

Klimaat voor Ruimte
Climate *changes* Spatial Planning

Communicatiestrategie
augustus 2005

BSIK Programma Klimaat voor Ruimte

Internet : www.klimaatvoorruimte.nl
E-mail : info.kvr@falw.vu.nl

Colofon

Technische realisatie : Programmabureau Klimaat voor Ruimte
Coördinatie : Wetenschappelijk directeur: Prof. dr. P. Kabat
Directeur Programmabureau: Drs. C. Dorland
Redactie : Bert Jansen, Judith Klostermann, Ottelien van Steenis, Daniëlle
Roeleveld
BSIK Administratie nr: : 03068
Titel : Communicatiestrategie
Datum : versie augustus 2005

Stichting Klimaat voor Ruimte

Voorzitter Bestuur: Prof. dr. ir. P. Vellinga, Vrije Universiteit Amsterdam, FALW, De Boelelaan 1085, 1081 HV, Amsterdam, T: 020 5989515, F: 020 5982457. E: pier.vellinga@falw.vu.nl
Vice-voorzitter/secretaris Bestuur: Prof. dr. W. van Vierssen, Wageningen Universiteit, Alterra, Postbus 47, 6700 AA, Wageningen, T: 0317 474210, F: 0317 419000, E: wim.vanvierssen@wur.nl

Programmaraad Klimaat voor Ruimte

Voorzitter/wetenschappelijk directeur Klimaat voor Ruimte: Prof. dr. P. Kabat, p.a. Wetenschappelijk bureau Klimaat voor Ruimte, CCB, Wageningen UR, Alterra, Postbus 47, 6700 AA, Wageningen, T: 0317 474314, F: 0317 419000, E: pavel.kabat@wur.nl

Voor nadere informatie aangaande het BSIK programma Klimaat voor Ruimte kunt u zich wenden tot het Programmabureau Klimaat voor Ruimte:

Programmabureau Klimaat voor Ruimte

Directeur: Drs. C. Dorland, p.a. Climate Centre, FALW, Vrije Universiteit Amsterdam, De Boelelaan 1085, 1081 HV, Amsterdam, T: 020-5987318, F: 020-5989904, E: kees.dorland@falw.vu.nl

Inhoudsopgave:

1	Inleiding.....	5
2	Structuur en organisatie	7
3	Doelstellingen en doelgroepen	9
3.1	Communicatie doelstellingen	9
3.2	Doel-doelgroep combinaties in drie cirkels.....	9
4	Doelgroepen en strategie	13
4.1	Provincies, gemeenten en waterschappen	13
4.2	Wetenschappers.....	14
4.3	Algemeen publiek	15
4.4	Landelijke politiek	15
4.5	Ministeries	16
4.6	Scholieren en studenten	16
4.7	Bedrijfsleven	17
4.8	Doelstellingen private sector.....	17
4.9	NGO's.....	17
5	Van strategie naar activiteiten	19
5.1	Inleiding	19
5.2	Gewenste activiteiten.....	19
5.3	Nadere uitwerking van de niches	21
5.4	Toetsingskader	25
6	Vervolgstappen	27
6.1	Omgevingsanalyse	27
6.2	Eerste tranche projecten.....	27
6.3	Planning en wijze van financiering.....	27
	Annex 1 Het Kennisconsortium Klimaat voor Ruimte.....	29
	Annex 2 Overzicht communicatie ideeën.....	31

1 Inleiding

Het BSIK-Klimaat voor Ruimte programma is een onderzoekprogramma in het kader van de BSIK-subsidieregeling, dat loopt van 2004 tot en met 2009. Het programma wordt uitgevoerd door een groot aantal partijen. De Stichting Klimaat voor Ruimte is eindverantwoordelijke voor het programma naar het Ministerie van VROM.

Binnen het Klimaat voor Ruimte (KvR)-programma vinden onderzoeksprojecten en communicatieprojecten plaats. De afzonderlijke projecten worden uitgevoerd door verschillende consortia van wetenschappelijke en maatschappelijke partijen. Gezamenlijk vormen zij het kennisconsortium Klimaat voor Ruimte (zie Annex 1).

De communicatiestrategie richt zich op de communicatieactiviteiten van het programma. Er wordt zoveel mogelijk aangesloten bij bestaande communicatieactiviteiten binnen de onderzoeksprojecten van het programma en van partijen buiten het programma, om de communicatie efficiënt en kosteneffectief te laten plaatsvinden. In dit plan wordt uiteengezet wat de specifieke rol is van KvR in het klimaatdomein en aangegeven hoe binnen KvR het voormalige NRP-CC strategisch zal worden ingezet op communicatie.

De belangrijkste doelgroepen voor de communicatie zijn partijen die te maken hebben met het ruimtelijk beleid in Nederland, zoals gemeenten, provincies, waterschappen en bedrijven. Het belangrijkste doel van de communicatie is het starten van een dialoog met deze partijen. Door vroegtijdig over het onderzoeksprogramma te communiceren willen we de stakeholders invloed laten uitoefenen op het onderzoek. Hierdoor wordt gebruik gemaakt van de praktijkkennis van de stakeholders en wordt de praktische bruikbaarheid van de onderzoeksresultaten vergroot.

Communicatieprojecten binnen het programma zullen in verschillende tranches worden gestart:

- De eerste tranche communicatie projecten richt zich op urgente activiteiten voor het KvR programma zoals een website, omgevingsanalyse, databeheer en een netwerkproject. Deze projecten zijn nauw verbonden met het Programmabureau.
- In latere tranches zullen, na nader onderzoek van wat er in Nederland al gebeurt op het terrein van communicatie op het KvR-terrein, andere communicatieprojecten starten.

Hoofdstuk 2 geeft de structuur van de organisatie weer. Hoofdstuk 3 beschrijft de doelstellingen van de strategie. Hoofdstuk 4 behandelt de doelgroepen en de strategie per doelgroep. In hoofdstuk 5 wordt een onderbouwing van keuzes binnen het programma gegeven. Hoofdstuk 6 geeft een overzicht van de eerste tranche communicatieprojecten. Voor de planning van de activiteiten wordt verwezen naar Hoofdstuk 7.

2 Structuur en organisatie

De Stichting Klimaat voor Ruimte heeft een aantal organen ingesteld voor de looptijd van het programma:

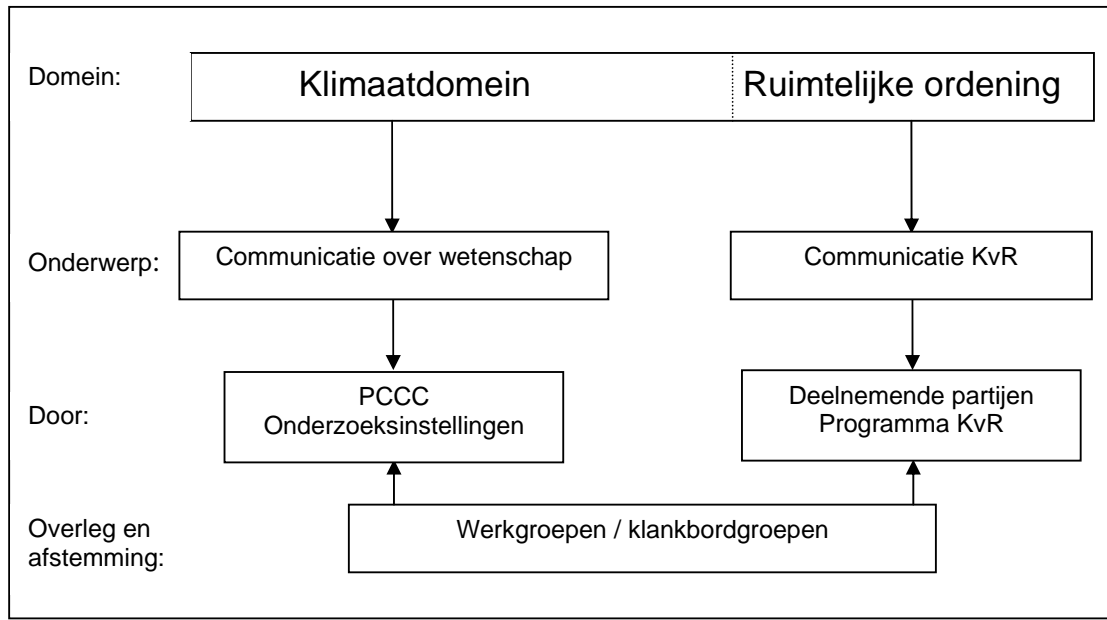
- Het stichtingsbestuur dat onder andere besluit over de programmering en besluit aan welke projecten subsidie wordt toegekend;
- De Programmaraad die de besluiten van het Bestuur inhoudelijk voorbereidt en het Bestuur adviseert;
- De wetenschappelijke adviesraad die het stichtingsbestuur adviseert over de internationale wetenschappelijke aspecten van de uitvoering van het programma;
- De maatschappelijke adviesraad die het stichtingsbestuur adviseert over het maatschappelijke en politieke draagvlak van de uitvoering van het programma;
- Het Programmabureau, dat het Bestuur, de Programmaraad, de wetenschappelijke adviesraad en de maatschappelijke adviesraad ondersteunt.

Het domein klimaat en ruimtelijke ordening, wat het domein van het Klimaat voor Ruimte programma is, is een onderdeel van het bredere klimaatdomein. Voor overleg en afstemming over communicatie van de wetenschap binnen het bredere klimaatdomein is in 2003 het Platform Communication on Climate Change (PCCC) ingesteld met aansturing vanuit een stuurgroep (SG PCCC). Dit platform is voor onbepaalde tijd ingesteld door het KNMI, RIVM, NWO, ECN, WUR en VU. Het platform maakt geen integraal onderdeel uit van het BSIK-KvR programma. Partijen binnen het platform zullen wel gezamenlijk communiceren over de wetenschappelijke resultaten binnen het KvR programma aangezien zij deelnemers zijn aan het KvR programma. Tot eind maart 2005 vond de financiering van een aantal activiteiten van dit platform plaats vanuit het Netherlands Research Programme on Climate Change (NRP-CC). NRP-CC was niet de eigenaar maar een sponsor van het PCCC. Vanaf 1 april 2005 vindt besluitvorming over het communicatiedeel van het NRP-CC plaats door de Stichting Klimaat voor Ruimte. Derhalve is in deze communicatiestrategie tevens de sponsoring opgenomen van de communicatieactiviteiten van het PCCC.

Het Programmabureau en de Programmaraad van het NRP-CC zijn m.i.v. 1 april 2005 opgeheven.

Alle communicatieactiviteiten binnen het KvR-programma vinden projectmatig plaats. Communicatie over projecten binnen het KvR programma zal plaatsvinden door de partijen in de projecten. Over de resultaten van de projecten op programmaniveau zal tevens gecommuniceerd worden door de organen binnen het programma. Overleg over de activiteiten in de communicatieprojecten vindt plaats door werkgroepen/klankbordgroepen die per project zullen worden ingesteld. In deze groepen kunnen partijen binnen het kennisconsortium naar eigen behoefte deelnemen. Voor projecten van partijen binnen de PCCC zullen de werkgroepen/klankbordgroepen bestaan uit de leden van de SG PCCC. Om de afstemming tussen de communicatieprojecten te bevorderen zal vanuit het Programmabureau elk half jaar een KvR communicatieoverleg (KvR COM) worden georganiseerd. Hierbij zal nauw worden samengewerkt met het PCCC.

Schematisch ziet de organisatie van de klimaatcommunicatie van het programma er als volgt uit:



Ondersteuning van de werkgroepen/klankbordgroepen en het PCCC vindt plaats vanuit het KvR-Programmabureau.

Het KvR Bestuur, de KvR Programmaraad en de SG PCCC kunnen adviezen uitbrengen over communicatieprojecten binnen het programma. Op basis van deze adviezen worden Terms of References (ToR's) opgesteld door de KvR Programmaraad, waarna over de ToR's een besluit genomen wordt door het KvR Bestuur. In de ToR's worden inhoudelijke eisen voor projecten vastgesteld en wordt een indicatief budget toegekend. Daarna worden partijen gezocht en gecombineerd die de projecten zouden kunnen uitvoeren. Deze partijen wordt gevraagd een projectvoorstel in te dienen. Over de ingediende projecten wordt na bespreking in de KvR Programmaraad door het KvR Bestuur een besluit genomen.

3 Doelstellingen en doelgroepen

3.1 Communicatie doelstellingen

De communicatieactiviteiten binnen het programma dragen bij aan de verwezenlijking van de algemene doelstelling van het KvR programma, namelijk het versterken van de Nederlandse kennisinfrastructuur door het vermeerderen van kennis over klimaatverandering in relatie tot ruimtelijke ordening, het overdragen van wetenschappelijke kennis naar maatschappelijke doelgroepen en het overdragen van praktijkkennis naar wetenschappelijke doelgroepen.

Doelstellingen van de communicatie vanuit het KvR programma zijn:

- Bevorderen dat partijen met een rol in de ruimtelijke ordening goed zijn geïnformeerd over wetenschappelijke resultaten ten aanzien van klimaatverandering, en zich bewust zijn van hun rol in het beperken van en omgaan met klimaatverandering.
- Bevorderen dat wetenschappers in het klimaatdomein goed zijn geïnformeerd over wat er speelt in het ruimtelijke ordeningsbeleid en in de ruimtelijke ordeningspraktijk.
- Het algemene publiek zodanig informeren over klimaatverandering dat meer maatschappelijke visie op klimaatgerelateerd beleid ontstaat.
- Het versterken van onderwijs op het terrein van klimaat en ruimtelijke ordening.

De doelstellingen zijn breed geformuleerd om zo goed mogelijk de intenties vanuit het programma weer te geven. Ze kunnen niet worden vervangen door toegespitste, meetbare doelstellingen. Daar zijn drie redenen voor. Ten eerste is het maatschappelijke veld te complex, waardoor vele meetbare doelstellingen te formuleren zouden zijn; de vraag blijft dan welke we zouden moeten kiezen. Ten tweede is het niet voorspelbaar wat de uitkomsten van het onderzoek zullen zijn. Daardoor weten we op voorhand niet wat aan wie gecommuniceerd moet worden. Het is wel bekend waar het onderzoek over gaat en dat levert genoeg aanknopingspunten op om van start te gaan. Ten derde gaat het om een dialoog. De doelstellingen kunnen dus niet worden vastgesteld vanuit slechts één partij.

Toch stellen we een aantal meetbare doelstellingen waarmee de voortgang van het programma gemonitord kan worden. Daarbij moet steeds worden bedacht dat het om enkele indicatoren gaat die, met voortschrijdend inzicht, kunnen wijzigen. De meetbare doelstellingen zijn:

- Binnen vijf jaar hebben alle provincies, gemeenten en waterschappen een aantoonbare eerste stap gemaakt met de integratie van kennis over klimaat in ruimtelijk beleid.
- Binnen twee jaar hebben alle projectleiders van BSIK-KvR projecten met minstens één provincie, gemeente of waterschap structureel contact georganiseerd in hun project: als co-financier, lid van een klankbordgroep of vaste informant.
- Binnen drie jaar is een breed toegankelijke website over klimaatverandering ontwikkeld met een netto bereik van 1 miljoen Nederlanders per jaar.
- Binnen vijf jaar zijn minimaal 100 professionals uit heel Nederland opgeleid via een nieuwe cursus over klimaatverandering en ruimtelijk beleid.

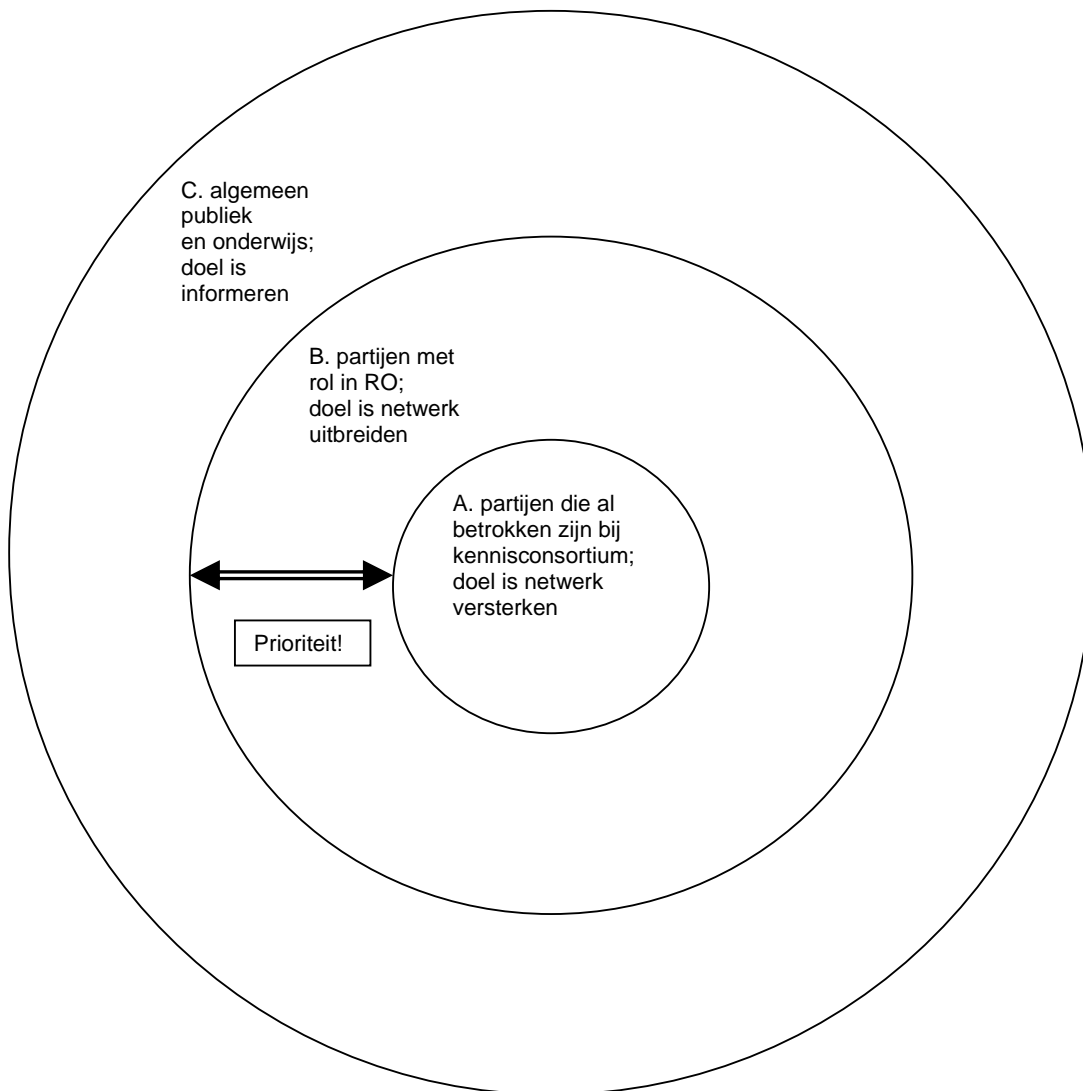
Hoe deze subdoelen worden gemeten zal worden uitgewerkt in de communicatieprojecten van het programma. Daarnaast worden andere meetbare doelen in de communicatieprojectvoorstellen opgenomen.

3.2 Doel-doelgroep combinaties in drie cirkels

De communicatieactiviteiten richten zich op specifieke wetenschappelijke en maatschappelijke doelgroepen, op overheden en op het algemene publiek. Voor de verschillende doelgroepen kunnen verschillende communicatie doelen worden geformuleerd welke vooral afhangen van de mate waarin ze al bij het BSIK-KvR programma betrokken zijn: de dimensie dichtbij – veraf. Op deze manier zijn globaal drie doel – doelgroep combinaties te onderscheiden:

- A. De A-cirkel bestaat uit de groepen die al bij het kennisconsortium betrokken zijn. In deze cirkel bevinden zich veel wetenschappers, maar ook al veel mensen vanuit overheden, NGO's en het bedrijfsleven. Zij dienen projecten in, voeren projecten uit, of zitten in Bestuur, Programmaraad, klankbordgroepen, etc. Het doel is hier *het netwerk te versterken*, dus onderlinge relaties en kennisuitwisseling te bevorderen.
- B. De B-cirkel bestaat uit de partijen die we nauwer bij het programma willen betrekken: meer mensen uit de provincies, gemeenten en waterschappen, meer mensen uit het bedrijfsleven, meer mensen uit NGO's. Het doel is om deze mensen in het kennisconsortium te trekken en een *dialog met hen aan te gaan*. Als de communicatie werkt, zal de binnenste cirkel steeds groter worden en uiteindelijk, in het ideale geval, de B-cirkel geheel overlappen. Dit heeft de hoogste prioriteit in de communicatiestrategie.
- C. De C-cirkel omvat een brede groep individuen die het recht hebben geïnformeerd te worden, maar met wie de relatie passief zal blijven, alleen al door de grootte van deze groep. Het gaat daarbij om het algemene publiek in Nederland en meer specifiek het onderwijs. Het doel is ze te *informer*en c.q. de gelegenheid te bieden zich te informeren.

Deze indeling is weergegeven in de onderstaande figuur.



In alle drie de cirkels dienen voldoende activiteiten plaats te vinden. Het totale budget moet doelbewust over de cirkels worden verdeeld. De 'voormalige' NRP-CC middelen zullen vooral worden

ingezet voor activiteiten gericht op de C-cirkel. De KvR middelen zullen primair worden ingezet voor activiteiten gericht op de A- en B-cirkels waarbij de nadruk ligt op activiteiten gericht op de B-cirkel en om een brug te slaan tussen de A-, B- en C-cirkel.

Cirkel B stelt hoge eisen omdat voldoende senior capaciteit moet worden ingeschakeld; de dialoog 'mag niet mislukken'. Media voor massacommunicatie (de buitenste cirkel) zijn duur en zouden de balans teveel naar de buitenste cirkel kunnen verschuiven.

Communicatie over klimaatverandering met het algemene publiek is noodzakelijk, omdat een goed geïnformeerd publiek bijdraagt aan het verwezenlijken van de algemene doelstelling van het programma. Immers, door goed geïnformeerde burgers kunnen maatschappelijke groeperingen en overheden meer bij klimaatprogramma's betrokken worden, waardoor hun interesse in kennis over klimaatverandering toeneemt.

Communicatie over de wetenschappelijke aspecten van klimaatverandering in het algemeen (dus breder dan het ruimtelijke aspect) gebeurt ook binnen het BSIK- KvR programma, en vindt plaats in samenwerking met het PCCC, dat mede ondersteund wordt vanuit het BSIK-KvR programma.

4 Doelgroepen en strategie

De volgende doelgroepen zijn van belang in verband met klimaatverandering en ruimtelijke ordening:

- **Provincies, gemeenten en waterschappen:**
Provinciale en gemeentelijke bestuurders
Waterschappen en regionale RO-deskundigen
- **Wetenschappers**
- **Algemeen publiek**
- **Rijksoverheid:**
Ambtelijke top, beleidsambtenaren
- **Landelijke politiek:**
Wetenschappelijke bureau's politieke partijen
Tweede Kamer
- **Scholieren en studenten:**
Basis- en vervolgonderwijs
Wetenschappelijk onderwijs
- **Private sector**
- **NGO's**

In concrete communicatieprojecten zal het vaak gaan om combinaties van doelgroepen, omdat er gezocht zal worden naar synergie, bijvoorbeeld tussen de politiek, het algemene publiek en het onderwijs of tussen partijen binnen een regio. Hierna wordt de strategie met betrekking tot de doelgroepen nader uitgewerkt.

4.1 Provincies, gemeenten en waterschappen

Provincies, gemeenten en waterschappen zijn van groot belang in het maken en uitvoeren van ruimtelijk beleid. Streekplannen, bestemmingsplannen, reserveringen voor waterberging en overloopgebieden behoren voor een belangrijk deel tot de verantwoordelijkheid van provincies, gemeenten en waterschappen. Wat betreft adaptatie zien we klimaat sterk terugkomen in deze bestuurslagen via doorwerking van WB21, Ruimte voor de Rivier, Reconstructie en Waterbeheersplannen. Wat betreft mitigatie zien we een vergelijkbare inzet via het bestuursakkoord nieuwe stijl (het BANS-Klimaatconvenant), inrichting van duurzame bedrijventerreinen, duurzaam bouwen en ruimtelijke reserveringen voor duurzame energievoorziening.

Een 'bottleneck' voor provincies, gemeenten en waterschappen is het politiek/bestuurlijk en maatschappelijk draagvlak voor de uitvoering van maatregelen. Het gaat om maatregelen die zich niet snel terug verdienen, die gericht zijn op de verre toekomst en door het algemene publiek nog niet tot urgente lokale of regionale beleidsterreinen worden gerekend. Daarnaast is niet altijd duidelijk wat de beslissingsmogelijkheden zijn en welke argumenten een doorslaggevende rol spelen.

4.1.1 Doelstelling provincies, gemeenten en waterschappen

Doelstellingen vanuit het programma zijn:

- Provincies, waterschappen en gemeenten ondersteunen bij het vergroten van het inzicht in de relatie klimaat-ruimte bij het algemene publiek en organisaties die voor het ruimtelijk beleid van belang zijn;
- Bevorderen dat iedere gemeente, waterschap en provincie klimaatkennis integreert in haar energie, natuur-, water- en ruimtelijke ordeningsbeleid;
- Bevorderen dat het klimaatgerelateerde beleid een adequaat antwoord is op de nationale doelstellingen¹ t.a.v. adaptatie (en mitigatie).

¹ De nationale doelstelling voor mitigatie komt voort uit het Kyoto verdrag (reductie CO₂-uitstoot met 6% in de periode 2008-2012 ten opzichte van 1990), wat is vertaald naar een gemiddelde reductie van 20 Mton CO₂-eq in Nederland en eenzelfde hoeveelheid van 20 Mton-eq in het buitenland. Adaptatiedoelstellingen zijn verspreid over meerdere beleidsterreinen en zijn vaak niet uitsluitend op klimaatverandering gericht. Voorbeelden zijn de doelstelling om in het rivierengebied te anticiperen op een maatgevende afvoer van 18.000 kubieke meter per seconde bij Lobith in 2050, aanpakken van de zwakke schakels langs de Hollandse kust met perspectief op de komende 100-200 jaar, en aanpassen van de Ecologische Hoofdstructuur op effecten van klimaatverandering.

4.1.2 Strategie provincies, gemeenten en waterschappen

De strategie richt zich op het analyseren en aanpakken van de voornaamste kennishiaten in beleid en besluitvorming bij de provincies, gemeenten en waterschappen.

WB21 en het BANS-Klimaatconvenant hebben geleid tot meer of mindere inbedding van het onderwerp klimaat en ruimte in het provinciale en gemeentelijke beleid. Er moet een dialoog met provincies, gemeenten en waterschappen worden opgezet waarin de bestuurlijk/politieke besluitvormingsroutes worden geanalyseerd. Dit moet informatie opleveren om toekomstige besluitvorming te verbeteren. Ook de breedte en diepte van het beleid van deze overheden op klimaat en ruimte moet in de dialoog in kaart worden gebracht. In de dialoog kan verder worden nagedacht over de Post-BANS periode. Het BANS-Klimaatconvenant leverde een stimulans op van gemeentelijk klimaatbeleid, maar het is de vraag in hoeverre dit beleid zich lokaal en regionaal heeft weten te vestigen.

Statenleden en Raadsleden zijn vaak nog minder bekend met de keuzen die gemaakt kunnen worden, vergeleken met de ondersteunende ambtenaren. Heel veel thema's schreeuwen om aandacht, en wanneer is het voor hen tijd om het lange termijnprobleem van klimaat op de agenda te zetten? Sinds de invoering van het duale stelsel is dit extra van belang. Zij moeten dan ook actief worden betrokken bij de bovengenoemde dialoog. Wellicht kan in samenwerking met enkele voorlopers bij de provincies een informatiesysteem worden ontwikkeld dat politici bij provincies en gemeenten stimuleert om beleidsinitiatieven te nemen.

Illustraties van uitvoering:

- Indicatoren om gemeentelijk klimaatbeleid te vergelijken en te monitoren;
- Communicatieactiviteiten die inspelen op gemeenteraadsverkiezingen 2006;
- Actief betrekken van provincies, gemeenten en waterschappen bij projecten in het programma;
- Serie klimaatconferenties voor ambtenaren en bestuurders van provincies.

4.2 Wetenschappers

De doelstelling ten aanzien van wetenschappers die in deze strategie is geformuleerd luidt: bevorderen dat wetenschappers in het klimaatdomein goed geïnformeerd zijn over wat er speelt in het ruimtelijke ordeningsbeleid en in de ruimtelijke ordeningspraktijk. Daarmee zijn wetenschappers zelf ook een doelgroep voor deze communicatiestrategie. Het gaat hierbij om de wetenschappers in het klimaatdomein in brede zin, maar vooral om alle wetenschappers die bij het BSIK-KvR programma zelf betrokken zijn. In deze groep zijn veel disciplines vertegenwoordigd omdat het programma veel maatschappelijke sectoren probeert te bedienen.

4.2.1 Doelstellingen wetenschappers

De eerste doelstelling is de wetenschappers in contact te brengen met de toekomstige gebruikers van het onderzoek. De tweede doelstelling is de wetenschappers inzicht te geven in wat er leeft en speelt bij deze toekomstige gebruikers. Ten derde willen we bevorderen dat de wetenschappers de toekomstige gebruikers invloed geven op de inhoud van het onderzoek.

4.2.2 Strategie wetenschappers

De belangrijkste strategie ten aanzien van wetenschappers is het faciliteren van een dialoog. Dit is voor een deel al ondergebracht in diverse onderzoeksprojecten, maar we willen dit nog verder ondersteunen met enkele communicatieprojecten. Een tweede strategie is het ondersteunen van de contacten tussen de wetenschappers in het kennisconsortium onderling. Het moet worden voorkomen dat het programma uit elkaar spat in een verzameling losse projecten.

Illustraties van uitvoering:

- Wetenschappelijke artikelen
- Conferenties en workshops
- Internet site over het programma

4.3 Algemeen publiek

Omdat het algemene publiek ook een grote rol speelt bij de ruimtelijke ordening (draagvlak voor inrichtingsplannen) is communicatie op dit gebied belangrijk. Zonder publiek draagvlak zijn beleidsbesluiten niet acceptabel. De belangrijkste beslissers in ons land worden bij verkiezingen direct of indirect door het publiek gekozen. NGO's zijn bij hun activiteiten in hoge mate afhankelijk van publieke steun. Los van de strategische (electorale) argumenten heeft het algemene publiek het recht om goed geïnformeerd te zijn.

4.3.1 Doelstellingen publiek

Doel van de communicatie binnen het programma is het publiek de mogelijkheden te geven zich in voldoende mate de kennis eigen te maken om mee te kunnen praten bij algemene klimaatdiscussies, concrete inrichtingsdiscussies, en te kunnen komen tot een verantwoorde afweging van relevante issues bij verkiezingen. Ook moeten zij een relatie kunnen leggen tussen klimaatverandering en hun eigen gedrag.

4.3.2 Strategie publiek

Er zal gewerkt worden aan het bekendmaken bij het publiek van de zichtbare veranderingen in het heden en in de eigen omgeving. Daarnaast kan gewerkt worden aan het tonen van de samenhang tussen lokale en internationale verschijnselen, zowel zichtbaar in het heden (bijvoorbeeld extreem weer met duidelijke maatschappelijke gevolgen) als nog onzichtbaar in de toekomst. Massamedia spelen hierin een essentiële rol.

Illustraties van uitvoering:

- Website met toegankelijke wetenschappelijke informatie over klimaat en klimaatverandering met interactieve mogelijkheden
- Aandacht in de massamedia (b.v. televisie, radio)

4.4 Landelijke politiek

Het succes van het klimaatbeleid stoelt voor een groot deel op politieke besluitvorming. Als belangrijke problemen bij de communicatie met de politiek worden met name genoemd het kortetermijndenken ("waan van de dag") dat politici soms eigen is, en de hoge turn-over in kennis (politici gaan en komen). Ook de overmaat aan informatie die een gemiddelde politicus over zich heen krijgt heeft consequenties voor de communicatie.

4.4.1 Doelstellingen landelijke politiek

De communicatie binnen het programma heeft tot doel informatie zodanig over te dragen en te bespreken dat de mening van Tweede Kamerleden gestoeld is op de juiste feiten en een juiste kennis van onzekerheden en overblijvende vragen. De Tweede Kamer en de fractiewoordvoerders moeten weten waar zij nieuwe kennis kunnen halen.

4.4.2 Strategie landelijke politiek

Het primaat voor het informeren van het parlement via de balansen en verkenningen is voorbehouden aan het MNP. Daarnaast wordt het parlement incidenteel geadviseerd aan de hand van gerichte assessments (b.v. het recente klimaatrapport van CE/KNMI/WUR). Een gerichte mediastrategie is een belangrijke manier om de landelijke politiek te informeren over en te betrekken bij het klimaatprobleem. Daarbij speelt de dialoog met klimaatsceptici een belangrijke rol. Tenslotte zal kennis worden uitgewisseld met de wetenschappelijke bureaus van de politieke partijen en het Onderzoek- en Verificatiebureau van de Tweede Kamer.

Illustraties van uitvoering:

- Een conferentie voor politieke (jongeren)organisaties
- Een congres over (mis)communicatie over klimaatverandering
- Actualiseren van Nederlandstalige klimaatinformatie, bijvoorbeeld naar aanleiding van nieuwe IPCC-rapporten
- Communicatie met Tweede Kamer

4.5 Ministeries

Er bestaat een veelheid aan agenda's bij de ministeries en afstemming daartussen vindt veelal slechts in beperkte mate plaats. Daarnaast zijn de ministeries moeilijk bereikbaar voor signalen van provincies, gemeenten en waterschappen, en staan ministeries onder invloed van korte termijndoelen van de nationale politiek.

4.5.1 Doelstellingen ministeries

Het doel van het programma in de communicatie met de ministeries/rijksoverheid is het bevorderen van een integrale interdepartementale langetermijnstrategie voor maatregelen in het kader van mitigatie en adaptatie. Daarbij moet met name de relatie tussen klimaatverandering en ruimtelijke ordening aandacht krijgen.

4.5.2 Strategie ministeries

De belangrijkste strategische keuze bestaat uit het opzetten van een contactennetwerk binnen de meest relevante ministeries op diverse niveaus, met speciale aandacht voor de ambtelijke top. Daarnaast zijn contacten met de interdepartementale werkgroep Kyoto-protocol belangrijk. Een derde categorie zijn gespecialiseerde diensten zoals het RIKZ en het RIZA. Het hiermee ingezette proces moet uiteindelijk leiden tot een dialoog tussen rijksoverheid, provincies, gemeenten en waterschappen, maatschappelijke organisaties en wetenschappelijke instellingen over bijvoorbeeld concrete reductiemaatregelen (mitigatie) of inrichtingsplannen (adaptatie).

Illustraties van uitvoering:

- Actief betrekken van ministeries bij KvR-projecten via een netwerker
- Informeren van klimaatspecialisten bij diverse ministeries via een nieuwsbrief

4.6 Scholieren en studenten

Het onderwijs loopt van het basisonderwijs via het voortgezet onderwijs, naar beroeps, hoger en wetenschappelijk onderwijs. Het ontbreken van klimaatkennis is op latere leeftijd alleen tegen grote investeringen te herstellen.

Het onderwijs bevindt zich in toenemende mate in een marktpositie, met een groot aantal concurrerende aanbieders. Kwaliteit, rendement, eenduidig aanbod en prijs bepalen in grote mate de afname van producten. Binnen het onderwijs zal de Elektronische Leeromgeving (ELO) een steeds belangrijker rol gaan spelen.

4.6.1 Doelstellingen scholieren en studenten

Doel is dat er een eenduidig en kwalitatief sterk aanbod komt door de gehele leerlijn, van basisonderwijs naar voortgezet onderwijs tot en met het MBO, het HBO en de universiteit. Een tweede doel is dat verbindingen worden gelegd tussen het onderwijs en de kennisinstellingen, provincies, gemeenten en waterschappen om de opgedane kennis te vertalen naar de praktijk. In die regionale en lokale praktijk spelen zowel mitigatie als adaptatie een wezenlijke rol.

4.6.2 Strategie scholieren en studenten

De ontwikkeling van onderwijs(materiaal) rond klimaat & ruimte sluit aan bij de huidige didactische inzichten en methodieken (contextueel en dilemmagericht leren, natuurlijk leren, interactief werken) waarbij wordt samengewerkt met onderwijsinstellingen, wetenschappelijke instellingen en Science Centra. Daarbij wordt ook het Ministerie van OCW betrokken. Voor het versterken van de kennisinfrastructuur is het belangrijk dat ook in het wetenschappelijk onderwijs meer aandacht komt voor klimaatverandering en ruimtelijke ordening. Mid Career onderwijs valt buiten deze communicatiestrategie.

Illustraties van uitvoering:

- Interactieve leerprogramma's in samenwerking met kennisinstellingen
- Vertaling/inbedding naar lokale (ruimtelijke) situatie en structurele inbedding in het onderwijs, inclusief handelingsperspectieven
- Opstarten van een Msc Klimaat en Ruimte
- Internationale Summer school voor AIO's uit het programma

4.7 Bedrijfsleven

Het bedrijfsleven bestaat in het kader van dit plan enerzijds uit bedrijven waarvan activiteiten veel ruimtelijke aspecten hebben en anderzijds uit bedrijven waar grote emissiereducties te bereiken zijn. Voorbeelden zijn bedrijven die zich bezig houden met projectontwikkeling, advisering in het landelijk gebied, ontwerp en aanleg van infrastructurele werken, land- en bosbouw, productie, distributie en gebruik van energie, banken, investeerders en verzekeringsmaatschappijen.

Sommige bedrijven mengen zich al in de dialoog over klimaatverandering en de gevolgen daarvan, inclusief een discussie over de eigen rol. Het bedrijfsleven is nog niet echt bezig met klimaat als ruimtelijk probleem.

4.8 Doelstellingen private sector

Doelstelling is bedrijven bewust te maken van de impact van de verwachte klimaatverandering op de economie, en de risico's en kansen die dat biedt voor ondernemers. Communicatieactiviteiten moeten leiden tot innovatieve oplossingen en draagvlak voor maatregelen in het kader van mitigatie en adaptatie. Het bedrijfsleven moet ook de ruimtelijke component van het klimaatprobleem gaan waarnemen.

4.8.1 Strategie private sector

Met het bedrijfsleven moet worden gecommuniceerd op basis van de ambities die bedrijven zelf hebben: winst, (nieuwe) producten, reputatie. Samenwerking tussen overheid, onderzoek en bedrijfsleven, alsmede coalities tussen bedrijven en NGO's moet worden gestimuleerd met als doel het reduceren van risico's en het creëren van nieuwe kansen (innovaties). Bedrijven zouden meer moeten worden betrokken in het onderzoek. De focus vanuit het programma ligt op een integrale benadering van adaptatie en mitigatie. Adaptatie is wel nieuw voor bedrijven en kan daarom in eerste instantie meer aandacht vragen.

Illustraties van uitvoering:

- Actief betrekken van het bedrijfsleven bij projecten via een netwerker
- Informatieverstrekking via een nieuwsbrief
- Projectontwikkelaars betrekken bij uitwerking van klimaatlandschappen
- Meting/berekening van het effect van een bedrijf op het klimaat in termen van de totale hoeveelheid broeikasgassen

4.9 NGO's

'Groene' NGO's zijn meestal al klimaatbewust, vooral gericht op mitigatie en natuurbeleid. Ook hulpverleningsorganisaties zoals het Rode Kruis onderkennen de mogelijk desastreuze gevolgen van klimaatverandering ten aanzien van voedselschaarste en armoede in ontwikkelingslanden. Daarnaast zijn nog NGO's van belang in het kader van mitigatie en adaptatie, zoals de ANWB. NGO's vormen een intermediair naar andere (publieks)groepen en zijn vaak belangrijke beleidsbeïnvloeders.

4.9.1 Doelstellingen NGO's

Klimaatkennis moet worden verspreid binnen NGO's, specifiek gericht op de relatie met de eigen doelstellingen van die organisaties. Bij humanitaire NGO's gaat het dan voornamelijk om adaptatie, bij NGO's op het gebied van natuur om adaptatie en mitigatie en bij NGO's op het gebied van milieu (energie) om mitigatie.

4.9.2 Strategie NGO's

NGO's kunnen worden bereikt door bilaterale contacten en dialoog. NGO's kunnen worden betrokken als intermediair of partner bij projecten die andere groepen tot doel hebben, bijvoorbeeld het publiek en het onderwijs. NGO's hebben voorts een grote kennisbehoefte, waar BSIK-KvR op moet inspelen.

Illustraties van uitvoering:

- Actief betrekken van NGO's bij projecten via een netwerker
- Faciliteren van wetenschappelijke feedback op communicatie door NGO's over klimaatverandering

5 Van strategie naar activiteiten

5.1 Inleiding

Bij het opstellen van een communicatieplan is het verstandig niet direct over media te beginnen, maar eerst de doelen, doelgroepen en strategie te doordenken. Maar nu is toch het moment gekomen om daar duidelijkheid over te scheppen? Welke communicatieactiviteiten moeten rond het Klimaat voor Ruimte programma worden ontwikkeld en welke media moeten daarvoor worden ingezet?

De totstandkoming van het BSIK-KvR communicatieplan is een iteratief proces met zowel bottom up als top down elementen. De doelen, de selectie van doelgroepen en de strategie zijn deels top down ontstaan en deels op basis van een werkconferentie in november 2004. De lijst met projectideeën is ook een bottom up inspiratiebron geweest (zie Annex 2).

In paragraaf 3.2 is een systematiek aangebracht in de doelstellingen en doelgroepen om beredeneerde keuzes te kunnen maken. Met zo'n systematiek wordt het duidelijk waar de prioriteiten liggen. In dit hoofdstuk wordt verder geredeneerd vanuit de drie cirkels A, B en C. In 5.2 worden de verschillende communicatiemedia langs de doelgroepen gelegd om te bepalen welke media geschikt zijn, welke niet, en hoe ze eventueel te combineren zijn. In 5.3 worden hieruit conclusies getrokken in de vorm van mogelijke niches waarbinnen projecten kunnen worden geformuleerd.

Het inzicht in de niches bleek nog onvoldoende voor definitieve conclusies. In de zomer van 2005 zal daarom een nadere omgevingsanalyse worden uitgevoerd, waarna nadere invulling van de communicatieactiviteiten binnen het programma zal plaatsvinden. Dit proces zal in 2007 worden herhaald. In dit document wordt dan ook de communicatiestrategie op hoofdlijnen gegeven met een gedeeltelijke uitwerking in activiteiten. Tenslotte wordt in 5.4 een globaal toetsingskader weergegeven waarmee ingediende projectvoorstellen kunnen worden getoetst.

Beoordeling van reeds ingediende projectvoorstellen en prille projectideeën vindt u niet in dit document. Ook wordt hier niet bepaald welke witte vlekken er nog zijn. Deze zaken zijn voortdurend in beweging waardoor invulling van specifieke communicatieactiviteiten ook een dynamisch proces is. Zoals eerder gemeld, zal gedurende de looptijd van het programma meerdere malen een omgevingsanalyse van klimaatcommunicatie in Nederland worden uitgevoerd.

5.2 Gewenste activiteiten

Welke activiteiten vloeien voort uit de doelen, doelgroepen en strategie die nu zijn omschreven? Dit houdt een keuze in voor bepaalde communicatiemiddelen en een eerste afbakening van de omvang van elke activiteit. Voor het bepalen van het gewenste activiteitenpakket worden de volgende stappen gezet:

- Effectiviteit: beoordeling met welke middelen een doelgroep waarschijnlijk het beste kan worden bereikt
- Efficiency: met welke middelen meerdere doelgroepen tegelijk kunnen worden benaderd
- Spreiding over diverse typen middelen om aan persoonlijke voorkeuren onder de doelgroepen tegemoet te komen

In de onderstaande tabel is aangegeven met welke middelen de doelgroepen kunnen worden bereikt. Het onderscheid tussen de A- en de B-cirkel is niet scherp, deze is in principe in beweging. In de tabel is te zien dat met name bilateraal persoonlijk contact, een periodiek en internet, middelen zijn waarmee veel doelgroepen tegelijk kunnen worden bereikt. Met radio en TV worden voornamelijk de doelgroepen in de C-cirkel bereikt.

	Soort medium	Persoonlijk contact			Papier		Massamedia	
		Bilateraal: telefoon, bezoek	Intensief dialogoog traject, netwerk	Eenmalig, grootschalig: workshop, conferentie	Eenmalig: rapporten, brochures, les- materiaal	Periodiek: (eigen of van anderen)	Internet	Radio TV Pers
A- cirkel	Wetenschappers	Ja	ja	ja		ja	ja	
	Provincies, gemeenten en waterschappen	Ja	ja	ja		ja	ja	
	Private sector	Ja		ja		ja	ja	
	NGO's	Ja	ja	ja	Ja	ja	ja	
----- B- cirkel	Landelijke politiek: wetenschappelijke bureaus politieke partijen en Tweede Kamer	Ja			Ja			ja
	Rijksoverheid: ambtelijke top, beleidsambtenaren	Ja	ja	ja	Ja	ja	ja	
C- cirkel	Algemeen publiek				Ja	ja	ja	ja
	Scholieren en studenten		ja		Ja		ja	ja
	<i>Totaal</i>	6	5	5	5	6	7	3

In de volgende tabel is met kleuren aangegeven welke doelgroepen gecombineerd benaderd kunnen worden. Hier is te zien dat veel middelen de A- en de B-cirkel tegelijkertijd kunnen bedienen. Voor de C-cirkel geldt dit niet: door grote verschillen in kennis niveau en interesse moeten voor de C-cirkel over het algemeen speciale middelen worden ontwikkeld, en dan ook weer apart voor scholieren en het algemene (volwassen) publiek.

	Soort medium	Persoonlijk contact			Papier		Massamedia	
		Bilateraal: telefoon, bezoek	Intensief dialogoog traject, netwerk	Eenmalig, grootschalig: workshop, conferentie	Eenmalig: rapporten, brochures, les- materiaal	Periodiek: (eigen of van anderen)	Internet	Radio TV Pers
A- cirkel	Wetenschappers	1	2	3		5	6	
	Provincies, gemeenten en waterschappen							
	Private sector							
	NGO's		2	4				
----- B- cirkel	Landelijke politiek: wetenschappelijke bureaus politieke partijen en Tweede Kamer							7
	Rijksoverheid: ambtelijke top, beleidsambtenaren		2	3		5	6	
C- cirkel	Algemeen publiek				10	9	8	7
	Scholieren en studenten		12		11			

Hieruit volgen de volgende typen activiteiten en middelen voor de A- en B-cirkel:

1. Opbouwen van persoonlijk, bilateraal contact met alle partijen uit A- en B-cirkel;
2. Intensieve dialoog trajecten en netwerkopbouw met wetenschap, provincies, gemeenten en waterschappen, NGO's en rijksoverheid;
3. Eenmalige conferenties en workshops voor wetenschap, provincies, gemeenten en waterschappen, private sector, NGO's en rijksoverheid, waar nodig gericht op sectoren of combinaties van sectoren;
4. Eenmalige rapporten voor NGO's, landelijke politiek en rijksoverheid;
5. Een periodiek voor wetenschap, provincies, gemeenten en waterschappen, private sector, NGO's en rijksoverheid;
6. Internet voor wetenschap, provincies, gemeenten en waterschappen, private sector, NGO's en rijksoverheid

Voor de C-cirkel kunnen de volgende typen activiteiten en middelen worden geïdentificeerd:

7. Radio en TV voor algemeen publiek (waarmee ook de landelijke politiek wordt bereikt)
8. Internet voor algemeen publiek, scholieren en studenten
9. Gebruik maken van landelijke bladen voor algemeen publiek
10. Brochures voor algemeen publiek
11. Lesmateriaal voor scholieren en studenten
12. Cursussen voor scholieren en studenten

5.3 Nadere uitwerking van de niches

De 12 typen activiteiten en middelen die in de vorige paragraaf zijn geïdentificeerd worden in deze paragraaf uitgewerkt tot concrete niches. Deze niches zijn geordend op communicatiemiddelen. Dat wil niet zeggen dat een project altijd maar over één middel of activiteit: middelen kunnen vaak juist goed worden gecombineerd. Het is in elk geval al gebruikelijk om websites te combineren met alle andere middelen, zoals een nieuwsbrief.

5.3.1 Persoonlijk contact met A- en B-cirkel

Persoonlijk contact met stakeholders is de meest effectieve vorm van communicatie, maar ook de meest arbeidsintensieve en dus een dure optie. Binnen het programma willen we in elk geval één project waarin we deze optie ontwikkelen in de vorm van een netwerker die zich richt op de belangrijkste doelgroepen, namelijk provincies, gemeenten, waterschappen, de nationale overheid, ministeries, publieke partijen en het bedrijfsleven. Daarnaast zullen alle leden van KvR organen (het Bestuur, het Programmabureau, de Programmaraad, de maatschappelijke adviesraad, de wetenschappelijke adviesraad) en de uitvoerders van de projecten actief betrokken worden. Omdat de

milieu- en energieafdelingen van de eerder genoemde doelgroepen vaak al voldoende interesse in klimaatverandering hebben, is de missie van de netwerker vooral om de beleidsafdelingen voor ruimtelijke ordening, bouwen en wonen te bereiken. De netwerker kan via bestaande intermediaire organisaties ook de andere doelgroepen nauwer bij het programma betrekken.

5.3.2 Intensieve dialoog trajecten in A en B cirkel

Omdat dialoog met de stakeholders de belangrijkste doelstelling van de communicatiestrategie is, vormt intensieve dialoog het hart van alle communicatieactiviteiten. Binnen deze niche zijn meerdere projecten nodig, gekoppeld aan de diverse onderzoeksdomeinen in het BSIK-KvR programma en gekoppeld aan de regio's of schaalniveau's waarbinnen die onderzoeken zich afspelen. De belangrijkste domeinen voor dialoog die nu reeds zijn geïdentificeerd:

- Verwerken van lange termijn klimaatscenario's in de beleidsontwikkeling van alledag in gemeenten, provincies, waterschappen, overheid, ministeries, publieke partijen en bedrijfsleven
- de veiligheid van de Nederlandse kust, de ruimtelijke inrichting van laag-Nederland langs de kust en de economische ontwikkeling in de Randstad
- natuur en landbouw in het veenweidegebied;
- beheersparadigma's voor de grote rivieren inclusief het bovenstroomse gebied over de grens;
- klimaateffecten op de landbouw, broeikasgassen uit de landbouw en ontwikkeling van bio-energie;
- conflicten in plannen voor de Nederlandse natuur, Europese wetgeving en effecten van klimaatverandering;
- klimaatneutraal ondernemen.

De dialogen in de hierboven genoemde zeven domeinen kunnen voor een deel in reguliere BSIK-KvR onderzoeksprojecten worden ondergebracht, zodat ze grondig kunnen worden voorbereid en begeleid vanuit sociaal-wetenschappelijke kennisinstituten, en ook voor de wetenschap nieuwe kennis zullen opleveren. Waar nodig kan aan deze projecten vanuit het communicatiebudget een extra bijdrage worden geleverd. Daarnaast kan een algemeen, breed georiënteerd dialoogproject worden uitgevoerd om de vragen vanuit de maatschappij ten aanzien van klimaatverandering te inventariseren. Wellicht komen daar nog nieuwe domeinen uit naar voren waar een intensieve dialoog nodig is.

5.3.3 Conferenties en workshops in A- en B-cirkel

Van workshops en conferenties als communicatiemiddel wordt in alle BSIK-KvR projecten gebruik gemaakt. Hieraan hoeft vanuit het communicatieprogramma inhoudelijk weinig meer aan te worden toegevoegd. Waar nodig kunnen deze workshops en conferenties financieel extra worden ondersteund. Verder zijn twee overzichtskonferenties gepland in 2007 en 2009 waarin de voortgang c.q. de resultaten van het totale programma zullen worden gepresenteerd. Het gaat om tweedaagse conferenties waar zowel presentatie naar doelgroepen uit de B-cirkel en de pers belangrijk is, als intensieve uitwisseling tussen de medewerkers aan de verschillende projecten.

5.3.4 Eénmalige rapporten in A- en B-cirkel

Eénmalige rapporten zullen over het algemeen op aanvraag in specifieke, eigen projecten worden ondergebracht die buiten het BSIK-KvR programma vallen, al zullen ze vaak door een of meer van de consortiumpartijen worden uitgevoerd. Hiervoor hoeft door het BSIK-KvR programma geen budget te worden gereserveerd. Een uitzondering vormen de reguliere PCCC activiteiten op dit gebied, die door de fusie van NRP-CC met het BSIK-KvR programma binnen deze communicatiestrategie vallen. Het gaat onder andere om updates van het onderzoek naar klimaatverandering en organiseren van workshops en symposia.

5.3.5 Periodiek voor A- en B-cirkel

Ook in het internettijdperk heeft een schriftelijk/papieren medium nog bestaansrecht. De functie van een klimaatvaktijdschrift is het scheppen van een band binnen een bepaalde (vak)gemeenschap, het attenderen op nieuws en het vastleggen van informatie op een manier die minder vluchtig is dan een website. Door een dergelijk tijdschrift mee te financieren bevordert het BSIK-KvR programma dat zo'n tijdschrift bestaat en dat zich dus een netwerk afbakt van personen en organisaties met vakmatige interesse in klimaatverandering. Ten tweede vormt een dergelijk tijdschrift een vast kanaal voor het publiceren over resultaten van BSIK-KvR projecten.

5.3.6 Internet voor A- en B-cirkel

Het internet is een middel dat vele voordelen biedt en waar je in veel gevallen ook niet meer onderuit komt. Van de doelgroepen in zowel de A- als de B-cirkel verwachten we dat ze fervente gebruikers van het internet zijn. Bovendien is het internet relatief goedkoop voor zowel de afzender als de ontvanger.

In principe bieden websites de mogelijkheid om via doorklikmogelijkheden verschillende doelgroepen tegelijkertijd te bedienen. Je begint met een ingang: particulieren, ondernemers en organisaties, politici en ambtenaren, jongeren (zie bijvoorbeeld de website www.overheid.nl), en de doelgroep krijgt vervolgens alleen op hem/haar toegespitste informatie te zien. In de praktijk blijkt het vaak moeilijk kiezen: ben ik vandaag particulier, ambtenaar of organisatie? En wat bedoelt de afzender van de website precies met een organisatie, een NGO? Ook bij websites werkt het beter om ze voor min of meer afgebakende doelgroepen te maken, die zich erbij thuis moeten voelen en ze waard vinden om bij hun favorieten op te nemen.

In ons programma kiezen we ervoor om meerdere websites te ondersteunen (zie ook 5.4.8):

- een databeheer website die grotendeels gericht is op de wetenschappelijke partijen binnen het kennisconsortium, bedoeld voor uitwisseling van data tussen de onderzoeksprojecten. Dit wordt een relatief groot project omdat hieraan werkzaamheden zijn gekoppeld voor het bewaken van de kwaliteit van de data, het ontwikkelen van software en procedures voor de gebruikers, en beheer van de site. Er moet waarschijnlijk ook hardware worden aangeschaft.
- een BSIK-KvR website die primair op de A-cirkel is gericht, maar waar de meest geïnteresseerde partijen uit de B-cirkel ook al hun eerste schreden binnen de A-cirkel zullen zetten, bijvoorbeeld om zich op te geven voor een congres. Op deze site wordt directe informatie vanuit het BSIK-KvR programma beschikbaar gemaakt: procedures voor het indienen van projecten, proceedings van workshops en conferenties, overzichten van gepland onderzoek etc. Ook biedt de site gelegenheid voor gebruikers om te reageren en de site van nieuwe informatie uit hun projecten te voorzien. Aan deze site wordt geen speciale aandacht besteed wat betreft het breed toegankelijk maken van de informatie of het populariseren van wetenschap. Een digitale nieuwsbrief maakt onderdeel uit van het project.
- Een breder toegankelijke website, voortbouwend op het bestaande Klimaatportaal.nl, gericht op het iets minder goed geïnformeerde deel van de B-cirkel en het redelijk goed geïnformeerde deel van de C-cirkel. Hier wordt de content bewust door een webredactie geproduceerd en geschikt gemaakt voor een brede doelgroep. Het doel is iedereen in de gelegenheid te stellen zich te informeren over klimaatverandering.

5.3.7 Radio en TV voor algemeen publiek

Radio en TV zijn media voor massacommunicatie bij uitstek. Wanneer we een breed publiek willen bereiken, bieden ze veel voordelen:

- ze zijn voor iedereen toegankelijk;
- als een uitzending aanslaat bij het brede publiek heeft dat ook een impact op meer specifieke doelgroepen zoals de politiek en het bedrijfsleven;
- er kan in het geval van TV gecommuniceerd worden met behulp van bewegend beeld, wat een grotere emotionele impact heeft en dus de betrokkenheid veel meer kan vergroten dan geschreven tekst

Er zijn ook nadelen:

- met name TV is een duur middel
- de diepgang van de informatie is over het algemeen niet heel groot en informatiewaarde kan in strijd zijn met het amusementsgehalte van een uitzending
- radio en TV zijn vluchtige media: uit het oog, uit het hart

Een veilige weg is alleen inhoud met nieuwswaarde aan te leveren aan bestaande programma's zoals Netwerk, Nova en de diverse nieuwsbulletins. Hiervoor hoeft geen budget te worden gereserveerd. Het kan worden uitgevoerd door alle betrokkenen van het consortium, zowel vanuit het Programmabureau als vanuit de diverse projecten.

Een route die al bestaat, en die het BSIK-KvR programma verder kan ondersteunen, is de samenwerking tussen de Natuurkalender het VARA radioprogramma Vroege Vogels.

Ten derde is te overwegen een bijdrage te leveren aan een 'eigen' nog te ontwikkelen TV programma, waarin nieuws over klimaatverandering naar het brede publiek kan worden gecommuniceerd.

5.3.8 Internet voor algemeen publiek en onderwijs

Onder 5.4.4 is al een breed toegankelijke website over klimaatverandering genoemd, deels gericht op de B-cirkel maar ook op het redelijk goed geïnformeerde deel van de C-cirkel. De content wordt bewust door een webredactie geproduceerd en geschikt gemaakt voor een brede doelgroep. Het doel is iedereen in de gelegenheid te stellen zich te informeren over klimaatverandering.

Verder is een website als de reeds bestaande Natuurkalender zinvol omdat deze de effecten van klimaatverandering aanschouwelijk maakt voor een breed publiek. De ingang op deze site is dus niet klimaatverandering, maar natuur en weer, twee onderwerpen die dicht bij huis liggen maar wel goed duidelijk kunnen maken dat er iets met het klimaat aan de hand is.

Op de twee genoemde websites kan speciale aandacht worden besteed aan het onderwijs. Daarnaast zou ook een speciaal op het onderwijs gerichte website ontwikkeld kunnen worden, in samenhang met de lesprogramma's onder 5.4.11, of kan worden samengewerkt met reeds bestaande onderwijswebsites zoals Kennisnet (waar overigens nu al informatie te vinden is over broeikaseffect en Kyoto).

5.3.9 Gebruik maken van landelijke bladen

Wat betreft de bestaande schriftelijke massamedia en vakbladen geldt hetzelfde als voor TV en radio nieuws: we hoeven alleen inhoud met nieuwswaarde aan te leveren. Hiervoor hoeft geen budget te worden gereserveerd. Het kan worden uitgevoerd door alle betrokkenen van het consortium. Ook het Programmabureau, de Programmaraad en het KvR-bestuur zullen daar actief bij ingezet moeten worden.

5.3.10 Brochures voor algemeen publiek

Net zoals de Tweede Kamer van tijd tot tijd een update nodig heeft van de ontwikkelingen in de klimaatwetenschap, heeft ook het brede publiek het recht om van tijd tot tijd van nieuwe informatie te worden voorzien. Deze taak ligt deels bij de overheid (bijvoorbeeld de ministeries VROM en Verkeer en Waterstaat) maar is via de fusie met het NRP-CC deels ook bij het BSIK-KvR programma terecht gekomen. Voor deze activiteit, uitgevoerd via het PCCC, zal ook een budget gereserveerd worden vanuit de voormalige NRP-CC middelen.

5.3.11 Lesmateriaal en cursussen

Wat betreft het lesmateriaal zijn twee punten van belang.

Ten eerste: het mag niet blijven bij het produceren van lesmateriaal, dat op de plank dreigt te blijven liggen. Er moet in de projecten een doorgaande lijn zijn van het maken van lesmateriaal, via marketing en distributie naar het verwerken ervan in de curricula en de exameneisen. Om dit te realiseren moeten alle partijen worden betrokken die in dit veld van belang zijn, zoals scholen, Ministerie OCenW en uitgeverij. En dan is er nog de weg terug van onderwezen jeugd naar de kennisinstellingen: hoe kunnen scholen en kennisinstellingen met elkaar in contact worden gebracht, en hoe kan onderwijs over klimaatverandering de keuze voor techniekonderwijs bij scholieren bevorderen?

Ten tweede: er moet nagedacht worden hoe onderwijs over klimaatverandering kan worden ondergebracht in de doorgaande leerlijn van basisschool via middelbaar naar hoger en postacademisch onderwijs. Waar moet je met klimaatonderwijs beginnen: al op de basisschool, of moet je kunnen voortbouwen op een hoeveelheid kennis over natuurlijke processen? Mik je op het topsegment van HAVO, VWO en academisch onderwijs (zoals zo velen) of is het juist ook van belang voor het VMBO, waar de meeste leerlingen?

De volgende keuzes kunnen worden gemaakt:

- een onderwijsaanbod voor de middelbare school
- een onderwijsaanbod voor MSc studenten
- postacademisch onderwijs voor professionals

5.4 Toetsingskader

Concrete projectideeën zullen op een aantal manieren worden getoetst:

- Passendheid binnen de communicatiestrategie: worden de doelen en doelgroepen bereikt die we willen bereiken?
- Inhoudelijke kwaliteit van het voorstel, inclusief wetenschappelijke borging van de gecommuniceerde inhoud.
- Is het middel efficiënt, hoeveel euro per bereikte persoon/doelgroep?
- Kan het met de beschikbare middelen, is er voldoende matching?

6 Vervolgstappen

6.1 Omgevingsanalyse

Bij het opstellen van deze communicatiestrategie bleek dat het zicht op de doelgroepen en hun specifieke behoeften vanuit het programma nog beperkt is. Derhalve is besloten om in 2005 te starten met een verdere verkenning van de doelgroepen en lopende communicatieactiviteiten buiten het programma als onderdeel van de 'omgevingsanalyse'. Voor de besteding van de communicatiebudgetten en de implementatie van de communicatiestrategie zal in zogenaamde 'tranches' gewerkt worden.

6.2 Eerste tranche projecten

Voor een aantal projecten is snelle financiering gewenst, bijvoorbeeld omdat ze onmisbaar zijn voor het functioneren van het programma of omdat het reeds lopende activiteiten van het programma betreft die anders in gevaar komen. Deze projecten worden nader uitgewerkt in de zomer van 2005 en kunnen reeds starten in het najaar van 2005, of met terugwerkende kracht eerder. Het betreft:

- Databeheer BSIK-KvR projecten (30)²
- Omgevingsanalyse klimaatcommunicatie (13)
- Interne en externe klimaatwebsite (10+12)
- Netwerkproject voor organiseren van dialoog (1)
- PCCC-ondersteuning (2)
- Natuurkalender (11)
- Summer school (32)
- Net 5 Klimaatenquête (15)

Van deze activiteiten zijn Terms of Reference's beschikbaar alsmede projectvoorstellen. Met de eerste tranche wordt ongeveer een derde van het totale communicatiebudget binnen het KvR programma gealloceerd (ca. 800.000 euro van 2,8 miljoen euro), en ca 1 miljoen euro uit het voormalige NRP-CC budget. Welke projecten in latere tranches worden geformuleerd is mede afhankelijk van de omgevingsanalyse.

6.3 Planning en wijze van financiering

Projectvoorstellen voor de eerste tranche kunnen in mei 2005 worden ingediend. Besluitvorming over de eerste tranche communicatieprojecten is gepland in juni 2005. Tussen juni 2005 en september 2005 zullen tweede tranche projecten nader worden ingevuld. Daarna wordt over eventuele latere tranches beslist.

Communicatieprojecten die gefinancierd worden uit KvR programma middelen dienen te zijn voorzien van minimaal 54% contrafinanciering/matching. Communicatieprojecten die uit 'voormalige' NRP-CC middelen gefinancierd worden worden volledig vergoed. Er wordt binnen het programma tot nu toe niet met open tendering gewerkt.

² Deze nummers verwijzen naar projectideeën in Annex 2

Annex 1 Het Kennisconsortium Klimaat voor Ruimte

Het is de verwachting dat de partijen in de onderstaande tabel zullen toetreden tot het kennisconsortium.

Adviesdienst Verkeer en Vervoer (AVV)	Kipp & Zonen	SEECON
AGV Adviseurs in Mobiliteit	KIWA	SOVON
Aircraft SME	KNIOZ	SRON
Applicon, Metronics	KNMI	Staatsbosbeheer
Arcadis	LTO Nederland	Stichting Natuur&Milieu
Biometris	Milieu Natuur Planbureau	Synergos
CBRB	Ministerie van Binnenlandse Zaken	Tauw
CCR	Ministerie LNV	Technische Universiteit Delft
CML	Ministerie van Verkeer en Waterstaat	Technische Universiteit Twente
COS	Ministerie van VROM	TNO
CPB	MPI-BGC (Duitsland)	Universiteit Maastricht
DHV	Natuurmonumenten	Universiteit Utrecht
Dutchspace	Nederlandse Emissie Autoriteit	University of Tucsia
ECN	NHN	Verbond van Verzekeraars
Ecofys	NWO	VIS
EEA	NSW	Vlinderstichting
ESA	NV PWN	Vrije Universiteit Amsterdam
ESRC Transport Studies Unit University College London (UK)	ODE	Wageningen Universiteit en Research
EU (Group Future Action)	Provincie Gelderland	Water Watch
FUCAM (België)	Provincie Noord-Holland	Waterleidingbedrijf Amsterdam
FutureWater	Provincie Zuid-Holland	WL Delft Hydraulics
GLTO	Rabobank	Waterschap Hunza en Aa's
Havenbedrijf Rotterdam	Recron	Waterschap Rivierenland
Hoogheemraadschap Amstel, Gooi en Vecht	Rijks Universiteit Groningen	Waterschap Schieland en Krimpenerwaard
Hoogheemraadschap Stichtse Rijnlanden	RIKZ	Wereld Natuur Fonds
IBIMET (Italië)	RIVM	Witteveen&Bos
IMAU	RIZA	WLTO
Interpolis	Royal Haskoning	
KEMA	RPB	

Annex 2 Overzicht communicatie ideeën

Aan het Programmabureau zijn het afgelopen jaar spontaan veel projectideeën opgestuurd. Daarnaast hebben we zelf enkele projecten geformuleerd die we noodzakelijk achten. Onderstaande lijst is geen kansrijke voorselectie maar een overzicht van ALLES, rijp en groen. Deze lijst geeft de stand van april 2005 weer. Nieuwe ideeën zijn nog steeds welkom.

Organisatorische ideeën:

1. Een netwerker
2. PCCC

Periodieken/periodieke activiteiten:

3. Jaarlijkse update klimaatverandering
4. Jaarlijkse Klimaatdag
5. Update Kyoto brochure
6. KvR Nieuwsbrief
7. Change Magazine
8. Klimaatweekjournaal (TV)
9. JIQ

Websites:

10. Klimaatportaal
11. Natuurkalender
12. BSIK-KvR website

Brede acties:

13. Omgevingsanalyse
14. Dialoog maatschappelijke actoren
15. IDTV / Net5 Klimatenquête
16. NPL Klimaatprogramma
17. vd Wateren wetenschapscommunicatie

Onderwijs:

18. Commerciële MSc Klimaat en Water
19. Klimateam: scholieren meten broeikasgassen
20. Metingen bodemkoolstof VO scholieren
21. Splash simulatiespel
22. Bundeling meetprojecten
23. Consortium Ecoschools (diverse ideeën)
24. Sense PhD onderwijs

Gerichte acties:

25. Besluitvorming gemeenteraadsverkiezingen
26. Kanskaart Klimaat en Ruimte
27. Klimaatlandschap
28. Vervolg symposium Drenthe
29. Climate footprint
30. Databeheer

Tabel 1: Indruk welke doelgroepen met de bestaande ideeën worden bereikt.

	Doelgroep Idee	Provincies, gemeenten en waterschappen	Algemeen publiek	Landelijke politiek	Ministeries	Scholieren studenten	Bedrijfs- leven	NGO's
1	Netwerker	x					x	x
2	PCCC		x	x	x			
3	Jaarlijkse update klimaatverandering		x					
4	Jaarlijkse Klimaatdag	x			x		x	x
5	Update Kyoto brochure		x					
6	KvR Nieuwsbrief	x			x		x	x
7	Change Magazine	x						x
8	Klimaatweekjournaal		x					
9	JIQ							
10	Klimaatportaal	x	x	x	x	x	x	x
11	Natuurkalender		x			x		
12	BSIK-KvR website	x			x		x	x
13	Omgevingsanalyse	x			x			x
14	Dialogo maatschappelijke actoren	x		x	x		x	x
15	IDTV / Net5 Klimaatenquête		x					
16	NPL Klimaatprogramma		x					
17	vd Wateren wetenschaps- communicatie		x					
18	Commerciële MSc Klimaat en Water					x		
19	Klimateam: scholieren meten broeikasgassen					x		
20	Metingen bodemkoolstof VO scholieren					x		
21	Ideeën bundelen					x		
22	Splash simulatiespel					x		
23	Ecoschools					x		
24	Sense PhD onderwijs							
25	Besluitvorming gemeenteraadsverkiezingen	x						
26	Kansenkaart Klimaat en Ruimte	x						
27	Klimaatlandschap	x						
28	Vervolg symposium Drenthe	x						
29	Climate footprint						x	
30	Databeheer							

Uit de tabel blijkt dat alle doelgroepen wel op een of andere manier worden bereikt. In de meeste gevallen gebeurt dat door 'breed spectrum' activiteiten. Er zijn veel gerichte acties naar provincies, gemeenten en waterschappen en naar scholieren & studenten. Er zijn weinig gerichte ideeën voor het bedrijfsleven en helemaal geen voor ministeries of NGO's. Uit de tabel blijkt dat er weinig ideeën zijn die zich richten op de landelijke politiek.

Meer informatie per projectidee:

Organisatorische ideeën:

1. Een netwerker

Idee in het kort Doelen van de netwerker/communicatiestrategie zijn o.a.: vragen die bij de doelgroepen spelen inventariseren en/of ze faciliteren bij formuleren van vragen, en samenwerking van de doelgroepen met projecten in programma versterken. Doelgroepen zijn o.a. politieke partijen en ambtenaren op ministeries, provincies, gemeenten en waterschappen, NGO's, planologen, projectontwikkelaars en het Europees parlement.

Afzender Programmabureau Klimaat voor Ruimte (Kees Dorland)

2. PCCC

Idee in het kort De wetenschappelijke informatie en kwaliteitsborging wordt verzorgd door het Platform Communicatie Climate Change (PCCC). Dit is een reeds bestaand samenwerkingsverband tussen MNP/RIVM, KNMI, WUR, ECN, Vrije Universiteit en NWO, opgericht op 7 oktober 2003. Doel is het ontsluiten, ordenen, evalueren en beschikbaar stellen van wetenschappelijke informatie. Het PCCC wordt aangestuurd door een Stuurgroep, met vertegenwoordigers van de 6 genoemde instellingen. In de praktijk wordt zo nauw mogelijk samengewerkt tussen het PCCC en KvR.

Afzender NRP-CC (Bert-Jan Heij)

Periodieken/periodieke activiteiten:

3. Jaarlijkse update klimaatverandering

Idee in het kort Het maken van regelmatige updates (bijvoorbeeld 1x per jaar) van de stand der klimaatwetenschap, voor alle drie de IPCC-velden: the physical science bas; impacts, adaptation and vulnerability; mitigation. Het moet kwaliteitsgeborgde, onomstreden en toegankelijke wetenschappelijke informatie zijn, zoveel mogelijk vertaald naar de Nederlandse situatie. Het zou een bundeling kunnen worden van de (reguliere) klimaatrapportage van KNMI, de stand van zaken wat betreft impacts en adaptatie (WUR) en klimaatbeleid (MNP). Deze integrale, velddekkende informatie wordt verspreid via het Klimaatportaal en Change Magazine.

Afzender NRP-CC (Bert-Jan Heij)

4. Jaarlijkse Klimaatdag

Idee in het kort Een jaarlijks terugkerende Klimaatdag heeft twee invalshoeken: enerzijds kennisoverdracht vanuit de wetenschap naar beleid en praktijk, en anderzijds uitwisseling van kennis tussen wetenschappers en doelgroepen. Ook voor de media kunnen deze dagen uitgroeien tot een evenement waarop de nieuwste inzichten worden gepresenteerd.

Afzender Programmabureau Klimaat voor Ruimte (Kees Dorland)

5. Update Kyoto brochure

Idee in het kort De voor een algemeen publiek bedoelde Kyoto-brochure omvat een korte introductie met als verdere hoofdstukken: instrumenten, kostenverhaal, sinks en ontwikkelingssamenwerking. Afwijkende visies (klimatsceptici) zijn in tekstboxen opgenomen. De eerste versie kwam uit in 1998 (of 1999?), in 2004 is er een update van gemaakt. Gedurende de looptijd van het BSIK-KvR programma is wellicht weer een nieuwe versie nodig. Een activiteit van PCCC.

Afzender NRP-CC (Baud Schoenmaeckers en Bert Jansen)

6. KvR Nieuwsbrief

Idee in het kort Het Programmabureau KvR brengt met enige regelmaat een digitale nieuwsbrief uit waarin de plannen en activiteiten van het Programmabureau kort worden aangegeven. De nieuwsbrief is voornamelijk bedoeld voor alle direct betrokkenen bij het KvR-programma: projectleiders, onderzoekers, reviewers, indieners van projecten en andere belangstellenden.

Afzender Programmabureau Klimaat voor Ruimte (Jeroen Veraart)

7. Change Magazine

Idee in het kort Een populair-wetenschappelijk tijdschrift getiteld Change Magazine (de opvolger van het huidige Change) wordt een blad met objectieve, wetenschappelijk verantwoorde informatie. Naast informatie is er in het blad ook nadrukkelijk ruimte voor discussie. Het blad is gericht op een brede doelgroep. Change Magazine wordt zoveel mogelijk commercieel opgezet, dat wil zeggen dat er actief inkomsten worden geworven uit abonnementen en advertenties en dat er een onafhankelijke uitgever wordt gezocht die zich gaat bezighouden met de exploitatie. Het blad ondersteunt de communicatiedoelstellingen van het KVR-consortium, deze zullen in een redactiestatuut worden vastgelegd. Eventuele commerciële overwegingen zijn hieraan ondergeschikt.

Afzender PCCC / Synergos Communicatie (Baud Schoenmaeckers)

8. Klimaatweekjournaal (TV)

Idee in het kort Het Klimaat Weekjournaal informeert Nederlanders wekelijks over nieuwsfeiten en ontwikkelingen die te maken hebben met het klimaat en klimaatverandering. Het programma laat zien dat het klimaat verandert en dat er in Nederland en daarbuiten zeer veel wordt gedaan om het probleem te beperken en om zo goed mogelijk met de nu al onafwendbare gevolgen van klimaatverandering om te gaan. Het Tv-programma is direct verbonden aan een internet site. Die combinatie vormt een stabiel platform voor diverse partijen en instanties die op continue basis met grote groepen burgers willen communiceren. Plannen voor een dergelijk Tv-magazine zijn ontwikkeld door Tv-producent SWYNK samen met het Rode Kruis. Inmiddels heeft de TROS laten weten over het idee en de realisering ervan bij de TROS te willen praten.

Afzender NPL Klimaatbureau (Sible Schöne)

9. JIQ

Idee in het kort De Joint Implementation Quarterly (JIQ) werd voor het eerst uitgegeven in 1995 op verzoek van het Ministerie van VROM. Vanaf 1999 is de JIQ financieel ondersteund door het Ministerie van EZ. Het blad is op zoek naar een nieuwe sponsor. De bijdrage van JIQ aan de informatievoorziening ligt vooral op het terrein van de flexibiliteitsmechanismen van het Kyoto Protocol - Joint Implementation, Clean Development Mechanism en emissiehandel - en de wijze waarop landen van het Kyoto-protocol via deze mechanismen onderling kunnen samenwerken met als doel emissies kosteneffectief te reduceren en bij te dragen aan mondiale duurzame ontwikkeling. Een belangrijk onderdeel hierbij is hoe de Nederlandse overheid in deze internationale klimaatsamenwerking participeert.

Afzender Foundation Joint Implementation Network (JIN) (Wytze van der Gaast)

Websites:

10. Klimaatportaal

Idee in het kort Het Klimaatportaal is een reeds bestaande, nog relatief passieve website met informatie over klimaat en klimaatverandering. Deze site moet worden uitgebouwd tot de belangrijkste ingang voor alle klimaatinformatie, met name voor de maatschappelijke doelgroepen. Een goede en actuele Q&A-rubriek staat hierbij centraal. Het Klimaatportaal moet het 'loket' worden waar iedere geïnteresseerde langs digitale weg alle relevante informatie kan vinden. De site zal worden opgezet en naar buiten toe geprofileerd als een site met kwaliteitgeborgde, onomstreden en toegankelijke wetenschappelijke informatie over klimaat, klimaatverandering en de gevolgen daarvan voor de samenleving.

Afzender Programmabureau Klimaat voor Ruimte / PCCC (Jeroen Veraart)

11. Natuurkalender

Idee in het kort De Natuurkalender informeert het Nederlandse publiek actief over

klimaatveranderingen en gevolgen in de natuur om de kennis over het onderwerp en het gevoel van urgentie bij het publiek te vergroten. De Natuurkalender realiseert de doelen met vier hoofdactiviteiten:

- **ARTICIPATIEVE MONITORING** van jaarlijks terugkerende verschijnselen in de natuur en menselijke activiteiten
- onderzoek naar deze verschijnselen
- ontwikkeling en implementatie van adaptatiestrategieën
- disseminatie van waarnemingen en kennis naar publiek, scholieren en specifieke doelgroepen via internet, media, publicaties, presentaties, workshops, en educatieprogramma's

Door de samenwerking met het VARA radioprogramma Vroege Vogels met wekelijkse uitzendingen is De Natuurkalender regelmatig in het nieuws. De centrale uitvoeringsdoelstelling voor de periode 2004 tot en met 2006 is het verbreden van De Natuurkalender activiteiten in twee richtingen:

- 1) Opschalen van basisactiviteiten van De Natuurkalender en
 - 2) het implementeren van De Natuurkalender in een aantal sectoren in de samenleving (gezondheidssector, landbouwsector, groenbeheersector, tuinsector).
- WUR (Arnold van Vliet)

Afzender

12. BSIK-KvR website

Idee in het kort Er is een nieuwe website opgezet, speciaal voor het BSIK-programma Klimaat voor Ruimte. Deze site richt zich geheel op de belangrijkste thema's van het onderzoek, en is diepgaander en wetenschappelijker van aard dan het Klimaatportaal. De site bevat veel "inside" informatie, vooral bestemd voor medewerkers aan het programma. De site zal worden opgezet en geprofileerd als de site van een consortium van wetenschappelijke en maatschappelijke partijen. Het content management wordt, behalve bij de algemene pagina's, vooral gedaan door onderzoekers en projectmedewerkers. De teksten zijn inhoudelijk van aard en worden niet geschreven op toegankelijkheid voor algemene doelgroepen. De structuur van deze site is geënt op die van het BSIK-programma KvR.

Afzender

Programmabureau Klimaat voor Ruimte (Jeroen Veraart)

Brede acties:

13. Omgevingsanalyse

Idee in het kort De omgevingsanalyse is een inventarisatie van de diverse partijen die zich in Nederland bezighouden met het klimaatvraagstuk, en die dus tot de doelgroepen voor het BSIK-KvR communicatieplan behoren. In het overzicht worden de diverse organisaties en hun doelstellingen en aanpak ten aanzien van het klimaatprobleem opgenomen. Zo kunnen we met de BSIK-KvR communicatieactiviteiten beter aansluiten bij het veld en kan worden voorkomen dat activiteiten worden opgezet, waar elders al aan gewerkt wordt. Op hoofdlijnen gaat het hier om kennisinstellingen (zoals RIVM, KNMI, ECN, NWO, Wageningen UR, VU), overheden (zoals VROM, EZ, LNV, V&W, DGIS, Tweede Kamer, SenterNovem, provincies, gemeenten en waterschappen), het bedrijfsleven (zoals aannemers, ingenieursbureau's, adviesbureau's, banken, verzekeringsmaatschappijen, energiemaatschappijen en autofabrikanten), NGO's (zoals N&M, Greenpeace, WNF, Rode Kruis, Milieudefensie, COS Nederland, Stichting HAN) en de media.

Afzender

Programmabureau Klimaat voor Ruimte (Judith Klostermann)

14. Dialoog maatschappelijke actoren

Idee in het kort Voor de doelgroepen van het KvR onderzoeksprogramma zullen actief dialogen worden georganiseerd. Het doel is te inventariseren wat in het algemeen de belangrijkste beleidsvragen van de doelgroepen zijn, zodat ze invloed kunnen uitoefenen op het onderzoek dat binnen BSIK-KvR wordt uitgevoerd. Voortbouwend op de omgevingsanalyse kunnen ca. 150 interviews worden georganiseerd met personen die behoren tot afnemers van de kennis uit het programma. Bij deze activiteit moet worden afgestemd met activiteiten in de BSIK-KvR projecten.

Afzender

VU (Matthijs Hisschemöller)

15. IDTV / Net5 Klimaatenquête

Idee in het kort Avondvullende uitzending die klimaatverandering vooral naar handelingsperspectief voor individuele burgers vertaalt en tegelijk mondiale gevolgen van klimaatverandering visualiseert (reeds uitgezonden op 6 februari 2005)

Afzender IDTV /NWO (Michael van der Meer)

16. NPL Klimaatprogramma

Idee in het kort Naar aanleiding van een subsidie van de Nederlandse Postcodeloterij (NPL) wordt door de NGO's een Klimaatbureau opgericht. Het thema klimaatverandering biedt vrijwel alle beneficianten??? van de Postcodeloterij de mogelijkheid om een bijdrage te leveren. Centrale doelstelling van het programma is de Nederlandse samenleving veel sterker bij het klimaatprobleem te betrekken en enthousiast te maken voor de oplossingen. Het programma zal tevens concrete maatregelen ontwikkelen en realiseren ter vermindering van de risico's van klimaatverandering en een zichtbaar maatschappelijke enthousiasme opwekken voor de belangrijkste oplossingen van de klimaatproblematiek. Het programma zal inspirerende voorbeeldprojecten laten zien en overheden, bedrijven en consumenten concreet bij de oplossingen betrekken. Uitgaande van deze doelstelling zou het programma kunnen bestaan uit een pakket projecten van een of meerdere organisaties, een gezamenlijk communicatieproject en een traject gericht op internationalisering.

Afzender NPL Klimaatbureau (Sible Schöne)

17. vd Wateren wetenschapscommunicatie

Idee in het kort Het bedrijf Landforms - Science & Media houdt zich bezig met wetenschapscommunicatie aan een algemeen publiek, zowel volwassenen als jongeren. Wat betreft PR-activiteiten voor het programma Klimaat voor Ruimte zijn er de volgende mogelijkheden:

- 1) Film(serie) over Klimaat en Ruimte, in combinatie met een website en een boek.
- 2) Tentoonstelling voor een of meer van de natuurmusea in Nederland.
- 3) Onderwijsproject over Klimaat en Ruimte.
- 4) Persvoorlichting, organiseren van persconferenties, uitbrengen van persberichten en verzorgen van verdere mediacontacten.
- 5) Nieuwsbrief voor een algemeen publiek over aspecten van Klimaat en Ruimte en het lopende onderzoek van het programma.

Afzender Landforms - Science & Media (Dick van der Wateren)

18. Commerciële MSc Klimaat en Water

Idee in het kort Een MSc onderdeel academisch onderwijs aan WUR en VU. Het moet een brede (beta-gamma), interuniversitaire professionele masters worden, goed geworteld in de behoeften van de praktijk. Het project moet starten met een gedegen marktonderzoek in Nederland en Europa; dit zal dan ook als eerste fase van het project moeten komen (go-no go moment na bijv. zes maanden). Tot de mogelijkheden behoort ook een "brugproject" op dit gebied met BSIK Leven met Water (Erasmus Universiteit), verder valt te denken aan betrokkenheid van KNMI en DelftCluster.

Afzender Programmabureau Klimaat voor Ruimte (Pavel Kabat)

19. Klimateam: scholieren meten broeikasgassen

Idee in het kort Het project Klimateam wil een bijdrage leveren aan het Gelderse onderwijs over klimaatveranderingen en een antwoord geven op de vraag naar een goed inzicht in de emissies van methaan en lachgas. Dit doen we door een koppeling te maken tussen het voortgezet onderwijs en de onderzoekswereld. Hierbij hebben we met name de bovenbouw van HAVO/VWO voor ogen. De scholieren van een groot aantal scholen voor het voortgezet onderwijs in Gelderland verzamelen data, deze worden verwerkt door onderzoekers en vervolgens inzichtelijk gemaakt voor de scholieren. Dat geeft de scholieren inzicht in de klimaatveranderingen en tevens neemt het inzicht in de concentraties en verspreiding van methaan en lachgas toe. Een uitgebreid meetnet, bestaande uit scholen, heeft meerwaarde ten opzichte van het gebruikelijke beperkte aantal intensieve metingen met hoge resolutie en hoge

Afzender nauwkeurigheid.
WUR (Max Hilhorst)

20. Metingen bodemkoolstof VO scholieren

Idee in het kort In dit onderzoeksvoorstel wordt een plan gepresenteerd om scholieren in het voortgezet onderwijs te betrekken bij het onderzoek naar de koolstofvoorraden, bodemfauna en humusprofielen. Hiermee wordt een educatief doel gediend, en worden tegelijk systematisch referentiegegevens verzameld. Volgens het voorstel worden de koolstofvoorraden onderzocht, in samenhang met landgebruik, humusprofielen en bodemfauna. Dit draagt bij aan de kwantificering van koolstofvoorraden in de bodem en levert voor de wetenschap relevante inzichten op t.a.v. afbraaksnelheid en emissie van broeikasgassen. De scholieren maken kennis met de bodem als essentiële schakel in het ecosysteem.

Afzender WUR (Bas van Delft)

21. Bundeling meetprojecten

Idee in het kort Alle meetprojecten voor scholieren moeten gebundeld worden tot een proposal:
1. UV en aërosol metingen (voortzetting Globe project)
2. Neerslagmetingen (KNMI)
3. Windmetingen (door ECN voorgesteld)
4. Luchtkwaliteit (lachgas en ammoniak: WUR).

Afzender KNMI (Rob van Dorland)

22. Splash simulatiespel

Idee in het kort In een proefproject is een simulatiespel over waterbeheer gemaakt voor de V&W campagne "Nederland leeft met Water". Waterbeleid moet zoveel mogelijk gebaseerd zijn op kennis. Beweringen moeten zoveel mogelijk gestaafd kunnen worden door feiten. Het gebruik van simulatiemodellen, die de werkelijkheid nabootsen (simuleren) is één van deze methoden. Het programma Splash van Alterra (Wageningen) is zo'n simulatiemodel. Als wordt beweerd dat bescherming wateroverlast door klimaatverandering relatief eenvoudig kan worden gefinancierd door 5% energieheffing, dan moet aangetoond kunnen worden dat dat klopt. Met behulp van Splash kan worden aangetoond dat de stelling voor rijke landen op gaat, maar dat ze geen perspectief biedt voor de ontwikkelingslanden. Het proefproject is inmiddels afgerond. Proefflessen vinden in maart plaats in Arnhem.

Afzender CITO / WISL Alterra

23. Ecoschools/Check it out!

Idee in het kort Dit is een initiatief om een aantal producten op het gebied van onderwijs in duurzame ontwikkeling, klimaatonderwijs en energieprestatie te combineren. Daarmee ontstaat een landelijk afgestemd aanbod voor basis –en voortgezet onderwijs dat enerzijds ruimte biedt voor specifieke lokale of regionale invulling en anderzijds landelijk een inhoudelijk en kwalitatief helder stramien volgt. In twee jaar moet een aanbod vormgegeven worden voor zowel basis –als voortgezet onderwijs, met mogelijkheden voor MBO en HBO. Hierin wordt onderwijs over klimaat, maatregelen in het gebouw en de omgeving (wijk en gemeente) en een koppeling met ontwikkelingsproblematiek uitgewerkt. Dit aanbod richt zich op een landelijke dekking voor het Nederlands onderwijs en zal zich daarmee ontwikkelen tot een regulier onderdeel van het (klimaat)onderwijs en functioneren van de Nederlandse scholen.

Afzender COS Nederland, Stichting Oikos, SME Milieuadviseurs en Ecofys BV (Thijs de la Court)

24. Sense PhD onderwijs

Idee in het kort SENSE research School organiseert diverse gespecialiseerde cursussen voor AIO's. SENSE zou een specifiek traject voor BSIK-KvR AIO's kunnen ontwikkelen of reeds bestaande opleidingen kunnen aanbieden, bijv. de cursus 'Climate and the hydrological cycle'.

Afzender SENSE (Johan Feenstra)

25. Besluitvorming gemeenteraadsverkiezingen

Idee in het kort Er is behoefte aan een gerichte communicatie met raadsleden en politieke achterban in het kader van de gemeenteraadsverkiezingen van maart 2006. Daarbij gaat het om:

- 1) Informeren van de lokale politiek over achtergronden klimaatvraagstuk, effecten en kansen, zowel op het gebied van mitigatie, adaptatie en capaciteitsopbouw. Hiermee kan de politiek zelf in verkiezingsprogramma's tot concrete teksten komen.
- 2) Vergroten/versterken van de mogelijkheden van het maatschappelijk veld om de politiek te bevragen op de concrete uitwerking van hun plannen richting klimaat en ruimte. Hiervoor staan o.a. de jongerenorganisaties in de startblokken.
- 3) Het bieden van inspiratiebronnen voor het opnemen van teksten over klimaat en ruimte in raadsplannen en collegeprogramma's. Gezien de tijd van de verkiezingen, de voorbereiding met een diverse groep partners, zal deze activiteit snel van start moeten gaan.

Afzender Klimaatverbond, COS NL, Gido, VVM, Stadswerk, Milieudefensie (Thijs de la Court)

26. Lokale Duurzaamheidsmeter: klimaat&water

Idee in het kort Er is behoefte aan een (publiek) transparant beeld van wat lokale en provinciale overheden doen aan hun brede klimaatbeleid, gericht op adaptatie, mitigatie en capaciteitsopbouw. Voor een deel is dit te vertalen in concrete indices (CO₂-emissies, concrete beleidsinitiatieven gericht op energiebesparing, waterbeleid). Voor een deel is het te vertalen naar een nieuw kader van klimaatkansen, door provincies en gemeenten binnen hun eigen context aan te laten geven welke initiatieven naar hun idee concrete perspectieven bieden. Hiermee kan een kennisinstrument ontwikkeld worden dat enerzijds leidt tot een concrete toets, aansluitend op de wens om klimaatbeleid ook te voorzien van een normatief, richtinggevend kader. Een benchmark en kennissysteem kan de basis voor een dergelijk volg- en stimuleringsmechanisme worden.

Afzender COS NL en Ecofys (Thijs de la Court)

27. Klimaatlandschap

Idee in het kort De ontwikkeling van het 'klimaatlandschap' benadrukt de samenhang tussen duurzame energie en ruimtelijke, economische en sociale ontwikkelingen in een gebied. Windenergie en biomassa zijn niet alleen duurzame energiebron, maar ook inkomstenbron, landschapselement en bron van werkgelegenheid. De ruimtelijke opgaven van een gebied zijn leidend, vaak met omvormingen binnen de landbouw als aanleiding. De productie van duurzame energie krijgt in het 'klimaatlandschap' een ruimtelijke, economische en sociale vertaling voor de lokale gemeenschap. Daarmee draagt de regio op haalbare wijze bij aan het terugdringen van de CO₂-uitstoot en de daarmee gepaard gaande klimaatveranderingen.

Afzender CEA (Jan Schouw, Ron Schumacher en Eric Vink)

28. Vervolg symposium Drenthe

Idee in het kort Op 12 februari 2003 heeft de provincie Drenthe een symposium georganiseerd over de gevolgen van klimaatverandering voor de toekomst van de ruimtelijke inrichting in Drenthe. Daarbij ging het in het bijzonder over de thema's water en energie. Het initiatief hiervoor was afkomstig van Provinciale Staten. In het collegeprogramma 2003-2007 staat vermeld: "Vervolgen Symposium 2030+, waarin gevolgen van klimaatveranderingen centraal staan". De werktitel is vooralsnog "Over-leven in 2050". Doelstellingen: de Drentse burger, in het bijzonder jongeren, bewust maken van de oorzaken en gevolgen van klimaatverandering in Drenthe; het verkrijgen van ontwikkelingsgerichte ideeën over de wijze waarop men daarmee kan omgaan; het participeren van burgers in beleidsprocessen.

Afzender Provincie Drenthe (Willem Huizing)

29. Climate footprint

Idee in het kort In de VS is een Greenhouse Gases Footprint methode ontwikkeld. Het doel is Nederlandse bedrijven te interesseren voor het gebruik van de GHG Footprint. Dit zal leiden tot een beter bewust zijn van energieverbruik, en tot invoering van emissiereductieplannen. Uiteindelijk moeten bedrijven CO₂-neutraal worden, door emissies te reduceren of te compenseren.

Afzender Climate Group NL (Henk van Schaik)

30. Databeheer

Idee in het kort "Klimaat voor Ruimte" is a large BSIK programme, containing a lot of individual projects. Many of these projects have relations among each other. These relations may be technical (e.g. exchange of climate-related data), or programmatic (one project needs the results from another). In addition to these relations within the programme, there are also other relations with parties outside the programme (e.g. VROM, the general public). The most common means to exchange information within and outside the programme is the Internet. The typical means to support the programme's need for communication and data exchange is through a (web) portal. A preliminary analysis of the programme's targets brings the conclusion that the portal should be regarded as a combination of three more specific portals: 1) The *Public Portal*, aimed at parties outside the programme. This should provide high-level information about the programme and its projects, highlighting results. It should be based on a well-designed, accessible and attractive web site. 2) The *Professional Portal* is aimed at supporting the 'administrative' processes within the programme. It is not concerned with the scientific data or knowledge, but supports many administrative functions. 3) The *Product Portal* is concerned with the electronic exchange and interoperation of scientific data products and knowledge as well as scientific processing. WAAROM IS DIT STUK ALLEEN IN HET ENGELS?
geeeeeeeeeen idee

Afzender Dutch Space (Eric Boom)