

Handleiding communicatie Klimaatadaptieve bedrijventerreinen



Handleiding communicatie Klimaatadaptieve bedrijventerreinen

Leeswijzer

Deze handleiding is bedoeld voor werknemers van de gemeente die bedrijventerreinen klimaatadaptief willen maken. De handleiding is afkomstig van de Werkgroep Klimaatbestendige Bedrijventerreinen Oost-Brabant. Je doorloopt 7 stappen zijn die je als gemeente kunt inzetten om ervoor te zorgen dat klimaatadaptie een onderdeel op de agenda van ondernemers wordt. Maar je *hoeft* niet alle stappen te doorlopen. Het kan best zijn dat je al een stuk gevorderd bent in de communicatie met bedrijven en de omgeving. In dat geval kun je ook 'instappen' bij een andere stap dan stap 1.

Vooraf: formeer een clubke

Voordat je aan de slag gaat, is het belangrijk dat klimaatadaptatie een gemeenschappelijk thema wordt op het bedrijventerrein. Voorkom dat het een issue van de overheid is, waarin de gemeente zender is en de ondernemer ontvanger. Vorm een team (mede)probleemeigenaren: een ambassadeurs- of communicatieteam. Een clubke. Misschien bestaat zoiets zelfs al. Denk aan een bedrijvenvereniging, parkmanagement, BIZ of ondernemersvereniging. Ook anderen die actief zijn binnen en buiten het bedrijventerrein kunnen hierbij horen. Zoals omwonenden. Zonder een clubke wordt het moeilijk om klimaatadaptatie onderdeel van de agenda te maken.

De zeven stappen

- Stap 1** Wees eerst zelf betrokken
- Stap 2** Onderzoek motieven, weerstanden en stand van zaken
- Stap 3** Maak contact
- Stap 4** Maak het ambassadeursteam/communicatieteam concreet
- Stap 5** Formuleer doel en kernboodschap
- Stap 6** Vul thema's verder in
- Stap 7** Communiceer!

*Klik om te
navigeren door
de stappen*



- **Stap 1**
Betrokkenheid
- **Stap 2**
Onderzoek
- **Stap 3**
Maak contact
- **Stap 4**
Team
- **Stap 5**
Formuleer doel
- **Stap 6**
Thema's invullen
- **Stap 7**
Communiceer!
- **Bijlagen**

Stap 1

Wees eerst zelf betrokken

Stel eerst de vraag: zijn we zélf – binnen de gemeente – een team dat zich de komende jaren wil inzetten voor klimaatadaptieve bedrijventerreinen? Maak kennis met al je collega's die raakvlakken hebben met dit onderwerp en zorg dat het thema op hun agenda komt. Afdelingen waar je contact mee moet leggen zijn wegen, riolering, beheer, EZ, groen, klimaatadaptatie en afdelingen binnen het sociaal domein.

Zorg dat je in kaart brengt hoeveel tijd, ondersteuning en budget er is. Kijk ook naar de ambities die je als gemeente nastreeft en of die realistisch zijn. Betrek ook de politiek bij dit thema. Klimaatadaptatie is een verhaal van de lange adem. Dat houdt niet op met een presentatie of een kick-off met de betrokken ondernemers. Daar begint het juist mee.



Stap 1
Betrokkenheid



Stap 2
Onderzoek



Stap 3
Maak contact



Stap 4
Team



Stap 5
Formuleer doel



Stap 6
Thema's invullen



Stap 7
Communiceer!



Bijlagen



LEES VERDER

KLIMAATVERANDERING: PARTIJEN

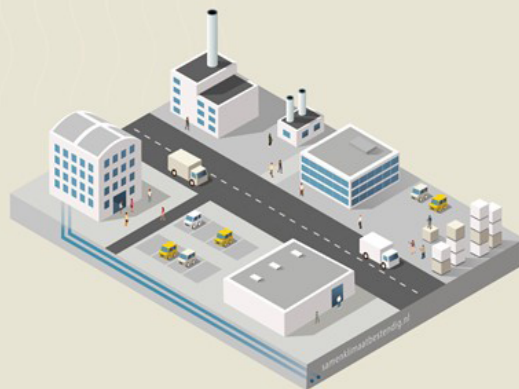
Op bedrijventerreinen zijn veel partijen actief. Veel van hun belangen hebben een relatie met klimaatverandering.

SAMEN
KLIMAAT
BESTENDIG



LOKALE OVERHEID

- afdeling ecologie
- ontwikkelmaatschappij
- afdeling economie
- afdeling verkeer
- afdeling klimaatadaptatie
- afdeling beheer



OMWONENDEN

PERSONEEL &
KLANTEN

BEDRIJF

financier &
verzekeraar

PANDEIGENAAR

ONDERNEMERSVERENIGING

PARKMANAGEMENT



Stap 1
Betrokkenheid

Stap 2
Onderzoek

Stap 3
Maak contact

Stap 4
Team

Stap 5
Formuleer doel

Stap 6
Thema's invullen

Stap 7
Communiceer!

Bijlagen



NAAR STAP 2

Stap 2

Onderzoek motieven, weerstanden en stand van zaken

Voordat je als gemeente gaat communiceren, check je de motieven en weerstanden die leven bij de ondernemers op het bedrijventerrein. Die vormen het uitgangspunt voor de tone of voice en de communicatievorm. Bovendien onderzoek je of er al sprake is van een dialoog of activiteiten rond klimaatadaptatie. Zo sla je meteen de juiste toon aan en speel je in op de sentimenten die bij de ondernemers leven. Bespreek hoe klimaatadaptatie kan bijdragen en accepteer ook dat het clubke misschien een ander hoofddoel heeft. Klimaatadaptatie staat meestal niet boven aan de agenda van ondernemers. Maar het is wel, om een voorbeeld te noemen, uitstekend te koppelen aan een upgrade van het (imago van het) bedrijventerrein.

Je komt er in deze stap achter dat er veel verschillende belangen spelen. De uitdaging is om samen te komen tot een compromis waarin zoveel mogelijk belangen een plek krijgen.

● **Stap 1**
Betrokkenheid

☀️ **Stap 2**
Onderzoek

● **Stap 3**
Maak contact

● **Stap 4**
Team

● **Stap 5**
Formuleer doel

● **Stap 6**
Thema's invullen

● **Stap 7**
Communiceer!

● **Bijlagen**



NAAR MOTIEVEN

Motieven

Mogelijke motieven

Uit eerder en ons eigen onderzoek bij bedrijventerreinen kwamen verschillende motieven naar voren om bij te dragen aan klimaatadaptatie:

1. Urgentie

Ondernemers zien klimaatrisico's voor hun bedrijf, zoals schade door hitte of water.

2. Vitaliteit/ gezondheid

Ondernemers zien dat groen van belang is voor hun bedrijf.

3. Langetermijn- opbrengsten

Hogere vastgoedwaarde, lagere energiekosten.

4. Lokale steun

Een mooie inrichting levert lokaal steun op voor een bedrijventerrein.

5. Mindset

Ondernemers voelen zich verantwoordelijk voor een klimaatbestendige omgeving.

6. Subsidie

Ondernemers krijgen een financiële tegemoetkoming voor hun bijdrage aan klimaatadaptatie.

7. Samenwerking

Ondernemers zien een kans voor onderlinge samenwerking, vorming van een collectief.

8. Uitstraling/ aantrekkingskracht

Groene bedrijventerreinen en gebouwen zien er mooi uit. Dat is aantrekkelijk voor jonge ondernemers en scholieren.

9. Natuur- bescherming

Ordering biodiversiteit en versterking ecosystemen.

10. Recreatieve infrastructuur

Ruimte voor wandelen fietsroutes en (picknick)bankjes.



NAAR WEERSTANDEN

Stap 1
Betrokkenheid



Stap 2
Onderzoek

Stap 3
Maak contact

Stap 4
Team

Stap 5
Formuleer doel

Stap 6
Thema's invullen

Stap 7
Communiceer!

Bijlagen

Weerstand

Mogelijke weerstanden van ondernemers

1. Reactance

Weerstand omdat autonomie/keuzevrijheid wordt aangetast.

“Laat de overheid dat probleem lekker zelf oplossen.”

“Ik ben net klaar met bouwen/reoveren, ik ga niet weer alles overhoop halen.”

→ [METEEN NAAR AANPAK REACTANCE](#)

2. Scepticisme

Weerstand tegen de inhoud van de boodschap.

“Ik zie hier het nut niet van in.”

“Ik kan het niet in mijn eentje oplossen, welk verschil kan ik maken?”

“Ik sta er positief tegenover, maar wil eerst weten wat het mij als ondernemer oplevert.”

→ [METEEN NAAR AANPAK SCEPTICISME](#)

3. Inertia

Ergens wel willen, maar niet in actie komen.

“Ik heb al zo veel aan mijn hoofd.”

“Ik wil wel, maar hoe moet ik beginnen en wie pakt welke rol?”

→ [METEEN NAAR AANPAK INERTIA](#)



NAAR STAND VAN ZAKEN

Stap 1
Betrokkenheid



Stap 2
Onderzoek

Stap 3
Maak contact

Stap 4
Team

Stap 5
Formuleer doel

Stap 6
Thema's invullen

Stap 7
Communiceer!

Bijlagen

Stand van zaken

Wat is er al?

Naast motieven en weerstanden zijn er een paar extra vragen die je beantwoord wilt hebben om je communicatietraject goed in te kunnen richten:

- Is er al sprake van een ondernemersplatform met een eigen communicatievorm?
- Is er al sprake van een gesprek of zelfs activiteiten op het gebied van klimaatadaptatie? Wat zijn de ervaringen daarmee?
- Hebben we vooral te maken met pandeigenaren of met huurders van de panden/terreinen?
- Zijn er problemen met klimaatverandering (op basis van klimaatstresstest) of met de ruimtelijke inrichting (als kans)?
- Wat vinden de partijen zelf belangrijk?

- **Stap 1**
Betrokkenheid
- **Stap 2**
Onderzoek
- **Stap 3**
Maak contact
- **Stap 4**
Team
- **Stap 5**
Formuleer doel
- **Stap 6**
Thema's invullen
- **Stap 7**
Communiceer!
- **Bijlagen**

Stap 3

Maak contact

Benadering per weerstand

Je weet welke weerstanden overheersen en past daar je toon en communicatie op aan. Zeker in het begin is dat van groot belang. Een welwillende houding ten opzichte van de boodschap, of het ervaren van een gemeenschappelijke uitdaging is immers de basis om verder te kunnen. Globaal gesproken gelden per weerstand de volgende benaderingen:

1. Reactance

Weerstand erkennen, keuzes aanbieden en verzoek kleiner maken.

2. Scepticisme

Garanties geven, vooruitkijken, inzicht geven in proces en argumenten geven.

3. Inertia

Concrete plannen maken, intenties 'implementeren' (in situatie X doe je altijd Y).

Stap 1
Betrokkenheid

Stap 2
Onderzoek

Stap 3
Maak contact

Stap 4
Team

Stap 5
Formuleer doel

Stap 6
Thema's invullen

Stap 7
Communiceer!

Bijlagen



Aanpak reactance

Mensen kunnen weerstand ervaren omdat ze het niet fijn vinden dat ze worden beperkt in hun keuzevrijheid. Om deze weerstand te voorkomen of op te lossen, is het belangrijk om de keuzevrijheid te benadrukken en de situatie te erkennen. Een paar voorbeelden:

Geef ondernemers een keuze

Geef ondernemers niet alleen de keuze om mee te doen, maar laat ze ook kiezen tussen verschillende mogelijkheden. “Wat verander je het liefst aan jouw terrein, A of B?”. Hierdoor keert het gevoel van keuzevrijheid terug.

Betrek ondernemers bij het maken van keuzes

Geef opties, vraag input, bepaal samen wat de beste opties zijn. Door ondernemers te betrekken, zal het saamhorigheidsgevoel sterker worden en de weerstand afnemen.

Erken dat het een moeilijk probleem is

Doe dit in de communicatie. Met brieven, mails en gesprekken. Geef aan dat je snapt dat iemand bijvoorbeeld weinig tijd heeft, maar benadruk de waarde van hun mening. Of erken dat het vervelend is dat ze net een hele verbouwing achter de rug hebben en dat je snapt dat ze dan niet zomaar weer van alles gaan veranderen.



NAAR AANPAK SCEPTICISME

Stap 1
Betrokkenheid

Stap 2
Onderzoek



Stap 3
Maak contact

Stap 4
Team

Stap 5
Formuleer doel

Stap 6
Thema's invullen

Stap 7
Communiceer!

Bijlagen

Aanpak scepticisme

Mensen kunnen sceptisch zijn over inhoudelijke zaken (klimaat, techniek), maar ook bijvoorbeeld over de aanpak (werkgroep, communicatiemiddel). Een manier om deze zorgen weg te nemen is het geven van garanties. Of door vooruit te kijken. Een paar voorbeelden:

Laat ondernemers iets testen, uitproberen of een keer mee-vergaderen

Als het niet bevalt, kan hij of zij altijd stoppen of ervoor kiezen om iets niet aan te schaffen.

Stel samen een visie of doel op

Ga op bezoek bij bedrijven die vooroplopen en een mooi voorbeeld zijn, zodat ondernemers al hun vragen kunnen stellen.

Houd ondernemers op de hoogte

Van de meest recente ontwikkelingen en waarom bepaalde keuzes zijn gemaakt. Door ondernemers mee te nemen, begrijpen ze waarom keuzes worden gemaakt en wordt de weerstand.

Voorbeeldje? Een ondernemer twijfelt of zijn geld, tijd en moeite het wel waard zijn. Laat met een infographic zien wat de opbrengst is na een bepaalde periode. Zorg dat deze materialen klaarliggen, of makkelijk te implementeren zijn per ondernemer.

Stap 1
Betrokkenheid

Stap 2
Onderzoek



Stap 3
Maak contact

Stap 4
Team

Stap 5
Formuleer doel

Stap 6
Thema's invullen

Stap 7
Communiceer!

Bijlagen



Aanpak inertia

Deze ondernemers snappen dat het goed is om te veranderen, maar de actie blijft uit. Ze willen wel, maar weten niet waar te beginnen en wie welke rol pakt. Deze groep moet je meer aan de hand nemen en concrete plannen maken.

Maak samen concrete plannen

In welke situatie doet wie wat? Als ik een verbouwing wil doen, schakel ik een duurzaamheids-expert in, bijvoorbeeld. Je 'implementeert' intenties (in situatie X doe je altijd Y). Zorg ervoor dat deze plannen concreet en specifiek zijn. Dus niet: "Ik ga in 2022 meer verduurzamen", maar: "Op 3 januari 2022 maak ik een afspraak met de gemeente om naar de mogelijkheden rond verduurzaming te kijken."

Maak een stappenplan

Leg uit welke stappen de ondernemer moet zetten om tot doel X te komen. Maak inzichtelijk welke stappen nodig zijn, hoeveel tijd deze kosten en wat er geregeld moet worden. Zorg er ook voor dat het duidelijk is wie ondernemers kunnen benaderen per onderwerp. Door dit zo laagdrempelig en eenvoudig mogelijk te maken, treedt er minder inertia op.

- **Stap 1**
Betrokkenheid
- **Stap 2**
Onderzoek
- **Stap 3**
Maak contact
- **Stap 4**
Team
- **Stap 5**
Formuleer doel
- **Stap 6**
Thema's invullen
- **Stap 7**
Communiceer!
- **Bijlagen**



Nodig ondernemers uit

Vanuit de meest dominante weerstand die je hebt aangetroffen, stel je de tekst op waarmee je contact gaat maken met de ondernemers. Daarin neem je de motieven mee om maatregelen te nemen om het bedrijventerrein klimaatbestendig te maken. Belangrijk is om daarbij heel precies aan te geven over welke maatregelen het gaat, of kan gaan. Zodat de ontvanger zich een helder beeld kan vormen van de activiteit of bijdrage die je van hem vraagt.

Afhankelijk van met name de weerstanden die leven, kies je voor de vorm waarin je de boodschap brengt. In de regel geldt: hoe groter de weerstand, hoe persoonlijker je aanpak moet zijn.

- Bedrijvenbezoek
- Persoonlijke mail
- Informatiebijeenkomst

- **Stap 1**
Betrokkenheid
- **Stap 2**
Onderzoek
- **Stap 3**
Maak contact
- **Stap 4**
Team
- **Stap 5**
Formuleer doel
- **Stap 6**
Thema's invullen
- **Stap 7**
Communiceer!
- **Bijlagen**



NAAR STAP 4

Stap 4

Maak het ambassadeurs-/communicatieteam concreet

Nodig ondernemers uit voor het ambassadeurs- of communicatieteam, dat het gesprek over klimaatadaptatie levend houdt. Het clubke dus. Mik op een groep van vier tot zes ondernemers – liefst een diverse samenstelling (grote en kleine onderneming, eigenaar en huurder, productie en kantoor) die informatie en ervaringen rond klimaatmaatregelen deelt en de collega-ondernemers op de hoogte houdt en enthousiasmeert. Elke deelnemer neemt één thema of taak op zich, waar hij of zij zich mee bezighoudt. Zorg als gemeente ook voor een afgevaardigde in het team.

Probeer alvast te achterhalen “hoe de hazen lopen”. Zijn er grote spelers? Grote belangen? Dwarsliggers of vanzelfsprekende ambassadeurs? Probeer ook de dwarsliggers te betrekken en onderdeel uit te laten maken van het clubke.

- **Stap 1**
Betrokkenheid
- **Stap 2**
Onderzoek
- **Stap 3**
Maak contact
- ☀️ **Stap 4**
Maak team
- **Stap 5**
Formuleer doel
- **Stap 6**
Thema's invullen
- **Stap 7**
Communiceer!
- **Bijlagen**



NAAR STAP 5

Stap 5

Formuleer doel en kernboodschap

Formuleer met elkaar waar je nu precies op uit bent; een doel en een kernboodschap. Niet een opgelegd verhaal van bovenaf, maar een verhaal waar de ondernemers zelf voor tekenen. Als je dat met zoveel mogelijk ondernemers doet, heb je iets om jezelf en elkaar aan te houden. Een belangrijk effect: ondernemers benoemen zo zichzelf tot probleemeigenaar – en zullen zich medeverantwoordelijk voelen voor de oplossing. Op de volgende pagina zie je hoe je dat aanpakt.

- **Stap 1**
Betrokkenheid
- **Stap 2**
Onderzoek
- **Stap 3**
Maak contact
- **Stap 4**
Team
- ☀️ **Stap 5**
Formuleer doel
- **Stap 6**
Thema's invullen
- **Stap 7**
Communiceer!
- **Bijlagen**



LEES VERDER

Ontwikkel sessie met ondernemers

Organiseer een sessie met of door het clubke. Nodig daar een zo groot mogelijke vertegenwoordiging van de ondernemers op het terrein bij uit, en eventueel ook een paar andere belanghouders. De sessie bestaat uit drie delen:

Informereren

Wat zijn de vraagstukken rond hitte en/of water op dit terrein en welke concrete maatregelen kunnen we hier nemen? Kan goed tijdens een terreinwandeling. Input hiervoor haal je uit klimaatadaptatiebrabant.nl.

Kiezen

Wat zijn concrete en haalbare doelen waar wij ons als ondernemers aan kunnen en willen committeren? Zien we quick wins die we vandaag of morgen al kunnen realiseren?

Formuleren

Een kort, herkenbaar en krachtig kernverhaal met de ambitie die we samen uitspreken en waar we voor staan. Met een krachtige titel of naam. In de bijlage vind je twee werkvormen die je daarvoor kunt gebruiken.

→ NAAR WERKVORMEN



NAAR STAP 6

Stap 1
Betrokkenheid

Stap 2
Onderzoek

Stap 3
Maak contact

Stap 4
Team



Stap 5
Formuleer doel

Stap 6
Thema's invullen

Stap 7
Communiceer!

Bijlagen

Stap 6

Vul thema's verder in

Informatie, verhalen en instructie

Vanuit de weliswaar concrete, maar toch meer overkoepelende kernboodschap benoem je de subthema's of subdoelen, waarmee je aan de slag wilt gaan. Welke subthema's en welke maatregelen je kiest en welke aanpak daarvoor nodig is, hoeft je niet allemaal zelf te bedenken. Via onderstaande links kom je bij een schat aan praktische content, handreikingen en verhalen. Maak er gebruik van!

→ [LEES MEER OVER DIT ONDERWERP OP KLIMAATADAPTATIEBRABANT.NL](#)

→ [LEES MEER OVER BEDRIJVENTERREINEN](#)

→ [LEES MEER OVER MAATREGELLEN](#)

↓
NAAR STAP 7

- **Stap 1**
Betrokkenheid
- **Stap 2**
Onderzoek
- **Stap 3**
Maak contact
- **Stap 4**
Team
- **Stap 5**
Formuleer doel
- **Stap 6**
Thema's invullen
- **Stap 7**
Communiceer!
- **Bijlagen**

Stap 7

Communiceer!

Vanaf het moment dat je samen een doel en een boodschap hebt geformuleerd, is het zaak die boodschap verder te brengen en het gesprek levend te houden. Onder andere door nieuwe inzichten, informatie en successen te delen. En door nieuwe impulsen te geven aan de dialoog over klimaatadaptatie. Hieronder staan een paar stappen die je kunt zetten om te waarborgen dat je communicatie blijft bijdragen aan je ambitie.

Wat is er al?

Is er al een manier waarop de ondernemers met elkaar communiceren? Of een communicatieplatform voor ondernemers vanuit de gemeente? Of een overkoepelend platform van regionale ondernemers (zoals de POM in Meijerijstad)? Reguleer bijeenkomsten? Sluit aan bij platforms en middelen, die ondernemers al kennen, vertrouwen en bezoeken. Dat is goedkoper, eenvoudiger en vooral effectiever.

Stap 1
Betrokkenheid

Stap 2
Onderzoek

Stap 3
Maak contact

Stap 4
Team

Stap 5
Formuleer doel

Stap 6
Thema's invullen

Stap 7
Communiceer!

Bijlagen

Maak een middelenmix

Er zijn tientallen middelen die je kunt inzetten. Kies er een paar. Zorg er wel voor dat ondernemers de keuze hebben uit verschillende soorten communicatiekanalen en dat je middelen kiest die zij fijn vinden om te gebruiken. Het is goed om te kiezen voor een mix van online en offline middelen.

Denk aan:

- Online community (Teams, Google Docs, Trello, Plek)
- Digitale nieuwsbrief (bijvoorbeeld via Mailchimp)
- Papieren nieuwsbrief
- Social media (Facebook, Instagram, WhatsApp)
- Ontbijt- of lunchbijeenkomsten (worstenbroodjesoverleg)

● **Stap 1**
Betrokkenheid

● **Stap 2**
Onderzoek

● **Stap 3**
Maak contact

● **Stap 4**
Team

● **Stap 5**
Formuleer doel

● **Stap 6**
Thema's invullen

● **Stap 7**
Communiceer!

● **Bijlagen**



NAAR CONTENTKALENDER

Maak een communicatie- en contentkalender

Wanneer ga je wat communiceren via welk middel of kanaal? Dat weet je aanvankelijk nog niet. Het is immers afhankelijk van nieuws dat zich wel of niet aandient. Toch is het goed om vooraf te bepalen op welke tijdstippen je de ondernemers wilt voorzien van informatie. En om ook al middelen en kanalen te bepalen voor de verschillende soorten content. Het verdient aanbeveling om steeds voor een half jaar tot een jaar een communicatie- en contentkalender te vullen. Dat dwingt je ook om met regelmaat te bepalen wat je wilt vertellen – en óf je wat te vertellen hebt. Bovendien zorg je ervoor dat er herkenbaarheid en regelmaat in de communicatie komt; dat het thema blijft leven.

→ [DOWNLOAD FORMAT VAN EEN CONTENTKALENDER](#)

↓
NAAR BIJLAGEN

- **Stap 1**
Betrokkenheid
- **Stap 2**
Onderzoek
- **Stap 3**
Maak contact
- **Stap 4**
Team
- **Stap 5**
Formuleer doel
- **Stap 6**
Thema's invullen
- **Stap 7**
Communiceer!
- **Bijlagen**

Werkvorm 1

Wie ben je als club en waarom ben je er?

Resultaat

Input voor je missie/ambitie.

Aantal deelnemers

Maakt niet veel uit.

Plenair, in groepjes of individueel?

Afhankelijk van de groepsgrootte. Opdelen in subgroepjes en daarna plenair ophalen werkt vaak goed.

Duur

Maximaal 30 minuten.

Wat heb je nodig?

Papier voor de deelnemers, flip-over en een stift voor de begeleider.

Stap 1
Betrokkenheid

Stap 2
Onderzoek

Stap 3
Maak contact

Stap 4
Team

Stap 5
Formuleer doel

Stap 6
Thema's invullen

Stap 7
Communiceer!

 **Bijlagen**



LEES VERDER

Werkvorm 1

Wie ben je als club en waarom ben je er?

Hoe werkt het? Deelnemers maken deze drie zinnen voor zichzelf af (individueel of in subgroepjes). Daarna plenair terugkoppelen.

- <Clubke> **is...** (heel feitelijk de status beschrijven van je club of team.)
- <Clubke> **is er om...** (hier vertel je wat je wilt bewerkstelligen, voor elkaar wilt krijgen)
- <Clubke> **is er omdat...** (hier vertel je waarom je er bent, waar je in gelooft, wat je drijft)

Samenvoegen

Hierna voeg je de input samen: ga daarbij niet op zoek naar de verschillen, maar naar overeenkomsten in de teksten van de deelnemers. Zo ontstaat één verhaal: een alinea die vertelt wie je bent, waar je op uit bent en waarom je er bent.

Stap 1
Betrokkenheid

Stap 2
Onderzoek

Stap 3
Maak contact

Stap 4
Team

Stap 5
Formuleer doel

Stap 6
Thema's invullen

Stap 7
Communiceer!

 **Bijlagen**

Werkvorm 2

Wat vind je als club en wat ga je doen?

Resultaat

Je belangrijkste doelen of keuzes, beargumenteerd vanuit je visie.

Aantal deelnemers

Maakt niet veel uit.

Plenair, in groepjes of individueel?

Afhankelijk van de groepsgrootte. Opdelen in subgroepjes en daarna plenair ophalen werkt vaak goed.

Duur

Maximaal 30 minuten.

Wat heb je nodig?

Papier voor de deelnemers, flip-over en een stift voor de begeleider.

● **Stap 1**
Betrokkenheid

● **Stap 2**
Onderzoek

● **Stap 3**
Maak contact

● **Stap 4**
Team

● **Stap 5**
Formuleer doel

● **Stap 6**
Thema's invullen

● **Stap 7**
Communiceer!

● **Bijlagen**



LEES VERDER

Werkvorm 2

Wat vind je als club en wat ga je doen?

Hoe werkt het? Deelnemers maken deze drie zinnen voor zichzelf af (individueel of in subgroepjes). Daarna plenair terugkoppelen.

- <Clubke> **ziet...** (benoemen welke interne of externe (klimaat)ontwikkelingen je ziet en waar je iets mee moet of wilt)
- <Clubke> **vindt...** (hier beschrijf je hoe je naar die ontwikkelingen kijkt en wat je belangrijk vindt)
- **en daarom gaan we...** (hier beschrijf je kort en concreet wat je de komende maanden/jaren gaat doen – gebaseerd op wat je ziet en wat je daarvan vindt)

Samenvoegen

Hierna voeg je de input samen: ga daarbij niet op zoek naar de verschillen, maar naar overeenkomsten in de teksten van de deelnemers. Zo ontstaat één verhaal: een alinea die duidelijk laat zien hoe je tegen de wereld aankijkt en wat je gaat doen. Samen met het resultaat uit werkvorm 1 voeg je beide alinea's samen tot een kernverhaal/kernboodschap.



TERUG NAAR BEGIN

Stap 1
Betrokkenheid

Stap 2
Onderzoek

Stap 3
Maak contact

Stap 4
Team

Stap 5
Formuleer doel

Stap 6
Thema's invullen

Stap 7
Communiceer!



Bijlagen