



Medegefinancierd door  
de Europese Unie

**JTF** ■ Fonds voor  
rechtvaardige  
transitie

Directie Dienstverlening,  
Samenwerkingsverbanden en  
Uitvoering  
Uitvoering Van Beleid

Contactpersoon



## Communicatieactiviteiten BA en II's

---

Omschrijving	Communicatieactiviteiten BA en II's
Aan	Monitoringcomité Just Transition Fund

---

### 1.1 Overkoepelend (Team JTF)

#### Communicatie en samenwerking

Om de samenwerking en afstemming met de beheerautoriteit en intermediaire instanties te versterken, vindt er elke drie weken een landelijk communicatieoverleg plaats. Tijdens dit overleg bespreken alle relevante partijen de samenwerking, nieuwe communicatie-ideeën, geplande acties en besluiten rondom de communicatie van het Just Transition Fund (JTF). De beheerautoriteit vervult hierbij de coördinerende rol.

#### Belangrijkste communicatie-initiatief 2025

Het belangrijkste communicatie-initiatief in 2025 is het vergroten van de zichtbaarheid en bekendheid van het JTF. Hiervoor wordt samengewerkt met communicatiebureau **Public Cinema**, met als doel de impact van het fonds te versterken en de positieve effecten van Europees geld zichtbaar en tastbaar te maken. De afgelopen maanden is er, samen met Public Cinema, hard gewerkt aan een landelijke JTF-video. Dit is inmiddels succesvol afgerond. Met deze video is het doel om meer zichtbaarheid en bewustzijn te creëren onder burgers. Op deze manier zien zij wat er met Europees geld wordt gedaan, en welke impact dit zelfs in hun eigen regio heeft. Via de volgende link is de video te bekijken: [Wat is het Just Transition Fund? \(JTF\)](#)

Daarnaast is het communicatiebureau ook actief bezig met het schrijven van praktijkverhalen over projecten in de desbetreffende JTF regio's. Het gaat om de volgende projecten: UBQ Materials, Vertoro, North Water, Energy Hub, BIOTEKK en H2 Learning huban. Met deze praktijkverhalen wordt er gedoeld op het vergroten van de herkenbaarheid bij burgers en het toegankelijk maken van complexe informatie.

#### Aanleiding

Sinds de start van het JTF in 2021 is er behoefte om de landelijke zichtbaarheid en naamsbekendheid van het programma te vergroten. Het doel is actief in te spelen op wat er

in de media verschijnt, zowel door zelf onderwerpen en verhalen te creëren als door in te spelen op actuele kwesties. Het ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid (SZW), als beheerautoriteit, werkt samen met Public Cinema om deze doelstellingen te realiseren.

### **Doel en resultaten**

Het communicatieprogramma heeft als doel de zichtbaarheid, bekendheid en impact van het JTF te vergroten. Concreet richt het zich op:

1. Het realiseren van landelijke zichtbaarheid en naamsbekendheid op een laagdrempelige manier.
  2. Het verduidelijken van programmacommunicatie met concrete voorbeelden.
  3. Het tonen van de impact van Europees geld en het verbeteren van de beeldvorming rond Europese steun.
  4. Het benutten van de kracht van herhaling.
1. Het inspelen op relevante onderwerpen en issues.

### **Doelgroep**

De communicatie richt zich op een brede groep stakeholders: de politiek, potentiële aanvragers, ministeries, gemeenten, samenwerkingspartners én burgers die via het JTF een concreet 'duwtje in de rug' ervaren.

### **Aanpak en activiteiten**

De aanpak kent twee hoofdlijnen:

#### **1. Landelijke zichtbaarheid via een merkvideo (hero-content)**

- De video toont hoe het JTF werkt op Europees, nationaal en regionaal niveau.
- Drie strategische projecten worden uitgelicht: *Refurb Battery* (innovatie), *Twentsche Kabelfabriek* (arbeidsmarkt) en *Techport Green Incubator* (infrastructuur).
- De video wordt meertalig geproduceerd en ingezet via websites, social media, nieuwsbrieven, evenementen en PR-kanalen.

#### **2. Regionale verdieping via praktijkverhalen (hub-content)**

- Praktijkverhalen over diverse JTF-projecten maken de impact van het fonds tastbaar voor burgers.
- Deze verhalen verschijnen via websites van de intermediaire instanties, vakspecifieke platforms, social media en nieuwsbrieven, met nadruk op concrete resultaten en persoonlijke ervaringen.

Het ministerie van SZW werkt hierbij nauw samen met Public Cinema en de intermediaire instanties om regionale kenmerken en communicatiebehoeften te integreren, dubbele inzet te voorkomen en de impact van het JTF consistent uit te dragen. Zo ervaren zowel stakeholders als burgers de effecten van het programma op een concrete en herkenbare manier.

## **1.2 Regionale communicatie en zichtbaarheid – Samenwerkingsverband Noord-Nederland**

Communicatief loopt het JTF-programma goed op koers. Er wordt gewerkt vanuit een **strategisch communicatieplan en -kalender JTF**, waarin provincie Groningen en de JTF-partners hun communicatieaanpak voor de programmaperiode en het aankomende jaar hebben afgesproken met elkaar. Hier wordt goed aan gewerkt. We communiceren over het JTF-programma, de doelen en de bijbehorende subsidies via verschillende middelen en kanalen, waaronder:

- **Website JTF:** alle teksten over het JTF-Programma zijn geactualiseerd. Het JTF-Programma heeft een eigen [programmapagina](#) gekregen op de website van het SNN. Hier lichten we ook verhalen over JTF-projecten uit: Projecten uitgelicht.
- **Pers / subsidie-overhandigingen:** Verschillende betekenisvolle subsidieoverhandigingen in zowel Groningen als Emmen zijn in de media verschenen, waaronder de JTF-subsidie voor het strategische EU-project [Greenwise Campus](#) en het project [Future Tech Ventures](#) (Start-up Fonds). Om de zichtbaarheid te vergroten worden regelmatig persberichten inclusief foto's verspreid, welke de regionale pers halen.
- **Webinar:** Er zijn webinars georganiseerd om nieuwe JTF subsidies voor mkb'ers te communiceren met de doelgroep. Hier hebben honderden ondernemers aan deelgenomen.
- **Social media campagnes:** Rond diverse JTF subsidie-openstellingen (zijn social media campagnes gerealiseerd. Deze online posts zijn ook gefaciliteerd aan de JTF partners in Noord-Nederland. En aan de eerstelijnsorganisaties . Dit is fanatiek gedeeld op de socials.
- **Brochure:** Er is een [beeldende, sprekende brochure](#) ontwikkeld met verschillende toegekende voorbeeldprojecten . Deze verhalen en beelden illustreren waar het JTF-Programma voor staat. Het zijn projecten die zich o.a. richten op de samenwerking met andere partijen, voldoen aan de doelen van JTF, partijen die hun kennis delen. Deze zal 2 keer per jaar verschijnen.
- **Werkbezoeken en netwerkbijeenkomsten JTF:** Er zijn meerdere werkbezoeken, waaronder voor Uitvoering van Beleid en de departementen SZW en EZK, georganiseerd waarover gecommuniceerd is via de socials. Er heeft een netwerkbijeenkomst voor overheden, ondernemers en onderwijsinstellingen plaatsgevonden waar vijf projecten zijn gepitched verdeelt over de verschillende sporen.

In 2023 zijn de projecten 'H2 Train and Learn Hub' en 'Greenwise Campus' geselecteerd als projecten van strategisch belang. Van deze projecten worden extra communicatie-inspanningen verwacht, zoals het publiceren van een persbericht, het organiseren van een event en/of werkbezoek rond dit project en het structureel uitlichten van deze projecten gedurende de looptijd van dit JTF-Programma. Deze communicatie wordt in gezamenlijkheid met de betreffende projecten opgepakt en gemonitord.

### 1.3 Regionale communicatie en zichtbaarheid – Stimulus

Om meer aandacht te krijgen voor de strategische EU-projecten en projecten > € 10 miljoen totale subsidiabele kosten is er een [speciale webpagina ontwikkeld](#). Op deze pagina is een interactieve kaart te zien met alle strategische EU-projecten en > € 10 miljoen totale subsidiabele kosten zichtbaar zijn. Daarnaast is op deze pagina al het nieuws rondom deze projecten, de projectvideo's en evenementen te zien. Voor alle projecten op die webpagina heeft Stimulus interviews afgenomen en nieuwsberichten geschreven. In de regio's West-Noord-Brabant en Zuid-Limburg zijn de eerste projectvideo's opgenomen. Deze video's worden gemaakt voor de strategische EU-projecten en projecten boven 10 miljoen euro. De video's zijn zichtbaar op YouTube, onze website en worden actief gedeeld op social media. Dit jaar zijn daar vier video's bijgekomen van de volgende projecten: '[Turning Waste into Thermoplastic Materials](#)', '[From Alcohol to Green Tires](#)', '[Brightlands Circulair Space PWPL](#)' en '[DORP](#)'. Voor het project 'Energy Campus' wordt in oktober de video opgenomen. Voornemen is om deze in november te publiceren.

Daarnaast zijn verschillende JTF-projecten via onze issuemaking campagne in het [nieuws](#) gekomen of hebben [publicaties](#) in een vakblad gehad. Ook zijn er rondom verleende

projecten persberichten verstuurd. We hebben de projecten geattendeerd op het JTP congres om daar over hun project te vertellen. Op dit moment zijn we bezig om een jaarverslag (voor onder andere JTF) te ontwikkelen over 2024.

Ter ere van het 30 jarig jubileum van Stimulus is vorig jaar een expositie ontwikkeld over 30-jaar Europese programma's in Zuid-Nederland. Ook op deze expositie is aandacht voor JTF. In 2025 heeft de expositie op het provinciehuis in Zeeland gestaan, op de [BUas in Breda](#) (samen met een event vanuit het Europees Parlement), op het [Centraal station in Eindhoven](#) en op het [Europadag event in het Parktheater Eindhoven](#). Dit jaar gaat de expositie waarschijnlijk ook nog in het Gouvernement in Maastricht neergezet.

In de winter zijn in Noord-Brabant en Limburg gezamenlijke EFRO/JTF bijeenkomsten gehouden (in totaal 200 bezoekers). We hebben ons samen met de provincie Zeeland en de Arbeidsmarktregio ingezet om nog een specifieke voorlichtingsbijeenkomst te organiseren voor de arbeidsmarktopenstelling, maar deze is uiteindelijk niet doorgegaan vanwege gebrek aan belangstelling.

Dit jaar zijn de eerste verplichte evenementen geweest van de projecten [Turning Waste into Thermoplastic Materials](#) en [opleidingscentrum ROOTZ](#) (gecombineerd met een OPZuid project van dezelfde penvoerder). We hebben ons actief ingezet om pers naar deze evenementen te krijgen, maar daar was helaas geen belangstelling voor. Hiernaast hebben we op onze LinkedIn pagina aandacht besteed aan de events, [voorafgaand aan het event](#) om mensen te trekken maar ook [achteraf](#). 14 november 2025 staat het volgende event gepland van 'Dubbele winst door verfspoelwaterzuivering'.

Op de Wereldhavendagen is een gezamenlijke actie opgestart door de II's en de Permanente vertegenwoordiging van de EC om daar ook projecten tentoon te stellen. Dit is gebeurd middels [panelen](#) in het midden van het Europapaviljoen. Iedere II heeft een paneel waarop een JTF-project stond.

#### **1.4 Regionale communicatie en zichtbaarheid – Kansen voor West**

Kansen voor West beheert de websites voor het JTF-IJmond en Rijnmond en brengt elk kwartaal een nieuwsbrief uit, waarin updates en artikelen staan over het JTF. Daarnaast hebben we aan verschillende events deelgenomen (bijvoorbeeld de Rotterdamse Havendagen, ReCharge Earth in Rotterdam). Ook hebben we zelf een aantal bijeenkomsten georganiseerd. In IJmond is o.a. in samenwerking met het Interreg Europe project COMMIT een internationale bijeenkomst georganiseerd bij Tata Steel (Green Skills for Sustainable Jobs). Ook ontvangen alle gecommitteerde projecten een symbolische cheque van een bestuurder, waarvan een nieuwsbericht wordt gepubliceerd.

Tenslotte hebben we voor de beide JTF-programma's een magazine SHIFT uitgebracht en breed verspreid. Dit gaan we jaarlijks doen. Zie: [kvw-jtf-shift-magazine-ijmond-sept-2025.pdf](#) en [kvw-jtf-shift-magazine-rijnmond-sept-2025.pdf](#)