

# Nieuwe campagne 'van Hoe? naar Zo!' laat de mogelijkheden en kansen van de energietransitie zien

[www.vanhoenaarzo.nl](http://www.vanhoenaarzo.nl) maakt de energietransitie begrijpelijk voor iedereen

Haarlem, 23 mei - De klimaatcrisis en de noodzaak om op korte termijn volledig over te stappen op duurzame energiebronnen stelt Nederland voor een enorme opgave. De Noord-Hollandse Energie Regio start daarom in samenwerking met creatief platform What Design Can Do, een nieuwe campagne om inwoners en bedrijven te enthousiasmeren voor de energietransitie. In eerste instantie in Noord-Holland maar bij succes mogelijk in heel Nederland. Wat er moet gebeuren om Nederland energieneutraal te krijgen is duidelijk: we moeten overstappen op schone energie. Maar hoe? Dat is dé grote vraag en het vertrekpunt van de campagne. Die vraag bestaat uit wel duizend andere vragen zoals: hoe ga ik zonnepanelen plaatsen als ik geen eigen dak heb? Hoe bepalen we eigenlijk waar we die windmolens gaan plaatsen? Hoe ga ik de verduurzaming van mijn huis betalen? Het nieuwe platform [www.vanhoenaarzo.nl](http://www.vanhoenaarzo.nl) is de plek waar al deze vragen een antwoord en gezicht krijgen. Naast veel 'Hoe?' is er gelukkig ook heel veel 'Zo'. Buurtbewoners, energiecoöperaties, ondernemers en gemeenten geven overal in Noord-Holland al het goede voorbeeld.



## HOE? EEN GEDRAGSVERANDERING TEWEEG BRENGEN

De campagne is het resultaat van uitgebreid onderzoek dat onder meer bestond uit interviews met vooraanstaande experts, co-creatie sessies met inwoners, gemeenten, energiecoöperaties, wetenschappers en creatieve makers. Zo is er onder andere gesproken met gedragswetenschapper Reint Jan Renes, klimaatjournalist Jaap Tielbeke, voormalig Filosoof des Vaderlands Daan Rovers en energiepionier Arash Aazami. *“De energietransitie is niet alleen een technische en financiële opgave, maar ook een sociale. In de samenleving is er enthousiasme, maar ook weerstand. Een belangrijke stap die ervoor kan zorgen dat mensen positiever aankijken tegen de energietransitie, is als overheden, maatschappelijke organisaties, bedrijven en inwoners een nieuw verhaal met elkaar delen. Een verhaal dat niet alleen de onvermijdelijkheid van de energietransitie benadrukt, maar ook laat zien waar de kansen liggen. Perspectief bieden, zonder voorbij te gaan aan bestaande twijfels en*

*zorgen. Met deze campagne verbinden we mensen die vragen: hoe dan? met de mensen die al werken aan oplossingen: Zo dus!” aldus Dagan Cohen, creatief leider van deze campagne.*

## **NIEUWE TIJDEN, NIEUWE KANSEN**

De campagne en bijbehorend inspiratieplatform laat niet alleen zien dat er veel vragen leven, maar dat er ook veel antwoorden zijn. Van buurtbewoners, energiecoöperaties, gemeenten, grote en kleine bedrijven. Zo wil buurtbewoner [Elvis](#) een windmolen in Amsterdam Zuid-Oost om bewustwording over duurzaamheid te creëren en laat [Michiel](#) van energiecoöperatie Haarlem Noorderlicht, Haarlemmers die geen eigen dak hebben, profiteren van zonnepanelen op daken van scholen en bedrijven in de buurt. Samengevat is de boodschap: Hoe dan? Zo dus! De campagne is mogelijk gemaakt door de Noord-Hollandse Energie Regio, een samenwerking tussen de gemeenten, provincie, waterschappen, netbeheerders en organisaties. Echter, de communicatie heeft niet één centrale afzender. Iedereen die de verhalen deelt of er een variatie op maakt is afzender, of je nu bij de gemeente werkt, of er simpelweg woont, of je nu een klein bedrijf hebt of een grote. Daarom zijn alle campagnematerialen voor iedereen beschikbaar gesteld in de vorm van een communicatie-toolkit. De energietransitie is immers iets dat ons allemaal aangaat.

Kijk voor meer informatie op: [vanhoenaarzo.nl](http://vanhoenaarzo.nl)

## **CREDITS CAMPAGNE**

**Opdrachtgever:** Noord-Hollandse Energieregio

**Verantwoordelijk bij opdrachtgever:** Roos Peeters, Odile Rasch, Willemijn Wesselink

**Creatief bureau:** What Design Can Do

**Strategie & creatieve directie:** Dagan Cohen

**Verkenning:** Jarr Geerligs, Edwin Gardner, Peter van de Wijk

**Creatief concept:** Donald Nolet, Michel van Duyvenbode, Dagan Cohen

**Productie:** Wendy Losse

**Grafisch ontwerp:** Michel van Duyvenbode

**Typografie:** Donald de Roos

**Motion design:** Sjoerd Jones

**Redactie blogs:** Jens Kimmel

**Webdesign:** Beautiful Minds

**Onderzoek:** Kennisland

Dave van Loon, Emma Steenbergen

**Productie video en fotografie:** Oxford House

**Regie:** Daan Steijnen van Eck

**Fotografie:** Rutger Geleijnse

**Executive Producer:** Veronique Klomp

**Producer:** Merijn Swinkels / Ava Elenbaas

**Camera:** Robbert Nieuwenhuijs

**Montage:** Kevin Tromp

**VFX:** Kai van Blerck

**Sound Design:** Soundsright

**Media:** Wefilm Media

**Media strategie:** Rocco Stallvord, Emile van den Berg

**Campagne management:** Marlina Fishell

**PR:** Nikki van Outheusden, Bibi Timmerman

**Social:** SDIM

- EINDE PERSBERICHT -

**Noot voor redactie \*niet voor publicatie\***

[Klik hier](#) voor extra beeldmateriaal en video's

Voor meer info, beeldmateriaal en/of interviewverzoeken met Dagan Cohen, Reint Jan Renes, Rosalien van Dolder of Michiel de Ruiter. Graag contact met:

Bibi Timmerman

[bibi.timmerman@gmail.com](mailto:bibi.timmerman@gmail.com)

+31610780750

Nikki van Outheusden

[hallo@bureaunikster.nl](mailto:hallo@bureaunikster.nl)

+31653439928