



De Go Ahead Eagles Regenton ©

De resultaten



Een samenwerking van

Go Ahead Eagles

Waterschap Drents Overijsselse Delta

Gemeente Deventer

Intratuin Deventer



De resultaten in een notendop

176 verkochte regentonnen

100.000 - 300.000+ ontvangen berichten via media

Vergroten bewustwording én gedragsverandering klimaatadaptatie

Een succesvolle publiek-private samenwerking

Veel betrokkenheid bij waterthema, klimaatadaptatie en vergroenen

Heel veel positieve reacties op de campagne

“Wij zijn bij Intratuin erg trots op deze samenwerking en de uitvoering van de campagne.” Twan Jongbloets, vestigingsmanager Intratuin Deventer.

“Super waardevol en inspirerend om met deze partners aan zo iets relevants te mogen werken.” Janneke Diels, beleidsadviseur Waterschap Drents Overijsselse Delta.

“Mooi project, mooi resultaat, mooie publiek/private samenwerking, veel publiciteit en daarmee veel aandacht voor klimaatadaptatie.” Rik Zeeuwen, adviseur klimaatadaptatie gemeente Deventer.

“Duurzaamheid is (nog) beter op de kaart gezet bij zowel club als supporters. Zeker met het oog op de wens om een deel van ons stadion binnen afzienbare tijd te verbouwen, is dit natuurlijk pure winst voor Go Ahead Eagles.” Steef Alblas, mediacoördinator Go Ahead Eagles.

Een geslaagde en positieve samenwerking tussen publieke en private partijen die samen zorgen voor bewustwording en actie bij een veranderend klimaat.



Inhoudsopgave

1. Aanleiding	5
2. Unieke samenwerking	5
3. Bewustzijn vergroten	5
4. Regentonnen aansluiten	7
5. Duurzaamheid in de spotlight	8
6. Een brede afspiegeling	9
7. Aanvullende resultaten	10
Bestuursleden en directie aan het woord	10
Een landelijk bereik	10
Positieve invloed voor de Intratuin	11
Gesprek met Tweede Kamerlid Kiki Hagen	11
Walk-In	12
Een verstevigde band	12
8. Tops en tips	12
Tops	12
Tips	14
9. Wordt vervolgd	15
Bijlage 1: ontvangen berichten via diverse communicatiekanalen.	16
Go Ahead Eagles	16
Waterschap Drents Overijsselse Delta	17
Deventer Stroomt	18
Mens en Klimaat	18
Intratuin	18
	18
Bijlage 2: Regenton verkoopcijfers Intratuin filialen	19



1. Aanleiding

De aanleiding voor de Go Ahead Eagles Regenton © is de wens van het Waterschap Drents Overijsselse Delta en de gemeente Deventer om mensen in de omgeving bewust te maken van de gevolgen van extreem weer. Het gaat daarbij om wateroverlast door hevige regenval, hitte en droogte. Samen is een plan gemaakt dat inwoners niet alleen bewust maakt, maar ook motiveert om zich aan te passen aan de gevolgen van veranderend weer.

Voetbalclub Go Ahead Eagles is met een brede groep fans een uitstekende samenwerkingspartner om inwoners bekender te maken met het veranderende weer. Bovendien zijn duurzame en klimaatadaptieve maatregelen voor Go Ahead Eagles zelf belangrijk. Deze onderwerpen bij de fans onder de aandacht brengen is daarmee pure winst.

Samen met de Intratuin Deventer is een regenton met het embleem van Go Ahead Eagles ontwikkeld voor de fans. En met de ondersteuning van Mens en Klimaat en de Rocketboys is rondom de regenton een professionele marketingcampagne neergezet, gericht op bewustwording en gedragsverandering.

2. Unieke samenwerking

De Go Ahead Eagles Regenton © is tot stand gekomen door een samenwerking tussen publieke en private partijen. Deze samenwerkingsvorm is door de verschillende partijen als (zeer) positief ervaren. Elke partij heeft vanuit zijn eigen expertisegebied en netwerk een waardevolle bijdrage kunnen leveren en individuele doelen behaald. Met de publieke en private samenwerkingsvorm is een project gerealiseerd waarin een maatschappelijk doel (klimaatadaptatie) met succes gekoppeld is aan een concreet product (de Go Ahead Eagles Regenton ©).



In de campagne-uitingen werden Go Ahead Eagles, Intratuin Deventer, gemeente Deventer en waterschap Drents Overijsselse Delta genoemd als samenwerkingspartners.

3. Bewustzijn vergroten

Met de Go Ahead Eagles Regenton © is een kans benut om bewustzijn te vergroten over de gevolgen van klimaatverandering en hoe je jezelf als inwoner hierop kunt aanpassen. De regentonnenactie heeft samen met de bijbehorende marketingcampagne een grote en diverse groep inwoners bereikt



onder Go Ahead Eagles fans, klanten van Intratuin Deventer en volgers van de andere partners. Alle samenwerkende partners hebben hun beschikbare communicatiekanalen ingezet voor het verspreiden van informatie rondom de regenton en klimaatadaptatie. Bij de beoogde doelgroep zijn 100.000+ berichten ontvangen over water, extreem weer, aanpassingen op een veranderend klimaat, inrichting van de tuin en voetbal natuurlijk.



Go Ahead Eagles speler Luuk Brouwers vormde een herkenbaar gezicht voor de doelgroep in de communicatiecampagne.

100.000 berichten is een lage weergave van de werkelijkheid. Het werkelijk aantal ontvangen en gelezen berichten ligt veel hoger. Voor het berekenen van het aantal ontvangen berichten zijn de gedeelde meetbare gegevens verwerkt. Dit zijn de gegevens van ontvangen berichten die de samenwerkingspartners Go Ahead Eagles, Intratuin Deventer, gemeente Deventer, Waterschap Drents Overijsselse Delta hebben gedeeld.

Niet alle gegevens zijn gedeeld en niet alle gegevens zijn meetbaar. Zo heeft Go Ahead Eagles bijvoorbeeld alleen de meetbare gegevens gedeeld van de campagne op Facebook. Uitingen via andere mediakanalen en de e-maillijst (ca. 20.000 ontvangers) van Go Ahead Eagles zijn niet opgenomen in de berekening. Ook de artikelen over de regentonactie als in De Stentor en Het



Deventer Nieuws zijn niet verwerkt in de ontvangen berichten. Het werkelijke aantal ontvangen berichten ligt naar schatting eerder tussen de 200.000 - 300.000+.

Bijlage 1 bevat een overzicht van de ontvangen berichten via verschillende communicatiekanalen.

4. Regentonnen aansluiten

Met de verkoop van de Go Ahead Eagles Regentonnen is niet alleen gewerkt aan bewustwording creëren. Door de verkoop van 176 regentonnen is directe klimaatadaptieve gedragsverandering gerealiseerd in de vorm van regentonnen aansluiten. Dit zorgt er voor dat minder regenwater naar het riool gaat en het water kan worden gebruikt voor de planten in droge periodes.

Daarnaast werd het de klant van Intratuin Deventer makkelijk gemaakt om de regenton aan te sluiten doordat de bijbehorende regentononderdelen (regentonsteun en afkoppelset) op één plek werden aangeboden met een bijbehorende instructievideo (met uitleg van een GAE speler en fan) en de mogelijkheid tot advies werd geboden.

Een groot deel van de regentonnen is verkocht mét een afkoppelset. Voor een afkoppelset moest de klant los kopen naast de regenton. Het hoge aantal verkochte afkoppelsetjes geeft een indicatie over het bereikte klimaatadaptieve gedrag in de vorm van regentonnen aansluiten.

Bovendien zaten in de campagne diverse 'duwtjes' in een stimulerende en ondersteunende vorm in de richting van het vergroenen van tuinen. De duwtjes hebben op zichzelf een effect op de richting van klimaatadaptief gedrag.



In een campagnevideo legt Luuk Brouwers (speler GAE) stap voor stap uit hoe de regenton moet worden aangesloten.

Als voorbeeld van het effect van de regentonactie, inclusief de marketingcampagne, zijn cijfers tussen filialen van de Intratuin met elkaar vergeleken. Andere filialen verkochten in dezelfde periode dezelfde ton zónder het embleem en zonder de campagne. In vergelijking met andere filialen lag de verkoop van de regenton bij de Intratuin Deventer 10 tot wel 20 keer hoger.

Bijlage 2 bevat cijfers over de verkoop van de regenton.

5. Duurzaamheid in de spotlight

Voor veel mensen vallen de thema's water, klimaat en vergroenen onder de grote noemer duurzaamheid. Vooral voor Go Ahead Eagles als hoofduitdrager van de campagne hebben zij duurzaamheid via de regentonactie zowel binnen de club als bij de supporters extra op de kaart gezet.

De koppeling tussen Go Ahead Eagles en duurzaamheid is onder meer waardevol omdat zij de wens hebben om binnen afzienbare tijd meer stappen te zetten op de gebieden duurzaamheid en klimaatadaptatie. Eén van de plannen is een verbouwing van een deel van het stadion waarin klimaatadaptatie een belangrijke rol speelt.



Infographics maakte onderdeel uit van de marketingcampagne. In deze infographic worden thema's als vergroenen, een waterbestendige tuin en Go Ahead Eagles aan elkaar gekoppeld.

6. Een brede afspiegeling

Met de fans van Go Ahead Eagles als voornaamste doelgroep heeft de campagne bij een brede afspiegeling van de samenleving klimaatadaptatie onder de aandacht gebracht.



Go Ahead Eagles fan Paul heeft samen met speler Luuk Brouwers de regenton in zijn tuin aangesloten.

7. Aanvullende resultaten

Het Go Ahead Eagles Regenton © project heeft naast de beoogde doelen meer resultaten behaald. Deze resultaten behoren niet tot de doelstellingen, maar hebben daar wel indirect invloed op.

Bestuursleden en directie aan het woord

Door de aandacht die de Go Ahead Eagles regenton kreeg bij verschillende externe mediakanalen, werd een podium gecreëerd voor bestuursleden om een extra bijdrage te leveren. Via een artikel in De Stentor en Het Deventer Nieuws hebben Hans Wijnen (Dagelijks Bestuurder, Waterschap Drents Overijsselse Delta), Frits Rorink (Wethouder, Gemeente Deventer) en Jan Willem van Dop (Algemeen Directeur, Go Ahead Eagles) de noodzaak tot klimaatadaptief gedrag en de rol van hun organisatie daarin kunnen uiten. Met deze media-uitingen zijn naast de Go Ahead Eagles fans ook veel andere inwoners van Deventer en omstreken bereikt.

Een landelijk bereik

Het project rondom Go Ahead Eagles Regenton © is ook aanleiding geweest voor een artikel dat bij verschillende media aangeboden wordt met een nationaal bereik. Met dit artikel krijgen thema's als water en klimaatadaptatie aandacht bij een groot publiek. Ook wordt de bijzondere samenwerking tussen partijen en uiteraard Go Ahead Eagles een extra keer in de spotlight gezet.

Het artikel wordt ook aangeboden aan Binnenlands Bestuur. Bij een plaatsing worden hiermee ook diverse bestuursleden en betrokkenen bereikt.



Positieve invloed voor de Intratuin

Het effect is lastig meetbaar, maar de campagne en positieve uitstraling van de Go Ahead Eagles Regenton © lijkt ook een positief effect te hebben gehad op de *rest van het assortiment* bij de Intratuin in Deventer. Uit een interne analyse van de Intratuin bleek dat ten opzichte van andere Intratuin vestigingen Deventer gedurende de campagneperiode opvallend goede algemene verkoopcijfers had.



De campagne bij de Intratuin Deventer bracht de regenton onder de aandacht bij zowel fans van Go Ahead Eagles als inwoners uit de regio.

Gesprek met Tweede Kamerlid Kiki Hagen

De bijdrage die gedragswetenschappen levert aan duurzame gedragsverandering, bewustwording en marketingcommunicatie is de aanleiding geweest voor een gesprek met Kiki Hagen. Kiki heeft als lid van de Tweede Kamer onder meer milieu in haar portefeuille. In het gesprek met Bram Hulsenboom (sociaal- en klimaatpsycholoog) en Janneke Diels (beleidsadviseur) was de Go Ahead Eagles regenton illustratief voor de inzet van gedragswetenschappen ten behoeve van klimaatadaptieve bewustwording en gedragsverandering.



Janneke Diels (WDOD) en Bram Hulsboom (Mens en Klimaat) spraken met Kiki Hagen (lid Tweede Kamer) over de inzet van de Go Ahead Eagles regenton en de waarde van psychologie voor klimaatadaptatie en duurzame bewustwording en gedragsverandering.

Walk-In

Voor de medewerkers van het WDOD is een Walk-In georganiseerd waarin Janneke Diels en Bram Hulsboom de Go Ahead Eagles regenton als voorbeeld gebruikt hebben. Via de Walk-In werden de voordelen van de inzet van gedragswetenschappen voor projecten binnen het waterschap belicht. De regentonnenactie werd hierbij als voorbeeld gebruikt. De Walk-In is opgenomen en is ook ontvangen door onder andere een geïnteresseerde van de Unie van Waterschappen.

Een versterkte band

De geslaagde samenwerking tussen de deelnemende partijen heeft de band onderling versterkt. Deze band kan in positieve zin ingezet worden bij toekomstige projecten zoals de verbouwing van een deel van het Go Ahead Eagles stadion waarbij klimaatadaptatie en duurzame maatregelen mee worden genomen. Ook de opgedane ervaring met betrekking tot de publieke-private samenwerking wordt meegenomen voor de toekomst.

8. Tops en tips

Uit de evaluatie komen de volgende tops en tips naar voren:

Tops

Een geslaagde samenwerking tussen verschillende publieke en private partijen.

Duurzaamheid en klimaatadaptatie als gemeenschappelijk doel voor alle partijen, een verbindende factor.



Elke partij leverde vanuit zijn eigen expertise een waardevolle bijdrage toe aan het project.

Alle partners toonden zichzelf flexibel en bereidwillig om naar elkaar te luisteren (en verdiepen in elkaars belang) zodat het project oplossingsgericht verder gebracht kon worden.

Een duurzaam project op een succesvolle wijze onder de aandacht te brengen bij een grote doelgroep die bovendien een afspiegeling van de samenleving vormt.



Met de Go Ahead Eagles regenton © hebben duurzame en klimaatadaptieve onderwerpen een brede afspiegeling van de samenleving bereikt.

Duurzaamheid en klimaatadaptatie onder de aandacht brengen bij een doelgroep (de supporters van Go Ahead Eagles) waarvan op voorhand moeilijk kon worden vastgesteld hoe een duurzaam product als de Eagles-regenton zou 'landen'.

Een positieve energie en een synergie van ideeën.

Dankzij de samenwerking met de Rocketboys kon een snelle verbinding gemaakt worden met Go Ahead Eagles.

Erg mooie filmpjes en posts met GAE speler(s), personeel en fans.

Een gevoel van trots dat de boodschap over klimaatadaptatie niet alleen door de overheid, maar ook door Intratuin en GAE zijn verteld. Daarmee is een compleet andere doelgroep bereikt.



Een hele professionele campagne, waarbij er goed is gekeken naar de belangen van de verschillende partijen.

De balans in de info naar de klant toe was super. Niet te veel informatie en alles duidelijk en sprekend.

De combinatie van een abstract onderwerp als klimaatadaptatie met een concreet product als de regenton werkt goed om bewustwording en gedragsverandering te creëren.

De inzet van gedragsondersteuning voor dit project was top. Hiermee werd de doelgroep beter bereikt en het effect van de campagne groter.

Veel enthousiasme bij deelnemers van het projectteam. Er was duidelijk zin om er iets van te maken.

Veel ruimte voor eigen ideeën en creativiteit.

Tips

Door taken te verdelen en te vertrouwen op elkaars expertise zijn minder besprekingen nodig.

Na de lancering verslapte de aandacht een beetje bij de partijen. De campagne was mogelijk nog succesvoller geweest als na de lancering met een sterkere coördinatie de aandacht vast gehouden werd.

Het beter gebruiken van een hashtag op sociale media was de campagne nog ten goede gekomen.

Door eerder te beginnen kan een communicatiebureau als Rocketboys alles op tijd klaar hebben.

Door de samenwerking met veel verschillende partijen duren dingen soms langer. Sneller doorpakken was soms wenselijk.

Een mandatering voor zelfstandig beslissingen nemen zou voor samenwerkingspartners mogelijk een positieve bijdrage geleverd hebben voor het op tijd acties voorbereiden en bijdragen plaatsen op de social media platformen. Bijvoorbeeld het filmpje over Vaderdag kwam te laat online en meerdere acties zijn niet of niet goed van de grond gekomen omdat deze 'bleven hangen'.

Voorafgaand aan de start live (maar toch Corona-proof) kennismaken en ook bij een tussentijdse evaluatie (1 á 2 weken na de start?) verbetert de communicatie en betrokkenheid.

Het regelmatig (uitgebreid) overleggen en de hoge frequentie van het aantal berichten op social media, vraagt relatief veel tijd van de kleine kantoororganisatie van Go Ahead Eagles. Binnen Go Ahead Eagles is elke minuut kostbaar en dan is een overleg van anderhalf uur (en dat meerdere malen gedurende de looptijd van het project) eigenlijk meer dan soms wenselijk is voor de voortgang van de vele andere projecten en lopende zaken binnen de club. Toekomstige duurzame (of sociaal-maatschappelijke) projecten zouden daarom qua voorbereiding en inhoudelijke invulling bij voorkeur ondergebracht dienen te worden bij onze (op termijn op te richten) MVO-afdeling, waardoor de afdeling Communicatie zich louter hoeft te focussen op het communicatieve gedeelte.



9. Wordt vervolgd

Met de kennis die is opgedaan tijdens het Go Ahead Eagles regenton project, wil het waterschap onderzoeken of het mogelijk is om klimaatadaptieve maatregelen op een eenvoudige en leuke manier toepasbaar te maken voor alle inwoners van onze regio. De behoeften van diverse leefstijlen in onze samenleving zijn daarin van belang. In het Go Ahead Eagles project is hier al ervaring mee opgedaan. Onderzocht wordt of voor inwoners, door middel van een makkelijke en visueel aantrekkelijke tool, inzichtelijk kan worden gemaakt welke klimaatadaptieve maatregelen ze kunnen toepassen in hun eigen omgeving en wat daarvoor nodig is.



Bijlage 1: ontvangen berichten via diverse communicatiekanalen.

Go Ahead Eagles

Ontvangen berichten via de Facebookpagina van Go Ahead Eagles:

Lanceringvideo (17 april): 8213 berichtweergaven; 51 reacties, 2689 videoweergaven

Visual (20 april): 7835 berichtweergaven; 30 reacties

Explainervideo (25 april): 15118 berichtweergaven; 91 reacties; 5670 videoweergaven

Mijlpaalvisual 1 (4 mei): 6411 berichtweergaven; 16 reacties

Mijlpaalvisual 2 (5 juni): 9995 berichtweergaven; 20 reacties

Vaderdagvideo 1 (12 juni): 9924 berichtweergaven; 78 reacties; 3395 videoweergaven

Vaderdagvideo 2 (16 juni): 8368 berichtweergaven; 47 reacties; 3821 videoweergaven

Vaderdagvisual (18 juni): 5938 berichtweergaven; 13 reacties

Video 'Laatste weken' (27 juni): 9093 berichtweergaven; 39 reacties; 4052 videoweergaven



Waterschap Drents Overijsselse Delta

Ontvangen berichten via Twitter:

Datum	Bericht	Bereik	Likes en retweets		Videoweergaven
16 april	Samen met Go Ahead Eagles en de Gemeente Deventer presenteren wij de: Go Ahead Eagles Regenton!	3.948	18	3	753
Op Twitter hebben we verder vooral alles geretweet om het bereik van de andere partijen te vergroten.					

Ontvangen berichten via Facebook:

Datum	Bericht	Bereik	Likes en reacties		Videoweergaven
16 april Deze video was gepromoot met 20 euro	Samen met Go Ahead Eagles en de Gemeente Deventer presenteren wij de: Go Ahead Eagles Regenton!	1.472	30	5	501
23 april	Een regenton aankoppelen is zo gedaan, toch?	696	9	0	287
27 april Deze video was gepromoot met 20 euro	Hé Go Ahead Eagles Fan! Wist je dat een regenton veel voordelen heeft? 🌧️	5.614	6	0	nvt
29 april	Met deze unieke Go Ahead Eagles regenton support je niet alleen jouw club, maar vang je tijdens hoosbuien regenwater op die je in droge tijden nuttig kan gebruiken voor bijvoorbeeld het besproeien van je tuin.				
13 mei	Na regen komt zonneschijn	849	6	0	nvt
10 juni	Ook de GAE promoveert	804	5	0	nvt
14 juni	vaderdagpost	490	1	0	



27 juni	We hebben steeds vaker te maken met hoosbuien, droogte en hitte. Door de Go Ahead Eagles #regenton aan te sluiten:	703	5	0	
---------	--	-----	---	---	--

Ontvangen berichten via Instagram:

Datum	Bericht	Bereik	Likes en reacties		Videoweergaven
16 april	Samen met Go Ahead Eagles en de Gemeente Deventer presenteren wij de: Go Ahead Eagles Regenton!	587	34	4	278
23 april	Een regenton aankoppelen is zo gedaan, toch?	418	17	2	214
Storys van de posts	Deze zijn tussen de 160 en 200 keer bekeken				

Deventer Stroomt

Via het Facebook account van Deventer Stroomt zijn ruim 7.000 mensen bereikt.

Via het YouTube kanaal zijn 1900 kijkers geweest.

Mens en Klimaat

Enkel via LinkedIn zijn 1600+ berichten over de GAE regenton ontvangen. Daarnaast zijn berichten ontvangen via FB en de website Mens en Klimaat.

Intratuin

Onbekend.



Bijlage 2: Regenton verkoopcijfers Intratuin filialen

Winkel.	Omschrijving.	Barcode.	Afzet.
Vestiging 1 (Deventer)	_HARCOSTAR REGENTON 168L ANTRA	5060030144810	113
Vestiging 2	_HARCOSTAR REGENTON 168L ANTRA	5060030144810	11
Vestiging 3	_HARCOSTAR REGENTON 168L ANTRA	5060030144810	8
Vestiging 4	_HARCOSTAR REGENTON 168L ANTRA	5060030144810	5
Vestiging 5	_HARCOSTAR REGENTON 168L ANTRA	5060030144810	5
Vestiging 6	_HARCOSTAR REGENTON 168L ANTRA	5060030144810	5
Vestiging 7	_HARCOSTAR REGENTON 168L ANTRA	5060030144810	5
Vestiging 8	_HARCOSTAR REGENTON 168L ANTRA	5060030144810	4
Vestiging 9	_HARCOSTAR REGENTON 168L ANTRA	5060030144810	3
Vestiging 10	_HARCOSTAR REGENTON 168L ANTRA	5060030144810	3
Vestiging 11	_HARCOSTAR REGENTON 168L ANTRA	5060030144810	3
Vestiging 12	_HARCOSTAR REGENTON 168L ANTRA	5060030144810	1
Vestiging 1 (Deventer)	_HARCOSTAR REGENTON 168L GROEN	5012812134021	59
Vestiging 2	_HARCOSTAR REGENTON 168L GROEN	5012812134021	7
Vestiging 3	_HARCOSTAR REGENTON 168L GROEN	5012812134021	7
Vestiging 4	_HARCOSTAR REGENTON 168L GROEN	5012812134021	6
Vestiging 5	_HARCOSTAR REGENTON 168L GROEN	5012812134021	5
Vestiging 6	_HARCOSTAR REGENTON 168L GROEN	5012812134021	5
Vestiging 7	_HARCOSTAR REGENTON 168L GROEN	5012812134021	4
Vestiging 8	_HARCOSTAR REGENTON 168L GROEN	5012812134021	4
Vestiging 9	_HARCOSTAR REGENTON 168L GROEN	5012812134021	4
Vestiging 10	_HARCOSTAR REGENTON 168L GROEN	5012812134021	4
Vestiging 11	_HARCOSTAR REGENTON 168L GROEN	5012812134021	3
Vestiging 12	_HARCOSTAR REGENTON 168L GROEN	5012812134021	2
Vestiging 13	_HARCOSTAR REGENTON 168L GROEN	5012812134021	1