



# GLB 23-27

# Communicatiestrategie

## SAMENVATTING

Wat willen we bereiken  
en hoe doen we dat?

# Samenvatting: wat

## Welke vraag beantwoordt de communicatiestrategie?

Hoe draagt communicatie bij aan het realiseren van de doelen van het GLB 23-27?

## Wat vormt de basis voor de communicatiestrategie?

- |                               |  |
|-------------------------------|--|
| 1. Opdracht en uitgangspunten | 3. Stakeholders- en doelgroepenanalyse |
| 2. Bedoeling en boodschap     | 4. 3 strategielijnen                   |

## Op welke strategielijnen zetten we in?

1. GLB 23-27 als informatieverschaffer en dienstverlener
2. GLB 23-27 als podium
3. GLB 23-27 als verbinder en dialoogaanjager

## Waar focussen we op in elke strategielijn?

1. Informeren, helpen en warm verwijzen
2. Inspireren en delen van kennis, innovaties, ervaringen, resultaten en programmaontwikkelingen
3. Investeren in netwerken en benutten van signalen

## Doelen

## Wat willen we bereiken in 2023-2024?

1. De meeste (potentiële) aanvragers weten dat het GLB 23-27 bijdraagt aan de transitie van de toekomstbestendige landbouw, het versterken van de natuur en een leefbaar platteland.
2. De meeste (potentiële) aanvragers weten de informatie over de mogelijkheden van de GLB-regelingen (GLB-subsidies) te vinden.
3. Bijna alle (potentiële) aanvragers maken naast de inkomenssteun gebruik van één van de andere GLB-regelingen (GLB-subsidies).
4. In diverse sectoren en gebieden maken (potentiële) aanvragers gebruik van de mogelijkheden om van elkaar te leren.
5. (Potentiële) aanvragers ervaren dat hun signalen en ervaringen gebruikt worden voor het invullen van communicatie en dienstverlening.

## Hoe gaan we de doelen voor 2023-2024 bereiken?

### 1. GLB 23-27 als informatieverstrekker en dienstverlener

1. Bieden van overzicht voor (potentiële) aanvragers van de mogelijkheden van het nieuwe GLB 23-27 (doelen 1, 2)
2. Geven van inzicht per soort aanvrager in mogelijkheden ('customer-journey') van het nieuwe GLB (doelen 2, 3)
3. Zorgen voor warme verwijzing naar informatie en naar hulp bij aanvragen (doelen 2 t/m 4)
4. Periodiek kiezen voor extra aandacht voor regeling, deelsector, of thema (campagnematige aanpak) (doelen 1 t/m 5)
5. Faciliteren van landelijke en regionale intermediairs bij het vervullen van hun rol (doelen 1 t/m 4)

### 2. GLB 23-27 als podium

1. Inspireren en stimuleren van potentiële aanvragers met o.a. aansprekende voorbeelden van aanvragers met ervaring (doel 4)
2. Inspireren van landelijke en regionale intermediairs voor het vervullen van hun rol o.a. met bruikbare informatie waaronder aansprekende voorbeelden (doelen 1 t/m 4)
3. Verwachtingen managen door delen van programma-ontwikkelingen, resultaten en impact (doelen 1 t/m 4)

### 3. GLB 23-27 als verbinder en dialogoanrichter

1. Stimuleren van samenwerken en leren van elkaar o.a. via Netwerk Platteland (doel 4)
2. Actief ophalen van signalen en ervaringen van (potentiële) aanvragers (doel 5)
3. Omzetten van signalen in consequenties voor communicatie dienstverlening en beleid (doel 5)
4. Delen met (potentiële) aanvragers wat er met signalen is gedaan (doel 5)

## Wat gaan we meten?

1. Onderzoek naar kennis en informatiezoekgedrag van (potentiële) aanvragers.
2. Onderzoek naar gebruik van de (potentiële) aanvragers van de regelingen gericht op inzicht in de invloed van communicatie.
3. Onderzoek naar 1. signalen en ervaringen, 2. mate van gebruik, 3. transparantie over gebruik.
4. Onderzoek naar mate van samen, Rijk en provincies, en consistent communiceren.