

Zo doen we dat in Haarlem

Doel: Bewoners en bezoekers van de Haarlemse binnenstad betrekken bij en bewust maken van activiteiten ter verbetering van leefbaarheid en veiligheid

Doelgroep: Bewoners en bezoekers van de gemeente Haarlem

Opdrachtgever: Gemeente Haarlem

Uitvoering: Lindblom public relations_public affairs

Start: september 2002

Duur: 2004

Tekst: Roland Kroes

Foto: Gemeente Haarlem

De campagne *Zo doen we dat in Haarlem* komt voort uit een programma van het Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties: *Onze buurt aan zet*. In het kader van dit programma is Haarlem een van de gemeenten die van het ministerie geld hebben gekregen om problemen op het gebied van leefbaarheid en veiligheid op te lossen.

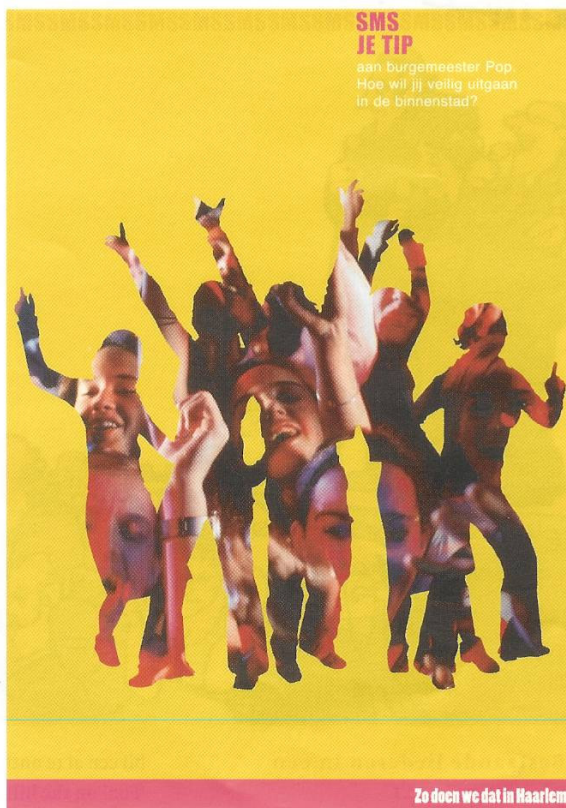
Voor *Onze buurt aan zet* heeft Haarlem ervoor gekozen zich te concentreren op de Haarlemse binnenstad, die onder meer een belangrijke uitgaansfunctie heeft – met alle problemen op gebied van leefbaarheid en veiligheid van dien. Bij het opzetten en uitvoeren van activiteiten werkt de afdeling Veiligheid van de gemeente samen met onder meer wijkraden, jongeren, horeca en politie.

Jesse van Buuren, communicatieadviseur bij de gemeente Haarlem, is namens de projectgroep verantwoordelijk voor de publiciteit rondom *Buurt aan Zet*. *Onze buurt aan zet* zou een paar jaar gaan duren. Haarlem wilde een duidelijker samenhang tussen de verschillende

activiteiten en projecten en wilde zoveel mogelijk bewoners en ondernemers erbij betrekken.

Met die gedachte in het achterhoofd werd Lindblom public relations_public affairs benaderd. Diana Kleinjans is partner bij Lindblom en betrokken bij de overkoepelende campagne, die de titel *Zo doen we dat in Haarlem* kreeg. 'Met de campagne wilden we de aandacht vestigen op de (retorische) vraag "We willen toch allemaal hetzelfde?" Het gaat om het geven van goede voorbeelden en niet om het vergroten van leefbaarheid en veiligheid op een belerende toon van "Dat mag niet!" en "Zo moet dat!"' Volgens Kleinjans leent de slogan zich juist voor het presenteren van concrete maatregelen en goede voorbeelden: 'Vier keer per jaar wordt gebruik gemaakt van MUPI's, reclamezuilen, om de campagne onder de aandacht te brengen. De eerste keer ging daarbij meteen de aandacht uit naar de bewoners, die werden bedankt voor hun inzet tijdens een grote schoonmaakactie in de binnenstad.'

Aandacht voor binnenstad en uitgaan betekent dat jongeren een belangrijke doelgroep van de campagne zijn. 'De overheid en politici willen altijd graag dat



**SMS
JE TIP**

aan burgemeester Pop.
Hoe wil jij veilig uitgaan
in de binnenstad?

Zo doen we dat in Haarlem

Lindblom en Vorm Vijf Ontwerpleam BNO

jongeren betrokken worden. Zij hebben de toekomst en zij hebben vaak hele concrete ideeën over wat ze veranderd willen zien', aldus Kleinjans. Via Boomerangcards die werden verspreid in horecagelegenheden werden jongeren opgeroepen hun wensen en ideeën kenbaar te maken aan de burgemeester. Dat kon via e-mail (burgemeester.haarlem.nl), maar ook via SMS en voicemail, inclusief een door de burgemeester zelf ingesproken mededeling. Half oktober wordt het winnende idee van deze actie bekend gemaakt.

Bij een campagne als *Zo doen we dat in Haarlem* is het volgens Van Buuren belangrijk om een vanzelfsprekende aanpak te hebben: 'We maken gebruik van geplande activiteiten' in het kader van *Onze buurt aan zet* om

aandacht te genereren voor de eigen campagne. Zo kregen circa 80 actieve bewoners die vrijwillig iets doen aan het verbeteren van de veiligheid of leefbaarheid bij hen in de straat in het voorjaar een bloemetje uit handen van burgemeester Pop. Dat vond plaats op een zaterdagochtend bij een grote dubbeldekkerbus in het centrum van Haarlem. Daar komen voorbijgangers op af en als ze dan ook nog eens de kans krijgen de burgemeester over het een of ander aan te schieten, dan heeft dat een positieve werking. De actie haalde bovendien de landelijke pers, en *free publicity* is altijd goed voor een campagne als deze.'

Roland Kroes is communicatieadviseur bij het Verbond van Verzekeraars en redacteur van Comma