



Nijmegen, 16 maart 2007

GRIJP HET(.nl)

*Nijmegen is de schoonste stad van Nederland.
Dat willen we graag zou houden, maar...
Eén blik op de omgeving van middelbare scholen,
Geeft je niet het idee, dat we in Nijmegen zijn.*

Start Concept

Alle ruim 14 duizend Nijmeegse scholieren krijgen een vuilgrijper.

Boodschap (naar hen)

Er goed uitzien is belangrijk. Dat geldt voor jou, dat geldt voor de stad. Zwerfvuil, *beGRIJP HET! Je bent toch niet simpel of zo?!*



Financiering vuilgrijpers

15 Duizend vuilgrijpers kosten grofweg 135 duizend euro. In samenwerking met de regionale Kamer van Koophandel (communicatielijnen) draagt het regionale bedrijfsleven deze kosten naar draagkracht. Te denken valt bijvoorbeeld aan 5 procent van de omzet ("communicatiekosten"). Op deze wijze krijgt de bakker om de hoek eenzelfde sponsorstatus als Philips semi-conductors.

Boodschap naar bedrijven

De jeugd is de toekomst; hun vorming gebeurt vandaag. Draag eraan bij, grijp deze kans! Neem uw verantwoordelijkheid.

Boodschap van bedrijven naar de samenleving

Graag doen wij mee aan deze zeer concrete actie om de jeugd bewust te maken dat er eigenlijk geen scheiding is tussen de zorg voor jezelf en de zorg voor je omgeving.

Uitwerking G R I J P H E T

Op één centrale dag en op één moment worden de vuilgrijpers op scholen uitgedeeld. Dit gebeurt in de klas door de betreffende docent. Startschot is het luchtalarm dat SPECIAAL voor de jongeren afgaat. Dus géén eerste maandag van de maand.

Zo wordt het ook gebracht: "Dit alarm is voor jullie. De samenleving Nijmegen erkent en respecteert haar jongeren – als de mensen van de toekomst."

SMS'en voor een...

Ook worden DAR-zakken erbij uitgedeeld, met een papieren sticker waarop een nummer, een streepjescode en een sms-shortcode staat. Is nu de vuilniszak vol, dan sms't de leerling het nummer naar de SMS-shortcode en zet de zak voor de school aan de straat. Overigens worden de zakken steekproefsgewijs gecontroleerd of er zwerfvuil in zit en geen huishoudelijk afval.

... iPod

De DAR haalt de zakken op, scant de streepjescode, waarmee de tot dan toe geblokkeerde combinatie zaknummer / 06-nummer definitief aan de eigenaar van het 06-nummer is toegeschreven. Na een maand worden 1400 iPod's – tien procent van het totaal – verloot onder de inzendingen. Het idee is om Apple voor deze zaak hoofdsponsor te maken.

Eén maand en verder

De actieve campagne duurt één maand, op de site www.grijphet.nl (is nog vrij) gaat het tenminste een jaar door. Jongeren kunnen daar kosteloos een sticker bestellen. Voorwaarde is wel dat volle zakken bij school worden ingeleverd.

In dat jaar worden scholen regelmatig bezocht – tweemaandelijks? – door ambtenaren, of liever nog de burgemeester, om de stand van zaken door te geven. Uiteraard staat dat natuurlijk ook op de site; het gaat hier om actieve betrokkenheid van het bestuur naar de jongeren. De jongeren dienen dat te weten en te ervaren.

Media

Vooraf worden de mediacontacten uitgebreid gebriefd op het gemeentehuis, compleet met belangrijke momenten in de campagne en bezoekdata van de burgemeester. Gedurende één jaar besteedt de gemeente op haar gemeentepagina van het plaatselijk huis-aan-huisblad aandacht aan de resultaten van het GRIJPHET-project. Te denken valt daarbij aan de opgehaalde tonnages zwerfvuil, de 'iPod-ontvanger van de maand' en voor- en na-plaatjes van schoolomgevingen.

Tenslotte

Het campagnejaar wordt afgesloten met weer een luchtalarm, een groots overzicht van de behaalde resultaten – liefst met Máxima erbij bijvoorbeeld – en hopelijk andere gemeentes die de Grijphet-website overnemen.

Tot zover deze synopsis speciaal voor de gemeentelijke Milieudienst en de communicatieafdeling van de regionale KvK.

Richard Reekers | 0653 – 97.29.27
(ook vader van drie middelbare scholieren)