

CONCEPT

Communicatie strategie

Verwaardig Meet Weet Weidegang





Doel

- Een heldere en collectieve communicatiestrategie waarmee de deelnemende boeren:
 - uitleggen waarom ze doen wat ze doen en hoe het bewezen aantal weide uren zorgt voor een onderscheidend vermogen
 - draagvlak creëren bij ketenpartners en beleidsmakers
 - zich positioneren als voorloper van bewezen ammoniakreductie en duurzame bedrijfsvoering



01

De boodschap

Zorg voor een heldere uniforme boodschap en duidelijke doelstrategie:

Wij zijn melkveehouders die bewijzen wat we doen aan uren weidegang. We delen onze objectief gemeten data. Veel weidegang zorgt voor lagere ammoniakuitstoot en dus een bewezen bijdrage aan een duurzame melkveehouderij. Daardoor is de noodzaak tot technische maatregelen minder relevant.

Daarnaast willen we een eerlijke premie per staffel van weidegang uren.

Sloganvoorstellen:

“Echte weidegang verdient echte waardering.”

“Wij worden blij van de wei. Jij ook?”

“De koe als oplossing.”

02

Doelgroepen

ZuivelNL, NZO, Zuivelcoöperaties / verwerkers: concrete data aanleveren, onderhandeling staffelbeloning starten

Overheden (RVO, provincie, gemeente): aantonen ammoniakreductie, vrijstelling emissie maatregelen

Relevante media: een duidelijk verhaal delen waarom de melk van de bewezen weidegang een premie per staffel verdient

Collega-boeren: inspireren zonder te polariseren

03

Middelen

Gesprekstechnieken / zie sjabloon als bijlage.

Storytelling en een aansprekende GROEPSPITCH

Actuele informatie delen op de website www.meetweetweidegang.nl

Harde data delen via infographics over het verschil tussen minimale weidegang en deze koplopersgroep

Berichten delen op sociale media, zowel vanuit het project als individueel per melkveehouder van het project

Artikelen in relevante media

Training in pitchen, communicatie en omgaan met “tegen reacties”

04

Uitspreken en positioneren

Deelnemers formuleren helder de reden om actief aan weidegang te doen en mee te doen met project rond verzamelen van objectieve data.

Samenwerken en gezamenlijk optrekken in het stappenplan en vasthouden aan heldere projectdoelen en uniforme pitch.

Groep spreekt zich publiekelijk uit over hun visie:

- Bewezen uren weidegang geven erkenning van ammoniakreductie
- Weidegang is efficiënter en natuurlijker dan emissiearme (technische) investeringen
- Bewijs van weide-data moet extra premie geven per liter melk per staffel

05

Lobby Route

Vraag een ervaren lobby-ist erbij

Werk samen met LTO, Dutch Dairy Board, ZuivelNL, NZO etc.

Nodig beleidsmakers uit op het erf

Creëer een lobby-agenda (Doel, gewenst resultaat, wanneer, wie, welke dossiers)

Vorm een delegatie van 2-3 boeren die actief dit pad volgen en de andere deelnemers vervullen andere praktische rollen

Invulbaar Gesprekssjabloon — Voorbereiding op een Doelgericht Gesprek

1. Doel en voorbereiding

Wat wil ik bereiken met dit gesprek?

Mijn hoofddoel:

Wat zijn mogelijke doelen of belangen van de ander?

Belang of behoefte van de gesprekspartner:

Welke drie kernboodschappen wil ik overbrengen?

- 1.
- 2.
- 3.

Wat is mijn voorstel of aanbod?

Kort en concreet:

2. Tijdens het gesprek – Luisteren & verbinden

Welke vragen ga ik stellen om de ander beter te begrijpen?

Minimaal twee open vragen:

Wat ga ik doen om actief te luisteren?

Bijv. samenvatten, doorvragen, lichaamstaal:

3. Overtuigen & richting geven

Hoe verbind ik mijn doel aan het belang van de ander?

Wat levert het voor hen op?

Hoe laat ik zien dat ik oplossingsgericht ben?

Bijv. suggestie voor samenwerking of concrete stap

4. Afronden & opvolging

Wat wil ik dat er concreet wordt afgesproken?

Actie, verantwoordelijke, termijn:

Hoe borg ik de follow-up?

- ☐ Stuur kort verslagje / bevestiging
- ☐ Plan vervolgspraak
- ☐ Andere: _____

Reflectie na afloop (optioneel)

Wat ging goed?

Bijv. verbinding, duidelijkheid, resultaat:

Wat kan ik volgende keer anders of beter doen?

Bijv. luisteren, overtuigen, afsluiten: