



## Communicatieplan

### Drukdrainage in Alblasserwaard-Vijfheerenlanden

#### Toepassing tegen maaiveld daling en voor duurzame melkveehouderij

##### **Communicatieplan**

De projectleider heeft de regie over de communicatie, in nauwe samenwerking met de trekker van de opdrachtgevers. Bestuurlijke boodschappen worden in principe verkondigd door en tenminste met goedkeuring van de bestuurder m/v van de trekkende partij, namens de opdrachtgevers.

In de dagelijkse praktijk is de projectleider de woordvoerder, tenzij deze anders beslist.

Alle logo's van alle betrokkenen en financiers komen terecht en zijn te zien op externe communicatiemiddelen van het project, tenzij anders overeengekomen is.

Onze project-doelen zijn als volgt:

- *Wij passen drukdrainage en verhoogde slootpeilen toe bij klei-op-veengronden;*
- *We willen technisch-inhoudelijk grip op de werking van het systeem krijgen door drie veldproeven uit te voeren;*

- *We willen het beheer van het systeem sturen op: bodemdaling, biodiversiteit, weidevogels en waterkwaliteit. We voeren veldproeven daarom uit in combinatie met hogere slootwaterpeilen, zodat er doelen te behalen in het watersysteem op het vlak van biodiversiteit, weidevogels en de KRW.*
- *We leveren bij succes informatie en kennis aan voor de uitrol van drukdrainage in de regio, steeds afgestemd met andere initiatieven in de streek.*

Het communicatieplan is hierop afgestemd.

## Doelstellingen

1. Agrariërs mobiliseren: aanzetten tot nadenken over toekomst, informatie inwinnen over werking en effecten drainagesystemen en slootpeilbeheer.
2. Relevante organisaties mobiliseren: aanzetten tot meedenken, tot het initiëren en/of financieren van DD en het aansluiten bij/verdiepen van dit project.

## Doelgroepen

- Agrariërs.
- Betrokken burgers.
- Klankbordgroepen en groengroepen van dorpskernen, wijkbelang-verenigingen.
- Scholieren en leraren/docenten op (V)MBO, HBO, WO.
- Ambtenaren van betrokken gemeenten, provincies en waterschap.
- Andere organisaties zoals Graafstroom.
- LTO.

## Strategie

- Ons 'waarom' aanscherpen en duidelijk en blijvend communiceren.
- Fysiek ons project uitvoeren, zodat de biodiversiteit wordt versterkt en de streek wordt verfraaid, zodat er meer kennis komt over maatregelen en hun werking.
- Mensen in de streek inspireren tot duurzame initiatieven en deze zichtbaar maken.
- Mensen in de streek met elkaar te verbinden door activiteiten uit te voeren.
- 'Herrie' maken: evenementen organiseren en ruchtbaarheid creëren rondom ervaringen die we in het project opdoen. Zodat reductie van de bodemdaling en bevordering van duurzaamheid en biodiversiteit als een algemeen belang ervaren wordt.
- Website en sociale media inzetten.
- Initiatiefnemers aan het woord laten.
- Aansluiten bij andere organisaties in communicatie, bijv. Graafstroom.
- Echt persoonlijk contact maken tussen de agrariërs en de drie proeflocaties, leerlingen, geïnteresseerden e.d.
- Studeren en leren: juist jongeren een belangrijke plaats geven.

## Budget

- Ca. € 35.000,= excl. BTW (zie begroting PvA).

## Boodschappen

- Het 'waarom' van drukdrainage en slootpeil en –kantenbeheer.
- Motieven: het houdt de streek leefbaar, land is eigendom van de boeren en wordt duurzaam gebruikt, biodiversiteit moet omhoog.
- We pakken het samen op. Laat het niet bij de boeren alleen.

## Communicatiekanalen

### Internet en social media

- Eigen project-website via Blauwzaam (digitale kanalen: website, social media, e-nieuwsbrieven).
- Projectpartners: uitvoerende bedrijven en stichtingen, Waterschap, de Groene Motor, Vlinderstichting (hun digitale kanalen: website, social media, e-nieuwsbrieven).
- Natuurorganisaties (hun digitale kanalen: website, social media, e-nieuwsbrieven).
- Gemeenten (hun digitale kanalen: website, social media, e-nieuwsbrieven).
- Scholen (hun digitale kanalen: website, social media, e-nieuwsbrieven).

### Gedrukte media

- Eigen folder.
- Eigen GIS-kaarten.

- Persberichten in krant.
- Advertorials in krant met storytelling.
- Polderleven Den Hâneker.
- Borden met informatie.

### Evenementen

Zelf organiseren of aansluiten bij anderen:

- Acties.
- Workshops of cursussen.
- Aansluiten bij onderwijs: jongeren aan laten haken.
- Excursies.
- Lezingen: bijv. LTO, Collectief, den Hâneker. Zij hebben achterban en communicatiekanalen die werken, maar vooral grijze achterban.

### Bestaande fysieke locaties

- Drie proeflocaties.
- Locaties blauw groen onderwijs - verticale onderwijskolom; we gaan medewerkers informeren wat we van ze zouden willen.
- Scholen.
- Gemeentehuizen.

### **Middelen**

- Algemeen presentatiemateriaal:
  - Standaard-PPTX presentatie voor herkenbaarheid.
  - Eigen presentatiescherm (beamer/televisie).
  - Nieuwsbrieven.
- Folders, flyers en weggevers:
  - Folder.
  - Bord.

### **Activiteitenplan**

- Activiteitenkalender opstellen.
- Jaarkalender 'communicatie' opstellen.
- Afstemming met provincies.
- Afstemming met Groene Cirkels.
- Indien (e-)mailings en nieuwsbrieven: gedoseerd versturen – geen overmaat.