

Medegefinancierd door
de Europese Unie

LIFE-IP Klimaatadaptatie Communicatieplan 2^e fase

Dit communicatieplan omvat de periode 2024-2025. Het document geeft invulling aan de 'Communicatiestrategie LIFE-IP Klimaatadaptatie 2022-2027' en bevat communicatieactiviteiten van 2024 en 2025.

Evaluatie 1^e fase

In januari 2024 is een bijeenkomst georganiseerd voor de projectleiders en communicatiemedewerkers van de LIFE-IP-projecten. Doel van de bijeenkomst was het evalueren van de communicatiestrategie en het communicatieplan 1^e fase. Ook is geïnventariseerd welke communicatiebehoefte er leeft bij de projectleiders en communicatiemedewerkers. De deelnemers benadrukten dat ze vooral kennis en ervaringen met elkaar willen delen. Dit sluit volledig aan bij de doelen uit het *full proposal*, die ook draaien om het delen, verspreiden en het breder toepassen van kennis zodat uiteindelijk klimaatadaptatie wordt versneld.

Laagdrempelig informatie uitwisselen

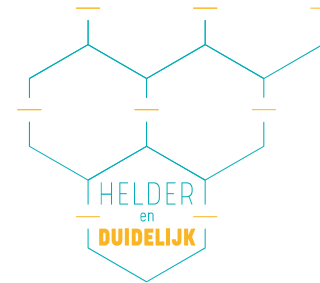
Op basis van de evaluatie heeft het LIFE-IP-programmateam besloten de agenda's van de tandwielbijeenkomsten beschikbaar te stellen voor het hele LIFE-IP-netwerk. Dit vergroot de mogelijkheid voor partners om kennis te nemen van de activiteiten in projecten die niet in hun eigen 'tandwiel' zitten, maar die zich wel bezighouden met vergelijkbare onderwerpen (zoals hitte).

Beschikbare kanalen benutten

Het uitwisselen van informatie via de beschikbare kanalen – het Kennisportaal Klimaatadaptatie en de Nieuwsbrief Klimaatadaptatie – vindt nog onvoldoende plaats. De projectleider van actie E.1 neemt het initiatief om de projectleiders en communicatiemedewerkers hierin te activeren en te ondersteunen. Zij doet dit samen met de projectleider van actie E.3 (disseminatie), de beheerder van het kennisportaal (stichting Climate Adaptation Services) en communicatiebureau Helder en Duidelijk.

Bijeenkomsten intensiveren

Een ander besluit is het intensiveren van de communicatiebijeenkomsten en het vooraf vragen aan de deelnemers aan welk onderwerp zij behoefte hebben. Zie ook hierna: 'Overzicht creëren, verbinden en uitwisselen'.



Communicatieactiviteiten 2024 en 2025

In 2024 krijgt de communicatie over LIFE-IP Klimaatadaptatie een extra impuls; dit wordt in 2025 gecontinueerd.

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 overzicht, dat wordt bijgehouden door de projectleider van actie E.1. Het overzicht maakt inzichtelijk of de partners gezamenlijk voldoende doen om de doelen te bereiken die met elkaar zijn afgesproken in het *full proposal* (delen, verspreiden en breder toepassen van kennis).

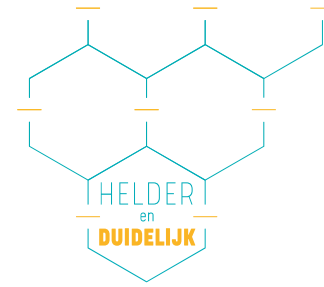
Hoe?

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.

Toelichting op de bijeenkomsten:

Op basis van de evaluatie is besloten om het aantal contactmomenten tussen de communicatiemedewerkers van de projecten te verhogen. In de eerste fase werden de twee programmadagen per jaar benut om een communicatieworkshop te organiseren. Dit blijft zo. Wat eraan wordt toegevoegd zijn jaarlijks twee digitale workshops. De nadruk ligt bij alle bijeenkomsten op kennisuitwisseling op het gebied van communicatie. Vooraf krijgen de deelnemers de keuze: waar moet de workshop over gaan? De meeste stemmen gelden. Zo gaat de workshop op de eerste programmadag in maart over het inzetten van creatieve communicatiemiddelen om de juiste doelgroepen te bereiken.



De vier contactmomenten worden verdeeld over het jaar. In 2024 is de verdeling als volgt: januari (evaluatie), maart (programmadag), september (online workshop), oktober (programmadag). In 2025 wordt de evaluatie vervangen door een online workshop. De contactmomenten worden ook benut om de deelnemers te wijzen op de mogelijkheden om hun opgedane kennis te delen, zoals via het kennisportaal en de nieuwsbrief.

2. Ondersteunen

Wat?

De (communicatieadviseurs van) projecten en acties communiceren via hun eigen kanalen over hun eigen activiteiten en resultaten. 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, die daarin wordt bijgestaan door een adviseur van Helder en Duidelijk.

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 (communicatiebureau Helder en Duidelijk), de beheerder van het Kennisportaal Klimaatadaptatie (stichting CAS,) en de communitymanagers van Samen Klimaatbestendig.

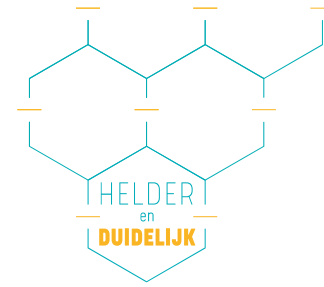
De ondersteuning kan bestaan uit diverse onderdelen, afhankelijk van de vraag en de mogelijkheden:

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 diverse middelen beschikbaar waar de partners van LIFE-IP Klimaatadaptatie volop gebruik van kunnen maken. Voorbeelden zijn de Nieuwsbrief Klimaatadaptatie, het Kennisportaal Klimaatadaptatie, socialemediakanalen van het kennisportaal en van Samen Klimaatbestendig. [Op een spe](#)



[ciale website-pagina](#) staan voorbeelden van middelen die de partners zelf kunnen produceren, aan de hand van kant-en-klare formats. Zo zijn er formats van het logo, banners en posters beschikbaar.

Toolkit

Er is een [communicatietoolkit](#) 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). De checklist is ook te vinden op de [speciale website-pagina](#).

3. Inzichtelijk maken van de resultaten

Het programmamanagementteam van LIFE-IP Klimaatadaptatie wil de monitoring van het programma stroomlijnen. Dit kan betekenen dat ook communicatie deel gaat uitmaken van de monitoring. Op het moment van schrijven zijn de details nog niet bekend. De invulling van de onderdelen 'wat' en 'hoe' (zie hierna) kan anders worden nadat het besluit is genomen.

Wat?

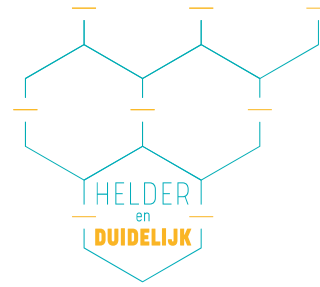
Aan het einde van ieder half jaar wordt de stand van zaken opgemaakt, door middel van een inventarisatie van communicatiemomenten en -producten. Op basis van de uitkomsten van de inventarisatie kan het communicatieplan worden aangepast. De vierde inventarisatie – aan het einde van 2025 – vormt de basis voor het communicatieplan 2026-2027 (3^e fase).

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?

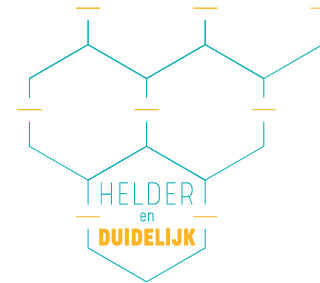
Aan de hand van de lijst met 'deliverables' en verwachte resultaten uit het 'full proposal' (zie bijlage) wordt de stand van zaken opgemaakt. Wat is er bereikt? Wat moet er nog gebeuren? Welk merkbaar resultaat is er geboekt?



Acties

Doorlopende acties in 2024 en 2025 – projectleider E.1

- Communicatie-overzicht vullen en inhoud beoordelen: in hoeverre leiden de beoogde acties tot het halen van de doelen?
- Content (laten) plaatsen in de Nieuwsbrief Klimaatadaptatie en op het kennisportaal
- (Laten) actualiseren van de pagina's LIFE-IP Klimaatadaptatie op het kennisportaal
- Berichten (laten) aanleveren voor LinkedIn en andere sociale media
- Organiseren communicatie-bijeenkomsten



Colofon

Dit concept-communicatieplan 2^e fase 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 communicatieplan 2^e fase (2024-2025)

Kenmerken

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

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

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

Part of deliverable: LIFE IP Communication Plan (30-04-2023)

Beneficiary: Ministry of Infrastructure and Water Management

Auteurs

Saskia van Otterloo – ministerie van Infrastructuur en Waterstaat

Ria de Wit – Helder en Duidelijk

Opdrachtgever

Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat (IenW)

Vormgeving

Sybren Vlasblom – Helder en Duidelijk

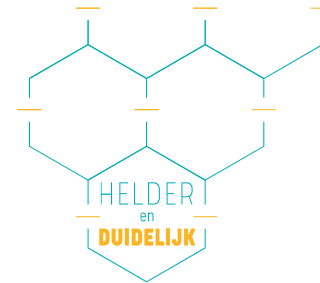
Datum

14 maart 2024



Medegefinancierd door
de Europese Unie

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 1. Actie E.1. deliverables, mijlpalen en verwachte resultaten

Het communicatieplan maakt deel uit van 'Actie E.1.', zoals beschreven in het *full proposal*. In deze bijlage is opgenomen aan welke eisen Actie E.1 moet voldoen en wat de stand van zaken is per 1 maart 2024.

Deliverables:

- 1 juli 2022: openingsevenement - afgerond
- 30 april 2023: LIFE-IP Communicatieplan – afgerond*
- 1 juni 2025: digitale brochures en folders
- 31 december 2024: 4 video's/YouTube-tutorials en instrumenten voor participatie. Drie video's zijn afgerond in 2023.

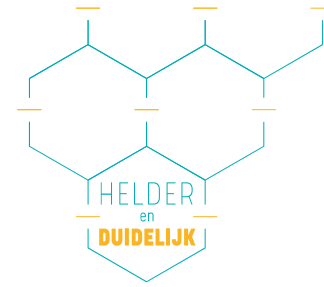
*in het *full proposal* is sprake van één deliverable, namelijk een *communication plan*. Het ministerie van IenW heeft ervoor gekozen om deze deliverable uit te splitsen in vier producten: een communicatiestrategie en drie communicatieplannen voor respectievelijk fase 1, 2 en 3. Formeel is met de oplevering van de communicatiestrategie en het plan voor de eerste fase voldaan aan de deliverable-eis.

Mijlpalen:

- 30 november 2022: sociale media-accounts LIFE-IP opgericht en online - afgerond
- 1 februari 2023: aanstelling kennissteward lokale platforms - afgerond
- 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 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).