

Werkplaats Voorlichting

Stadsbrede campagne 'Enschede viert Oud en Nieuw'

De werkplaats Voorlichting houdt zich bezig met een cultuurverandering rond de jaarwisseling en daarbij is het "hoe" belangrijker dan het "wat"

De werkplaats Voorlichting kiest daarom voor een stadsbrede campagne met de slogan: *Enschede viert Oud en Nieuw*

De slogan wordt telkens met een andere 'ondertitel' aangevuld, zoals:

... met legaal vuurwerk

... met aandacht voor de ander

... met beide handen

... met hart voor dieren

... met een schone stad op Nieuwjaarsdag

De boodschap is: wij Enschedeërs kunnen met zijn allen een fijn en veilig oud en nieuw vieren waarbij iedereen het naar zijn zin heeft. De campagne heeft een positieve toon en straalt een sfeer van gezelligheid en saamhorigheid uit.

De campagne door en voor Enschedeërs wordt meerdere jaren ingezet. Dit zorgt langzaam maar zeker voor een cultuuromslag door bewustwording van de eigen rol tijdens de jaarwisseling en het verinnerlijken van redelijke gedragsnormen rond vuurwerk. (Vergelijk de veranderde normen rond roken die nu door iedereen, ook door rokers, zijn aanvaard.)

Uitgangspunten:

- Enschedeërs participeren in de campagne met een verhaal vanuit hun eigen perspectief.
- Iedere groep van de bevolking kan zich erin vinden. Vuurwerkkliefhebbers zien dat vuurwerk geaccepteerd blijft; vuurwerkhaters zien dat aandacht wordt gevraagd voor hun positie.
- Geen belerend vingertje. Dat voorkomt hakken in het zand. De boodschappen zijn zo redelijk dat geen weldenkend mens er tegen kan zijn. Veiligheid, de belangen van zwakkeren en dieren, het plezier in de traditie. Door de toon van gelijkwaardigheid doet de campagne een beroep op de eigen verantwoordelijkheid van mensen, ze worden aangespoord zelf na te denken en hun gedrag aan te passen in plaats van de verantwoordelijkheid van alles wat ze niet aanstaat bij de overheid te leggen.
- Een Enschedese aangelegenheid. De bevolking van Enschede wordt langzamerhand trots op zijn stad. Ondanks dat het gemiddelde inkomen laag ligt, ontwikkelt de stad zich tot een plek met veel cultuur, opvallende architectuur, veel horeca en een goed winkelaanbod. Steeds meer opmerkingen hierover hoor je om je heen. Op dit gevoel van trots kan worden ingespeeld: wij kunnen dit met zijn allen.
- Externe partijen betrekken bij de financiering. De vuurwerkhandel en brandweer zijn voorbeelden van externe partijen die belang hebben bij een cultuuromslag rond het afsteken van vuurwerk en zijn wellicht te bewegen tot het co-financieren van de campagne.

De algemene boodschap is te splitsen in twee sub-boodschappen:

1. De boodschap van verdraagzaamheid en rekening houden met elkaar en met dieren.
2. De boodschap van gevaar versus veiligheid.

Verschillende doelgroepen kunnen met deze boodschappen op verschillende manieren worden aangesproken.

Doelgroepen: Breed publiek
Basis- en middelbare scholieren
Ouders

Verenigingen
Ouderen
Wijkraden
Vuurwerkbranche

Middelen: Posters langs de wegen
Advertenties in de kranten
Social Media
Spotjes op TV en radio Enschede
Doek aan het stadskantoor
Flyers in vuurwerkpakketten
Evenementen
Vloggers

Tot Slot

We zouden dit jaar al op een bescheiden schaal kunnen beginnen met de campagne "Enschede viert Oud en Nieuw" en daarmee de basis leggen voor de komende jaren.