



Zonder communicatie geen klimaatadaptatie

LIFE-IP Klimaatadaptatie

Communicatiestrategie 2022-2027
en **Communicatieplan 2022-2023**



Medegefinancierd door
de Europese Unie



LIFE-IP Klimaatadaptatie

Communicatiestrategie 2022-2027

ZONDER COMMUNICATIE GEEN KLIMAATADAPTATIE

Het programma LIFE-IP Klimaatadaptatie heeft tot doel het versnellen van klimaatadaptatie. Nederland krijgt hiervoor co-financiering van de Europese Unie. Een consortium van 22 overheden en organisaties voert het programma uit. Centraal in het programma staan achttien zogenoemde ‘tandwielprojecten’, waarin kennis wordt opgedaan en waarvan de resultaten worden bijgehouden door middel van monitoring. Deze opgedane kennis en resultaten worden via ‘versnellingsacties’ verspreid in Nederland en Europa, zodat klimaatadaptatie versneld wordt uitgevoerd.

Het opdoen van kennis en het verspreiden daarvan is niet voldoende. Het is ook nodig om te werken aan bewustwording: iedereen moet zich aanpassen aan klimaatverandering, niet morgen, maar nú. Concrete handelingsperspectieven – mogelijkheden om iets te dóen – spelen daarbij een grote rol.

Communicatie is in dit alles cruciaal, want verandering komt pas tot stand als mensen begrijpen én voelen waarom die verandering nodig is. Zonder communicatie geen klimaatadaptatie.

Gezamenlijk product

In deze communicatiestrategie staat op welke manier communicatie kan bijdragen aan het behalen van het doel van LIFE-IP Klimaatadaptatie. In het bijbehorende communicatieplan voor de eerste fase van het programma – inclusief de communicatiekalender – staan de praktische stappen die voortvloeien uit de strategie. Het plan en de kalender worden aangepast als de actualiteit daar aanleiding toe geeft.

Strategie, plan en kalender zijn het resultaat van nauw overleg tussen alle partners van LIFE-IP Klimaatadaptatie en andere betrokken professionals. Tijdens brainstormsessies – fysiek én digitaal – zijn veel ideeën opgehaald voor de inhoud. Een eerste versie van de strategie en het plan is voor commentaar gedeeld met de betrokkenen. Reacties zijn verwerkt in deze versie. De strategie beslaat de volledige periode van het programma. Het is een ‘adaptatief’ document; voortschrijdend inzicht of actuele ontwikkelingen kunnen leiden tot aanpassingen.

AANPAK VAN DE COMMUNICATIE

Uitgangspunt bij de communicatie over LIFE-IP Klimaatadaptatie is dat de betrokken partners communiceren met hun eigen achterban en op die manier de samenleving bereiken. De communicatie over de afzonderlijke tandwielprojecten vindt dus vooral plaats op lokaal en regionaal niveau. Om het programmadoel te bereiken – klimaatadaptatie versnellen – is het noodzakelijk om de projectresultaten landelijk en Europees beschikbaar te maken. Deze communicatiestrategie en het bijbehorende communicatieplan voor de eerste fase beschrijven op welke manier alle betrokken partners dat gezamenlijk zo goed mogelijk kunnen doen.

Communiceren vanuit de opgave – niet vanuit het programma

In de communicatie staat de opgave – aanpassen aan klimaatverandering – centraal en vanuit die opgave ligt de focus op het programma LIFE-IP Klimaatadaptatie. Door verbinding te maken met onder meer de communicatiestrategie van de Nationale klimaatadaptatiestrategie (NAS) en het Deltaprogramma Ruimtelijke Adaptatie (DPRA) ontstaat een krachtige boodschap die zorgt voor versterking tussen de diverse programma’s en visies.

Verskil met de NAS en andere programma’s rond klimaatadaptatie is wel dat de communicatie rond het LIFE-IP-programma gericht is op de noodzaak om de uitvoering van klimaatadaptatie in Nederland en Europa te versnellen. Daarnaast is LIFE-IP Klimaatadaptatie als geen ander programma gericht op de uitvoering van beleid en de monitoring daarvan. De bedoeling is van de uitvoering te leren, ten bate van het gehele klimaatadaptatiebeleid.

Doelen van de communicatie over LIFE-IP Klimaatadaptatie:

1. Bereiken dat mensen begrijpen en voelen dat verandering nodig is, door middel van een sterke kernboodschap en het verspreiden van de bijbehorende deelboodschappen per project.
2. Projectresultaten breed verspreiden en handelingsperspectief bieden, zodat partijen in Nederland en Europa er hun voordeel mee kunnen doen bij de ontwikkeling van klimaatadaptatiebeleid.



3. Uitwisseling tot stand brengen door het leggen en onderhouden van verbindingen tussen de partners (stewardship).

1. BEREIKEN DAT MENSEN BEGRIJPEN ÉN VOELEN DAT VERANDERING NODIG IS

Centraal in de communicatie staat een sterke kernboodschap. Een kernboodschap is een verzameling zorgvuldig uitgekozen woorden die samen het verhaal vertellen van een product of dienst. De kernboodschap is zó verwoord dat deze nieuwsgierig maakt, integer en authentiek overkomt en mensen aanzet tot actie. Een goede kernboodschap overbruggt de kloof tussen hoe er nu naar een product, dienst of doel wordt gekeken (perceptie) en hoe je wilt dat ernaar wordt gekeken (gewenste reputatie). De kernboodschap wordt gevolgd door deelboodschappen op maat. Vanuit deze boodschappen zorgen verhalen voor herkenning en erkenning – zeker als ze veelvuldig en op diverse manieren worden herhaald.

Doelgroepen

De primaire doelgroep van de communicatie bestaat uit alle partners van het LIFE-IP Klimaatadaptatie-programma; de secundaire doelgroep omvat alle professionals die zich bezighouden met klimaatadaptatie; de tertiaire doelgroep is de samenleving als geheel, dus alle burgers en bedrijven in Nederland en Europa.

Dezelfde boodschap, meerdere verhalen

De boodschap die de professionals onderling communiceren moet min of meer gelijk zijn aan de boodschap die zij communiceren richting burgers en bedrijven. Daarom behoort veelvuldig gebruik van jargon tot het verleden; het gaat om communiceren in een taal die iedereen begrijpt.

Verhalen die mensen doorvertellen

De verhalen komen voort uit de kernboodschap en de deelboodschappen die de partners van het LIFE-IP-programma met elkaar hebben afgesproken (zie hierna). De verhalen voldoen aan een aantal uitgangspunten. Ze:

- zetten aan tot actie (handelingsperspectief)
- zijn herkenbaar
- hebben een duidelijke boodschap, die goed begrepen wordt
- roepen emotie op
- bevatten duidelijke informatie
- zijn verrassend, door hun vorm of hun boodschap

- stemmen tot nadenken
- maken nieuwsgierig
- zijn geloofwaardig

Verhalen zijn niet per se geschreven teksten. Ze kunnen ook worden verteld door middel van foto's, video's, podcasts, animaties of infographics.

Bewustwording

De bewustwording van de noodzaak om onderling in dezelfde taal te gaan praten als de taal die gebruikt wordt in de communicatie met de diverse doelgroepen, begint bij de professionals. Als zij het goede voorbeeld geven door niet in beleidstaal te spreken, maar in taal die iedereen begrijpt en kan invoelen, volgt de rest vanzelf.

Deelboodschappen

De deelboodschappen zijn in eerste instantie gericht op de eigen doelgroepen en moeten daarnaast aansprekend en herkenbaar zijn voor andere relevante doelgroepen in Nederland en in Europa. Ze kunnen onderling variëren (het project 'Gouda stevige stad' vraagt om een andere deelboodschap dan 'Dialoog in dalend veen') maar hebben een gemeenschappelijke basis (omdat hetzelfde doel wordt nagestreefd). Centraal in de deelboodschappen staat het handelingsperspectief: wat kunnen de ontvangers van de deelboodschap (burgers, bedrijven of organisaties) daadwerkelijk zelf doen?

Ken de doelgroepen

Bij het maken van deelboodschappen kunnen leefstijlprofielen van inwoners een belangrijke rol spelen. Op basis van deze profielen kunnen de communicatieboodschappen goed worden afgestemd op de lokale behoeften. Ons Water heeft [een leefstijlvinder](#) ontwikkeld die hierbij als voorbeeld kan dienen.

Wie vertelt de deelboodschappen?

De deelboodschappen winnen aan kracht als ze niet alleen worden verteld door de partijen die betrokken zijn bij het desbetreffende project, maar ook door sleutelfiguren met elk hun eigen, unieke netwerk. Een voorbeeld van zo'n sleutelfiguur is presentatrice Nicolette Kluijver, die zich inzet voor Groendus, waarbij bedrijven worden gestimuleerd om mee te doen aan de energietransitie.



Kernboodschap

De kernboodschap voor LIFE-IP Klimaatadaptatie is tot stand gekomen in samenwerking met partijen die betrokken zijn bij het programma zelf of bij klimaatadaptatie in het algemeen. Vanuit deze kernboodschap worden deelboodschappen geformuleerd.

KERNBOODSCHAP

SAMEN SNELLER KLIMAATBESTENDIG

Het klimaat verandert steeds sneller en extreem weer komt steeds vaker voor. Nederland heeft te maken met steeds meer hitte, wateroverlast, droogte en overstromingen. Daarom moeten we ons sneller aanpassen.

Het programma LIFE-IP Klimaatadaptatie maakt met voorbeeldprojecten duidelijk wat in de praktijk wel en niet werkt. Dat helpt bij het opzetten van nieuwe klimaatadaptatieprojecten in Nederland en Europa.

Klimaatverandering raakt iedereen en iedereen kan iets doen om Nederland klimaatbestendig te maken. Dit betekent: tegen een stootje kunnen. Ons land kan bijvoorbeeld weersextremen beter opvangen met meer groen, minder steen, meer ruimte voor water en een gezonde bodem. Meer parken in de stad en meer koelte in woningen helpen om gezondheidsproblemen door hitte tegen te gaan.

Ingrijpende maatregelen maar ook kleine beetjes helpen om ervoor te zorgen dat Nederland een land blijft waar we gezond en veilig kunnen wonen, werken en leven.

Samen maken we Nederland sneller klimaatbestendig.

LIFE-IP Klimaatadaptatie wordt financieel mogelijk gemaakt door de Europese Unie en een consortium van 22 overheden en organisaties. De coördinatie is in handen van het ministerie van Infrastructuur en Waterstaat en het RIVM.

2. PROJECTRESULTATEN BREED VERSPREIDEN

Alle partijen die betrokken zijn bij LIFE-IP Klimaatadaptatie hebben eigen communicatiekanalen zoals nieuwsbrieven, websites en socialemedia-accounts. Die worden door alle partners uiteraard zo goed mogelijk benut voor het zo breed mogelijk verspreiden van de projectresultaten. Updates over de tandwielprojecten en versnellingsacties moeten zeker niet alleen worden gedeeld via persberichten en PowerPoint-presentaties. De deelboodschappen moeten ook niet te zeer 'hoog over' zijn, maar zowel qua taal als inhoud aansluiten bij de behoeften van de verschillende doelgroepen. Andere communicatiemiddelen die gebruikt zullen worden zijn foto's, video's, podcasts, animaties, infographics, en borden (notification panels) bij concrete investeringsprojecten.

Handelingsperspectief

De communicatie over de resultaten van de projecten en acties uit het LIFE-IP-programma laat duidelijk zien op welke manier de resultaten zijn bereikt, zodat de werkwijze makkelijk kan worden overgenomen in andere projecten.

Kennisportaal Klimaatadaptatie

De Nieuwsbrief Klimaatadaptatie en het Kennisportaal Klimaatadaptatie zijn ook zeer geschikte kanalen om updates te delen. Het portaal is dé plek voor professionals om kennis op te doen en trekt ongeveer 1000 unieke bezoekers per dag. Het programma LIFE-IP Klimaatadaptatie heeft hier eigen pagina's, met een eigen structuur die in de loop der jaren verder wordt uitgebouwd. Alle projecten hebben een eigen 'hoofdpagina' en kunnen net zoveel pagina's toevoegen als ze zelf willen. Er zijn ruime mogelijkheden om te 'linken' naar andere communicatiekanalen, zoals eigen websites, YouTube-video's en podcastkanalen.

Het kennisportaal heeft een [Twitter-account](#) en een [LinkedIn-pagina](#) die ingezet worden voor discussies en kennisuitwisseling over LIFE-IP. De landingspagina van LIFE-IP Klimaatadaptatie linkt ook naar de Europese LIFE-website. Berichten op de sociale media krijgen de hastags #LIFEproject, #LIFEprojects en #klimaatadaptatie voor herkenbaarheid en verbinding.

Nieuwsbrief

De [Nieuwsbrief Klimaatadaptatie](#) verschijnt acht keer per jaar en heeft bijna 3000 abonnees. In iedere editie wordt aandacht besteed aan het programma LIFE-IP Klimaatadaptatie en de bijbehorende projecten en acties.



Alle artikelen uit de nieuwsbrief verschijnen ook op het Kennisportaal Klimaatadaptatie.

3. UITWISSELING TOT STAND BRENGEN

Verbinding en uitwisseling van ervaringen is voor alle partners van het LIFE-IP Klimaatadaptatie-programma van groot belang. Het draagt bij aan de gezamenlijkheid, de samenhang, en het geeft nieuwe inzichten en verdieping. Door ervaringen uit te wisselen zijn alle betrokken partijen nog beter in staat om de communicatie over hun project op een goede manier in te vullen. Het is van groot belang om niet alleen succeservaringen uit te wisselen, maar ook met elkaar eerlijk te zijn over tegenslagen en nieuwe uitdagingen.

Daarnaast is proactiviteit belangrijk: niet wachten, maar actief naar updates op zoek gaan. Wederzijdse nieuwsgierigheid en oprechte interesse in elkaars verrichtingen zullen de aanjagers zijn van het delen van resultaten. De uitwisseling zal actief bewerkstelligd worden door invulling van het *stewardship* en de *Community of Practice* zoals aangegeven in het *full proposal* (het volledige voorstel voor het programma LIFE-IP Klimaatadaptatie).

COMMUNICATIEPLAN 1^E FASE – 2022-2023

Deze communicatiestrategie is voor de eerste fase uitgewerkt in het communicatieplan 1^e fase (2022-2023), zie hierna.

LIFE-IP Klimaatadaptatie Communicatieplan 1^e fase – 2022-2023

Dit communicatieplan omvat de periode 2022-2023. Het document geeft concrete invulling aan de Communicatiestrategie LIFE-IP Klimaatadaptatie 2022-2027 en bevat communicatieactiviteiten van 2022 en 2023.

- Brainstorm met alle partners en andere betrokken partijen over de communicatiestrategie en het communicatieplan eerste fase.
- Oplevering van de communicatiestrategie.
- Opbouw van een brede communicatie-community.

COMMUNICATIEACTIVITEITEN 2022

In 2022 is door de partners van LIFE-IP Klimaatadaptatie een start gemaakt met de eerste communicatieactiviteiten. De volgende activiteiten zijn ondernomen:

- Openingsevenement 'Vliegende start' op 3 februari 2022.
- Ontwerp van het logo en de huisstijl van LIFE-IP Klimaatadaptatie.
- Een algemene PowerPoint-presentatie.
- Organisatie van vier bijeenkomsten:
 - twee monitoringsbezoeken,
 - twee programmadagen.
- In de Nieuwsbrief Klimaatadaptatie zijn artikelen opgenomen over de opzet en inhoud van het LIFE-IP programma.
- Inrichting van de [pagina's voor LIFE-IP Klimaatadaptatie](#) op het Kennisportaal Klimaatadaptatie en plaatsen van content op het bijbehorende sociale-mediakanaal.
- Ontwerp van een format voor op te leveren producten (deliverables).
- Samenstelling van een algemene folder over LIFE-IP Klimaatadaptatie.

COMMUNICATIEACTIVITEITEN 2023

In 2023 gaat de communicatie over LIFE-IP Klimaatadaptatie echt stromen. De communicatie-aanpak bestaat uit een aantal onderdelen:

1. overzicht creëren, verbinden en uitwisselen
2. ondersteunen
3. het inzichtelijk maken van de resultaten

1. Overzicht, verbinden en uitwisselen

Wat?

Een totaaloverzicht van de communicatie-activiteiten die te maken hebben met LIFE-IP Klimaatadaptatie ontstaat door het in beeld brengen van de communicatieactiviteiten van de tandwielprojecten en versnellingsacties. Deze activiteiten komen samen in een communicatiekalender, die gedeeld wordt in de online samenwerkingsruimte. Op deze manier zijn alle partners op de hoogte van elkaars activiteiten. Dit bevordert het gemeenschappelijke gevoel (verbinding) en is een eerste stap in het uitwisselen van informatie. De kalender maakt inzichtelijk of de partners



gezamenlijk voldoende doen om de doelen te bereiken die met elkaar zijn afgesproken in het *full proposal*.

Hoe?

De projectleider van actie E.1 onderhoudt contact met de (communicatieadviseurs van) de projecten en acties, op diverse manieren:

- Via e-mails met vragen over aanstaande communicatiemomenten.
- Via telefoontjes, onder meer om het belang van communicatie te benadrukken (bewustwording) en te wijzen op de diverse mogelijkheden die hiervoor al bestaan.
- Via de WhatsApp-groep van de communicatie-community, opgezet door Samen Klimaatbestendig.
- Via bijeenkomsten, fysiek en online, waarvoor de partners en de leden van de communicatie-community worden uitgenodigd via e-mail, de WhatsApp-groep en sociale media.

2. Ondersteunen

Wat?

De (communicatieadviseurs van) projecten en acties communiceren via hun eigen kanalen over hun eigen activiteiten en resultaten, en via de beschikbare kanalen als de LIFE-IP-pagina's op het Kennisportaal Klimaatadaptatie, de bijbehorende sociale media en de sociale media van Samen Klimaatbestendig (zie ook hierna: 'Communicatiemiddelen'). Om te voorkomen dat steeds opnieuw het wiel moet worden uitgevonden, krijgen de partners ondersteuning bij hun communicatie via de projectleider van actie E.1.

Hoe?

De projectleider inventariseert de ondersteuningsbehoefte en probeert de vragende partij te koppelen aan een partij die hulp kan bieden. Hiertoe werkt de projectleider nauw samen met de afdeling Klimaatadaptatie van het ministerie van Infrastructuur en Waterstaat (IenW – via communicatiebureau Helder en Duidelijk), de beheerder van het Kennisportaal Klimaatadaptatie (stichting Climate Adaptation Services – CAS) en de communitymanagers van Samen Klimaatbestendig.

De ondersteuning kan bestaan uit diverse onderdelen, afhankelijk van de vraag en de mogelijkheden:

Advies

De projectleider E.1 adviseert de (communicatieadviseurs van) projecten en acties over hun communicatie-activiteiten – gevraagd en ongevraagd. Dit gebeurt onder meer tijdens de geregelde contactmomenten (zie onder punt 1) en tijdens speciaal belegde sessies en workshops.

Communicatiemiddelen

Voor het verspreiden van programmaresultaten en inzichten zijn – naast de eigen communicatiemiddelen – diverse middelen beschikbaar waar de partners van LIFE-IP Klimaatadaptatie volop gebruik van kunnen maken. Voorbeelden zijn de Nieuwsbrief Klimaatadaptatie, [de pagina's van LIFE-IP Klimaatadaptatie op het Kennisportaal Klimaatadaptatie](#), [sociale mediakanalen van het kennisportaal](#) en van [Samen Klimaatbestendig](#).

Er is bewust voor gekozen om geen aparte website op te tuigen voor LIFE-IP Klimaatadaptatie. Het kennisportaal bestaat al sinds 2014 en trekt dagelijks zo'n 1000 bezoekers. Dit zijn met name professionals die zich bezighouden met klimaatadaptatie, maar ook studenten en inwoners behoren tot de doelgroep. Door de resultaten van de LIFE-IP-projecten en -acties te plaatsen op het kennisportaal wordt een grote groep mensen bereikt en ontstaat direct verbinding tussen al bestaande en nieuwe kennis over klimaatadaptatie.

Toolkit

Er is een [communicatietoolkit](#) beschikbaar die alle projectpartners kunnen gebruiken. De toolkit ondersteunt niet alleen bij de communicatie over hun project, maar helpt ook om de onderlinge samenhang tussen alle projecten in het LIFE-IP-programma zichtbaar te maken. Deze communicatietoolkit staat op het Kennisportaal Klimaatadaptatie en zal voortdurend worden aangepast en uitgebreid.

Checklist

In een uitgebreide checklist staat beschreven aan welke verplichtingen de partners moeten voldoen bij hun communicatie-uitingen. Hierin staan ook praktische voorbeelden van onder meer een colofon (bij *deliverables*), een folder en een informatiebord (zie bijlage 1).

3. Inzichtelijk maken van de resultaten

Wat?

Aan het einde van ieder half jaar wordt de stand van zaken opgemaakt, door middel van een inventarisatie van communicatiemomenten en -producten. Op basis van de



uitkomsten van de inventarisatie kan het communicatieplan worden aangepast. De tweede inventarisatie – aan het einde van 2023 – vormt de basis voor het communicatieplan 2024-2025.

Hoe?

De inventarisatie wordt geïnitieerd door de projectleider van actie E.1 en uitgevoerd in samenwerking met de (communicatiemedewerkers van) partners. Onder meer de volgende vragen komen bij deze inventarisatie aan de orde:

- Welke communicatie-activiteiten hebben plaatsgevonden?
- Op welke momenten vonden de activiteiten plaats?
- Hoeveel mensen zijn ermee bereikt?

Aan de hand van de lijst met *deliverables* en verwachte resultaten uit het *full proposal* wordt de stand van zaken opgemaakt. Wat is er bereikt? Wat moet er nog gebeuren? Welk merkbaar resultaat is er geboekt? Op basis van de antwoorden op deze vragen wordt het communicatieplan bijgesteld, zodanig dat perspectief ontstaat op het realiseren van de *expected results* zoals die worden genoemd in het *full proposal* (zie ook bijlage 2).

ACTIES EERSTE FASE

Hieronder volgt een opsomming van al uitgevoerde en te verwachten communicatie-acties, zoals die bekend waren bij het verschijnen van dit communicatieplan in mei 2023. De genoemde communicatieproducten, manieren van verspreiden en data kunnen veranderen. Bij iedere update van het communicatieplan zal deze lijst worden aangevuld met de op dat moment beschikbare informatie.

Doorlopende acties in 2022 en 2023 – projectleider E.1

- Communicatiekalender verder vullen en inhoud beoordelen: in hoeverre leiden de beoogde acties tot het halen van de doelen?
- Content plaatsen in de Nieuwsbrief Klimaatadaptatie en op het kennisportaal.
- Actualiseren van de pagina's LIFE-IP Klimaatadaptatie op het kennisportaal.
- Berichten aanleveren voor LinkedIn en andere sociale media.

2022 – kwartaal 4

- A.1 (ministerie van IenW): workshops voor stakeholders (mijlpaal).

- A.2 (ministerie van IenW): pagina's LIFE-IP Klimaatadaptatie op www.klimaatadaptatienederland.nl aanvullen met algemene informatie over het programma. Verwijzing maken naar de Europese LIFE-website. Startpagina maken voor de tandwielprojecten, aparte pagina's per project, subpagina's voor resultaten en verwijzingen naar projectwebsites (mijlpaal en deliverables).
- A.3 (ministerie van IenW): opleveren Handelingswijsheden voor samenwerken in klimaatadaptatie (deliverable). Rapportage en nieuwsartikel.
- E.1 (ministerie van IenW): opleveren communicatiestrategie 2022-2027.
- E.1 (ministerie van IenW): opleveren plan van aanpak communicatieplan eerste fase (2022-2023).
- E.1 (ministerie van IenW): opzetten communicatietoolkit (zie hierna).
- E.1 (ministerie van IenW): opleveren folder met algemene informatie over LIFE-IP Klimaatadaptatie (digitaal en gedrukt – deliverable).

2023 – kwartaal 1

31 januari: opleveren analyse met hittezones, overstroomingszones, etc. (deliverable).

- Communicatieproduct: rapportage.
- Wijze van verspreiden: via interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: tandwieltrekker C.2.2 (gemeente Apeldoorn).

1 februari: aanwijzen 'knowledge steward' (mijlpaal)

- Communicatieproduct: intern nieuwsbericht.
- Wijze van verspreiden: interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider E.1 (ministerie van IenW).

9 februari: Tandwielbijeenkomst Governance.

- Locatie: Den Bosch.
- Communicatieproduct: verslag (in tekst of een collage) met foto's.
- Wijze van verspreiden: via Kennisportaal, Nieuwsbrief Klimaatadaptatie, interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: tandwieltrekker C.3. (gemeente Gouda).

28 februari: Opleveren Kennisagenda Klimaatadaptatie (deliverable).

- Communicatieproducten: rapportage, nieuwsbericht.
- Wijze van verspreiden: via Kennisportaal, Nieuwsbrief Klimaatadaptatie, interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider A.1 (ministerie van IenW).



7 maart: Programmadag.

- Locatie: Utrecht.
- Communicatieproduct: verslag (in tekst of een collage) met foto's.
- Wijze van verspreiden: via Kennisportaal, Nieuwsbrief Klimaatadaptatie, interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider E.1 (ministerie van IenW).

7 maart: workshop over communicatie voor LIFE-IP-partners.

- Locatie: Utrecht.
- Communicatieproduct: verslag (in tekst of een collage) met foto's.
- Wijze van verspreiden: via Kennisportaal, Nieuwsbrief Klimaatadaptatie, interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider E.1 (ministerie van IenW).

31 maart: uitvoering 2e tranche projecten – schoolpleinen, multifunctionele daken (mijlpaal).

- Communicatieproduct: nieuwsbericht.
- Wijze van verspreiden: via Kennisportaal, Nieuwsbrief Klimaatadaptatie.
- Actie door: projectleider C.3.6 (provincie Utrecht).

31 maart: oplevering indicatortabel en monitoringsplan voor tandwiel 'kennisdoorwerking en tools' (mijlpaal).

- Communicatieproduct: rapportage.
- Wijze van verspreiden: interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider D.1 (ministerie van IenW).

31 maart: oplevering definitieve KPI-tabel en monitoringsplan voor tandwiel 'businessmodellen en financiering' (mijlpaal).

- Communicatieproduct: rapportage.
- Wijze van verspreiden: interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider D.4 (ministerie van IenW).

31 maart: oplevering definitieve KPI-tabel en monitoringsplan voor tandwiel 'governance en integrale aanpak' (mijlpaal).

- Communicatieproduct: rapportage.
- Wijze van verspreiden: interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider D.3 (ministerie van IenW).

31 maart: oplevering indicatortabel en monitoringsplan voor tandwiel 'bewustwording en urgentiebesef' (mijlpaal).

- Communicatieproduct: rapportage.
- Wijze van verspreiden: interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider D.2 (ministerie van IenW).

31 maart: oplevering algemene strategie voor monitoring en evaluatie van de LIFE-IP-acties (deliverable).

- Communicatieproduct: rapportage, nieuwsbericht.
- Wijze van verspreiden: via Kennisportaal, Nieuwsbrief Klimaatadaptatie, interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider D.5 (ministerie van IenW).

31 maart: opleveren rapportage Innovatieve businessmodellen en financieringsmogelijkheden voor klimaatadaptatiemaatregelen (deliverable).

- Communicatieproduct: rapportage en nieuwsbericht.
- Wijze van verspreiden: via Nieuwsbrief Klimaatadaptatie en het Kennisportaal Klimaatadaptatie, sociale-mediakanalen van Samen Klimaatbestendig en het kennisportaal.
- Actie door: projectleider A.4 (ministerie van IenW).

31 maart: opleveren Monitoring- en evaluatiestrategie (deliverable).

- Communicatieproduct: rapportage en nieuwsbericht.
- Wijze van verspreiden: via Nieuwsbrief Klimaatadaptatie en het Kennisportaal Klimaatadaptatie, sociale-mediakanalen van Samen Klimaatbestendig en het kennisportaal.
- Actie door: projectleider A.5 (ministerie van IenW).
- Communicatietoolkit plaatsen op het kennisportaal
- Communicatieproduct: toolkit.
- Wijze van verspreiden: via Nieuwsbrief Klimaatadaptatie, interne nieuwsbrief van de partners, sociale media.
- Actie door: projectleider E.1 (ministerie van IenW).

2023 – kwartaal 2

13 april: bijeenkomst communicatie-community klimaatadaptatie.

- Locatie: Utrecht.
- Communicatieproduct: verslag (in tekst of een collage) met foto's.
- Wijze van verspreiden: via Nieuwsbrief Klimaatadaptatie en het Kennisportaal Klimaatadaptatie, sociale-mediakanalen van Samen Klimaatbestendig en het kennisportaal.
- Actie door: projectleider E.1 (ministerie van IenW).



17 april: bijeenkomst tandwiel Urgentiebesef & Bewustwording.

- Locatie: Arnhem.
- Communicatieproduct: verslag (in tekst of een collage) met foto's.
- Wijze van verspreiden: via Kennisportaal, Nieuwsbrief Klimaatadaptatie, interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: tandwieltrekker C.2 (gemeente Arnhem).

30 april: Opleveren communicatieplan eerste fase (deliverable).

- Communicatieproduct: rapportage, nieuwsbericht.
- Wijze van verspreiden: via Kennisportaal, interne nieuwsbrief van de partners, communicatie-community.
- Actie door: projectleider E.1 (ministerie van IenW)

30 april: Oplevering visualisatie en database van netwerk (deliverable).

- Communicatieproduct: online tool.
- Wijze van verspreiden: via interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider E.2 (ministerie van IenW).

30 april: Opleveren lijst van netwerk-activiteiten van 2022 (deliverable).

- Communicatieproduct: overzicht.
- Wijze van verspreiden: via interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider E.2 (ministerie van IenW).

30 april: Oplevering replicatiestrategie (deliverable).

- Communicatieproduct: rapportage.
- Wijze van verspreiden: via Kennisportaal, Nieuwsbrief Klimaatadaptatie, interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider A.6 (ministerie van IenW).

1 mei: oplevering eerste versie van monitoringsprotocol (deliverable).

- Communicatieproduct: rapportage, nieuwsbericht.
- Wijze van verspreiden: via Kennisportaal, Nieuwsbrief Klimaatadaptatie, interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider D.5 (ministerie van IenW).

16 mei: opening groen schoolplein in Nieuwegein.

- Basisschool Vroonestein in Nieuwegein.
- Communicatieproduct: openingshandeling, mededelingenbord, nieuwsbericht, sociale-mediaberichten.
- Wijze van verspreiden: via Kennisportaal, Nieuwsbrief Klimaatadaptatie, interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: trekker C.3.6 (provincie Utrecht).

31 mei: oplevering shortlist van veenweidegebieden (mijlpaal).

- Communicatieproduct: rapportage.
- Wijze van verspreiden: interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider C.4.2 (ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit – LNV).

8 juni: bijeenkomst tandwiel Governance.

- Locatie: nader te bepalen.
- Communicatieproduct: verslag (in tekst of een collage) met foto's.
- Wijze van verspreiden: via Kennisportaal, Nieuwsbrief Klimaatadaptatie, interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: tandwieltrekker C.3. (gemeente Gouda).

30 juni: opleveren opzet van een 'Coalition Solid Cities' en rapportage van impacts (deliverable).

- Communicatieproduct: rapportage.
- Wijze van verspreiden: via Kennisportaal, Nieuwsbrief Klimaatadaptatie, interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider C.3.1 (gemeente Gouda).

30 juni: opleveren format workshop klimaatbestendigheid.

- Communicatieproduct: format, nieuwsbericht.
- Wijze van verspreiden: via Nieuwsbrief Klimaatadaptatie en het Kennisportaal Klimaatadaptatie, sociale-mediakanalen van Samen Klimaatbestendig en het kennisportaal, interne nieuwsbrief voor de partners.
- Actie door: vertegenwoordiger van C.3.2 (Waterschap Aa en Maas) en projectleider E.1 (ministerie van IenW).

30 juni: opleveren klimaatscans voor watersystemen (deliverable).

- Communicatieproduct: rapportage.
- Wijze van verspreiden: via interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: tandwieltrekker C.1.2 (Rijkswaterstaat).

30 juni: Community of Practice opgezet (mijlpaal).

- Communicatieproduct: nieuwsbericht.
- Wijze van verspreiden: via Kennisportaal, Nieuwsbrief Klimaatadaptatie, interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: tandwieltrekker C.1.2 (Rijkswaterstaat).



30 juni: beschrijving van nieuwe toevoegingen aan maatregelen-toolbox, lijst van stakeholders, oplossingskaarten. (deliverable).

- Communicatieproduct: rapportage.
- Wijze van verspreiden: via Kennisportaal, Nieuwsbrief Klimaatadaptatie, interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: tandwieltrekker C.2.5 (Waternet).

30 juni: opleveren stakeholderanalyse (deliverable).

- Communicatieproduct: rapportage.
- Wijze van verspreiden: via interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: tandwieltrekker C.2.6 (Hoogheemraadschap De Stichtse Rijnlanden).

30 juni: opleveren disseminatie- en replicatieplan (deliverable).

- Communicatieproduct: rapportage, nieuwsbericht.
- Wijze van verspreiden: via Kennisportaal, Nieuwsbrief Klimaatadaptatie, interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider E.3 (ministerie van IenW).

2023 – kwartaal 3

30 september: opleveren publiekscampagne (mijlpaal).

- Communicatieproduct: rapportage.
- Wijze van verspreiden: via Kennisportaal, Nieuwsbrief Klimaatadaptatie, interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider C.2.3 (gemeente Groningen).

30 september: opleveren risico-dialogen (deliverable).

- Communicatieproduct: rapportage.
- Wijze van verspreiden: via Kennisportaal, interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider C.2.6 (Hoogheemraadschap De Stichtse Rijnlanden).

30 september: tien lokale hitteplannen opgeleverd (deliverable).

- Communicatieproducten: hitteplannen.
- Wijze van verspreiden: via Kennisportaal, Nieuwsbrief Klimaatadaptatie, interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider C.3.6 (provincie Utrecht).

30 september: opleveren aanpak participatie bewoners (mijlpaal).

- Communicatieproduct: rapportage.
- Wijze van verspreiden: interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider C.2.6 (Hoogheemraadschap De Stichtse Rijnlanden).

2023 – kwartaal 4

Oktober: verschijnen KNMI-scenario's.

- Communicatieproduct: nieuwsbericht (met aandacht voor de relatie met deliverable lokale klimaatdata), met beeldmateriaal.
- Wijze van verspreiden: via Kennisportaal, Nieuwsbrief Klimaatadaptatie, sociale media (Samen Klimaatbestendig, kennisportaal, KNMI, overige partners).
- Actie door: projectleider C.1.1 (KNMI).

12 en 13 oktober: Programmadagen.

- Locatie: onbekend.
- Communicatieproduct: verslag (in tekst of een collage) met foto's.
- Wijze van verspreiden: via Kennisportaal, Nieuwsbrief Klimaatadaptatie, interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider E.1 (ministerie van IenW).

12 oktober: workshop over communicatie voor LIFE-IP-partners.

- Locatie: onbekend.
- Communicatieproduct: verslag (in tekst of een collage) met foto's.
- Wijze van verspreiden: via Kennisportaal, Nieuwsbrief Klimaatadaptatie, interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider E.1 (ministerie van IenW).

31 december: opleveren interactieve template met lokale klimaatinformatie (deliverable).

- Communicatieproduct: online tool, nieuwsbericht.
- Wijze van verspreiden: en het Kennisportaal Klimaatadaptatie, sociale-mediakanalen van Samen Klimaatbestendig en het kennisportaal, interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider C.1.1 (KNMI).

31 december: oplevering rapportage over effectiviteit van maatregelen en acties (deliverable).

- Communicatieproduct: rapportage.
- Wijze van verspreiden: via Kennisportaal, Nieuwsbrief Klimaatadaptatie, interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider C.1.2 (Rijkswaterstaat).

31 december: oplevering richtlijnen – versie 1 (deliverable).

- Communicatieproduct: rapportage.
- Wijze van verspreiden: via interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider C.1.3 (GGD Gelderland-Midden).



31 december: oplevering interactieve rapportage over kosten en baten per klimaatactie (deliverable).

- Communicatieproduct: rapportage.
- Wijze van verspreiden: via Kennisportaal, Nieuwsbrief Klimaatadaptatie, interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider C.2.1 (gemeente Arnhem).

31 december: opzet lokale monitorings-tool voor 'citizen science' (mijlpaal).

- Communicatieproduct: tool.
- Wijze van verspreiden: interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider C.2.1 (gemeente Arnhem).
- 31 december: oplevering geïntegreerd vormgevingsproces (mijlpaal).

- Communicatieproduct: rapportage.
- Wijze van verspreiden: interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider C.2.2 (gemeente Apeldoorn).

31 december: oplevering concept-hitteplan (deliverable).

- Communicatieproduct: rapportage.
- Wijze van verspreiden: interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider C.2.4 (GGD Rotterdam-Rijnmond).

31 december: oplevering analyse van geprioriteerde Rotterdamse wijken (mijlpaal).

- Communicatieproduct: rapportage.
- Wijze van verspreiden: interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider C.2.4 (GGD Rotterdam-Rijnmond).

31 december: oplevering uitgebreide toolbox, lokaal monitoringssysteem online (mijlpaal).

- Communicatieproduct: toolbox en online monitoringssysteem.
- Wijze van verspreiden: via Kennisportaal, Nieuwsbrief Klimaatadaptatie, interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: tandwieltrekker C.2.5.

31 december: oplevering evaluatierapport roadmap, co-creatie rond businessmodellen en groene oplossingen (deliverable).

- Communicatieproduct: rapportage.
- Wijze van verspreiden: via Kennisportaal, Nieuwsbrief Klimaatadaptatie, interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider C.4.1 (gemeente Súdwest-Fryslân).

31 december: viewer online beschikbaar (mijlpaal).

- Communicatieproduct: viewer.
- Wijze van verspreiden: via Kennisportaal, interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider C.4.2 (ministers van LNV).

31 december: oplevering regionale aanpak klimaatverandering landelijk gebied, financieel plan publiek-private aanpak landbouw en natuur, dynamische kennisagenda klimaatadaptatieve landbouw en natuur (deliverable).

- Communicatieproducten: rapportages.
- Wijze van verspreiden: via Kennisportaal, Nieuwsbrief Klimaatadaptatie, interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider C.4.3 (LTO-Noord).

31 december: oplevering rapportage monitoringsstrategie en evaluatie van tandwiel 'bewustwording en urgentiebesef' (deliverable).

- Communicatieproduct: rapportage.
- Wijze van verspreiden: via Kennisportaal, interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider D.2 (ministerie van IenW).

31 december: oplevering rapportage monitoringsstrategie en evaluatie van tandwiel 'governance en integrale aanpak' (deliverable).

- Communicatieproduct: rapportage.
- Wijze van verspreiden: via Kennisportaal, interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider D.3 (ministerie van IenW).

31 december: oplevering rapportage monitoringsstrategie en evaluatie van tandwiel 'businessmodellen en financiering' (deliverable).

- Communicatieproduct: rapportage.
- Wijze van verspreiden: via Kennisportaal, interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider D.4 (ministerie van IenW).

31 december: oplevering rapportage monitoringsstrategie en evaluatie van tandwiel 'kennisdoorwerking en tools' (deliverable).

- Communicatieproduct: rapportage.
- Wijze van verspreiden: via Kennisportaal, interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider D.1 (ministerie van IenW).

31 december: opleveren opzet en uitvoering van integraal monitoringsplan (deliverable).

- Communicatieproduct: rapportage.
- Wijze van verspreiden: via Kennisportaal, Nieuwsbrief Klimaatadaptatie, interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider C.3.1 (gemeente Gouda en Hoogheemraadschap Rijnland).



31 december: opleveren projectvoorstellen (mijlpaal).

- Communicatieproduct: rapportage.
- Wijze van verspreiden: interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider C.2.6 (Hoogheemraadschap De Stichtse Rijnlanden).

31 december: opleveren implementatie-plan (deliverable).

- Communicatieproduct: rapportage.
- Wijze van verspreiden: via Kennisportaal, Nieuwsbrief Klimaatadaptatie, interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider C.3.2b (Waterschap Aa en Maas).

31 december: workshops met gemeenten gehouden (mijlpaal).

- Communicatieproduct: blauwdruk voor workshop, nieuwsbericht.
- Wijze van verspreiden: via communicatie-community, Kennisportaal, Nieuwsbrief Klimaatadaptatie, interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider C.3.2b (Waterschap Aa en Maas).

31 december: opleveren bijgewerkte kaart koppelkansen en communicatie-toolbox (deliverable).

- Communicatieproducten: kaart en toolbox.
- Wijze van verspreiden: via Kennisportaal, Nieuwsbrief Klimaatadaptatie, interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider C.3.5 (Waterschap Vallei en Veluwe).

31 december: lokaal monitoringssysteem geïmplementeerd, vijf cursussen op maat gehouden (mijlpaal).

- Communicatieproduct: tool, cursus.
- Wijze van verspreiden: via communicatie-community, Kennisportaal, Nieuwsbrief Klimaatadaptatie, interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider C.3.5 (Waterschap Vallei en Veluwe).

31 december: alle projecten hebben een (digitale) folder (deliverable).

- Communicatieproducten: (digitale) folders.
- Wijze van verspreiden: via de eigen kanalen van de partners, Kennisportaal Klimaatadaptatie.
- Actie door: projectleider E.1 (ministerie van IenW).

31 december: vier YouTube-tutorials verschenen over participatie (deliverable).

- Communicatieproducten: YouTube-tutorials, nieuwsberichten.
- Wijze van verspreiden: via de eigen kanalen van de partners, Kennisportaal Klimaatadaptatie, sociale-mediakanalen van het Kennisportaal en Samen Klimaatbestendig, Nieuwsbrief Klimaatadaptatie.
- Actie door: projectleider E.1 (ministerie van IenW).

Eind december: opleveren van het communicatieplan tweede fase (2024-2025 - deliverable).

- Communicatieproduct: rapportage.
- Wijze van verspreiden: via interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider E.1 (ministerie van IenW).

31 december: verslag van resultaten van internationale samenwerking in fase 1 (deliverable).

- Communicatieproduct: rapportage.
- Wijze van verspreiden: via interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider E.4 (ministerie van IenW).

31 december: eerste vertalingen voor internationale samenwerking beschikbaar (mijlpaal).

- Communicatieproduct: rapportage.
- Wijze van verspreiden: via interne nieuwsbrief van de partners.
- Actie door: projectleider E.4 (ministerie van IenW).

31 december: LIFE-IP-specifieke content toegevoegd aan de pagina's op het kennisportaal (deliverable).

- Communicatieproducten: teksten op het kennisportaal.
- Wijze van verspreiden: kennisportaal.
- Actie door: projectleider E.6 (ministerie van IenW).



COLOFON

Deze communicatiestrategie met bijbehorend communicatieplan is gemaakt in opdracht van het ministerie van Infrastructuur en Waterstaat en maakt deel uit van het programma LIFE-IP Klimaatadaptatie.

Titel

LIFE-IP Klimaatadaptatie communicatiestrategie 2022-2027 en communicatieplan 1e fase (2022-2023).

Kenmerken

Project title: Netherlands National Adaptation Strategy on Climate Change, to Local Networks Accelerating Climate Resilience (NL-NASCELERATE).

Project acronym: LIFE20 IPC/NL/000006 – LIFE-IP NL-NASCELERATE.

Action: E.1. Communication and raising awareness of the impact and benefits of NL-NASCELERATE.

Deliverable: LIFE IP Communication Plan (30-04-2023)

Beneficiary: Ministry of Infrastructure and Water Management.

Auteurs

Berend van Zeggeren en Ria de Wit – Helder en Duidelijk

Opdrachtgever

Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat (IenW)

Begeleidingscommissie

Sandra Boekhold (RIVM)

Han Frankfort (IenW)

Erin Schoute (IenW)

Vormgeving

Pieter Kuiper en Sybren Vlasblom – Helder en Duidelijk

Datum van verschijnen

25 mei 2023

Medegefinancierd door de Europese Unie. De opvattingen en meningen die worden geuit zijn echter uitsluitend die van de auteur(s) en komen niet noodzakelijk overeen met die van de Europese Unie of CINEA. Noch de Europese Unie, noch de subsidieverlenende autoriteit kunnen daarvoor verantwoordelijk worden gesteld.



Summary

This LIFE-IP Communication Plan consists of a strategy and a plan for the first phase of the LIFE-IP programme. The strategy states how communication can contribute to achieving the goals of LIFE-IP Climate Adaptation. The accompanying communication plan – including a communication checklist and communication calendar – contains the practical steps that follow from the strategy. The plan and the calendar will be adjusted if current events give reason to do so.

The strategy, plan and calendar are the result of close consultation between all LIFE-IP Climate Adaptation partners and other professionals involved. The strategy covers the entire period of the programme. It's an “adaptive” document; new insights or current developments may lead to adjustments.

Goals of communication about LIFE-IP Climate Adaptation

1. Achieve that people understand and feel that change is needed, by means of a strong message and the dissemination of the corresponding underlying messages per project.
2. Widely disseminate project results and offer perspectives for taking action, so that parties in the Netherlands and Europe can benefit from them in the development of climate adaptation policies.

3. Establishing exchange by establishing and maintaining connections between all partners (stewardship).

The slogan from the communication strategy is:

Together we can make the Netherlands climate-proof more quickly.

The communication approach consists of several components:

1. Providing insight and overview, connect and exchange.
2. Supporting all partners in their communication activities.
3. Monitoring project communication activities.

Using an extensive – and dynamic – content calendar, the partners communicate about the knowledge gained and the results achieved. A communication toolkit and communication checklist support the partners in their communication activities. An active communication community contributes to the dissemination and replication of knowledge and results.

Co-funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or CINEA. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



Bijlage 1
Checklist communicatie

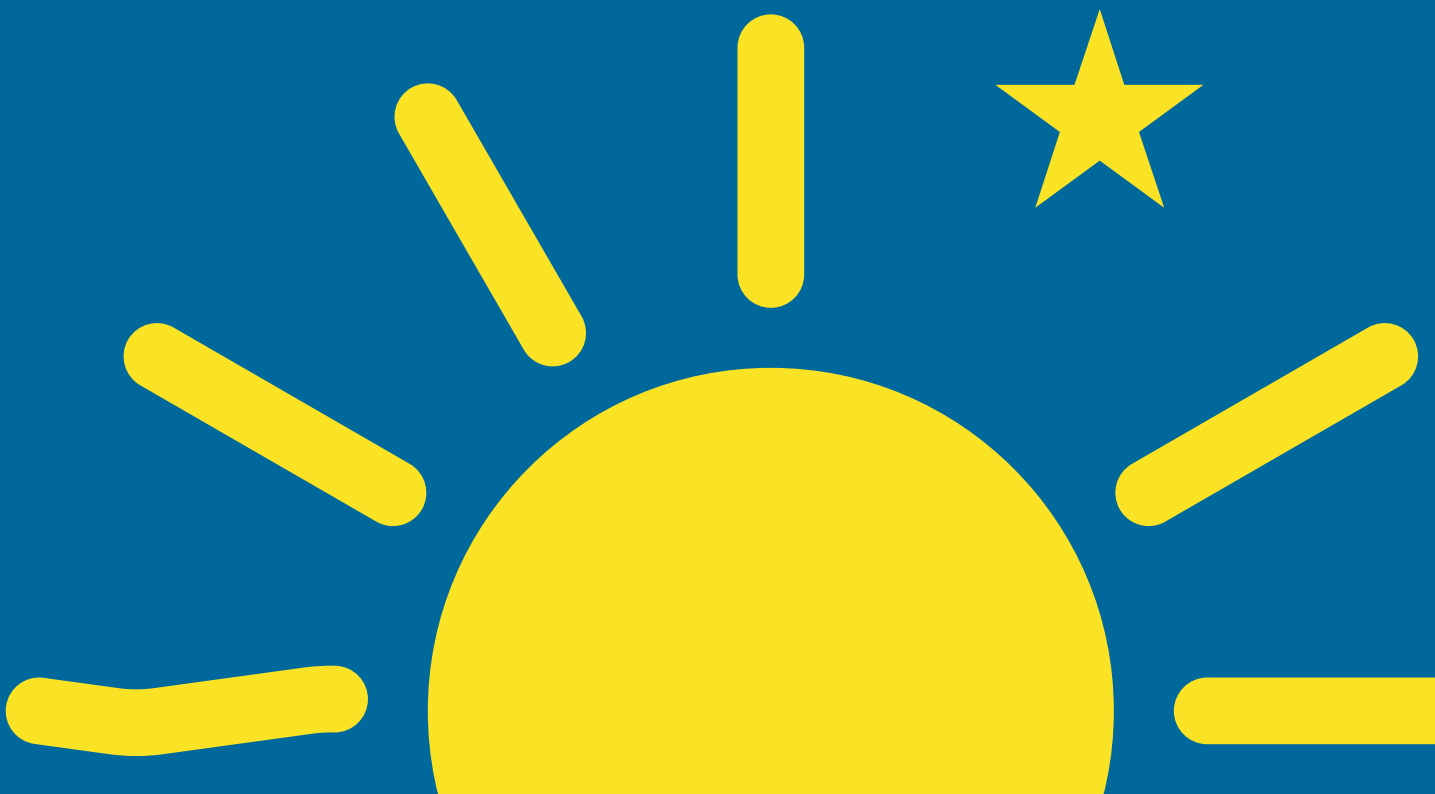


Medegefinancierd door
de Europese Unie

Communicatie- checklist

LIFE-IP Klimaatadaptatie

mei 2023



COMMUNICATIE-CHECKLIST

Deze communicatie-checklist hoort bij het Communicatieplan LIFE-IP Klimaatadaptatie 2022-2023. De betrokkenen bij de projecten en acties die verbonden zijn aan het programma LIFE-IP Klimaatadaptatie communiceren zelf over hun resultaten. De Europese Unie stelt een aantal voorwaarden aan deze communicatie. In deze checklist staan de belangrijkste aandachtspunten.

Indeling

Vraag en antwoord	Pagina 2
Extra tips	Pagina 5
Voorbeelden	Pagina 6
Meer informatie	Pagina 9

Staat jouw vraag er niet bij of is iets niet duidelijk?

Neem contact op met Ria de Wit, projectleider communicatie LIFE-IP Klimaatadaptatie (actie E.1) namens het ministerie van Infrastructuur en Waterstaat: ria@helder-en-duidelijk.nl – 06 247 44 241.

Vraag en antwoord

DELIVERABLES, LOGO'S EN DISCLAIMER

Welke informatie moet er op een 'deliverable' (verplicht product) staan?

Een deliverable bevat altijd een **colofon**, met de volgende verplichte onderdelen:

- Het **LIFE-logo van de EU**, inclusief de tekst 'Medegefinancierd door de Europese Unie'. IenW heeft een eigen logo laten maken voor LIFE-IP Klimaatadaptatie. Het advies is om beide logo's in combinatie te gebruiken. Voorbeelden van de logo's zijn te vinden op [deze website](#).
- De **kenmerken van de deliverable** (projecttitel, projectafkorting, actie, resultaat, begunstigde). Dat zijn de Engelse termen die gebruikt worden in de Grant Agreement (de overeenkomst met de EU).
- De **disclaimer**, waarin wordt verklaard dat de EU niet verantwoordelijk is voor de inhoud.

Op pagina 6 staat een voorbeeld van een colofon.

In elke deliverable die in het Nederlands is opgesteld, is een **Engelstalige samenvatting** verplicht, inclusief **Engelstalige disclaimer**. Zie het voorbeeld op pagina 7.

Het logo is een keer veranderd. Wat is de juiste versie?

Het juiste logo is te vinden op [deze website](#). Het verschil tussen het oude logo en het actuele logo is dat de zin 'Medegefinancierd door de Europese Unie' is toegevoegd. Zie ook het logo bovenaan deze checklist.

Ik heb het oude logo al op diverse plekken gebruikt.

Moet ik het overal vervangen?

Ja, overal moet het nieuwe logo staan.

Als de deliverable bestaat uit een website of ander online product, hoe ga je dan om met de verplichte onderdelen als logo, Engelse samenvatting en disclaimer?

Alle deliverables moeten voldoen aan de eisen van de Europese Unie. Het nieuwe logo, de Engelse samenvatting en de disclaimer moeten dus ook op een website of ander online product worden geplaatst.

Waar moet ik aan voldoen bij het aanleveren van een deliverable die uit een online product bestaat?

Wanneer zo'n online product als deliverable wordt aangeleverd bij het coördinatieteam van LIFE-IP Klimaatadaptatie, moet dat in een vorm die het mogelijk maakt om de verplichte onderdelen (nieuw logo, disclaimer en Engelse samenvatting) toe te voegen. Denk aan een voorblad, met daarop een schermafbeelding van het online product.



- Een goed voorbeeld hiervan is de oplevering van [de pagina's over LIFE-IP Klimaatadaptatie](#) op het kennisportaal: deze deliverable is aangeleverd in de vorm van een screenshot, met op het voorblad de verplichte onderdelen (nieuw logo, Engelse samenvatting en disclaimer).

Hoe ga je om met deliverables die al zijn verschenen en waar nog niet alles uit de checklist is toegevoegd (zoals de disclaimer)?

Deze deliverables moeten worden aangepast door de auteur(s) en opnieuw worden aangeboden aan het coördinatieteam. Lees de de voorgaande vragen en antwoorden voor de details.

NOTIFICATION PANELS EN POSTERS

Wat wordt er bedoeld met 'notification panels', 'on-site panels', 'interpretation boards' of 'noticeboards' (mededelingenbord) zoals genoemd in het full proposal en op de CINEA-site?

Dit zijn informatiepanelen die op fysieke locaties worden geplaatst waar een project wordt uitgevoerd of is uitgevoerd met subsidiegeld uit Europa.

Is zo'n mededelingenbord verplicht?

Ja, als er een fysieke locatie is, is het **verplicht** om een bord te plaatsen.

Heeft het project geen fysieke locatie? De projectleider moet in dit geval een **poster** ophangen op zijn/haar eigen locatie (gemeentehuis, provinciehuis, et cetera).

Waarom moet een 'notification panel' of poster voldoen?

Het bord of de poster moet worden geplaatst op een 'goed toegankelijke plek, waar het bord of de poster zichtbaar is voor het publiek'.

Het juiste logo moet worden gebruikt op het bord of de poster (dus inclusief de zin 'Medegefinancierd door de Europese Unie'), en een korte beschrijving van het project, bedoeld voor het grote publiek.

Er zijn geen bepaalde voorwaarden voor formaat of type uitvoering. Pagina 7 geeft een voorbeeld mededelingenbord en een poster, maar de invulling hiervan is verder vrij.

Wanneer moet ik het bord of de poster plaatsen of ophangen?

Zodra een project van start gaat, moet er een informatiepaneel geplaatst worden of een poster worden opgehangen.

Is er (nog) geen fysieke locatie? Hang dan alleen een poster op.

Hoe lang moet een 'notification panel' blijven staan?

Het bord of de poster moet gedurende de looptijd van het LIFE-IP-programma (dus tot eind 2027) blijven staan of hangen. Als er sprake is van een blijvende locatie (bijvoorbeeld een stadspark of groen schoolplein), moet het bord ook na de looptijd van het programma blijven staan.

Is er een format voor een poster?

Op pagina 7 staat een voorbeeldposter. Het nieuwe logo is verplicht, verdere invulling is vrij (bijvoorbeeld het eigen logo, logo's van de samenwerkingspartners, projectnaam, et cetera). Als je een eigen logo gebruikt, moet het LIFE-logo groter zijn dan het eigen logo.

FOLDERS EN PRESENTATIES

Is er een format voor een folder?

Op pagina 8 staat een voorbeeld van een folder. Let op: het colofon is verplicht, want een folder is een deliverable. De folder kan online verschijnen, of op papier (tip: gebruik milieuvriendelijk materiaal).

Is er een format voor een PowerPoint-presentatie?

Een voorbeeld van een presentatie vind je op [deze website](#). Op pagina 8 zie je een voorbeeld van een aantal slides.

SOCIALE MEDIA

Zijn er voorbeeldteksten voor socialemediaberichten, persberichten of nieuwsbrieven?

Op het Kennisportaal Klimaatadaptatie staat een ['toolkit basiscommunicatie'](#) met verschillende voorbeeldteksten, handleidingen en tips. Deze toolkit wordt voortdurend



uitgebreid. Heb je zelf een aanvulling? Neem [contact](#) op met het kennisportaal.

Welke hashtags kan ik gebruiken in sociale-mediaberichten?

Voorbeelden van hashtags zijn #LIFEprogramme; #LIFEproject, #LIFEprojects (in het Engels). Als tweede hashtag kun je #klimaatadaptatie gebruiken.

BIJEENKOMSTEN

Is het voor elke partner verplicht om een openbare bijeenkomst te organiseren?

Een openbare bijeenkomst is een 'verwacht resultaat' en geen verplichting. In de overeenkomst met de Europese Unie staat dat er 10 open dagen worden georganiseerd voor het publiek, en 15 openbare evenementen (zie bijlage 2 van het communicatieplan 2022-2023). De partners zullen deze aantallen gezamenlijk moeten bereiken, dus als het bij je project past, organiseer dan een openbare bijeenkomst. In het communicatieplan lees je hier meer over. Het kan overigens van alles zijn: de opening van een stadspark, een bewonersavond, een open dag bij de gemeente, een klimaatfestival. **Denk aan zichtbaarheid van het logo.**

Tip: noteer hoeveel mensen er (ongeveer) aanwezig waren. De EU vraagt om deze informatie.

We organiseren een interne bijeenkomst. Moet het logo dan ook overal op worden gebruikt?

Tijdens interne bijeenkomsten is het niet verplicht.

Tip: maak er toch een gewoonte van om het logo te gebruiken; mocht je alsnog externe gasten uitnodigen of de gebruikte presentatie op een website plaatsen, dan staat het er alvast op.

We organiseren een bijeenkomst waarover we geen nieuwsbericht maken, maar die we wel willen laten meetellen als resultaat van ons LIFE-IP-project. Hoe doen we dat?

Je kunt een collage maken van een paar foto's, met een kort bijschrift. Denk hierbij aan het juiste gebruik van logos. Een voorbeeldcollage staat op pagina 8.

DIGITALE TOEGANKELIJKHEID, STICKERS EN FOTO'S

Moeten alle communicatieproducten over LIFE-IP Klimaatadaptatie digitaal toegankelijk zijn?

Ja, alle producten moeten digitaal toegankelijk zijn volgens de richtlijnen van de rijksoverheid. Niet alleen je website, maar ook pdf's en andere documenten moeten openbaar toegankelijk zijn. De verantwoordelijkheid hiervoor ligt bij jezelf. [Deze website](#) kan je hierbij verder helpen.

Tip: Let bij digitale producten – zoals een video – op het plaatsen van het logo.

Zijn er stickers beschikbaar die ik kan plakken op producten die we hebben laten maken? Of op tafels, mokken, flyers?

Nee, er zijn geen stickers beschikbaar.

Waar vind ik goede foto's voor onze communicatie-uitingen over klimaatadaptatie?

Gratis foto's kun je vinden op [Pixabay](#) of [Unsplash](#). De provincie Noord-Brabant heeft een [klimaatwarenhuis](#). Betaalde foto's kun je op diverse websites vinden. De website [klimaatadaptatiebeelden.nl](#) is gespecialiseerd in foto's over het onderwerp klimaatadaptatie.



Extra tips

- Gebruik zoveel mogelijk je eigen communicatiekanalen (website, sociale media, nieuwsbrief, et cetera).
- Voor extra bereik: stuur je communicatieboodschap of product naar nieuwsbrief@helder-en-duidelijk.nl
- Maak foto's van de verschillende communicatiemomenten en zorg ervoor dat het logo in beeld is. Voorbeeld: de opening van een groen schoolplein, een bewonersbijeenkomst (zie voorbeeldfoto's op pagina 7).
- Meld je aan voor de nieuwsbrief klimaatadaptatie.
- Volg het Kennisportaal Klimaatadaptatie op LinkedIn.
- Volg [Samen Klimaatbestendig](#) op LinkedIn.
- Ben je al lid van de communicatie-community? Zo nee, stuur een mail naar nadia@samenklimaatbestendig.nl.



Voorbeelden

VOORBEELDCOLOFON

Colofon

Dit rapport* is gemaakt in opdracht van het ministerie van Infrastructuur en Waterstaat** en maakt deel uit van het programma LIFE-IP Klimaatadaptatie.

Titel

[hier de titel van het rapport*]

Kenmerken

Project title: Netherlands National Adaptation Strategy on Climate Change, to Local Networks Accelerating Climate Resilience (NL-NASCELERATE).

Project acronym: LIFE20 IPC/NL/000006 – LIFE-IP NL-NASCELERATE.

Action: [letter en nummer + Engelse naam uit het Proposal]

Deliverable: [Engelse naam uit het Proposal+ de laatst overeengekomen opleverdatum***].

Beneficiary: [dit is de LIFE-IP-partner die het product oplevert aan de EU, eerst de Nederlandse naam, dan de Engelse].

Auteurs

[naam/namen en organisatie(s)]

Opdrachtgever

[indien gewenst: naam van opdrachtgever (persoon en/of organisatie)]

Begeleidingscommissie

[indien van toepassing/gewenst]

Vormgeving

[indien van toepassing]

Datum

[datum van verschijnen****]

Medegefinancierd door de Europese Unie. De opvattingen en meningen die worden geuit zijn echter uitsluitend die van de auteur(s) en komen niet noodzakelijk overeen met die van de Europese Unie of CINEA. Noch de Europese Unie, noch de subsidieverlenende autoriteit kunnen daarvoor verantwoordelijk worden gesteld.

* of: deze publicatie, deze strategie, dit onderzoeksresultaat, dit document, et cetera.

** of: naam van de opdrachtgever in kwestie OF – als je het in eigen beheer hebt gemaakt – de naam van je eigen organisatie (dan wordt de zin: ... gemaakt door XX en maakt deel uit van...).

*** dit is de opleverdatum zoals overeengekomen met de EU, ofwel genoemd in het Gran Agreement, ofwel bijgesteld in overleg met de EU.

**** dit is de datum van verschijnen; deze datum kan afwijken van de opleverdatum.



Medegefinancierd door
de Europese Unie



DISCLAIMER IN HET ENGELS

Bij de Engelse samenvatting, onderaan de pagina:

Co-funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or CINEA. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

INFORMATIEBORD



Voorbeeld van een informatiebord



Voorbeeld van het gebruik van een informatiebord

POSTER



Voorbeeld van een poster



Voorbeeld van het gebruik van een poster, op 23 september 2022, tijdens een openbare bijeenkomst van de Climate Campus in Zwolle



FOLDER



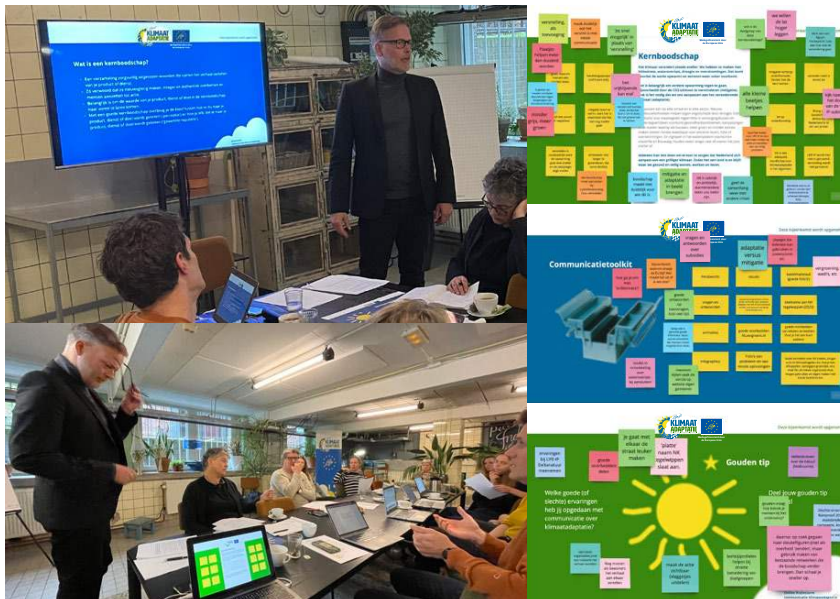
Voorbeeld van een folder (staat ook op het Kennisportaal Klimaatadaptatie)

POWERPOINT



Voorbeelden van slides in een PowerPoint-presentatie [te vinden op deze website](#)

COLLAGE VAN EEN BRAINSTORMBIJENKOMST



Voorbeeld van een [collage over een brainstormbijeenkomst voor het maken van de communicatiestrategie](#)



Meer informatie

- Hier vind je alle EU-informatie over communicatie:
https://cinea.ec.europa.eu/programmes/life/communication-and-gdpr-rules_en
- Dit zijn de top-tips van de EU over communicatie:
https://cinea.ec.europa.eu/news-events/news/top-tips-communicating-life-projects-2019-11-27_en
- Wil je echt de diepte in, kijk dan naar deze video (80 minuten):
https://www.youtube.com/watch?v=_f6A_U1Wjbg



Medegefinancierd door
de Europese Unie

COLOFON

Deze communicatie-checklist maakt deel uit van het LIFE-IP Klimaatadaptatie-communicatieplan 2022-2023 en is gemaakt in opdracht van het ministerie van Infrastructuur en Waterstaat.

Titel

LIFE-IP Klimaatadaptatie – communicatie-checklist

Kenmerken

Project title: Netherlands National Adaptation Strategy on Climate Change, to Local Networks Accelerating Climate Resilience (NL-NASCELERATE).

Project acronym: LIFE20 IPC/NL/000006 – LIFE-IP NL-NASCELERATE.

Action: E.1: Communication and raising awareness of the impact and benefits of NL-NASCELERATE.

Deliverable: LIFE IP Communication plan – 30 april 2023

Beneficiary: Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat (Ministry of Infrastructure and Water Management).

Auteurs

Nadia van den Berg – Samen Klimaatbestendig
Ria de Wit – Helder en Duidelijk

Opdrachtgever

Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat

Vormgeving

Sybren Vlasblom (Helder en Duidelijk)

Datum

Mei 2023

Medegefinancierd door de Europese Unie. De opvattingen en meningen die worden geuit zijn echter uitsluitend die van de auteur(s) en komen niet noodzakelijk overeen met die van de Europese Unie of CINEA. Noch de Europese Unie, noch de subsidieverlenende autoriteit kunnen daarvoor verantwoordelijk worden gesteld.

Bijlage 2

Actie E.1. deliverables, milestones en expected results

Deliverables (verplichte producten):

- 1 juli 2022: openingsevenement.
- 30 april 2023: LIFE-IP Communicatieplan.
- 31 december 2023: digitale brochures en folders.
- 31 december 2023: 4 video's/YouTube-tutorials en instrumenten voor participatie.

Milestones (mijlpalen):

- 30 november 2022: sociale media-accounts LIFE-IP opgericht en online.
- 1 februari 2023: aanstelling kennissteward lokale platforms.
- 1 januari 2026: kennisgevingspanelen geplaatst.
- 31 december 2027:
 - presentaties op website over programma-inhoud gepubliceerd,
 - evenementen van CoP (platforms van stakeholders) georganiseerd,
 - bijdragen aan openbare evenementen gehouden
 - 10 open dagen georganiseerd,
 - persberichten gepubliceerd.

De expected results (verwachte resultaten) zoals opgenomen in het full proposal zijn:

- Lopende activiteiten op het LIFE-IP-platform voor stakeholders (en begeleidende platforms). Doelpubliek: meer dan 1000 aangesloten professionals om meer dan een miljoen burgers te bereiken.
- CoP-platforms van stakeholders: ten minste 10 CoP-evenementen, waarbij professionals kennis en ervaringen uitwisselen over het opzetten en onderhouden van lokale en regionale platforms (ongeveer 40 betrokkenen).
- Minimaal 15 kennisgevingborden geplaatst. Doelpubliek: lokale gemeenschap (meer dan 10.000 personen geïnformeerd).
- Bijdrage van LIFE-IP-partners aan ten minste 15 openbare evenementen. Doelpubliek: plaatselijke gemeenschap (meer dan 50.000 personen geïnformeerd).
- 1 Algemeen openingsevenement. Doelpubliek: stakeholders, doelgroepen en alle andere geïnteresseerden (ongeveer 250 personen op de hoogte).

- Ten minste 2 opendeurdagen voor het grote publiek per geselecteerde projectlocatie. Doelpubliek: algemeen publiek (10 opendeurdagen, ongeveer 100 personen geïnformeerd per opendeurdag).
- Voor elk demonstratieproject zal ten minste 1 folder of brochure worden geproduceerd, ca. 20 nummers. Doelpubliek: algemeen publiek, professionals en beleidsmakers (ongeveer 20.000 personen geïnformeerd).
- Meer dan 100 websitepresentaties over de inhoud van het programma. Doelgroep: professionals (inclusief de pers), beleidsmakers en het grote publiek dat geïnteresseerd is in aanpassing aan klimaatverandering en NAS-sectoren (gemiddeld 300 websitebezoeken/maand).
- Minimaal 20 persberichten. Doelpubliek: professionals/beleidsmakers en het grote publiek (meer dan 100.000 personen geïnformeerd).
- Voortdurende uitwisseling via sociale media en nieuwsbriefkanalen via LIFE-IP en aangesloten kanalen. 4 sociale media-accounts opgericht. Doelgroepen: het grote publiek en netwerkrelaties. Door gebruik te maken van verschillende soorten sociale media wordt een breed publiek bereikt (meer dan 100.000 personen geïnformeerd).
- Minimaal 4 tutorials op YouTube. Doelpubliek: professionals, beleidsmakers en het grote publiek met belangstelling voor de aanpassing aan klimaatverandering en de NAS-sectoren (meer dan 4.000 personen geïnformeerd).
- Instrumenten voor burgerparticipatie. Doelpubliek: professionals (ongeveer 100 personen op de hoogte).

