



Version 3 – oktober 2017

## Kommunikationsstrategi for C2C CC

### Indhold:

- ▶ Partnerskabets fælles kommunikationsstrategi
- ▶ Formål med kommunikationsstrategien
- ▶ Kernefortællingen om C2C CC
- ▶ Målgrupperne
- ▶ Målsætninger
- ▶ Struktur, kanaler og arbejdsdeling

### Partnerskabets fælles kommunikationsstrategi

Nærværende strategi for kommunikation er udarbejdet i partnerskabet bag C2C CC og gælder for alle partnere.

Alle delprojekter forpligtede til at information om hændelser, resultater mv, som led i deres bevilling fra EU LIFE. Med kommunikationsstrategien fastlægges hvorledes denne forpligtelse kan løftes bedst muligt på en måde, så de professionelle kompetencer i såvel sekretariatet og hos Klimatorium og AquaGlobe anvendes til opfyldelse af formålet med kommunikationen.

*Klimatorium* og *AquaGlobe* bliver projektets to udstillingsfyrtårne. Disse to delprojekter vil således få særlige roller i forbindelse med at formidle informationer, der har relevans for henholdsvis saltvands- og ferskvandsfortællingen i projektet.

Kommunikationsstrategien er udarbejdet af Kommunikationsgruppen, vedtaget af Styregruppen og er gældende i hele projektperioden, dvs. indtil udgangen af 2022.

Kommunikationsstrategien er dynamisk og revurderes og justeres derfor efter løbende, forventeligt én gang årligt.

### Formål med kommunikationsstrategien

Det er vigtigt, at viden om C2C CC, herunder især aktiviteter og resultater, formidles i relevant omfang til de forskellige målgrupper. I den forbindelse er det vigtigt, at kommunikationen målrettes specifikt til målgrupperne.

Strategien fastlægger hvordan kommunikationen skal foregå. I den forbindelse vælges hvilke kanaler der anvendes til de forskellige målgrupper. Dermed fravælges forskellige kommunikationskanaler indtil andet vedtages.

Yderligere fastlægger kommunikationsstrategien hvilke roller og forpligtelser de forskellige aktører i partnerskabet har, ligesom der opstilles succeskriterier for kommunikationen.

### Kernefortælling

Fællesskabet C2C CC udvikler og formidler nye værktøjer til at håndtere uundgåelige konsekvenser af de globale klimaforandringer.

*Uddybet: Det der gør os til noget særligt er fællesskabet mellem de mange forskellige partnere og ikke de enkelte delprojekter. Og det på trods af, at det er i delprojekterne de mange vigtige udviklinger sker, herunder nye beregningsmodeller, metoder og værktøjer til at håndtere de*



uundgåelige konsekvenser af klimaforandringer, der rammer i Midtjylland, i Danmark, i Europa og globalt.

## Målgrupperne

1. Partnerskabets projektledere og projektmedarbejdere.
2. Partnerskabets administrative personale, herunder kontorassistenter og økonomimedarbejdere.
3. Partnernes øvrige beslutningstagere, herunder partnerskabets embedsmænd og politikere der ikke direkte er involveret i projektets gennemførelse, men som kan være relevante i forbindelse med at træffe beslutninger relateret til klimatilpasning.
4. Relevante aktører udenfor partnerskabet, herunder andre kommuner, forsyningselskaber, styrelser, rådgivere, videninstitutioner, NGO'er, branche- og interesseorganisation og lignende.
5. Politikere i bredere forstand (dem der ikke er nævnt under pkt. 3, beslutningstagere) – både kommunale, regionale og nationale i Danmark
6. Europæiske interessenter, herunder nuværende og tidligere deltagere i klimatilpasningsprojekter og tilknyttede aktører.

Generelt har projektet interesse i dialog med målgrupperne og dialoger mellem dem indbyrdes, men målgrupperne skal hver især have forskellig information/inspiration.

## Målsætninger

Kommunikationsindsatsen i C2C CC har følgende målsætninger:

- ▶ *Overordnet:* Formidling af aktiviteter, resultater med videre i C2C CC skal ske koordineret og målrettet med henblik på at formidle viden og invitere til dialog om det arbejde der foregår i projektet hos de relevante målgrupper.
- ▶ *Intern kommunikation i partnerskabet:* Der er fælles ejerskab til den viden der opbygges i projektet. Den nye viden skal derfor beskrives (dokumenteres), lagres og gøres tilgængelig for hele partnerskabet. Den interne kommunikation skal sikre partnerskabet let adgang til den nye viden så den er lettere at bringe i anvendelse – både relateret til klimatilpasning og hvor det ellers måtte være ønskeligt. Yderligere skal kommunikationen lette projektdriften.
- ▶ *Ekstern faglig kommunikation:* Kommunikationen skal ramme relevante aktører så de har viden om projektaktiviteterne og –resultaterne. I henhold til kontrakten med Europa Kommissionen er partnerskabet forpligtet til at formidle aktiviteter og resultater så ny viden bringes i anvendelse i og uden for Danmark. Der skal igangsættes en række komplementære projekter i forlængelse af C2C CC. Det er et vilkår, at kommunikationen skal inspirere til skabelsen af komplementære projekter der realiserer ideerne fra projektet og afprøver de nye metoder.
- ▶ *Bredere kommunikation:* Den eksterne ikke faglige kommunikation handler blandt andet om branding af Region Midtjylland som en attraktiv samarbejdspartner i bestræbelserne på implementering af FN's verdensmål, herunder udbredelse af den samskabende arbejdsmetode på tværs af grænser af enhver art. Det handler også om at bibringe vandvirksomheder viden om og tro på forretningspotentialerne i de



klimarelaterede vandudfordringer. Dertil kommer deltagelse i aktiviteter rettet mod uddannelsesinstitutioner og uddannelsessøgende.

- ▶ *Afgrænsning:* Det er ikke ambitionen med kommunikationen at nå den enkelte borger.

### **Struktur, kanaler og arbejdsdeling**

Dokumentation for projektaktiviteter, tidsanvendelse og afholdte udgifter ligger i MidtRum, og er dermed kun tilgængeligt for partnerskabet.

Analyser, ny viden og projektresultater af forskellig art ligger og er tilgængelig på hjemmesiden [www.c2ccc.eu](http://www.c2ccc.eu), og er offentligt tilgængeligt på dansk og engelsk (i et vist omfang). Det forventes, at siden stort set kun besøges af fagligt interesserede.

Der kommunikeres løbende målrettede informationer som linker til hjemmesiden og andre relevante medier.

### **Intern kommunikation**

Den interne kommunikation i partnerskabet udsendes fra funktionspostkassen [coast.to.coast@ru.rm.dk](mailto:coast.to.coast@ru.rm.dk) til de relevante personer i partnerskabet. Hertil vedligeholdes en liste over projektets kontaktpersoner opdelt i henholdsvis projektledere, assistenter, økonomimedarbejdere og kommunikationsansvarlige. Der kan komme flere til. Der linkes til relevant materiale på hjemmesiden og MidtRum fremfor vedhæftning, hvor det er relevant.

### **Ekstern kommunikation**

Den eksterne kommunikation til understøttelse af bred deltagelse i projektaktiviteterne indeholder flere elementer:

#### *Hjemmeside*

Invitationer, analyser, ny viden og projektresultater af forskellig art med videre (herunder alle deliverables i ansøgningen) ligger og er tilgængelig på hjemmesiden [www.c2ccc.eu](http://www.c2ccc.eu).

#### *Nyhedsbrev*

På hjemmesiden er det muligt at tilmelde sig nyhedsbrev. Det forventes, at partnerskabet, rådgivere og andre fagligt interesserede tilmelder sig, men ellers er gruppen blandet. Nyhedsbrevene udsendes via MailChimp løbende når der er væsentligt nyt på hjemmesiden og samler nyhedsbrevet "set og sket" siden sidst. Invitation til arrangementer og nye initiativer eller resultater bør altid formidles i nyhedsbrev.

Forslag til nyheder sendes til funktionspostkassen [coast.to.coast@ru.rm.dk](mailto:coast.to.coast@ru.rm.dk). Hele partnerskabet opfordres til (og er forpligtet til) at indsende projektrelevante historier og foto mv til Sekretariatet. Sekretariatet skal gerne forestå eventuel journalistisk og grafisk bearbejdning.

Kun sekretariatet har adgang til at opdatere hjemmesiden og til at udsende nyhedsbrev.

Flere af delprojekterne har også hjemmesider om delprojektet. Det er vigtigt, at der linkes mellem projektrelaterede hjemmesider.

Foruden C2C CC nyhedsbrevet får projektet plads i Regional Udviklings Nyhedsbrev, der udkommer cirka 8 gange årligt.

#### *LinkedIn*



Projektet har en profil på LinkedIn (<https://www.linkedin.com/showcase/17966903/>). Her postes nyheder om aktiviteter, resultater, inspirationer med videre med link til hjemmesiden, hvor det er relevant. Der opfordres til, at hashtagene #klimamidt og #c2ccc anvendes i alle posts.

Hele partnerskabet opfordres til at følge siden og til at dele og like posts. I øvrigt opfordres alle til at tage billeder af projektaktiviteter og at anvende dem på profilen. LinkedIn er den primære platform til formidling af fagligt stof til fagligt interesserede og er derfor især rettet mod relevante vandfaglige aktører.

Kun sekretariatet har adgang til at poste på projektets LinkedIn-profil. I fald der oprettes LinkedIn-profiler på delprojekterne skal linkes imellem profilerne.

#### *Facebook*

Projektet har ikke en Facebook profil, men aktive i projektet opfordres til i passende omfang at fortælle om projektet på deres egne (evt. også private) profiler og til at linke til hjemmesiden, artikler med videre.

Enkelte delprojekter og partnere har facebook-profiler, hvor også projektaktiviteter omtales. Partnerne opfordres til at linke til det fælles projektmateriale på hjemmesiden mv.

#### *Twitter*

Projektet har ikke en Twitter-konto, men bør have det så snart der i Sekretariatet er ressourcer til at opretholde et passende aktivitetsniveau på Twitter. Det vil især være relevant i forhold til journalister og politikere. Indtil videre kan eksisterende Twitterprofiler anvendes, eksempelvis Region Midtjyllands.

#### *Pressemeddelelser*

Sekretariatet udsender pressemeddelelser når der inviteres til store fælles offentligt tilgængelige arrangementer og væsentlige projektresultater, som kan have en bredere interesse.

Partnere og delprojekter udsender ligeledes pressemeddelelser om projektaktiviteter og resultater. Det er vigtigt heri at nævne projektnavnet (Coast to Coast Climate Challenge) og EU LIFE som støttende, samt at sørge for, at relevante projektmateriale også kommer på [www.c2ccc.eu](http://www.c2ccc.eu).

Mulighederne for at indgå mediepartnerskabsaftaler undersøges og vurderes.

#### *Skriftligt informationsmateriale*

Under projektdriften er behov for forskelligt informationsmateriale til placering på hjemmesider og uddeling ved arrangementer med videre.

Sekretariatet og CDEU-Office er forpligtet til at udarbejde informationsmateriale om det samlede projekt og tværgående temaer på dansk og engelsk. Materialet vil blive trykt i et vist omfang, men ligger tilgængeligt på hjemmesiden og kan downloades og trykkes herfra (se dansk materiale: <http://c2ccc.eu/projektmateriale/falles-informationsmateriale/> og engelsk materiale: <http://c2ccc.eu/english/communication/leflets/>).

Skriftlige rapporter om projektresultater og tværgående temaer vil på tilsvarende vis være tilgængeligt.

I den udstrækning delprojekterne eller partnere udarbejder skriftligt informationsmateriale om delprojekterne eller tværgående temaer, bedes materialet formidlet digitalt



til Sekretariatet, der lægger det på hjemmesiden her:  
<http://c2ccc.eu/projektmateriale/projektresultater/>.

Region Midtjylland får udviklet en skabelon der anvendes til det skriftlige materiale, herunder brevpapir, rapport, plakat mv, med henblik på at understøtte den fælles visuelle identitet i projektet

#### *Film*

Der skal i løbet af projektperioden løbende produceres mindre film (2 film årligt), der præsenterer forskellige gode historier fra projektet.

Film og video placeres som udgangspunkt på Regionens 23video. Herfra bruges filmene på sociale medier, hjemmesider og i nyhedsbreve. Der skal afsøges muligheder for at tælle visninger til brug for dokumentation af kommunikationsindsatsen.

Derudover producerer CDEU Kontoret 24 film, der løbende præsenterer C2C CC og delprojekterne.

Filmene udarbejdes og vises typisk ved de store fælles arrangementer og skal alle gøres tilgængelige på hjemmesiden og formidles på LinkedIn, nyhedsbreve med videre.

#### *Mundtlige præsentationer*

Projektet udnytter relevante lejligheder til at præsentere projektet og invitere til dialog og samarbejder om komplementære projekter og inspiration. Hvor det er relevant leveres præsentationerne af flere partnere og altså ikke kun Sekretariatet. Anvendte præsentationer gøres tilgængelige for partnerskabet i MidtRum her:

<http://midtrum.rm.dk/Group/2739/c2c---part-f---tvargaende-samarbejde/Document/2741/dokumenter-1/>. I særlige tilfælde kan præsentationer lægges på hjemmesiden og eller udsendes med nyhedsbreve.

Sekretariatet er gerne behjælpelige med at udarbejde præsentationerne – også hos delprojekterne.

#### *Breve i papir*

Der kan i særlige tilfælde være god grund til at udsende breve i papir. Det kan eksempelvis være til politikere, hvor deres opmærksom skal henledes på et specifikt emne, en aktivitet eller andet. Men bortset fra enkeltstående tilfælde vil papirbreve ikke være et medium vi anvender.

#### *Andet*

Region Midtjylland får lavet roll ups og andet udstillingsmateriale som alle i partnerskabet opfordres til at anvende. Bestilling på [coast.to.coast@ru.rm.dk](mailto:coast.to.coast@ru.rm.dk)

### **Organisering**

Der nedsættes en "kommunikationsgruppe" med repræsentanter for alle projekter. Gruppen mødes efter behov og kommunikerer ellers ved mail. Arbejdsarkiv i MidtRum, her:

<http://midtrum.rm.dk/Group/2736/c2c---part-e---kommunikation/Document/2738/dokumenter-1/Folder/10630/kommunikationsgruppen-1/>.

Gruppen har ansvar for at kommunikationsstrategiens intentioner realiseres og giver indspil til, at strategien ajourføres, så den er optimal til formålet.

Den overordnede centrale kommunikation og hovedparten af projektets kommunikationsbudget er forankret i Sekretariatet samt hos Region Midtjylland/Koncern Kommunikation, der



samler og videreformidler information om presseforespørgsler, presseoptrædener og planlagte kommunikationsaktiviteter.

De to udstillingsfyrtårne Klimatorium og AquaGlobe understøttes i deres rolle under og efter C2C CC til at kunne udfylde den fælles formidlingsrolle, hvorfor de i stigende grad anvendes til at formidle henholdsvis saltvands- og ferskvandsrelaterede emner og nyheder fra delprojekter, som i en eller anden grad tilknyttes udstillingsfyrtårnene. Under projektets fremdrift vil deres rolle og funktion blive tydeligere og efter projektets afslutning vil det være hos dem den fremtidige kommunikation primært vil foregå. Roller og arbejdsdeling mellem udstillingsfyrtårnene og sekretariatet ajourføres med jævne mellemrum, eksempelvis en gang årligt.

Sekretariatet undersøger mulighederne for at bruge nye platforme/medier til løbende opfølgning – for eksempel Storify.

### Succeskriterier og målinger

Målet med kommunikationen er at øge kendskabet til C2C CC samt sikre omtale af projektet i medierne, herunder også resultater som opnås undervejs. I første omgang stiller vi en række produktionskrav til os selv – se herunder. Ultimo 2017 følges der op på disse krav, og der etableres herefter om muligt en række kvantitative eller kvalitative succeskriterier for kommunikationen.

Koncern Kommunikation foretager løbende medieovervågning (Retriever) herunder i forhold til omtale af C2C CC. Dertil samler Koncern Kommunikation information om medieomtaler og andet fra alle partnere.

Alt samles i korte månedlige afrapporteringer – første gang i juni 2017.

### PRODUKTIONSKRAV

Medium	Frekvens
Henvendelser til relevante medier eller organisationer (Alle)	Løbende overvågning af medie billedet ift. klima-dagsorden.
Nyhedsbrev (Koncern Kommunikation/Sekretariat)	1 gang månedligt
LinkedIn Company page (Koncern Kommunikation)	1 gang ugentligt
Film (Koncern Kommunikation)	2 gange årligt
Kommunikations/presse-aktiviteter regionalt (Koncern kommunikation/Partnere/Projekter)	1 gang månedligt
Pressemeddelelser regionalt/nationalt/EU (Koncern Kommunikation)	2 gange årligt
<a href="http://www.c2ccc.eu">www.c2ccc.eu</a> (Koncern Kommunikation)	Opsamling af alt materiale



## Produktionsplan 2017

- Roll ups
  - Infofolder til diverse møder (dansk + engelsk)
  - Skabeloner til skilte/bannere mv. til brug i de enkelte projekter
  - Skabelon til skriftligt materiale
  - Mindst 2 danske film og 4 engelske film
  -
- 

## Produktionsplan 2018

- Produktionsplan, hvor alle kan melde ind
- Skabelon til brevpapir
- Mindst 2 danske film og 4 engelske
- Mere skriftligt info materiale
- Andet

## Husk

Opfordring til på projektmøder at have emnet presse/gode historier på dagsordenen.

Send straks den gode historie til [coast.to.coast@rm.dk](mailto:coast.to.coast@rm.dk), gerne suppleret med billede fra mobilen, så følger Region Midtjylland op.

Kommunikationsgruppen har d. d. følgende medlemmer:

Lene Nielsen	Hedensted Kommune	<a href="mailto:lene.nielsen@hedensted.dk">lene.nielsen@hedensted.dk</a>	
Peter Nørskov	Hedensted Kommune	<a href="mailto:Peter.Norskov@Hedensted.dk">Peter.Norskov@Hedensted.dk</a>	79755012
Christina Thorslev	Herning Kommune	<a href="mailto:mikcp@herning.dk">mikcp@herning.dk</a>	
Søren Brandt	Herning Kommune	<a href="mailto:ngosb@herning.dk">ngosb@herning.dk</a>	96288049
Leif Theilgaard	Holstebro Kommune	<a href="mailto:leif.theilgaard@holstebro.dk">leif.theilgaard@holstebro.dk</a>	96117690
Randi Vuust	Horsens Kommune	<a href="mailto:rvs@horsens.dk">rvs@horsens.dk</a>	
Rasmus Rønde	Horsens Kommune	<a href="mailto:rrm@horsens.dk">rrm@horsens.dk</a>	87554295
Lars Nørsgaard	Lemvig Vand & Spildevand	<a href="mailto:LANH@lvs-as.dk">LANH@lvs-as.dk</a>	96908008
Kristian Hansen	Lemvig Vand & Spildevand	<a href="mailto:kristian.hansen@lemvig.dk">kristian.hansen@lemvig.dk</a>	
Lis Ravn	Lemvig Kommune	<a href="mailto:lis.ravn.sorensen@lemvig.dk">lis.ravn.sorensen@lemvig.dk</a>	96631050
Thomas Damgaard	Lemvig	<a href="mailto:thomas.damgaard@lemvig.dk">thomas.damgaard@lemvig.dk</a>	29665830



		Kommune		
Jane	Aggerholm	Morsø Kommune	<a href="mailto:jag@morsoe.dk">jag@morsoe.dk</a>	
Sidsel Kontni	Prahm	Norddjurs Kommune	<a href="mailto:skp@norddjurs.dk">skp@norddjurs.dk</a>	24969391
Lars Bo	Jensen	Randers Kommune	<a href="mailto:lbj@randers.dk">lbj@randers.dk</a>	89151653
Hanne	Wind-Larsen	Randers Kommune	<a href="mailto:hwl@randers.dk">hwl@randers.dk</a>	89151686, 254416 86
Mia	Rix	Randers Kommune	<a href="mailto:mia.rix@randers.dk">mia.rix@randers.dk</a>	
Dorthe Winther	Selmer	Region Midtjylland	<a href="mailto:dorthe.selmer@ru.rm.dk">dorthe.selmer@ru.rm.dk</a>	30539544
Hanne Margreth e	Jørgensen	Region Midtjylland	<a href="mailto:hanne.joergensen@ru.rm.dk">hanne.joergensen@ru.rm.dk</a>	24947129
Martin Poul	Pedersen	Region Midtjylland	<a href="mailto:Martin.poul@rm.dk">Martin.poul@rm.dk</a>	51809109
Bertel	Meilvang	Samsø Kommune	<a href="mailto:aubme@samsoe.dk">aubme@samsoe.dk</a>	30105505
Maibritt Langfeldt	Sørensen	Silkeborg Kommune	<a href="mailto:MaibrittLangfeldt.Sorensen@silkebo&lt;br/&gt;rg.dk">MaibrittLangfeldt.Sorensen@silkebo rg.dk</a>	89701448
Rune Kier	Nielsen	Skanderbo rg Forsyning	<a href="mailto:rkn@skanderborgforsyning.dk">rkn@skanderborgforsyning.dk</a>	
Kåre	Bjerre	Skanderbo rg Forsyning	<a href="mailto:kbj@skanderborgforsyning.dk">kbj@skanderborgforsyning.dk</a>	
Peter	Haugsted	Skive Kommune	<a href="mailto:peha@skivekommune.dk">peha@skivekommune.dk</a>	
Mogens J.	Nielsen	Skive Vand	<a href="mailto:mojn@skivevand.dk">mojn@skivevand.dk</a>	
Martin	Vesterløkke	Struer Forsyning	<a href="mailto:mav@struerforsyning.dk">mav@struerforsyning.dk</a>	
Mads Bylov	Tanderup	Struer Kommune	<a href="mailto:mbt@struer.dk">mbt@struer.dk</a>	
Theis	Raaschou Andersen	VIA University College	<a href="mailto:thra@via.dk">thra@via.dk</a>	
Sara	Mielcke	VIA University College	<a href="mailto:miel@via.dk">miel@via.dk</a>	87551414
Rikke Skovbjer g	Kristensen	VIA University College	<a href="mailto:rikk@via.dk">rikk@via.dk</a>	87554291
Rolf	Christiansen	Viborg Kommune	<a href="mailto:roc@viborg.dk">roc@viborg.dk</a>	
Birgitte	Hoffmann	Aalborg Universitet	<a href="mailto:bhof@plan.aau.dk">bhof@plan.aau.dk</a>	26719694
Anja Skjoldbor g	Hansen	Aarhus Universitet	<a href="mailto:ash@dce.au.dk">ash@dce.au.dk</a>	87151302





---

Felix Riede Aarhus  
Universitet [f.riede@cas.au.dk](mailto:f.riede@cas.au.dk)

---