Communicatieplan Zomeraanpak Parken

Directie: **Stadswerken, afdeling Schoon**
Projectleider: 5.1, 2, e **en** 5.1, 2, e
Communicatieadviseur: 5.1, 2, e
Campagne-adviseur: 5.1, 2, e

Zomeraanpak Parken

Ieder jaar komen er veel bewoners en bezoekers naar de Amsterdamse parken. In de zomermaanden neemt het aantal bezoekers van de parken verder toe. Meer bezoekers, betekent helaas ook meer zwerfafval. Daarom wordt er sinds 2018 in de parken gecommuniceerd met de bezoekers, om hen te verzoeken het park schoon achter te laten.

Het is de opgave van de directie Stadswerken om de parken in de zomer schoon te maken. Daarom:

- Reinigen we de parken in de zomer extra;
- Legen we de afvalbakken in de parken in de zomer extra;
- Plaatsen we extra afvalbakken, ook voor statiegeld;
- Plaatsen we toiletten om wildplassen te voorkomen;
- Zetten we activatieteams in.

Ondanks deze inzet blijven veel parken en recreatieplekken na een zonnige dag vervuild achter. Afval wordt niet in de afvalbakken gedaan. Of een afvalbak zit vol en het afval wordt er naast gezet, wat ook zwerfafval veroorzaakt. Dit blijkt uit beeldverslagen van de activatieteams.

Communicatieboodschap

De communicatieboodschap van de zomeraanpak parken is:

Afval: altijd in de bak

In 2025 is in de campagne deze boodschap ook vertaald naar:

Ruim je plekje op

Een tweede boodschap van de zomeraanpak parken is:

Afvalbak vol? Neem het mee

De tweede boodschap is in 2025 aangepast. Voorheen volgde ‘Neem het mee naar huis’, uit de effectmetingen bleek dit voor veel bezoekers een brug te ver. Daarom laten we de eindbestemming sinds 2025 in het midden.

Communicatiedoel

De zomercommunicatie heeft de volgende doelen

- Primair: Zowel Amsterdammers als bezoekers bewust maken van het juist aanbieden van afval.
- Secundair: laten zien dat we als gemeente veel doen om de stad schoner schoon te krijgen en te houden.

Doelgroep

De zomeraanpak parken heeft twee doelgroepen:

Parkbezoekers

Bewoners en bezoekers van Amsterdam die in de parken recreëren en daarbij mogelijk zwerfvuil laten liggen

Jongeren (16-18)

Onder de bezoekers vallen ook jongeren. Voor hen is er speciale aandacht in de communicatie. Uit het effectonderzoek 2021 en uit onderzoek van Rijkswaterstaat, blijkt dat jongeren (met name mannen) hun afval niet altijd netjes in de bak gooien. Daarnaast zijn middelbare scholieren na de examens in mei de eersten die veel tijd in de parken doorbrengen.

Voorstel communicatie 2026

Uit de effectmeting van 2025 blijkt dat de communicatie rondom de zomeraanpak parken herkend wordt. En dat duidelijk is wat we van de parkbezoeker vragen. Toch zijn de parken nog steeds niet schoon tijdens warme, drukke dagen.

We adviseren om de communicatielijn van de afgelopen jaren daarom door te zetten, met een aantal kleine aanvullingen:

- In parken waar we Puccini-bakken verwijderen, moeten er genoeg afvalbakken zijn om bezoekers op te kunnen roepen hun afval in de bak te doen;
- Om te voorkomen dat afval naast een volle afvalbak wordt geplaatst, willen we kijken waar we de green graffiti van 2025 kunnen uitbreiden;
- De locaties van de lantaarnpaalbanieren moeten iets specifieker afgestemd worden met de partij die ze ophangt;
- In verband met het budget willen we onderzoeken of er – na vorig jaar – nog campagnemiddelen moeten worden aangepast in de koepelstijl;
- Aangezien jongeren een aparte doelgroep in de communicatie zijn, willen we een explainer voor TikTok laten maken. Ook hiervoor is budget nodig.

Communicatiemiddelen

Op een aantal van de **statische middelen** zitten stickers met communicatie. Daarnaast zetten we de **corporate kanalen** van de gemeente in. En er draait online en fysiek een **campagne**, met verschillende middelen.

Statische middelen

Middel	Aantal	Timing	Sticker
Minicontainers (rest + statiegeld)	1.000 (50/50)	Maart	Sticker 'afval altijd in de bak' Stickers Statiegeld Nederland (EN/NL)
Standaarden minicontainers (1 per 2 bakken)	500	Maart	Sticker 'afval altijd in de bak' Stickers Statiegeld Nederland (EN/NL)
Piramides (met gleuven)	200 (110)	Hele jaar	Sticker 'afval altijd in de bak' Sticker 'Pizzabox'

Corporate kanalen

Kanaal	Timing	Communicatiemiddel
Amsterdam.nl	30 maart	Pagina op amsterdam.nl/parken
Social media (organisch)	Mei – met lekker weer	Timelapse zomeraanpak parken
Woordvoering	Maart	Q&A

Campagne

Middel	Wie	Timing	Evt. opmerkingen
5.1, 2, e	Beheer projectleider		Afval altijd in de bak in- en uitgangen
Lantaarnpaalbanieren	Beheer projectleider		Rondom recreatiegebieden
Green graffiti	Campagneteam		Afvalbak vol: neem het mee, bij puccini's
Social campagne jongeren (nieuwe beelden)	Campagneteam	Mei	Afval altijd in de bak (na examens)
Activatieteams	Beheer projectleider		Volgens planning afhankelijk van weer
Bakfiets activatieteam	Beheer projectleider		In koepelstijl, volgens planning
Vuilniszakjes	Beheer projectleider		-

Social campagne jongeren

De beelden uit de social campagne gericht op jongeren zijn verouderd. Daarnaast moeten we de rechten van de modellen jaarlijks uitkopen. De wens bestaat om ook met een video op Tik Tok zichtbaar te zijn. Met dit in het achterhoofd worden er in 2026 3 nieuwe video's gemaakt, geschikt voor verschillende kanalen, waaronder Tik Tok.

De video's worden allemaal vanuit een ander perspectief gemaakt: 1 vanuit het perspectief van de jongeren, 2 vanuit het perspectief van de reiniger, 3 vanuit het perspectief van een expert op het gebied van milieu en dier (parkconciërge/ecoloog).