



Communicatiestrategie Natuuracademie

In dit document omschrijven we hoe we verschillende doelgroepen (deelnemers, vrijwilligers, samenwerkingspartners) bereiken door het inzetten van verschillende strategieën en communicatiekanalen.

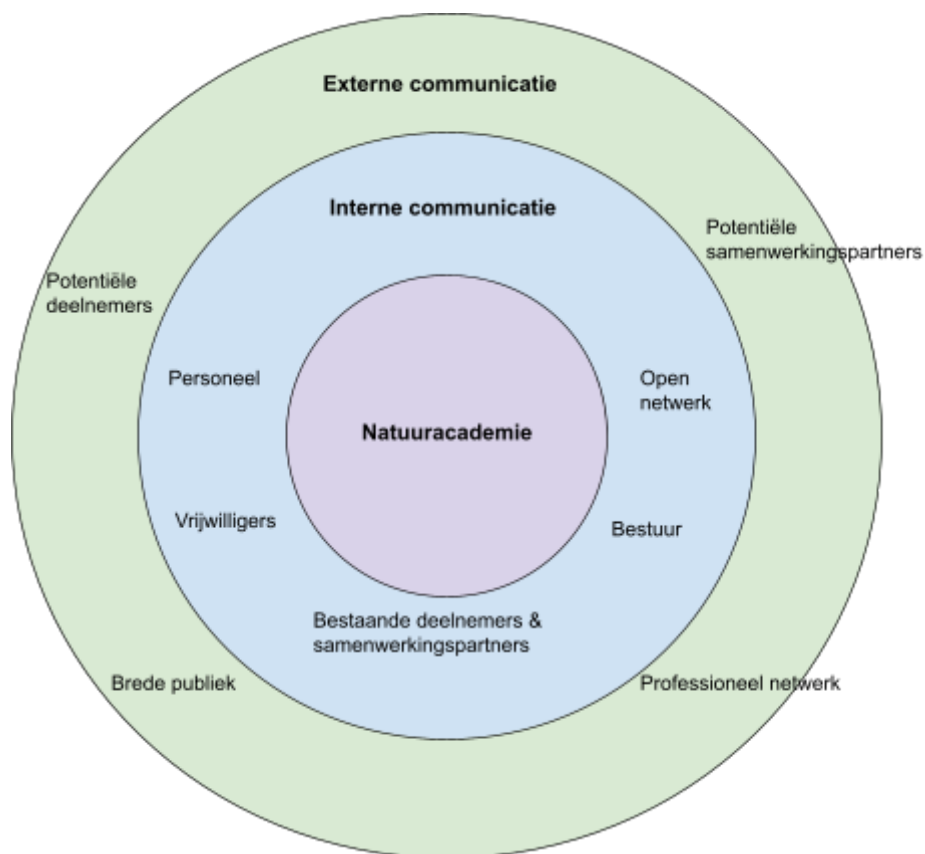
Inhoudsopgave

Communicatiepijlers van Natuuracademie	1
Eigen huisstijl Natuuracademie	3
Externe communicatie	3
Naar het brede publiek	3
Naar potentiële partners en het professioneel netwerk	5
Interne communicatie	6
Naar vrijwilligers, bestuur, open netwerk en bestaande samenwerkingspartners	6
Naar bestaande groepen deelnemers aan activiteiten en cocreatieve trajecten	7

Communicatiepijlers van Natuuracademie

In onze strategie maken we onderscheid tussen twee grote communicatiepijlers, die je elk nog verder kan uitsplitsen:

- **Externe communicatie**
 - Communicatie naar het brede publiek: potentiële deelnemers, geïnteresseerden en toevallige voorbijgangers
 - Communicatie naar potentiële samenwerkingspartners en het professionele netwerk dat niet tot het Natuurpunt netwerk behoort.
- **Interne communicatie:**
 - Communicatie naar vrijwilligers, bestaande samenwerkingspartners, bestuur, open netwerk en personeel
 - Communicatie naar bestaande groepen deelnemers gebonden aan activiteiten of cocreatieve trajecten.



Afhankelijk van de pijler en de doelgroep worden er verschillende **communicatiekanalen** ingezet. Om het overzicht te behouden over wat er wanneer en via welk kanaal wordt gecommuniceerd, werken we met een **communicatiekalender**. Hieronder een overzicht van de verschillende kanalen die we inzetten.

Type	Naam	Interne communicatie	Externe communicatie	Ritme - op jaarbasis
Drukwerk	Natuur.Blad (elk seizoen)		x	4 maal
Drukwerk	Flyers/affiches		x	op vraag
Event	Algemene vergadering Natuuracademie	x		3 maal
Event	Gidsendagen, Vrijwilligersdagen	x		2 maal
Event	Regionaal educatief overleg (REO)	x		
Nieuwsbrief	Vrijwilligersflits (Nieuws voor natuurpunters)	x		12 maal
Nieuwsbrief	Natuuracademie Flits - maandelijks	x	x	8 maal
Nieuwsbrief	Cursusaanbod mailing - driemaandelijks		x	4 maal
Nieuwsbrief	Natuurpunt Nieuws (flits) - maandelijks		x	12 maal
Nieuwsbrief	Flits natuurleerhuis Turnhout		x	4 maal

Nieuwsbrief	Flits natuurleerhuis bosmuseum		x	12 maal
Pers	Pers (radio, TV, Krant)		x	+/- 100 maal per jaar verspreid over de verschillende media
Sociale media	Facebook Natuuracademie	x	x	2 x per week
Sociale media	Linkedin		x	1x per maand
Sociale media	Facebookpagina Natuurpunt		x	2x per maand
Sociale media	Facebookpagina Natuurpunt Museum		x	wekelijks
Sociale media	Facebookpagina Bosmuseum Jan van Ruusbroec		x	wekelijks
Sociale media	Instagram Natuuracademie		x	1 maal per week
Website	Website Natuuracademie	x	x	continu beschikbaar
Website	Nieuwsberichten Natuuracademie	x	x	maandelijks
Website	Portfolio	x		continu beschikbaar
Website	Vrijwilligerswebsite	x		continu beschikbaar
Website	Website Natuurpunt - activiteitenkalender		x	continu beschikbaar

Eigen huisstijl Natuuracademie

Voor alle zaken betreffende communicatie volgt Natuuracademie de eigen huisstijl, die nauw aansluit bij de huisstijl van Natuurpunt. Dit is gebundeld in de "huisstijlgids". Dit is een gids voor een consequent gebruik van de Natuuracademie identiteit. Er zijn afspraken i.v.m. het logogebruik, typografie, kleurgebruik en beeldgebruik.

Externe communicatie

Naar het brede publiek

Waarover communiceren we?

Naar het brede publiek communiceren we over onze:

- activiteiten: We organiseren op jaarbasis een 1200 activiteiten voor een brede publiek. Dit zijn cursussen, lezingen, workshops, weekends, ...
- verrassende ontmoetingen (SD1): we willen een breed publiek spontaan in contact brengen met de natuur. Dit doen we zowel live in de publieke ruimte als via media en online.

Doelgroep & doelstellingen

De voornaamste doelstellingen zijn hier informeren, deelname aan onze activiteiten promoten en verwondering voor de natuur creëren.

We hebben binnen het brede publiek een aantal doelgroep types met elk een bepaalde voorkeur voor activiteiten, die elk het best bereikbaar zijn via bepaalde kanalen.

- De typische activiteiten deelnemer is boven de 46 jaar, bijna even vaak man als vrouw en schrijft zich in voor informatieve natuurcursussen. Deze activiteiten lopen bijna altijd heel snel vol en bereiken vlot duizenden potentiële deelnemers. We werken regelmatig met wachtlijsten of grote groepen. We bereiken dit type geïnteresseerde deelnemers voor deze activiteiten via:
 - de eigen nieuwsbrief Natuuracademie Flits (16.000 abonnees). Het uitsturen van deze flits zorgt telkens voor een piek in de inschrijvingen.
 - de vele communicatiekanalen van Natuurpunt vzw: We sturen een cursusaanbod mailing (driemaandelijks) naar alle abonnees van de Natuurpunt flits (180.000 abonnees), daarnaast gebruiken we ook de facebookpagina en de campagnemailings.
 - andere natuur- en milieuorganisaties of andere partners (sociaal-culturele organisatie, overheid,...);
 - de lokale communicatiekanalen van organisaties binnen het Open Netwerk die de activiteit organiseren. Een cursus zoogdieren promoten verloopt vlotter via de Facebookpagina van een lokale vrijwilligersgroep dan via de Facebookpagina van Natuuracademie.
 - De nieuwsbrieven van het Bosmuseum Jan van Ruusbroec en het Natuurpunt Museum voor vrijwilligers en voor het brede publiek.
 - de Uit in Vlaanderen databank
- De deelnemersgroep "jonge gezinnen" bereiken we vlot via de thema's natuurbeleving en bushcraft. Deze bereiken we voornamelijk via nieuwsbrieven, sociale media en de activiteitenkalender van Natuurpunt.
- Kansengroepen bereiken we door de samenwerking met partnerorganisaties die deze doelgroep vertegenwoordigen. Hier boeken we successen door te netwerken en samen met andere organisaties activiteiten te organiseren.

Onder "Verrassende ontmoetingen" (SD 1 van het Beleidsplan) willen we een breed publiek spontaan in contact brengen met de natuur, om hen warm te maken voor natuur en milieu. Dit doen we ook via de media en online.

- Radio en TV blijven belangrijke kanalen om educatieve communicatie te verzorgen. Er zijn vaste samenwerkingen met Radio 1 en Radio 2, maar er zijn ook eerder tijdelijke projecten zoals een samenwerking met Ketnet voor programma *Schijtuizen* en Play4 voor *De tafel van vier*.
- Voor de online educatieve communicatie naar een breed publiek maken we vooral gebruik van de Facebookpagina van de moedervereniging Natuurpunt. Maandelijks verzorgt Natuuracademie enkele educatieve posts op deze pagina.
- Ook kanalen van andere partners kunnen gebruikt worden voor deze educatieve communicatie (bijvoorbeeld in een samenwerkingsproject met een organisatie die werkt met mensen met een beperking, aangepaste educatieve posts verzorgen via de sociale media van die organisatie).
- In deze beleidsperiode willen we ook de mogelijkheden van Instagram verder onderzoeken. Dat is immers een visueel kanaal waar veel ruimte is om uiting te geven aan verwondering en leren over de natuur.

Enkele concrete acties

Naast een geheel aan vaste communicatiekanalen en -acties die dikwijls een vast tijdschema hebben, nemen we ook gerichte acties.

- We werken aan naamsbekendheid op sociale media (ism dienst Communicatie van Natuurpunt). We vragen aan onze deelnemers om ons te taggen in hun foto's en de hashtag #natuuracademie te gebruiken
- Vanaf 2023 zetten we in op het enthousiasmeren van mensen voor natuur met pakkende weetjes op sociale media in de vorm van Reels & YouTube Shorts, in samenwerking met dienst communicatie van Natuurpunt.
- We werken mee aan laagdrempelige (gratis) online cursussen ism de communicatiedienst van Natuurpunt. De communicatiedienst van Natuurpunt werkt heel laagdrempelige online cursussen uit. Deze worden voornamelijk via sociale media gepromoot. Bv. Online cursus *tuinvogel* en online cursus *wild spotten in onze natuur*.
- Vanaf 2023 zijn we ook wekelijks te gast bij *Nieuwe feiten* op Radio 1. We waren al enkele jaren te gast bij de *Weekwatchers* op Radio 2.
- Radio 2 natuurwandelingen: We werkten samen met de dienst communicatie van Natuurpunt in 2021 en 2022 mee aan het *Radio 2 natuurweekend* (eind oktober). Natuuracademie levert de inhoud, de dienst communicatie verzorgt de contacten met Radio 2. Samen met vrijwilligers en een collega werden 19 QR wandelingen ontworpen. Wandelaars (ook toevallige voorbijgangers) vinden QR bordjes in de natuurgebieden. Deze bordjes leiden hen naar korte fragmenten over wat er om hen heen te zien en te beleven is.
- Communicatie naar potentiële diverse deelnemers: we zetten in op call to action naar cursussen of activiteiten bij het zeer divers bereik van de posts van Slam de Natuur. We deelden gemeenschappelijke posts met FMDO, Refu interim vzw om ze naar onze media te lokken. Lokaal promoten we onze activiteiten door reclame te maken op de sociale media van diverse organisaties. Bv de activiteiten van natuurleerhuis Turnhout wordt verspreid op sociale media van Villa mescolanza en De sleutel, beide vzw's met een werkingsveld in Turnhout.
- Onze eigen sociale media kanalen nieuw leven inblazen. Hiervoor ontwerpen we een nieuwe strategie en kalender. Nu plaatsen we zonder helder plan activiteiten en verhalen. In 2023 verfijnen we de doelen, doelgroepen én de kanalen voor onze sociale media. We beslissen wel dat we blijven gebruik maken van de sociale mediakanalen van Natuurpunt algemeen en de lokale afdelingen van Natuurpunt en het Open netwerk. Dat geeft ons een veel groter en efficiënter bereik.
- Het beter inzetten van onze eigen nieuwsbrief: we onderzoeken hoe we kunnen zorgen voor een instroom aan nieuwe subscribers. Daarnaast nemen we ook de inhoud onder de loep: willen we via dit kanaal meer inzetten op kennisdeling? Komt onze hele werking voldoende aan bod? Kunnen we mensen vlot doorleiden naar onze website en activiteitenaanbod?

Naar potentiële partners en het professioneel netwerk

Waarover communiceren we?

Voor de organisatie van onze activiteiten werken we jaarlijks samen met een 500-tal partners. Daarvan valt iets meer dan de helft buiten het Natuurpunt netwerk. Naar hen toe communiceren we over:

- Portfolio: Het portfolio bevat een geheel aan cursussen, workshops en lezingen die partners bij Natuuracademie kunnen boeken.

- Mogelijke opties tot samenwerking
- Kennisdeling: het delen van kennis en ervaring rond de organisatie van activiteiten en bereiken van doelgroepen.
- Projecten: naast de werkingssubsidie van sociaal-cultureel volwassenenwerk, zoeken we ook financiering voor vernieuwende onderdelen van onze werking

Doelgroep & doelstellingen

De communicatie naar potentiële samenwerkingspartners gebeurt onder andere door samen te werken met andere koepelorganisaties. Zo werken we samen met de Bond Beter Leefmilieu (BBL) in het project *Gemeente voor de Toekomst*. Zo vinden lokale overheden de weg naar ons aanbod dat specifiek uitgewerkt is voor gemeenten: projecten rond groene leefstraten, opleiden van klimaatgidsen,...

In de toekomst willen we nog gericht nadenken welk aanbod we voor welke partners kunnen bundelen om bepaalde activiteiten actief te promoten.

Als we besluiten om een marketingplan voor teambuildings aan sociale, economische en bestuurlijke operatoren te ontwikkelen, zal dit gepaard gaan met een specifiek communicatieplan: een specifieke "tone of voice" (stijl waarin je schrijft en doelgroep aanspreekt), specifieke kanalen (bv. LinkedIn...)

Enkele concrete acties

Naast een geheel aan vaste acties, doen we jaarlijks enkele gerichte acties.

- portfolio: In 2020 en 2021 stuurden we meerdere keren een selectie uit het aanbod specifiek naar socio-culturele verenigingen. Dit deden we met een mooie (digitale) nieuwsbrief. Dit telkens met daarin uitgelicht welke nieuwe activiteiten men het komende half jaar kan boeken. Deze manier van werken wordt in 2023 geëvalueerd en bijgesteld.
- portfolio: In 2021 en 2022 updaten we de [portfolio](#) aan activiteiten. Deze activiteiten kunnen partners bij ons aanvragen en samen organiseren.
- Kennisdeling: Socioculturele organisaties kijken voor het werken rond klimaat en duurzaamheid naar ons. In 2022 waren we aanwezig op Wascabi van De Federatie om een gesprekstafel rond klimaat te begeleiden onder de titel "'t Is nog ol nie naar de wuppe". Werken met gele hesjes en bakfietsers?". We zijn PulseGenoot en actief op de Coalition of the willing van het Pulsenetwerk en op het Pulse assemblee. We delen ook onze kennis op verschillende netwerkmomenten en train the trainers van Socius.
- Mogelijke opties tot samenwerking: Met de lancering van de nieuwe website van Natuurpunt (september 2023), communiceren we vanaf dan over de cocreatieve trajecten waarop we willen inzetten. (zie SD3) We willen op onze website een onderdeel uitbouwen waar alle trajecten en de samenwerkingspartners een plek vinden. Zo kunnen geïnteresseerden zien wat we te bieden hebben.

Interne communicatie

Naar vrijwilligers, bestuur, open netwerk en bestaande samenwerkingspartners

Waarover communiceren we?

Naar partners in ons Open netwerk (Natuurpunt organisaties en andere organisaties) en naar al onze vrijwilligers, waaronder bestuurders, communiceren we over:

- De aankondiging van activiteiten
- Organisatie nieuws

- Kennisdeling

Doelgroep & doelstellingen

Binnen het Open Netwerk willen we de uitwisseling en het groepsgevoel versterken, zodat het een echt lerend netwerk wordt. Hiervoor gebruiken we specifieke communicatiekanalen:

- Met vrijwilligers en partners is er op regelmatige basis persoonlijk contact.
- We organiseren jaarlijks algemene vergaderingen en netwerkdagen
- De Facebookpagina van Natuuracademie is vooral een middel om te communiceren met de vrijwilligers.
- We communiceren actief naar onze vrijwilligers via onze eigen maandelijkse nieuwsbrief en de Vrijwilligersflits van Natuurpunt.
- We onderzoeken de mogelijkheden van communicatie en uitwisseling van (educatief) materiaal via de online leeromgeving.

Vrijwilligersbeleidsplan en resultaten persona's

In ons vrijwilligersbeleid ontwikkelden we een set van persona's om het proces vrijwilligers vinden, motiveren en houden te faciliteren.

Enkele concrete acties

Naast het gebruik van een aantal vaste communicatiekanalen, doen we jaarlijks enkele gerichte acties.

- Kennisdeling: (TD diversiteit) De bevindingen uit *Verhaal de Natuur* rond inclusie, cultuur en natuur werden verspreid via een interview met BBL en in de netwerken van Pulse (duurzaamheid in de cultuur) en OP/TIL (natuur en cultuur netwerk). De resultaten werden verspreid via filmpjes, een podcast en qr-codes in natuurgebieden.
- Kennisdeling: We borgen de kennis van projecten uit het *Innovatiefonds* op onze [website](#) met good practices. We vragen de draaiboeken op en verspreiden die onder geïnteresseerden. We delen inspirerende foto's. We nodigen regelmatig vrijwilligers uit om hun expertise te delen, zoals op de algemene vergadering van maart 2023.
- Kennisdeling: Tijdens corona organiseerden we 3 online netwerkmomenten voor vrijwilligers en organisaties waar we mee samenwerken. Thema's waren: heropstarten na corona, natuurbeleving voor kinderen en gezinnen organiseren en meertalige groepen op stap nemen.
- Kennisdeling: Op 11 maart 2023 organiseerden we samen met de werkgroep een *inspiratiedag rond diversiteit en inclusie*. We werkten met 5 gesprekstafels met uiteenlopende goede praktijkvoorbeelden rond culturele diversiteit en inclusie, met een keynote spreker, slam artiest en enkele inspirerende workshops. De deelnemende projecten maken ook een inspiratie fiche die kan uitgewisseld worden.
- Kennisdeling: Vanaf voorjaar 2023 zetten we onze algemene vergadering actiever in als netwerk- en uitwisselmoment tussen de partners van het open netwerk. Met de focus rond opgedane kennis en ervaringen van hun eigen vernieuwende initiatieven.

Naar bestaande groepen deelnemers aan activiteiten en cocreatieve trajecten

Waarover communiceren we?

We besteden ook aandacht aan de communicatie binnen onze activiteiten tussen deelnemers onderling en tussen deelnemers en vrijwilligers. Hier communiceren we over:

- Praktische organisatie van de activiteit of traject

- Inhoud van de activiteit of traject
- Kennisdeling
- Aankondiging van andere activiteiten

Doelgroep & doelstellingen

- Binnen onze activiteiten (loopduur meer dan 1 dag) kunnen groepen gebruik maken van onderlinge communicatiekanalen die hen het beste liggen: Facebook, Whatsapp, of zelfs gewoon e-mail... Deze digitale instrumenten helpen om de communicatie tussen deelnemers te versterken, ook na een activiteit.
- Voor verschillende langlopende trajecten zoals de opleiding natuurgids, hebben we een online leeromgeving. Hier hebben deelnemers de kans om op het forum vragen te stellen en onderling te communiceren.
- We stimuleren vrijwilligers om deelnemers mee op te nemen in hun communicatiekanalen. Zo verbinden we groepen en versterken we digitaal het lerend netwerk rond natuur en milieu

Enkele concrete acties

We ontwikkelden ook volgende acties.

- Voor de vrijwilligers ontwikkelden we persona's om te zien hoe we de communicatie met hen kunnen verbeteren. Dit gaf ons ook inzicht in hoe deelnemers graag hebben dat er met hen gecommuniceerd wordt
- Met diverse deelnemers communiceren we dikwijls via de partnerorganisaties die divers zijn of de diversiteit in hun DNA hebben. Denk aan MINO die met deelnemers communiceert, Refu interim die hun vrijwilligers contacteert of LIGO met de cursisten *Beleef de natuur*.
- We maken gebruik van de communicatiehandleiding van LIGO bij activiteiten voor nieuwkomers