

Bijlage 3; Communicatiekanalen waar veehouders op de hoogte gehouden worden van ontwikkelingen in de Brabantse agrofoodsector

Het college gaat qua informatieverstrekking zich nog meer focussen op content die veehouders kunnen toepassen/gebruiken. Het college ontwikkelt de communicatieinzet door om een zo steeds grotere doelgroep te bereiken. Via de volgende kanalen gaat het college veehouders op de hoogte houden over de ontwikkelingen in de Brabantse agrofoodsector, te weten:

- Het platform www.landbouwenvoedselbrabant.nl
- De nieuwsbrief landbouw en voedsel Brabant
- De WhatsApp updateservice voor veehouders
- Twitter @lenvbrabant
- www.brabant.nl/platteland

Boeren met een nieuw businessmodel:

- **Magazines innovatieve stalsystemen** (deel 2 momenteel in de maak): waarbij een aantal veehouders vertellen over hun motivatie om hun bedrijf te innoveren
- Magazine natuurinclusieve landbouw (in de maak): waarbij een aantal natuurinclusieve boeren vertellen over hun verdienmodel en de wijze van ondernemen.
- **Magazine Van werk naar werk**: het persoonlijke verhaal en de ervaringen van veehouders die een weg zijn ingeslagen naar een nieuwe toekomst op de arbeidsmarkt.
- **Wegwijzer voor veehouders**: hulpmiddel om boeren te helpen bij hun keuze in het beleid van de IOV.
- **De agrofoodpluim**: aanmoedigingsprijs voor ondernemers die een innovatief verdienmodel hebben dat bijdraagt aan natuur en verduurzaming van de sector. Met daarbij media-aandacht voor de ondernemer en een bedrijfsfilm.
- **Diverse video's** van veehouders met een duurzaam verdienmodel.
- **Community Taskforce toekomstbestendige stallen** (in progress)
- Vanuit FoodUp Brabant worden diverse middelen ingezet om voorbeelden en inspiratie te delen zoals de website, facebook, twitter maar ook fysieke bijeenkomsten.