



Commissie Externe Communicatie (CEC)

Lara van Aalst
Gert Jan Hiddink
Margot Logman
Annet Roodenburg
Diewertje Sluik
Jan de Vries
Lotje van de Poll

Top 3 inzichten

- De reputatie van de voedingswetenschap ligt onder vuur
- De belangrijkste gezondheidsgerelateerde voedingsboodschappen worden ondergesneeuwd
- Voedingswetenschap is complex en moet beter uitgelegd en gedeeld worden

Doelen NAV->Doelen CEC

Uit de doelstellingen van de NAV:

NAV wil functioneren als een actief netwerk van voedingswetenschappers op academisch niveau en de maatschappelijke profilering van de voedingswetenschappen verder te versterken.

Na koppeling maatschappelijke inzichten en NAV doelstellingen, heeft de commissie externe communicatie zich de volgende 3 topdoelen gesteld:

1. Laten zien wie we zijn en wat we doen.
2. Voedingswetenschappers stimuleren en faciliteren hun rol in het maatschappelijk debat te pakken en te laten zien hoe belangrijk de voedingswetenschap is (Proactief).
3. Voedingswetenschappers stimuleren en faciliteren de voedingswetenschap op een toegankelijke manier uit te leggen (Proactief).

Uitgangspunten

- Geen externe communicatie over inhoud uit naam van NAV!
- Leden stimuleren trots op voedingswetenschappen uit te stralen, op eigen kracht te communiceren, verantwoordelijkheid te nemen.
- Niet op de stoel van het Voedingscentrum gaan zitten
- Gebruik (social) media bij communicatie over activiteiten NAV
- Issue management (beslisboom: wanneer en hoe reageren we als NAV zelf aangevallen wordt?), Q&A over sponsoring
- Steun en betrokkenheid leden

Basis

- **2015: Draaiboeken opstellen (communicatie rond) evenementen NAV**
- **2015: Stakeholderonderzoek: wat verwachten onze stakeholders van de NAV?**
- Huisregels, do's and don'ts in communicatie over NAV en voedingswetenschap opstellen.
- Reële tijdsplanning en randvoorwaarden functioneren CEC vaststellen per activiteit.

VAN DOELEN NAAR ACTIES

Doel 1 :

Laten zien dat de NAV een actief netwerk van voedingswetenschappers op academisch niveau is

Communicatiedoel:

De NAV organiseert activiteiten voor haar leden met als doel kennis te delen, het netwerk te versterken, collegiale toetsing (intervisie), transparantie en de voedingswetenschappen te profileren (en laat dat zien).

Doelgroepen:

- Primair: Leden en potentieel leden en overige food professionals
- Secundair: Journalisten en beleidsmakers
-

ACTIES 2015

- **Communicatie rondom evenementen, afzender NAV:**
 - *Intern debat: indien geschikt een verslag naar buiten brengen
 - *Publiekslezingen (op persoonlijke titel): persberichten, twitter etc.
 - *Website
- **Contact buitenlandse zusterorganisaties : stap 1: inventarisatie Wie doet Wat?**
-

VAN DOELEN NAAR ACTIES

Doel 2:

Voedingswetenschappers stimuleren en faciliteren hun rol in het maatschappelijk debat te pakken en te laten zien hoe belangrijk de voedingswetenschap is.

PROACTIEF

Communicatiedoel:

De NAV stimuleert en faciliteert haar leden om actief deel te nemen aan het maatschappelijk debat (en laat dit zien).

Doelgroepen:

- Primair: (potentieel) leden
- Secundair: food professionals en stakeholders
-

ACTIES 2015

- **Mediatraining: Stap 1: Workshop Voeding en Media van het Voedingscentrum**
- **Uitwisseling ervaringen actieve leden en Voedingscentrum**
- **Enquête onder leden -> Lijst met woordvoerders / mediacontacten**
-

VAN DOELEN NAAR ACTIES

Doel 3:

Voedingswetenschap op een toegankelijke manier uitleggen

PROACTIEF

Communicatiedoel:

NAV stimuleert en faciliteert haar leden om de voedingswetenschap goed uit te leggen en de juiste nuances en onzekerheden te communiceren (en laat dit zien).

Doelgroepen: intermediairen met de consument, bv:

- Journalisten en opiniemakers
- Diëtisten en andere beroepsverenigingen
- Voedingscentrum
- Politiek
-

ACTIES 2015

- Enquête onder leden -> Inventarisatie expertises
- Documentatie op de website (uitlegdocumenten GR)
- Inventariseren evt. toekomstige mogelijkheden 2016,2017,...
(Universiteit van ND, 2^e kamerontbijt, document '10 things politicians / journalists need to know about nutrition science', evenement 'Bessensap' etc.)
-

Van doelen naar acties:
Uitwerking actieplannen
2015

Doel 1: laten zien wie we zijn en wat we doen

Activiteit: Draaiboek evenementen opstellen inclusief externe communicatie.

Doelgroep	Primair: Leden en potentieel leden en overige food professionals Secundair: Journalisten
Communicatiedoel /Boodschap	Laten zien dat NAV veel activiteiten organiseert voor haar leden met als doel kennis te delen, het netwerk te versterken, collegiale toetsing (intervisie), transparantie en de voedingswetenschappen te profileren.
Middelen	
Uitvoering: wie met wie	Secretariaat (Roelinka) met CEC (Lara)
Wanneer	2015
Randvoorwaarden, budget, etc	Tijd van / afstemming met secretariaat
Opmerkingen	
Evaluatie	

Doel 1: laten zien wie we zijn en wat we doen

Activiteit: Stakeholderanalyse (en relatiebeheer), inclusief in kaart brengen buitenlandse zusterorganisaties

Doelgroep	Stakeholders
Communicatiedoel /Boodschap	Het netwerk in kaart brengen en versterken.
Middelen	
Uitvoering: wie met wie	CEC
Wanneer	9 april start stakeholder mapping
Randvoorwaarden, budget, etc	Relatiebeheersysteem aanschaffen: Margot checkt kosten Relatiebeheer systeem met Roelinka opzetten
Opmerkingen	Regelmatig blijven toetsen
Evaluatie	

Doel 2: Voedingswetenschappers helpen een rol in het maatschappelijk debat te claimen

Activiteit: Workshop mediawoordvoering met Voedingscentrum

Doelgroep	Leden
Communicatiedoel /Boodschap	Leden stimuleren en faciliteren actief aan het maatschappelijk debat deel te nemen <ul style="list-style-type: none">•Inleiding in het medialandschap door woordvoerders en kennisspecialisten van het Voedingscentrum•Succesverhalen & leermomenten•Interactief: vragen en ervaringen van NAV-leden
Middelen	Workshop
Uitvoering: wie met wie	Annet, Diewertje
Wanneer	2 juni, 13.30-16.30
Randvoorwaarden, budget, etc	
Opmerkingen	
Evaluatie	

Doel 2: Voedingswetenschappers helpen een rol in het maatschappelijk debat te claimen

Activiteit: Uitwisselen ervaringen met Voedingscentrum

Doelgroep	Leden
Communicatiedoel /Boodschap	Leden stimuleren en faciliteren actief aan het maatschappelijk debat deel te nemen
Middelen	
Uitvoering: wie met wie	Annet, Diewertje, Lotje
Wanneer	2 juni, voorafgaand aan de mediaworkshop12.30
Randvoorwaarden, budget, etc	
Opmerkingen	Jaarlijks terug laten keren
Evaluatie	

Doel 2: Voedingswetenschappers helpen een rol in het maatschappelijk debat te claimen

Activiteit: Vaststellen woordvoerders en expertises

Doelgroep	Leden
Communicatiedoel /Boodschap	Doel : overzicht NAV-leden die vanuit hun eigen expertise in de media kunnen en willen optreden.
Middelen	Enquête
Uitvoering: wie met wie	Annet / Roelinka
Wanneer	
Randvoorwaarden, budget, etc	
Opmerkingen	Leden spreken niet namens de NAV; de NAV faciliteert. Ideeën: Smoelenboek, linkedIn, aanwijzen woordvoerder, woordvoerderstraining,
Evaluatie	

Doel 3: Voedingswetenschap op een toegankelijke manier uitleggen

Activiteit: Documentatie op de website: (bv o.b.v. GR-uitleg document)

Doelgroep	Leden en potentieel leden, overige food professionals en (selecte groep) journalisten
Communicatiedoel /Boodschap	De voedingswetenschap toegankelijk uitleggen met de juiste nuances en onzekerheden (en dat laten zien).
Middelen	
Uitvoering: wie met wie	Lotje +input van CEC
Wanneer	
Randvoorwaarden, budget, etc	
Opmerkingen	
Evaluatie	

Plannen voor toekomstige acties

Doel 1:

- Huisregels, do's and don'ts in communicatie over NAV en voedingswetenschap opstellen.
- ..

Doel 2:

- Mediatraining stap 2
- 2^e Kamerontbijt
- ..

Doel 3:

- Universiteit van NL
- Document '10 things politicians / journalists need to know about nutrition science'
- Lezing tijdens 'Bessensap'
- Workshop voor bloggers
- ...