteit bureau Tauw (bureau wat lood in de bodem-checks uitvoert)
Aandachtspunt: Bureau Tauw geeft aan dat zij maximaal XXX aantal tuinen per maand kunnen bezoeken. Er is een risico dat teveel mensen tegelijk een check aanvragen, waardoor mensen te lang moeten wachten.
Advies: We sturen batches van max 300 flyers per ronde en per wijk. We monitoren hoeveel mensen daar gemiddeld op reageren. Wij adviseren om de campagne daarom ook zo lokaal mogelijk in te steken en niet stadsbreed.

Lage respons op brieven + flyer in de Staatsliedenbuurt
Aandachtspunt: 20 Amsterdammers zijn ingegaan op het aanbod om gebruik te maken van de 'lood in de bodem'-check in Staatsliedenbuurt. Er zijn in totaal 410 brieven verstuurd, waardoor er gemiddeld 5 procent ingaat op het aanbod. Uit onderzoek blijkt dat dat bewoners die niet meededen de schriftelijke uitnodiging niet hadden gezien, graag de informatie in een andere taal hadden gekregen of vonden de informatie irrelevant omdat ze geen kinderen in de tuin hebben.
Advies: Normaliter communiceert de gemeente standaard in het Nederlands. Bij onderwerpen die over gezondheid gaan mogen we ook in andere talen brieven uitsturen. Bij dit project kiezen we voor Engels als tweede taal, afhankelijk van de buurt.

Vorige campagne gericht op gebruiksadviezen en niet op inplannen risicocheck
Aandachtspunt: De vorige boodschap op flyer ging grotendeels over de gebruiksadviezen. Bewoners kunnen de indruk krijgen dat er inderdaad geen gevaar is voor hun kind als ze hierop (blijven) letten. Het is goed als bewoners dit doen, maar het helpt ons niet om inzicht te krijgen in waar lood voorkomt.
Advies: We geven de lood in de bodem-checks een prominentere plek in de boodschap.

Amsterdammers zonder kinderen voelen minder of geen urgentie
Aandachtspunt: In de communicatie gebruiken we het frame van risico voor kinderen tot 6 jaar. Dit betekent dat met name ouders met jongere kinderen zich eerder aangesproken voelen.
Advies: om de urgentie te verhogen, stellen we voor om in te zetten op het **principe van schaarste**. Schaarste is één van de zeven overtuigingsprincipes van Cialdini. Schaarste betekent dat iets slechts in beperkte mate beschikbaar is, bijvoorbeeld in de vorm van een gebrek aan tijd. Je zou bijvoorbeeld kunnen zeggen dat we per buurt in een specifieke maand gratis 'lood in de bodem'-checks aanbieden.

Niemand weet wat een risicocheck is
Aandachtspunt: de term 'risicocheck' is abstract en zegt niet direct wat het is.
Advies: We adviseren om direct te benoemen wat de check inhoudt. Dus in plaatst van risicocheck, een 'lood in de bodem-check'.

De bestaande foto's zijn niet realistisch
Aandachtspunt: De bestaande foto's zijn in een schone zandbak genomen. De 'lood in de bodem-check' is genomen in een perkje aan een weg. Beide schetsen niet het beeld van hoe het risico zich voordoet, of hoe het bij mensen thuis wordt gemeten.
Advies: We nemen nieuwe foto's van een loodadviseur en kinderen in een Amsterdamse tuin waar een kind daadwerkelijk in contact zou kunnen komen met lood.

Communicatiestrategie

Kernverhaal:

Lood in de grond, niet in de mond

Lood kan negatieve gevolgen hebben op het leervermogen van kinderen tot en met 6 jaar. Jonge kinderen steken vaak hun handen in de mond. Ook na het buitenspelen in de tuin. Omdat er op sommige plekken in Amsterdam te veel lood in de bodem voorkomt, kan dit een risico zijn.

Vroeger wisten mensen niet dat lood gevaarlijk was. Afval met lood kwam in de grond terecht. Lood zit al eeuwenlang in de Amsterdamse grond en gaat niet vanzelf weg.

Heb jij een achtertuin waar vaak kinderen in spelen? Of wil jij weten of er lood in de bodem zit? Vraag dan de **gratis 'lood in de bodem'-check** aan bij de gemeente Amsterdam. Dan komt onze loodadviseur bij je langs om te onderzoeken of er lood in je tuin zit.

Het is vervelend als er lood in je tuin zit, maar er valt wat aan doen.

→ Volg de gebruiksadviezen:

- Was de handen na het buiten spelen
- Doe schoenen uit na het buiten spelen of veeg de voeten
- Plaats een zandbak met schoon zand
- Stofzuig regelmatig je woning
- Kweek groente in bakken met schone grond
- Was groenten uit je tuin voordat je deze eet

→ Je kan de tuin ophogen met schone grond; de tuin bedekken met houtsnippers; of de vuile grond vervangen door schone grond.

- Alleen de derde optie zorgt ervoor dat de tuin te boek komt te staan als officieel een schone tuin.
- Dit hoeft niet allemaal direct, maar kan ook later als je de tuin bijvoorbeeld anders gaat inrichten.
- Er is een subsidie beschikbaar om de lood in de bodem te verwijderen.

Kijk voor meer informatie op www.amsterdam.nl/wonen-leefomgeving/bodem/lood-grond/

Voor vragen kunt u mailen naar: lood@amsterdam.nl

Communicatieaanpak

- Pilot verbeteren → focus blijft op ouders van kleine kinderen
- Eventueel aanvullen met → Gerichte en lokale campagnes

Basis verbeteren, focus op ouders van kleine kinderen

Strategie

In deze aanpak verbeteren we de aanpak van de pilot, en ligt de focus nog steeds op ouders met een tuin en jonge kinderen. Het verschil met de pilot is dat we gaan sturen op een beperkt aanbod. We laten per wijk weten dat we deze maand langs kunnen komen voor een gratis check. De volgende maand is de volgende buurt aan de beurt. Door te sturen op schaarste wordt de kans op belangstelling hoger.

We spreken per buurt met de gebiedsmakelaars en de stadsdeel communicatieadviseurs. We passen de middelen aan op de mensen die daar wonen. Is het een internationale buurt? Dan maken we de flyer ook in het engels, of in een andere taal. Is er veel laaggeletterdheid? Dan werken we met beelden. Heeft de buurt behoefte aan persoonlijk contact, of wonen er heel veel kleine kinderen? Dan organiseren we een bewonersbijeenkomst en sturen we een aanvullende brief.

Boodschap

- Heb jij een achtertuin waar vaak kinderen in spelen?
- Of wil jij weten of er lood in de bodem zit? Vraag dan de **gratis 'lood in de bodem'-check** aan bij de gemeente Amsterdam.
- U heeft nu de kans om de 'lood in de bodem'-check gratis te laten uitvoeren. Over een maand is de volgende buurt aan de beurt.

Voordelen	**Nadelen**
• **Focus blijft tuineigenaren met (bezoek van) jonge kinderen,** de voornaamste risicogroep. • Het principe van schaarste **verhoogt de kans op aanmeldingen** • We **leren van iedere buurt**. Na iedere communicatieronde beoordelen wij de impact • De aanpak is **wendbaar,** want we leren gaandeweg en elke buurt is anders	• We spreken een **beperkt deel van de Amsterdamse tuineigenaren** aan. We willen ook bij bewoners in de tuin kijken waar (nog) geen kinderen spelen. • Voor **elke wijk eventueel een nieuwe flyer** nodig om op het schaarste-principe te sturen

Communicatiemiddelen

- Nieuwe foto's
- Projectpagina updaten en aanvullen
- Flyers (Engels + Nederlands) en eventueel brieven
- Buurtnetwerken via gebiedsmakelaars ('whatsapp proof'-middelen)
- Via de woningcorporatie (n.t.b. na eerste resultaten)
- Rechtstreekse communicatie GGD naar huisartsen & JGZ (eventueel ook posters)
- Stadsdeel communicatie (krant, nieuwsbrieven, social media kanalen)
- Rapport van de loodconsulent (zin opnemen over dat lood immobiel is. Als het niet in jouw tuin zit betekend dat niet dat de buren hetzelfde resultaat krijgen.)
- Extra idee: Media (bestuurder loopt mee bij een check. Samenwerken met woordvoering)

Aanvulling: Gerichte en lokale campagnes

Wanneer je een extra boost wilt geven aan het aantal aanmeldingen, dan zijn er verschillende mogelijkheden voor hele gerichte online of offline campagnes. Deze campagnes worden niet stadsbreed ingestoken, maar richten zich heel lokaal op een specifieke doelgroep. We noemen hieronder een paar mogelijkheden.

Campagne-optie 1: Storytelling via de buren

Strategie
Mensen maken altijd deel uit van groepen mensen zoals gezin, familie, vrienden, buurt, werk of vereniging. In deze groepen leven altijd opvattingen en gedraagt men zich op een herkenbare wijze. Dit 'besmet' elk mens ongemerkt continu. Wanneer mensen het zelf niet (zeker) weten, dan is hun sociale omgeving de toetssteen. Bij hen gaat men graag te rade. Van dit principe willen we gebruikmaken door 'lokale bekendheden' in te zetten als ambassadeurs.

We vragen mensen die een lood in de bodem-check laten doen of we hun mogen quoten in bijvoorbeeld een buurtkrant. We zouden verschillende versies van de verhalen kunnen maken, van tuiniers die het hebben laten checken, mensen die gewoon nieuwsgierig zijn, tot ouders van jonge kinderen, ieder met hun eigen reden voor een lood in de bodem-check. We gebruiken deze verhalen van de buurt, voor de buurt om ervoor te zorgen dat meer bewoners de aanwezigheid van lood laten checken.

Boodschap:
- Bijvoorbeeld: "Er zat geen lood in mijn tuin. Dat vind ik een geruststelling, want ik heb jonge kinderen".
- "Ik kweek groente in eigen tuin. Ik ben blij dat er geen lood in zit."
- "Mijn kleinkinderen spelen even niet in mijn tuin. Ik laat het eerst saneren omdat er lood in zit".

Voordelen	**Nadelen**
• Buren komen wellicht met **andere argumenten** dan die wij hanteren en mogelijk beter aansluiten bij de buurt • **Boodschap van de buren** i.p.v. de overheid • **Herhaling van de boodschap** zonder dat het teveel wordt. Dit wordt een tweede keer dat een bewoners hierover leest.	• Je bent **afhankelijk van bewoners** die willen meewerken • **Extra kosten** voor middelen en urenbesteding

Communicatiemiddelen
- Projectpagina aanvullen met testimonials
- Media (buurtkranten)
- Social media stadsdeel
- Buurtapps (via gebiedsmakelaar)

Campagne-optie 2: via scholen

Kinderspeelplaatsen zijn gecontroleerd en waar nodig gesaneerd. Nu volgt de tuinenaanpak. We kunnen dit gebruiken als kans door de scholen het woord te laten doen richting ouders met jonge kinderen. Ouders nemen de boodschap van hun school waarschijnlijk serieus. Tegelijkertijd zet het ouders onder druk om de aanwezigheid van lood toch te laten controleren. Dit zou al de tweede of derde keer zijn dat ze hebben gehoord over lood in de bodem.

Boodschap:

- "Onze speelplaatsen zijn gecheckt. Nu zijn jullie aan de beurt. Beste ouders, hebben jullie een tuin? Laat deze dan aub checken op de aanwezigheid lood."

Voordelen	**Nadelen**
• **Focus blijft op kleine kinderen,** de voornaamste risicogroep. • De boodschap komt vanuit **de school i.p.v. de overheid** • Het zorgt voor extra aandacht voor het lood in de bodem programma.	• Je bent **afhankelijk van scholen** die willen meewerken • **Extra kosten** voor middelen en urenbesteding • Beperkend tot deze **specifieke doelgroep**. Sluit andere tuineigenaren uit.

Communicatiemiddelen

- Mailing naar ouders via scholen
- Ouders-kind gesprekken
- Posters op school
- Media (buurtkranten)
- Social media stadsdeel
- Buurtapps (via gebiedsmakelaar)