

[PROGRAMMA 12]

IEDEREEN BETREKKEN IN DE KLIMAATTRANSITIE





De klimaattransitie kan slechts tot stand komen door gezamenlijke inspanningen van de volledige Leuvense samenleving. Er kan niet van uit gegaan worden dat vandaag de ambities en de noodzaak van de verschillende werven al voldoende breed gedragen zijn.

Dit programma is gericht op het bewustmaken en mobiliseren van zo veel mogelijk actoren en individuen om bij te dragen aan de werven en acties van deze Roadmap. Hier worden niet de specifieke sensibiliseringsacties i.k.v. de verschillende programma's besproken: die komen daar aan bod. Wel brengt dit programma in kaart wat overkoepelend nodig is om een ruimer draagvlak te creëren voor deze Roadmap.

Hierbij wordt veel belang gehecht aan het versterken van het partnerschap van de vzw Leuven 2030 als sterke en betrouwbare communicator (de structurele versterking van de vzw wordt beschreven in werf 72). In dit partnerschap wordt de kracht en het wervend vermogen van de voorlopers gebundeld. Vanuit het principe 'lead by example' wordt dan de brede samenleving benaderd.

Tegelijk garandeert dit programma dat de klimaattransitie ook iedereen meeneemt en voor allen tot een positief toekomstbeeld leidt. Een gedeelde droom, een gedeeld verhaal, waarin iedereen zich kan terugvinden, is een cruciale motor in dit wervend plan. Bovendien kan het niet zijn dat de uitvoering van de verschillende werven het leven en werken in de stad voor bepaalde doelgroepen, met name de maatschappelijk kwetsbare groepen, zou bemoeilijken.

Werf 73 Het partnerschap versterken & participatief werken

Om breed te sensibiliseren over het belang van de klimaattransitie (werf 74) en hiervoor zoveel mogelijk partners te mobiliseren, is het belangrijk dat de boodschap vertrekt vanuit een herkenbare en betrouwbare communicator. Met de vzw Leuven 2030 bestaat er al een sterk partnerschap waarin de verschillende maatschappelijke geledingen, van overheid over bedrijfsleven tot individuele burgers, vertegenwoordigd zijn. Algemene communicatie en sensibilisering behoorden van bijaanvang tot het takenpakket van de vzw. Het is nu zaak om de vzw in haar rol verder te versterken. Enerzijds als betrouwbare communicator, anderzijds als middel om de 'voorlopers' te ondersteunen en via de organisatie van participatie zo veel mogelijk van deze voorlopers te betrekken. Werf 72 wees al op het belang van een versterking van de capaciteit (medewerkers) van de vzw. Het partnerschap is reeds ruim, maar kan nog groeien. De vzw wordt uitgebreid met zo veel mogelijk geëngageerde Leuvenaars en Leuvense 'actoren' die zich actief achter de doelstellingen van Leuven 2030 willen scharen. Er ligt nog een grote opportuniteit in actieve ledenwerving. Cruciaal is dat het gedeeld verhaal dat daarbij ontstaat, een wervende kracht heeft die breed kan overtuigen en inspireren. De vzw krijgt meer brede bekendheid via algemene communicatie, via de kanalen van de partners van de vzw en door nauwe samenwerking met andere brede netwerken zoals Leuven MindGate. Ook de gerichte acties in de programma's – denk bv. aan het benaderen van de grote gebouweigenaars in programma 2 'niet-residentiële gebouwen renoveren' – worden aangegrepen om het partnerschap meer bekend te maken en te doen groeien.

In 2025 heeft de vzw Leuven 2030 1000 leden, en is het bestaan van de vzw gekend bij elke Leuenaar.

Van het grootste belang is dat het engagement van de leden van de vzw duidelijk is. Lidmaatschap betekent een engagement om voldoende verregaande acties op te nemen, bv. in een eigen klimaatactieplan. De vzw kan immers maar aan brede sensibilisering werken als haar leden zelf het goede voorbeeld geven, volgens het principe van 'lead by example'. Over de plannen en concrete acties van leden wordt nog actiever gecommuniceerd; zowel van specifieke grote partners, als de kleinere partners die een ruime doelgroep

kunnen aanspreken (een bedrijfje, een woningeigenaar,...). Leden krijgen concrete tools aangereikt om hun voorbeeldrol actief uit te dragen.

Over de klimaatactieplannen en acties van de vzw-leden wordt continu en breed gecommuniceerd.

Dat betekent uiteraard ook dat de verdere uitwerking van deze Roadmap in concrete acties op participatieve wijze en met zo veel mogelijk partners tot stand komt. Bovendien ondersteunt de vzw de participatieve aanpak van de uitvoering van de werven, zowel met vzw-leden als met geëngageerde partners daarbuiten.

Het partnerschap van Leuven 2030 laat toe en moedigt aan dat leden worden uitgedaagd om hun stappen in de klimaattransitie groter en sneller te nemen.

Werf 74 Brede maar gedifferentieerde sensibilisering

Een brede sensibilisering over de klimaatuitdagingen is belangrijk, maar heeft weinig impact als ze niet raakt aan de leefwereld van de ontvanger. Een gedifferentieerde aanpak is dus nodig, waarbij per specifieke doelgroep wordt bekeken welke specifieke boodschap een impact kan hebben en hoe zij actief benaderd kunnen worden. Alle doelgroepen bereiken, zou echter een gigantische kost met zich meebrengen, die ruw op 5 mio euro kan worden geraamd: dit budget is uiteraard niet beschikbaar. Daarom wordt er opnieuw een gerichte communicatiestrategie uitgestippeld. Alleszins lijken de volgende elementen hiervan deel te moeten uitmaken.

Tegen 2020 is de communicatiestrategie naar de brede samenleving helder; vanaf 2020 wordt die systematisch uitgerold.

De brede sensibilisering heeft enerzijds als doel om meer mensen/actoren te stimuleren zich persoonlijk verantwoordelijk te voelen voor het klimaatverhaal. Het klimaatverhaal is voor velen echter 'ver van hun bed'. Op dit moment lijkt een straffe communicatie nodig, over de noodzaak van een drastische klimaattransitie: een shockeffect dat de mensen wakker echt schudt en rechtstreeks aanspreekt op de mogelijke gevolgen voor zichzelf, hun kinderen en kleinkinderen. Maar die korte schok moet meteen gevolgd worden door een concreet positief verhaal dat kan uitgroeien tot een gedeelde droom voor de toekomst.

Wervende toekomstbeelden benadrukken welke voordelen de Leuvense samenleving van de transitie naar een klimaatneutrale stad zal ondervinden: energiezekerheid, een groene stad, een aantrekkelijk netwerk voor de auto-alternatieven,... Ratio en emoties spelen in die communicatie beide een rol. Veel beslissingen worden gestuurd door emoties en gevoelens, het gedeelde verhaal van Leuven 2030 moet ook op dat niveau kunnen inwerken.

Maar mensen die bereid zijn tot gedragsverandering of het ondernemen van acties, moeten ook concrete en haalbare oplossingen aangereikt krijgen. Dat betekent dat er heldere en hanteerbare informatie moet beschikbaar zijn over wat

mensen zelf kunnen ondernemen en hoe zij hierin worden ondersteund. De communicatiestrategie bekijkt dan ook hoe alle informatie- en ondersteuningsacties uit de werven worden gebundeld en vlot toegankelijk gemaakt. Dit moet eerst gebeuren, vooraleer de algemene sensibilisering wordt opgedreven.

Tot 2022 wordt sterk (en voornamelijk) geïnvesteerd in goed toegankelijke informatie voor wie reeds actie wil ondernemen.

Wat een win-win kan zijn, wordt door verschillende doelgroepen heel anders ingevuld. De ene is meer getriggerd door de link met andere milieuthema's zoals luchtkwaliteit, de andere haalt vooral voordeel uit een positieve branding van de stad en zijn/haar bedrijf, nog een andere ligt wakker van verkeersveiligheid, zekerheid van energiebevoorrading of de energiefactuur. Het is belangrijk om in de sensibiliseringscampagnes de boodschap over de voordelen van het klimaatbeleid voldoende specifiek te maken, en dus ook op de juiste doelgroep te richten. In de communicatiestrategie worden de belangrijkste doelgroepen bepaald en een timing hiervoor uitgezet.

Ten laatste vanaf 2022 wordt geïnvesteerd in een doelgroepgerichte communicatiecampagne.

Werf 75 Jongeren mee-krijgen

Een klimaatneutraal Leuven gaat in eerste instantie over de toekomst van de jongeren. De volgende generaties zullen het sterkst geconfronteerd worden met de impact van de klimaatwijzigingen. Tegelijk zijn zij de bevolkingsgroep die het meest open staat voor positieve verandering en het loslaten van oude gewoonten. Ze zijn dus meer dan maar één van de doelgroepen van de brede sensibilisering. Doordat Leuven een erg belangrijk centrum is van secundair en hoger onderwijs, kunnen de Leuvense inspanningen op vlak van sensibilisering en opleiding bovendien een veel ruimer effect hebben en meegenomen worden naar heel Vlaanderen en zelfs het buitenland.

Tegen 2022 zijn de actieplannen van de hogere onderwijsinstellingen en in de programma's voor scholieren aangepast aan een versterkte sensibilisering en opleiding m.b.t. klimaatthema's.

De leden van vzw Leuven 2030 uit het hoger onderwijs nemen in hun actieplannen een strategie op gericht op sensibilisering en opleiding van jongeren omtrent de klimaatuitdagingen. De bestaande werkingen rond duurzaamheidsthema's met jongeren uit basis- en secundair onderwijs worden verder opgeschaald en krijgen een belangrijke nadruk op het klimaatverhaal.

Vanuit beide strategieën wordt bekeken in welke werven jongeren actief kunnen worden betrokken bij de participatieve uitwerking. Zeker die onderdelen die gericht zijn op sensibilisering en bekendmaking kunnen een actieve input van jongeren goed gebruiken. Zij zijn immers de groep bij uitstek die de maatschappij op haar verantwoordelijkheid kan wijzen.

Vanaf 2020 is er een heldere selectie van werven waarin jongeren actief worden aangetrokken.

Velokadee

Een mooi voorbeeld van een maatregel die zowel de klimaatambities als de sociale gelijkheid dient is het project VELOKadee. Dit biedt voor een beperkt bedrag kinderfietsen aan, meegroeïend met de grootte van het kind, en vermijdt dat gezinnen met laag inkomen om de paar jaren een nieuwe fiets moeten kopen. Herstelling is gratis. Dit project verlaagt de mobiliteitskost, verlaagt vervoersarmoede en stimuleert duurzaam verplaatsingsgedrag. Het is een redelijk eenvoudig project tussen de vele ondersteuningsmaatregelen voor lagere inkomensgroepen. Zaak is om dergelijke projecten structureel te ondersteunen en de informatiedoorstroming naar de doelgroepen nog op te drijven zodat het aanbod ook optimaal wordt gebruikt.

Werf 76 Sociale rechtvaardigheid van klimaatmaatregelen

De klimaattransitie is geen duurzame transitie indien ze niet iedereen aan boord kan houden, ook de maatschappelijk kwetsbare groepen. Zo mag de klimaattransitie er bv. niet voor zorgen dat leven, je verplaatsen of werken in de stad onbetaalbaar wordt voor grote groepen, zodat deze uit Leuven worden verdrongen. Uiteraard is dit geen uitdaging die enkel te maken heeft met klimaatambities en kunnen de vraagstukken rond sociale rechtvaardigheid niet enkel vanuit de klimaattransitie worden aangepakt. Wel moeten erover gewaakt worden dat er een sociale toets gebeurt bij de uitwerking van werven en acties, zodat acties met grote impact op de maatschappelijk kwetsbare groepen worden aangepast. Ook kunnen acties met potentiële positieve impact op de sociale gelijkheid, zoals bv. investeringen in de economie, een hogere prioriteit krijgen.

Armoede en sociale ongelijkheid is een heel complexe materie. Idealiter ondergaan alle programma's, werven en acties van deze Roadmap continu de armoedetoets, maar dat is in de praktijk moeilijk haalbaar. Daarom zal er getrappt gewerkt worden.

Structureel wordt het thema 'sociale rechtvaardigheid van klimaatmaatregelen' ingebed in de werking van de vzw Leuven 2030, door voldoende aandacht voor het thema op bestuursniveau en door het onderhouden van nauwe contacten met de netwerken die rond deze thema's actief zijn. Op gezette tijden kijkt de vzw in samenspraak met deze netwerken rond welke thema's bijzondere acties rond sociale rechtvaardigheid in de klimaattransitie moeten worden opgezet en welke specifieke aspecten monitoring behoeven.

Tegen 2020 heeft de vzw in overleg met de armoedepartners een selectie van de prioritair te toetsen werven.

Bij opmaak van de Roadmap lijkt de eerste prioriteit te liggen in het thema woongebouwen, met de focus op energiezuinige maar betaalbare huur- en noodkoopwoningen voor de lage inkomensgroepen. Daarom wordt op korte termijn een pact uitgewerkt, samen met relevante partners als stad, OCMW, netwerken van armoede-organisaties, sociale

en private huursector,... In dit pact zijn de maatregelen opgenomen om renovaties en energiebesparend gedrag in de huursector te versnellen en tegelijk de betaalbaarheid voor lagere inkomensgroepen te verzekeren. Dit pact richt zich op het quasi persoonlijk ondersteunen van de doelgroep bij de toepassing van hun rechten en bestaande ondersteuningsmaatregelen energiebesparing: goedkope lening, huurformules en goedkope toestellen, kennis over gebruik van installaties,... De bestaande werking van bv. OCMW wordt hierin nog versterkt. Dit gebeurt door een vereenvoudiging van procedures en het aanbieden van ontzorging en voorinvestering waar nodig. Ook is er overleg nodig met de private huursector om ook hier te informeren over bestaande ondersteuning, voordelen en heersende wetgeving en te bekijken hoe het renovatietempo haalbaar kan worden opgedreven. Tenslotte blijft Stad Leuven investeren in sociale huurwoningen, waarbij tegelijk het renovatietempo wordt opgedreven en het kwantitatieve aanbod aan sociale huurwoningen wordt bewaakt.

Tegen 2022 is er een pact omtrent sociale rechtvaardigheid in de klimaatmaatregelen m.b.t. betaalbare huurwoningen.

Een tweede thema dat als prioritair naar voren komt voor sociale gelijkheid, is mobiliteit. Projecten die het gebruik van de duurzame modi bij alle burgers kunnen stimuleren maar specifiek de minder goeie ondersteunen, worden extra ondersteund. Bij de uitwerking van de werven is er extra aandacht voor de effecten op minder mobiele – denk aan de projecten rond autoluwe binnenstad – en wordt er voldoende ingezet op flankerend beleid en het brengen van de diensten naar de stadsbewoner.

Ook in andere thema's, zoals consumptie en het versterken van de deeleconomie, zitten heel wat werven waarbij de lagere inkomensgroepen potentieel baat hebben, indien hiervoor bij het uitrollen van de werven voldoende aandacht is. Het overleg tussen vzw Leuven 2030 en de armoedepartners moet uitklaren of en welke werven extra aandacht verdienen.

PROGRAMMA 12

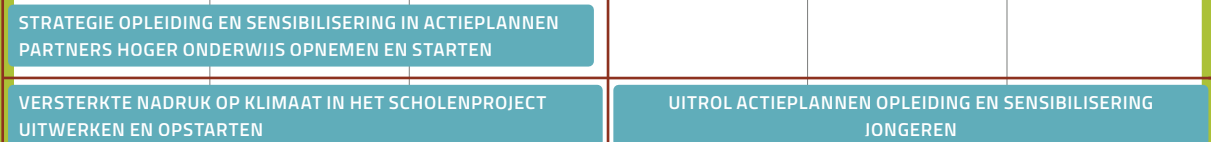
IEDEREEN BETREKKEN IN DE KLIMAATTRANSITIE



73 PARTNERSCHAP VERSTERKEN EN PARTICIPATIEF WERKEN



74 BREDE MAAR GEDIFFERENTIEERDE SENSIBILISERING



75 JONGEREN SENSIBILISEREN



76 SOCIALE RECHTVAARDIGHEID VAN KLIMAATMAATREGELEN



2019

2020

2021

2022

2023

2024

2025

[PROGRAMMA 12: IEDEREEN BETREKKEN IN DE KLIMAATTRANSITIE]

