

# Communicatie- beleidsplan Gemeente Beek 2021 - 2024

Afdeling BMO

Mei 2021





# Inhoudsopgave

|                                                                                                            |        |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| Inleiding                                                                                                  | 4      |
| 1. Evaluatie Communicatiebeleidsplan 2017-2020                                                             | 5      |
| 2. Kaders                                                                                                  | 8      |
| 3. De basis op orde                                                                                        | 9      |
| 4. Visie op communicatie                                                                                   | 10     |
| 5. Burger!Kracht: een bewuste keuze voor participatie                                                      | 11     |
| 6. Waar onze inwoners zijn, daar zijn wij ook                                                              | 13     |
| 7. Onze communicatie is doelgericht, kleinschalig, persoonlijk en mensgericht                              | 18     |
| 8. Wij communiceren toegankelijk, betrouwbaar en begrijpelijk                                              | 20     |
| 9. De gemeente Beek investeert (pro)actief in haar relatie met pers en media                               | 21     |
| 10. Contentstrategie                                                                                       | 22     |
| 11. Mediamiddelenmix                                                                                       | 23     |
| 12. Promotie                                                                                               | 24     |
| 13. De gemeente Beek meet de effecten van communicatie en interactie en leert hiervan                      | 25     |
| 14. Financiën                                                                                              | 26     |
| <br>Bijlage I: Passages uit beleidsdocumenten die richtinggevend zijn voor de Beekse communicatiestrategie | <br>28 |
| Bijlage II: Contentstrategie Gemeente Beek                                                                 | 31     |
| Bijlage III: Mediamiddelenmix Gemeente Beek                                                                | 34     |
| Bijlage IV: Actiepunten 2021 - 2024                                                                        | 40     |

# Inleiding

In een tijd waarin maatschappelijke veranderingen elkaar snel opvolgen, hebben mensen een toenemende behoefte om als individu te worden gezien en aangesproken. Juist in een tijd waarin de schaal steeds groter lijkt te worden, groeit de behoefte aan overzicht en menselijk contact: dichtbij, open en authentiek.

## Gedeelde waarden

Nieuwe uitdagingen en veranderingen dienen zich in een hoog tempo aan, dat maakt het steeds lastiger om te bouwen aan gedeelde waarden. Want wat voor de één een kans is, is voor de ander een bedreiging. De tegenstellingen tussen groepen in de samenleving verscherpen waardoor vervreemding en een dalend vertrouwen in elkaar en de overheid op de loer liggen.

En toch: de toekomst is van ons allemaal. Communicatie vervult zijn strategische rol door onderstromen, aspiraties en dilemma's zichtbaar te maken. En door aan te sluiten bij de behoeftes, motivaties en drijfveren van de (groepen) mensen die ze wil bereiken.

Onze gemeenschap vraagt om meer verbinding tussen inwoners en de overheid. Om daaraan tegemoet te kunnen komen, is inzicht nodig in de belevingswereld van onze inwoners. Eén-op-één contact blijft een onmisbaar ingrediënt in de mediamiddelenmix.

## Technologie als bondgenoot

Technologie ontwikkelt zich razendsnel en sluit steeds beter aan bij de individuele behoeftes van mensen. De mogelijkheden om de belevingswereld en het gedrag van doelgroepen via technologische toepassingen te verkennen en hierop aan te sluiten nemen toe. Denk hierbij aan sociale media, maar ook aan het gebruik van *Big Data*<sup>1</sup>.

De toepassing van technologie kent echter ook schaduwkanten zoals misbruik van persoonsgegevens, betrouwbaarheid van informatie en toegankelijkheid. De rol van communicatie is het signaleren, voorkomen en managen van (online) issues. Het is de kunst om de overrompeling van techniek te ontstijgen en technologie als bondgenoot te gaan zien.

---

<sup>1</sup> De hoeveelheid beschikbare data neemt steeds meer toe, zowel in gestructureerde als ongestructureerde vorm. Voor organisaties is het de uitdaging om deze gegevens te analyseren en tactisch in te zetten. Dankzij Big Data krijgen organisaties een 360 graden beeld van hun klanten. Hierdoor kunnen zij beter inspelen op de behoeften van hun consumenten.

# 1. Evaluatie

## Communicatiebeleidsplan 2017 - 2020

Voordat we de ambities en actiepunten voor de komende jaren beschrijven, kijken we eerst naar de resultaten van het communicatiebeleidsplan 2017-2020. Samengevat concluderen wij dat het taakveld communicatie van de Gemeente Beek de afgelopen vier jaar de basis op orde heeft gebracht en op strategisch en uitvoerend niveau een aantal flinke stappen vooruit heeft gezet. Dat biedt een solide basis om de komende vier jaar op door te bouwen.

# Communicatiebeleidsplan 2017-2020

## De Resultaten!



opstellen bladformule  
BELEVEND BEEK MAGAZINE (BBM)



2017



INTREKKEN KADERNOTA  
MARKETINGBELEID 2017-2020

LANCERING BBM



2018



GEMEENTERAADVERKIEZINGEN  
(MYN STEM CAMPAGNE)



LANCERING  
TOPTAKENWEBSITE



INTRODUCTIE  
AVOND VOOR  
NIEUWE  
INWONERS



beek ipedia

LANCERING  
SOCIAL INTRANET



LANCERING DRUPAL  
(NIEUW CMS WEBSITE)

PUBLIEKSCAMPAGNE  
CORONA



2019

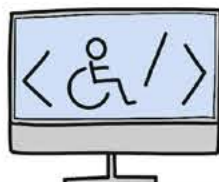


I- BURGERZAKEN

2020



LANCERING e-nieuwsbrief



TOEGANKELIJKHEIDS-  
VERKLARING  
(WCAG 2.1)

### LEGENDA

Deze doelstellingen hebben we bereikt:

- We benutten de digitale kanalen optimaal.
- We weten wat er speelt en stemmen beleidsplannen hierop af.
- Onze communicatie is begrijpelijk, toegankelijk en bereikbaar voor iedereen.
- We dragen uit waar we voor staan.



## Communicatie in samenwerking met de regio



ECONOMISCHE  
SAMENWERKING  
WESTELIJKE  
MIJNSTREEK



AFVALBELEID, &  
- COMMUNICATIE



VEILIGHEIDSREGIO  
Zuid-Limburg  
CRISISCOMMUNICATIE



BELEVINGS-  
ONDERZOEK &  
RISICO-  
COMMUNICATIE

**vidar.**  
PARTICIPATIEBEDRIJF WM

**Visit Zuid-Limburg**



langlopende  
projecten

- Banierenplan Centrum Beek/ Makado
- Bouw- en oplevering Hennekenshof
- Brede Maatschappelijke voorziening Spaubeek
- Centrumplan Beek
- Herijking Dienstverleningsconcept
- Keutelbeek
- Levensbomenbos
- Organisatieontwikkeling cultuurtraject Buitenhek
- Parkeerbeleid Centrum Beek
- Strategische Toekomstvisie
- VRI A76 Neerbeek
- Zonneparken



events

- 75 jaar bevrijding
- Avond voor nieuwe inwoners
- Beek Schoon
- Dodenherdenking:
  - ✦ posteractie
  - ✦ videotoespraak burgemeesters Westelijke Mijnstreek
- Koningsdag
- Lintjesregen:
  - ✦ videokaarten
  - ✦ coronaproof event Asta
- Nieuwjaarsreceptie
- Os Baeks Leech



communicatie-  
middelenmix

- Begroting in één oogopslag
- Belevend Beek Magazine
- Bewonersbijeenkomsten
- Drukwerk (folders e.d.)
- Fotografie, video, film
- Gemeentegids & gemeentekalender
- Intranet
- Lichtkranten
- Nieuwsbrieven & e-nieuwsbrieven
- Nuutsbaeker
- Persberichten
- Sociale media: (Facebook, LinkedIn e.d.)
- Website
- Woordvoering

STUDIO Weergaaf

## 2. Kaders

De Strategische Toekomstvisie 2020-2030, Dienstverleningsvisie Gemeente Beek (2019), Collegeprogramma Samen veur Baek 2018-2022 en de Burgerpeiling 2019 zijn kader stellende documenten die de basis vormen voor dit communicatiebeleidsplan. Hierin staan de uitgangspunten die richtinggevend zijn voor de Beekse communicatiestrategie en de manier waarop deze wordt georganiseerd en uitgevoerd.

*(Zie bijlage I: Uitgangspunten die richtinggevend zijn voor de Beekse communicatiestrategie.)*

### **Promotie**

De gemeenteraad trok in november 2018 het Beekse marketingbeleid in, waarmee jaarlijks een besparing van €100.000 werd gerealiseerd. Voor de uitvoering van promotionele activiteiten bleef in de portefeuille Communicatie een budget beschikbaar van €40.000,- per jaar. Promotionele activiteiten maken sinds het intrekken van het marketingbeleid integraal onderdeel van het Beekse communicatiebeleid en worden als zodanig opgenomen in dit beleidsplan.

## 3. De basis op orde

Een algemeen recept voor 'goede communicatie' bestaat niet. De Gemeente Beek zet maatwerk altijd voorop. Dit is nodig om enerzijds aan te sluiten bij de behoeftes en belevingswereld van onze inwoners en om anderzijds ruimte te bieden aan de principes van Burger!Kracht<sup>2</sup>. Om maatwerk te kunnen bieden, moet de basis op orde zijn. De realisatie van het communicatiebeleidsplan 2017-2020 heeft ervoor gezorgd dat Beek de basis op orde heeft. Om de basis op orde te houden hanteren wij een aantal basisprincipes die in alle vormen van communicatie het uitgangspunt vormen.

De basisprincipes waarop de Gemeente Beek haar communicatiebeleid baseert zijn:



De Gemeente Beek maakt onder de noemer Burger!Kracht een bewuste keuze voor participatie.



Daar waar onze inwoners en/of doelgroepen zich bevinden, daar zijn wij ook.



De Gemeente Beek communiceert doelgericht, kleinschalig, persoonlijk en mensgericht.



De Gemeente Beek communiceert toegankelijk, betrouwbaar en begrijpelijk.



De Gemeente Beek investeert (pro)actief in haar relatie met pers en media.



De Gemeente Beek meet de effecten van communicatie en interactie en leert hiervan.

In dit communicatiebeleidsplan werken we onze basisprincipes uit in een duidelijke visie op communicatie, een contentstrategie, middelenmix en een 26-tal actiepunten/uitdagingen.

---

<sup>2</sup> Burger!Kracht: initiatieven uit de Beekse gemeenschap worden gestimuleerd en ondersteund. Dit wordt vooral bereikt door het netwerk rondom mensen in de buurten en wijken te versterken en met elkaar te verbinden.

*Uit: coalitieakkoord Samen voor Baek 2018-2022.*

## 4. Visie op communicatie

“ Wij staan voor communicatie die de gemeente Beek en inwoners verbindt. Daardoor leren we elkaar beter kennen, begrijpen en vertrouwen. De kernwaarden van waaruit we communiceren zijn: de klant centraal, doelgericht, kleinschalig, persoonlijk en mensgericht. Wij zijn een betrouwbare gemeente. Inwoners kunnen ervanuit gaan dat wat we communiceren klopt.

Wij betrekken onze inwoners, bedrijven en organisaties actief bij het maken en uitvoeren van beleid. Dat doen we onder meer door de buitenwereld naar binnen te halen, communicatievaardigheden in de organisatie te versterken en met de organisatie en uitvoering van impactvolle (online) communicatieconcepten. ”



## 5. Burger!Kracht: een bewuste keuze voor participatie

In Beek stellen we de burger centraal en werken we volgens de principes van Burger!Kracht. In de gemeentelijke communicatie is het verbinden van de buitenwereld met de binnenwereld een belangrijk uitgangspunt. De mogelijkheden van nieuwe media en de aanwezigheid van mondige, creatieve inwoners scheppen kansen om de (denk)kracht in de Beekse gemeenschap te benutten bij het realiseren van (grote) publieke doelen die inwoners zelf ook als een uitdaging zien.

Concreet betekent dit dat de Gemeente Beek:

- De samenleving betreft bij het zoeken naar oplossingen.
- Gelooft in het innovatieve vermogen van de gemeenschap.
- Durft te experimenteren.
- Nieuwe inzichten gaandeweg laat ontstaan.
- Ongewenste neveneffecten corrigeert.
- Stimuleert door steeds te laten zien wat werkt en waarom.

### 5.1. Communicatie is van iedereen

Inwoners, instellingen en bedrijven pakken uitdagingen vaker samen op en wachten daarbij niet altijd op een uitnodiging van de (lokale) overheid. Naast initiatiefnemer is de Gemeente Beek steeds vaker medespeler, supporter, scheidsrechter, coach, keeper of slechts sponsor.

Deze veranderende rollen en de wijze waarop we de organisatie zich hiertoe moet verhouden, vraagt naast aanpassingsvermogen ook andere communicatieve vaardigheden van iedereen in de organisatie. Communicatie is niet langer het domein van het taakveld communicatie, maar van iedereen in de organisatie.

De Gemeente Beek wil in dialoog en samenwerking met (groepen in) de samenleving publieke waarde toevoegen. Daarom moet ze goed weten wat er bij de diverse doelgroepen leeft en speelt en is een constante dialoog tussen de gemeenschap en de organisatie nodig. Deze dialoog komt alleen op gang wanneer onze houding naar de buitenwereld omgevingsbewust is. En als onze inwoners ons weten te vinden. Maar zeker ook wanneer onze organisatie in de volle breedte ontvankelijk is voor de dialoog.

## 5.2. Actiepunten

**A.** Onze collega's krijgen handvatten en instrumenten aangeboden die hen helpen en ondersteunen bij het verbeteren van de communicatievaardigheden die nodig zijn om mee vorm te geven aan het omgevingsbewustzijn van de organisatie. Voor uitvoering van dit actiepunt is samenwerking met Personeel en Organisatie noodzakelijk.

**B.** Wij communiceren royaal over ervaringen en resultaten in Burger!Kracht-projecten. Zo zorgen wij ervoor dat de Gemeente Beek een lerende organisatie is en dat collega's het wiel niet opnieuw hoeven uit te vinden. Dit actiepunt voeren wij uit binnen de kaders van onze visie op organisatieontwikkeling.



## 6. Waar onze inwoners zijn, daar zijn wij ook

### 6.1. Persoonlijke ontmoetingen

In een tijd waarin we elkaar steeds vaker 'digitaal' ontmoeten en de schaal steeds groter wordt groeit de behoefte aan menselijk contact. Gemeenten die deze behoefte uit het oog verliezen, verliezen wezenlijk contact met hun inwoners, bedrijven en organisaties.

Daarom hebben we in Beek niet alleen online oog voor wat er speelt in onze gemeenschap, maar zoeken we elkaar ook op en organiseren we op gestructureerde wijze persoonlijke ontmoetingen. Door inwoners op te zoeken, uit te nodigen en het gesprek aan te gaan, leren we elkaar beter kennen en organiseren we directe feedback. Zo creëren we een platform waar mensen met elkaar op (nieuwe) ideeën kunnen komen, weten we beter wat er leeft en speelt en waar inwoners daadwerkelijk behoefte aan hebben.

### 6.2. Website centraal

Onze website [www.gemeentebEEK.nl](http://www.gemeentebEEK.nl) is dé toegang op internet voor publieksvoorlichting en online dienstverlening. Onze inwoners vinden er snel de informatie die ze zoeken en kunnen er 24/7 zaken met de gemeente regelen.

#### 6.2.1. Toptakenwebsite

Tachtig procent van onze websitebezoekers, bezoekt de site voor een zeer beperkt aantal onderwerpen (paspoort aanvragen, verhuizing doorgeven, rijbewijs). Deze onderwerpen noemen wij onze toptaken.

Om onze online dienstverlening en de gebruiksvriendelijkheid van de site te verbeteren, heeft het taakveld communicatie in november 2018 een geheel nieuwe toptakenwebsite opgeleverd. Waarna in 2019 en 2020 een intensief traject is ingezet om te voldoen aan de toegankelijkheidseisen die sinds september 2020 aan ons worden gesteld. De gemeente Beek voldoet grotendeels aan deze eisen en blijft hieraan voortdurend werken.

### 6.2.2. Social intranet Beekipedia

In 2019 is het oude intranet vervangen door ons social intranet Beekipedia. Een social intranet biedt de interne organisatie meer mogelijkheden om interactief kennis te delen en digitaal samen te werken. Daarnaast biedt deze omgeving mogelijkheden om ook externe partijen te betrekken in bijvoorbeeld Burger!Kracht-projecten. Het gebruiken van deze nieuwe mogelijkheden tot digitaal kennis delen en samenwerken gaan wij in de komende vier jaar stimuleren en verder uitbouwen.

### 6.3. Sociale media

De gemeente wil (nieuwe) digitale mogelijkheden ten volle benutten om zo een optimale dienstverlening en interactie met alle doelgroepen in de gemeenschap te realiseren. Dit betekent dat we naast dienstverlening en publieksvoorlichting via de website ook sociale media inzetten om informatie te delen, diensten aan te bieden en het gesprek aan te gaan.

#### 6.3.1. Sociale media: de cijfers

Sociale media zijn inmiddels niet meer weg te denken en het overgrote deel van onze inwoners maakt er gebruik van. In Nederland is maar liefst 96 procent van de Nederlandse bevolking actief op sociale media. En dat doen zij gemiddeld anderhalf uur per dag.

#### Dagelijks social media gebruik in minuten

|            |     |
|------------|-----|
| 15-19 jaar | 143 |
| 20-39 jaar | 114 |
| 40-64 jaar | 85  |
| 65+ jaar   | 82  |

De top vijf van meest-gebruikte sociale mediaplatforms is sinds 2018 onveranderd gebleven. WhatsApp blijft de onbetwiste nummer één, op de voet gevolgd door Facebook. Instagram is met 14 procent groei het snelst groeiende platform.

|                                                                                     | 2019         | 2020         | +/- (#)  | +/- (%) |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------|----------|---------|
|    | 11,9 miljoen | 12,1 miljoen | +220.000 | +2%     |
|    | 10,1 miljoen | 10,4 miljoen | +230.000 | +3%     |
|    | 8,7 miljoen  | 9,1 miljoen  | +430.000 | +5%     |
|  | 4,9 miljoen  | 5,6 miljoen  | +710.000 | +14%    |
|  | 4,6 miljoen  | 4,7 miljoen  | +70.000  | +2%     |

De keuze op welk platform inwoners actief zijn hangt samen met de leeftijd die men heeft. Van de vijftien- tot negentienjarigen gebruikt 82 procent Instagram en 51 procent Facebook. Bij iemand tussen twintig en 39 jaar is dit vrijwel omgekeerd: 57 procent gebruikt Instagram en 82 procent Facebook. De Gemeente Beek heeft de ambitie om meer en vaker aan te sluiten bij de leefwereld van jongeren. Dit betekent dat zij dus meer zichtbaar en aanwezig moet zijn waar deze doelgroep zich bevindt.

| %<br>gebruik                                                                      | 15-19<br>jaar | 20-39<br>jaar | 40-64<br>jaar | 65-79<br>jaar | 65+<br>jaar |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-------------|
|  | 97%           | 89%           | 90%           | 78%           | 56%         |
|  | 51%           | 82%           | 77%           | 67%           | 59%         |
|  | 90%           | 79%           | 63%           | 46%           | 35%         |
|  | 82%           | 57%           | 33%           | 18%           | 16%         |
|  | 9%            | 47%           | 37%           | 19%           | 15%         |

*Belangrijkste cijfers social media 2020.*

### 6.3.2. Kansen

Sociale media geven de Gemeente Beek meer mogelijkheden om direct en persoonlijk met inwoners in gesprek te zijn. En bieden de Gemeente Beek toegang en een inkijk in de belevingswereld en behoeftes van inwoners. Sociale media geven de gemeente daarmee een unieke kans om zich met inwoners te verbinden. Via sociale media kan de gemeente informatie op maat geven en vragen beantwoorden. De gemeente kan werken aan de relatie met haar inwoners, de kloof tussen overheid en inwoners verkleinen, bouwen aan vertrouwen en zodoende haar reputatie verbeteren en/of versterken. Maar dat lukt alleen door zelf actief op sociale media platforms aanwezig te zijn, op een laagdrempelige manier te luisteren en de dialoog aan te gaan.

Met onze aanwezigheid op sociale media-platforms streven we vier doelen na:

1. In gesprek gaan met inwoners.
2. Verdiepen in de belevingswereld van inwoners, inwoners doelgroepgericht bereiken.

3. Bouwen aan relaties. Afstand tussen gemeenten en inwoners verkleinen en vertrouwen vergroten. Communiceren vanuit de relatiegedachte heeft de meeste invloed op de beeldvorming van de Gemeente Beek.
4. Alle informatie die we delen via sociale media is volledig, tijdig en helder.

### 6.4. Actiepunten

**C.** Wij stellen een plan van aanpak op voor de wijze waarop persoonlijke ontmoetingen tussen bestuurders, ambtenaren, inwoners, bedrijven en organisatie gestructureerd kunnen plaatsvinden. Dat moet leiden tot vaste, herkenbare momenten waarop inwoners, gemeente en partners elkaar ontmoeten en in gesprek gaan over plannen voor hun directe leefomgeving.

**D.** De website staat centraal. De Gemeente Beek streeft naar optimale publieksvoorlichting en online dienstverlening aan inwoners via [www.gemeentebeek.nl](http://www.gemeentebeek.nl). Het belang van excellente online dienstverlening neemt toe. Inwoners verwachten dat zij hun gemeente 24/7 kunnen bereiken, hun zaken snel digitaal kunnen regelen en afnemen en willen daarbij het liefst een persoonlijke klantervaring. Wij stellen een plan van aanpak op om de online dienstverlening van de gemeente Beek te verbeteren en up-to-date te houden. Dit doen wij op basis van de uitgangspunten uit ons dienstverleningsconcept en in samenwerking met ICT, Informatiebeveiliging en Publiekszaken.

**E.** Wij monitoren en verbeteren onze website zodat deze blijft functioneren als een top-takenwebsite. Dit doen wij onder meer door geregeld onze statistieken te raadplegen en via de homepage van onze website informatie, producten en diensten aan te bieden waarvoor mensen de website het vaakst bezoeken.

**H.** Waar onze inwoners zijn, daar zijn wij ook. Veel inwoners zijn actief op sociale media-platforms. Zij stellen niet alleen vragen via sociale media, maar willen er ook hun mening delen over zaken die hen persoonlijk raken. En ze verwachten een reactie terug. Hier sluit de gemeente bij aan door ook zelf actief op sociale media aanwezig te zijn, laagdrempelig te luisteren en de dialoog aan te gaan.

**F.** Wij stellen een plan van aanpak op om te komen tot een slagvaardiger en efficiënter gebruik van Beekipedia met als doel: meer kennisdeling, efficiënter samenwerken en het delen van successen. Dit doen wij binnen de kaders van onze organisatieontwikkeling en in samenwerking met Personeel en Organisatie.

**I.** Inwoners die via sociale media vragen stellen aan de gemeente krijgen op werkdagen binnen 24 uur een reactie terug. Webcare gaat nadrukkelijker onderdeel uitmaken van de dagelijkse communicatieactiviteiten van het taakveld communicatie.

**G.** Wij werken continu aan de toegankelijkheid van onze online platforms. Dit doen wij om te voldoen aan de toegankelijkheidseisen die de wet aan ons stelt. Daar waar mogelijk zetten wij een stap extra. Wij vragen tweejaarlijks feedback aan Beekse belangenorganisaties over onze voortgang en voeren waar mogelijk, en in overleg met ICT en onze leverancier, verbeteringen door.

**J.** Wij voegen Instagram toe aan onze mediamiddelenmix. De gemeente Beek wil meer en vaker aansluiten bij de belevingswereld van jongeren, daarom voegen we Instagram toe aan onze mediamiddelenmix. Onze communicatieactiviteiten zijn erop gericht om in 2024, 1500 volgers op Instagram te hebben.

**K.** De Gemeente Beek benut de mogelijkheden van Facebook en Instagram optimaal en volgt de ontwikkelingen binnen deze platforms op de voet.

**L.** De Gemeente Beek volgt ontwikkelingen en trends op het gebied van sociale media op de voet, waaronder WhatsApp for business. In het kader van ons herijkte dienstverleningsconcept zal worden bekeken of WhatsApp van toegevoegde waarde kan zijn als dienstverleningskanaal voor de gemeente Beek.

**M.** Sinds november 2018 beschikt de gemeente over een zakelijk Facebookaccount met inmiddels bijna 1900 trouwe volgers. Daarmee heeft de gemeente een groot bereik, maar bovenal een hoge mate van betrokkenheid gerealiseerd in de Beekse gemeenschap. Onze communicatieactiviteiten zijn erop gericht om in 2024, 4000 volgers te hebben (1/4 van de Beekse bevolking).

**N.** Ook het Facebookaccount van Belevend Beek heeft met bijna 5400 volgers een groot bereik. De kanttekening die we hierbij moeten maken is dat de betrokkenheid bij dit account fors is gedaald na het intrekken van het marketingbeleid. Onze communicatieactiviteiten zijn erop gericht om in 2024 het aantal volgers te behouden.

**O.** Ook ons college van burgemeester en wethouders is actief op sociale media. Alle bestuurders beschikken over een zakelijk Facebookaccount en sommigen hebben ook een Instagramaccount. Omdat alles wat op deze platforms wordt gedeeld, bijdraagt aan de beeldvorming over de gemeente (en haar bestuur), organiseert het taakveld communicatie tweejaarlijks een social media-workshop voor het college. Met als doel te leren over trends en ontwikkelingen, de betekenis en kansen voor (bestuurlijke) profilering en uiteraard de do's en don'ts.



## 7. Onze communicatie is doelgericht, kleinschalig, persoonlijk en mensgericht

In een tijd waarin grote maatschappelijke veranderingen elkaar snel opvolgen, hebben mensen een toenemende behoefte om als individu te worden gezien en aangesproken. Juist in een tijd waarin de schaal steeds groter lijkt te worden, groeit de behoefte aan overzicht en menselijk contact: dichtbij, open en authentiek. Inwoners verwachten van de gemeente dat ze midden in de samenleving staat, luistert en het gesprek aangaat. En dat de gemeente aansluit bij de behoeftes en belevingswereld van haar gesprekspartners.

### 7.1. We sluiten aan bij de belevingswereld van inwoners

De Gemeente Beek vindt het belangrijk om oog te hebben voor groepen die uit zichzelf niet gemakkelijk van zich laten horen en niet gemakkelijk via de gebruikelijke media te bereiken zijn. Het 'algemeen belang' zit immers zelden aan tafel. Inwoners of partners doen vaak alleen mee als zij belang hebben bij een onderwerp. Een van de manieren om de zwijgende meerderheid te bereiken en/of een stem te geven is het toepassen van leefstijl-gerichte communicatie.

Leefstijlgerichte communicatie baseert zich op de behoeften, motieven en drijfveren van inwoners. Informatie hierover krijgen we boven tafel door:

- Zelf goed te kijken en luisteren naar (groepen in) onze gemeenschap.
- Gebruik te maken van beschikbare data uit open bronnen. Technologie als bondgenoot.

Wanneer het ons lukt om communicatie-strategieën / -activiteiten nog beter af te stemmen op de belevingswereld(en) van onze inwoners en daarin te differentiëren zijn we in staat om doelgericht, kleinschalig, persoonlijk en mensgericht te communiceren.

### 7.2. Storytelling

Een andere, aanvullende, manier om meer aan te sluiten bij de belevingswereld van inwoners is het vertellen van verhalen. Storytelling is een inspirerende communicatie-techniek. Verhalen leggen relaties, verhelderen doelen en geven betekenis. Verhalen nodigen uit om het perspectief van de ander over te nemen en te leren van (andermans) ervaringen. Storytelling werkt openheid, vertrouwen en verbondenheid in de hand.

### 7.3. Actiepunten

**P.** Wij stellen in 2021/2022 een plan van aanpak op met als doel meer inzicht te krijgen in de behoeftes, motieven en drijfveren van onze inwoners. De uitwerking van het plan van aanpak stelt het taakveld communicatie in staat om vorm te geven aan leefstijlgerichte communicatie en zodoende beter aan te sluiten bij de belevingswereld van onze inwoners.

**Q.** Kennis over leefstijlgerichte communicatie wordt organisatie breed gedeeld, zodat collega's er in hun (Burger!Kracht) projecten mee aan de slag kunnen. Hiermee dragen we bij aan het communicatiever maken van de organisatie. Dit actiepunt voeren wij uit binnen de kaders van onze organisatie-ontwikkeling en in samenwerking met Personeel en Organisatie.

**R.** Wij passen leefstijlgericht communiceren waar mogelijk toe in onze ondersteuning en advisering van het bestuur. Kennis over de drijfveren van inwoners kunnen ook het bestuur van de Gemeente Beek helpen bij adequate, efficiënte en verbindende communicatie met inwoners.

**S.** In onze contentstrategie (zie hoofdstuk 9) zetten wij in op storytelling.



## 8. Wij communiceren toegankelijk, betrouwbaar en begrijpelijk

De gemeente heeft de wettelijke taak om haar inwoners zo goed mogelijk te informeren. Bijvoorbeeld over gemeentelijke producten en diensten, maar ook over plannen, projecten, wegwerkzaamheden, inspraakmogelijkheden, agenda's van de gemeenteraad en ga zo maar door. Deze informatie moet op een voor iedereen begrijpelijke, toegankelijke en betrouwbare manier worden gegeven.

In onze communicatie houden wij rekening met mensen met een visuele beperking en laaggeletterden. Dat doen we onder meer door op onze website functionaliteiten aan te bieden zoals een Readspeaker en hoog contrast. Maar ook door meer en vaker gebruik te maken van beeldende communicatie, in de vorm van fotografie, video, film. We gebruiken beeld vaker als complementair of vervanger van tekst. En dat is niet zonder reden want mensen onthouden 10 procent van wat ze horen, 20 procent van wat ze lezen en 80 procent van wat ze zien.

Ook als communicatie geschreven is, moeten er voor inwoners zo min mogelijk obstakels zijn om te begrijpen waarover het gaat. We richten daarom onze aandacht op een eenvoudige, goed te begrijpen schrijfstijl op B1-taalniveau<sup>3</sup> voor onze productie van publieksvoorlichting en (beleids) documenten.

Onze informatie is betrouwbaar. In een tijd waarin polarisatie vaker voorkomt, wantrouwen en vervreemding op de loer liggen, kiest de gemeente haar woorden zorgvuldig. Onze publiekscommunicatie is gebaseerd op feiten en niet op meningen.

### 8.1. Actiepunten

**T.** Een eenvoudige, goed te begrijpen schrijfstijl op B1-taalniveau wordt explicieter onderdeel van onze huisstijl. Medewerkers worden gefaciliteerd in het goed toepassen hiervan.

**U.** In onze contentstrategie gaan we meer gebruik maken van beeldende communicatie in de vorm van fotografie, video, film, illustraties.

<sup>3</sup> Taalniveau B1 staat voor eenvoudig Nederlands. Ongeveer 95 procent van de bevolking begrijpt teksten die op taalniveau B1 zijn geschreven.



## 9. De gemeente Beek investeert (pro)actief in haar relatie met pers en media

De Gemeente Beek is onlosmakelijk verbonden met de pers en media. Een proactief persbeleid en een goede relatie met vertegenwoordigers van relevante media zijn van groot belang om de reputatie van de gemeente te beschermen en het juiste verhaal te kunnen vertellen. Contact en communicatie met pers en media behoort uitsluitend tot het domein van het taakveld communicatie.

### 9.1. Actiepunt

**V.** We investeren (pro)actief in onze relatie met pers en media. De gemeente Beek beschikt over een uitgebreid medianetwerk. Dit netwerk kenmerkt zich door goede zakelijke relaties die door de jaren heen zijn opgebouwd. De Gemeente Beek communiceert open en eerlijk met vertegenwoordigers van pers en media. De Gemeente Beek communiceert (pro)actief over (beleids)successen, maar windt er ook geen doekjes om als dingen niet goed zijn gegaan. Daar waar mogelijk genereren we free publicity.

# 10. Contentstrategie

Kennis over de belevingswereld, behoeftes en wensen van onze inwoners zijn randvoorwaardelijk om te komen tot impactvolle communicatie-activiteiten. Maar om te voorkomen dat we tot de firma 'goed bedacht, slecht uitgevoerd' gaan behoren, is het belangrijk dat we die kennis vertalen naar betekenisvolle content in woord en beeld. Een contentstrategie gaat ons daarbij helpen.

## **Betekenisvolle content**

In onze contentstrategie zorgen we ervoor dat we zowel op de traditionele als online kanalen betekenisvolle content creëren. Het doel is om te verbinden, communities te bouwen en betrokkenheid te creëren of verhogen met (groepen in) de samenleving.

Bij de creatie van content is het altijd belangrijk om te bepalen vanuit welk perspectief we communiceren. Wat is de vraag (welke vragen hebben inwoners), de oplossing (wat bieden wij als organisatie), of de behoefte (welke behoeften liggen ten grondslag aan de vraag)? Door hierin samenhang te brengen, zorgen we voor gevarieerde content die relevant is.

## **10.1. Actiepunt**

**W.** Wij stellen jaarlijks een contentstrategie op met als doel betekenisvolle content te creëren die bijdraagt aan het realiseren van de doelstellingen in het coalitieakkoord. Wij visualiseren onze contentstrategie jaarlijks in een infographic en delen deze met de interne organisatie (zie bijlage II: Contentstrategie Gemeente Beek).

# 11. Mediamiddelenmix

Publieksgroepen zijn steeds specifiek in hun mediagebruik. Om zoveel mogelijk inwoners te bereiken is een verfijning van de media- en middelenmix noodzakelijk, waarbij naast de traditionele media<sup>4</sup> de nieuwe media een steeds grotere rol spelen.

We gaan werken met een mix van Paid, Earned, Shared en Owned media.

- Paid: alle kanalen die je betaald kunt inzetten. Denk hierbij aan magazines, advertenties, sociale media.
- Earned: gratis door anderen gegenereerd. Journalistiek producties, inwoners over de gemeente.

- Shared: heeft betrekking op participatie en interactie met inwoners bijvoorbeeld op Facebook (likes, shares).
- Owned: media in eigen beheer (website, sociale media-accounts, Belevend Beek Magazine, nieuwsbrieven).

## 11.1. Actiepunt

**X.** De Gemeente Beek zet in op een media- en communicatiemiddelenmix met een balans in on- en offline om haar doelstellingen te bereiken. De verschillende middelen staan zelden op zichzelf, ze versterken en ondersteunen elkaar. We hebben daarbij oog voor moeilijk bereikbare en kwetsbare groepen (zie bijlage III: Mediamiddelenmix Gemeente Beek).

<sup>4</sup> Onderzoek van het Sociaal Cultureel Planbureau toont aan dat traditionele media ondanks de opkomst van internet en sociale media nog steeds populair zijn. Analoge media zoals huis-aan-huisbladen, folders en magazines moeten niet onderschat worden om inwoners te bereiken.

## 12. Promotie

Promotionele activiteiten worden ingezet om Beek op de kaart te zetten en bij te dragen aan het realiseren van de ambities uit de (herijkte) Strategische Toekomstvisie 2030. Hierbij benadrukken wij dat promotie alléén de ambities niet verwezenlijkt. De belangrijkste bijdrage daaraan is het resultaat van het gevoerde economisch, ruimtelijk en recreatief beleid van de gemeente. Promotionele activiteiten zijn ondersteunend hieraan.

We zetten promotie in om:

- Bekend te maken dat het in Beek goed wonen, werken, leren en leven is. De inzet van promotie levert een bijdrage aan de beleving van het prettig woonklimaat.
- De kracht van Beek als ondernemende gemeente met een luchthaven, een prettig ondernemersklimaat, hoogwaardige bedrijventerreinen en een gevarieerd winkelaanbod uit te dragen. Waarbij de inzet is om activiteiten van lokale ondernemers met promotie te ondersteunen.
- Deelname aan het verenigingsleven te stimuleren. Dat doen we onder meer door activiteiten en evenementen van de Beekse verenigingen bekend te maken.
- Lokale evenementen en activiteiten meer bekend te maken bij de eigen inwoners en inwoners van aangrenzende gemeenten. Daarbij ligt de focus op het promoten van cultuur, tradities en lokale historie.

Door lokale evenementen uit te dragen als typisch Beeks, wordt de Beekenaar trots op zijn leefomgeving wat bijdraagt aan het gemeenschapsgevoel in Beek dat sterk ontwikkeld is. Er ligt tevens een focus op het promoten en bekendmaken van sportactiviteiten en –evenementen.

- De Beekse parels te benutten met als doel om enerzijds de Beekenaar meer te laten genieten van de schoonheid en ontspanningsmogelijkheden van Beek en om anderzijds dagjesmensen kennis te laten maken met Beek.
- Het Beekse verhaal te vertellen. Hierop gaat de gemeente zich de komende jaren binnen en buiten Beek meer profileren.

### 12.1. Actiepunt

**Y.** Door middel van promotionele activiteiten zetten we Beek op de kaart als een gemeente waar het goed wonen, werken, leren, leven en recreëren is. Dit dragen wij uit onder de merknaam Belevend Beek. Primair richten wij ons op onze eigen inwoners, secundair op Zuid-Limburg en tertiair op de gehele provincie. Promotionele activiteiten dragen bij aan het realiseren van de ambities uit de Strategische Toekomstvisie 2030.



## 13. De gemeente Beek meet de effecten van communicatie en interactie en leert hiervan

Welke meerwaarde en bijdrage leveren de inspanningen van het taakveld communicatie aan het realiseren van onze organisatiedoelen? Accountability gaat over het afleggen van verantwoording hierover.

We zetten daarvoor onder meer de volgende middelen in:

- We meten en analyseren onze website en sociale mediakanalen.
- We analyseren klantreizen en verbeteren daarmee onze digitale dienstverlening.
- We meten het effect van en de tevredenheid over de gemeentelijke communicatie via de tweejaarlijkse Burgerpeiling.

### 13.1 Actiepunt

**Z.** We leggen in het vierde kwartaal van 2022 middels een midterm review verantwoording af aan het college over behaalde resultaten. De midterm review wordt ter kennisname voorgelegd aan de commissie Bestuurszaken.

# 14. Financiën

Het taakveld communicatie beschikt over een werkbudget van 62.000 euro per jaar.

## **Corporate communicatie**

Dit werkbudget is geoormerkt voor diverse corporate producties, promotionele activiteiten en gemeentelijke events. Het werkbudget wordt ingezet voor de realisatie van alle in dit communicatiebeleidsplan genoemde doelen en actiepunten (zie bijlage IV).

## **ICT**

De jaarlijkse kosten voor de website worden betaald uit het ICT-budget. Kosten in het kader van digitale toegankelijkheid en de doorontwikkeling van Beekipedia worden thans uit het werkbudget van communicatie gefinancierd.

## **Projectcommunicatie**

Specifieke communicatieactiviteiten in het kader van grote projecten en/of beleidsthema's komen ten laste van de exploitatiebudgetten van deze projecten.

## **Bijdragen lokale omroep en lokale media**

De jaarlijkse bijdragen aan Streekomroep Bie Os en de Nuutsbaeker worden uit de daarvoor bestemde budgetten betaald.

“Het belangrijkste  
in communicatie  
is te horen wat  
er niet gezegd  
wordt”

(Peter F. Drucker)

# Bijlage I: Passages uit beleidsdocumenten die richtinggevend zijn voor de Beekse communicatiestrategie

## **Uit collegeprogramma Samen doen veur Baek 2018-2022**

“Goede communicatie over het beleid en de uitvoering daarvan is van groot belang.”

“De gebruiksvriendelijkheid van de gemeentelijke website en de online dienstverlening wordt verbeterd.”

“Gemeentelijke informatie moet naast digitaal, ook geplaatst blijven in kranten, weekbladen en de Nuutsbaeker.”

“In Beek moet iedereen kunnen meedoen. Gewoon mee kunnen doen is de standaard. We gaan daarom verbindingen aan met inwoners, bedrijven, scholen, verenigingen en zorg- en welzijnsinstellingen.”

“In Beek zetten we mensen in hun kracht. Wat je zelf kunt doen, doe je zelf, wat we samen kunnen doen, doen we samen en wat je moet laten doen, wordt opgepakt door derden.”

“De gemeente Beek is een duurzame gemeente en heeft de ambitie om in 2030 energieneutraal te zijn. Hierin investeren we samen met onze inwoners. We willen inwoners, verenigingen, stichtingen en bedrijven actief informeren over de mogelijkheden om duurzaamheids- en energiebesparende maatregelen te treffen.”

“De transitie van de woningmarkt is de komende decennia een forse opgave voor de gemeente Beek. Deze opgave kan alleen in samenwerking met onze inwoners, makelaars, projectontwikkelaars en corporaties succesvol worden vervuld.”

“We werken mee aan initiatieven waar particulieren of buurtbewoners het beheer of eigendom van openbaar groen willen overnemen.”

“Burger!Kracht, waarbij initiatieven vanuit de gemeenschap worden gestimuleerd en ondersteund, zal worden voortgezet en geïntensiveerd. Dit wordt vooral bereikt door het netwerk rondom mensen in de buurten en wijken te versterken en met elkaar te verbinden. “

## **Uit Dienstverleningsvisie Gemeente Beek**

"In onze dienstverlening zetten we de beleefwereld van onze inwoners centraal en veel minder de systeemwereld van de overheid met zijn procedures, regels en beleidsinstrumenten. Wij gaan uit van wat wel kan, zonder daarbij de grenzen die wij als overheid moeten bewaken los te laten."

"Wij zoeken burgers en bedrijven persoonlijk op als dit leidt tot een beter resultaat."

"Wij zorgen proactief voor tijdige informatie en volledige vragen op antwoorden binnen gestelde termijnen."

"Inwoners kiezen zelf hoe, waar en wanneer zij contact met ons zoeken. Het is mogelijk om 24/7 zaken te doen."

In ons dienstverleningsconcept committeren wij ons aan de volgende communicatiemiddelen en -kanalen:

- Balie
- Telefoon
- Face-to-face (afspraak)
- Toptaken website
- Facebook
- Brief
- E-mail

Communicatiemiddelen en -kanalen die hieraan mogelijk kunnen worden toegevoegd zijn:

- Chatfunctie voor specifieke producten
- Sociale media als WhatsApp en FaceTime (videobellen).

## **Uit Burgerpeiling 2019**

"De wijze waarop de gemeente inwoners betreft wordt gewaardeerd met een 6,5. Dit is lager dan in 2017 toen werd een 6,7 gegeven."

"De gemeentelijke communicatie wordt gewaardeerd met een 6,8. Dit is lager dan in 2017. Toen kreeg de gemeente een 7,1."

"97 procent van de respondenten vindt dat er voldoende manieren zijn om contact op te nemen met de gemeente."

"De wijze waarop men het liefst informatie ontvangt:

- 33% e-mail
- 48% brief
- 7% via de website van de gemeente.

Producten en diensten vraagt men het liefst digitaal aan."

## **Uit Herijkte Strategische Toekomstvisie 2030 Gemeente Beek**

"Beek is een strategisch gelegen werk- en woongemeente met een bijzondere combinatie van stedelijke en landelijke kwaliteiten die worden gekoesterd en bijdragen aan een hoge brede welvaart."

"Met continuering van inzet op Burger!Kracht kiest Beek voor meer zelfwerkzaamheid en zelfredzaamheid van inwoners, verenigingen en buurten in combinatie met een meer faciliterende rol van de gemeente. Dit wil Beek bereiken zonder dat mensen buiten de boot (dreigen te) vallen."

"Inwoners worden gestimuleerd en gefaciliteerd om actief mee te doen in de samenleving."

"Het verenigingsleven blijft belangrijk voor de vitaliteit van de gemeenschap en de sociale cohesie."

"Sportontwikkelingen in het bijzonder op het gebied van gehandicapten, chronisch zieken en senioren worden gestimuleerd."

"Sport in De Haamen blijft belangrijk, maar de nadruk komt meer te liggen op ongebonden sporten in en om Beek zoals fietsten, wandelen, mountainbiken en hardlopen."

"Beek werkt intensief samen in de regio."

"Beekenaren, bedrijven en maatschappelijke partners hebben ook een verantwoordelijkheid in de verduurzaming en vergroening van Beek. De gemeente gaat alle doelgroepen hier doorlopend op bevragen en aanspreken."

"De openbare ruimte in wijken en kernen wordt vergaand vergroend en meer ingericht voor ontmoeting, spelen, ontspanning, recreatie en sport."

"Het landelijk karakter van de het buitengebied wordt behouden en versterkt."

"Beek wil bedrijvigheid en het ondernemers-klimaat actief stimuleren."

"Het is belangrijk dat de economische belangen voor de regio en de leefbaarheid in de gemeente Beek in balans zijn."

"Het woon- en leefklimaat wordt zodanig versterkt dat dit voor alle leeftijdsgroepen en voor zowel huidige als nieuwe inwoners aantrekkelijk is, waarbij kwaliteit boven kwantiteit gaat en groen in de leefomgeving een belangrijk uitgangspunt is."

"De Beekse parels gaat de gemeente meer benutten. Dit heeft als doel om enerzijds de Beekenaren meer te laten genieten van de schoonheid en ontspanningsmogelijkheden van Beek en anderzijds om dagjesmensen kennis te laten maken met Beek. Geen grootschalige recreatievoorzieningen in Beek maar uitsluitend kleinschalige dag-recreatieve voorzieningen worden gefaciliteerd."

"Beek heeft een eigen cultuur en verhaal. Hierop wil de gemeente zich de komende jaren meer gaan profileren en dit delen binnen en buiten Beek."

# Bijlage II: Contentstrategie Gemeente Beek

## **Contentstrategie mei 2021 – mei 2022**

De gemeente Beek ontwikkelt vanaf 2021 elk jaar een contentstrategie in de vorm van een infographic. In de contentstrategie die geldt van mei 2021 tot mei 2022 worden vier thema's uitgelicht. Op deze thema's gaat de gemeente Beek actiever en intensiever communiceren. Voor deze belangrijke thema's creëert de gemeente eigen content in de vorm van artikelen, foto's en video's. Aan elk thema is een centrale boodschap gekoppeld. De contentstrategie geeft houvast en dient als inspiratiedocument voor team communicatie van de gemeente Beek. Daarnaast kan het ook als een gespreksdocument dienen voor interne overleggen met portefeuillehouders en collega's.

# contentstrategie mei 2021 - mei 2022

1. Social Media
2. Website
3. Nieuwsbrieven
4. Belevend Beek magazine
5. E-Nieuwsbrief



**BELEVEND BEEK PROMOTIE**

- # ACTIVITEITEN
- # BUITENGEBOED
- # CULTUUR
- # EVENEMENTEN

1 4 5 6 7 9



**ONDERNEMEND BEEK**

- # BEDRIJVENTERREINEN
- # BRILLIANTBUSINESS
- # CENTRUMVISIE
- # GWS
- # MKB
- # MULTINATIONALS
- # ZZP

1 2 3 4 5 7 9



**VITAAL BEEK**

- # BEEKSAMEN/SAMENBEK
- # MENTALEGEZONDHEID
- # VRIJWILLIGERSWERK

1 2 3 5 9



**BURGERKRACHT**

- # DASLIEFBEK
- # SAMENDOEN
- # STEUNLOKAAL / KOOPLOKAAL

1 2 3 5 7 9



**STEUNMAATREGELEN & REGELINGEN**

- # HERSTELPLANBEK
- # LANDELIJKE REGELINGEN
- # REGIONALE REGELINGEN

1 2 5 9

**"SAMEN GAAN WE ERVOOR!"**

**BEK NA CORONA**



**VEILIG BEK**



**"EEN VEILIGE LEEFOMGEVING VOOR IEDEREEN!"**

**WEEK VAN DE VEILIGHEID**

- # CYBERSECURITY
- # INBRAAKPREVENTIE
- # MAAKHETZEMETTEGEMAKKELIJK
- # VEILIGHEIDSKRANT
- # WUKSCHOUW
- # WITTEVOETESACTIE

1 3 5 7 8

**SOCIALE VEILIGHEID**



- # ANTIDISCRIMINATIEPUNT
- # OUDERENMISHANDELING
- # SENIORVRIENDELIJKEGEMEENTE
- # WEEKVANRESPECT
- # WHATSAPBUURTREVENTIE
- # WUKAGENT
- # WUKBUS

1 2 3 5 9

**RISICO - COMMUNICATIE CHEMELOT**



- # ALDESIRENEGAAT
- # BURGERNET
- # METERKASTKAART
- # SAMENREDZAAM

1 2 3 5

**VERKEERSVEILIGHEID**



- # GLADHEIDSPROTOCOL
- # VERKEERSEXAMEN
- # WEERNAARSCHOOL
- # ZETJELICHTAAN

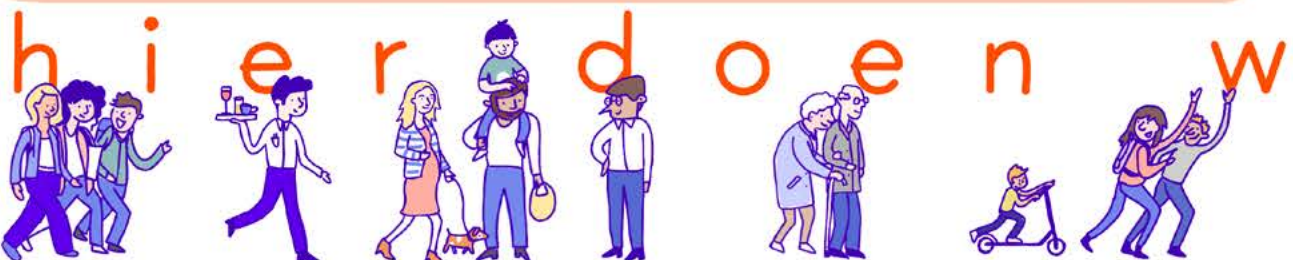
1 2 3 5 7 9

**AANPAK ONDERMUNING**



- # AANPAKDRUGSCRIMINALITEIT
- # AANPAKHENNEPTEELT
- # AANPAKSPOOKBEDRIJVEN
- # BLIJFALERT
- # MELDMISDAADAANONIEM
- # SAMENVOREENVEILIGEBUURT

1 2 3 5 8



6. LICHTKRANTEN

7. Foto, video, film & vlog

8. Perscommunicatie & woordvoering

9. INTRANET

10. BYEENKOMST BEWONERS

**DUURZAAM BEEK**

"EEN BETER KLIMAAT BEGINT IN BEEK!"

# GROENBELEVENDBEEK  
# LEVENSBOMENBOS  
# SAMENDOEN

GROEN BELEIDPLAN 1 2 3 5 9

# CO2REDUCTIE  
# DUURZAMEWONINGBOUW  
# SAMENDOEN  
# ZONNE-ENERGIE

'DE KNOP OM' ENERGIE-NEUTRAAL IN 2050 1 2 3 5 8

# CO2REDUCTIE  
# DUURZAMEWARMTE  
# SAMENDOEN

HET GROENE NET 1 2 3 5

# 30KGIN2030  
# AFVALSCHEIPEN  
# CO2REDUCTIE  
# SAMENDOEN

VAN AFVAL NAAR GRONDSTOF! 1 2 3 5 8 9

# ENERGIEKETIMBURG  
# GROENELEGES

DUURZAAMHEIDSGELEGENHEIDEN VOOR INWONERS EN BEDRIJVEN 1 2 3 5

# KEUTELBEEK  
# STEENRUITGROENERIJ  
# WATERKLAAR

AANPAK WATEROVERLAST EN DROOGTE 1 2 3 5 8 9 10

**BEEK VOOR IEDEREEN**

"IN BEEK DOET/TEL IEDEREEN MEE!"

# INBEEKVOORIEDEREEN  
# EENGESCHIKTEWONING

WOONVISIE TRANSFORMATIE WONINGMARKT 1 2 3 5 8 9 10

# BREEDTESPORT  
# IEDEREENKANSporten (IKS)  
# TRAININGSCENTRUM  
# AANGEPASTSPORTEN (TAS)  
# VERENIGINGEN

SPORTLANDGOED DE HAAMEN 1 2 3 4 5 6 8

# ASTATHEATER  
# BMVSPAUBEEK  
# GENHOUTVOORGEK

BURGERKRACHT 1 2 3 4 5 7 8 9

# EENTEGEENZAAMHEID.NL  
# KBOLIMBURG.NL  
# SAMENTEGEENZAAMHEID

REGIONALE AANPAK EENZAAMHEID 1 2 3 5 9

# ACTIVITEITENVOORJONGEN  
# VOLWASSENEN  
# BEEKLOKAALAKKOORD  
# BEEKSAMEN/SAMENBEEK  
# ONDERSTEUNINGVERENIGINGEN  
# SPORTPASBEEK

NJOY N-30Y 1 2 3 4 5 6 8 9

# JONGERENRAAD  
# KIDSCOOLMAGAZINE  
# KINDERBURGEMEESTER  
# OPGROEIENIN046

JEUGD EN JONGEREN 1 2 3 5 8 9

# BEEKVOORIEDEREEN  
# ISHETB1

(DIGITALE) TOEGANKELIJKHEID 1 2 3 5 9 10



# Bijlage III: Mediamiddelenmix van de Gemeente Beek

De Gemeente Beek zet in op een mediamiddelenmix met een balans in on- en offline middelen om haar doelstellingen te bereiken. De verschillende middelen staan zelden op zichzelf, ze versterken en ondersteunen elkaar. We hebben daarbij ook oog voor moeilijk bereikbare en kwetsbare groepen.

| Middel                        | On/online                                          | Doelstelling                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | PESO *                                             |
|-------------------------------|----------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|
| <b>Belevend Beek Magazine</b> | Offline (print) en online (website, sociale media) | <p>Promotie/ Informeren</p> <p>Storytelling / Beeldtaal</p> <p>Het verbinden van inwoners. Lokale kracht zichtbaar maken.</p> <p>Verhalen vertellen van inwoners, bedrijven, verenigingen en de gemeente.</p> <p>Stimuleren en faciliteren van ontmoeting tussen inwoners, bedrijven, instellingen, verenigingen en gemeente.</p> <p>Werken aan relatie gemeente/inwoners/ bezoekers.</p> <p>Bouwen aan vertrouwen.</p> <p>Reputatie gemeente versterken.</p> | <p><i>Owned</i> media (twee uitgaves per jaar)</p> |

|                                                                                          |                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                      |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Middel</b><br><b>Magazines van derden (Chapeau, Navenant, Quant)</b>                  | <b>On/offline</b><br>Offline (print) en online (website, sociale media) | <b>Doelstelling</b><br>Informeren/ Storytelling<br>Beeldtaal / Promotie<br><br>Het verbinden van inwoners. Lokale kracht zichtbaar maken.<br><br>Verhalen over gemeente vertellen.<br><br>Werken aan relatie gemeente/inwoners/ bezoekers.<br><br>Bouwen aan vertrouwen.<br><br>Reputatie gemeente versterken.                   | <b>PESO *</b><br><i>Paid media</i>                                                                                   |
| <b>Regionale en lokale media (krant, h-a-h bladen, vakbladen, online platforms etc.)</b> | Offline (print) en online                                               | Informeren / Storytelling<br>Beeldtaal<br><br>Verspreiden van lokaal nieuws (gemeentelijke projecten, culturele evenementen, bewoner-bijeenkomsten, (raads)-vergaderingen etc) .<br><br>Vertellen van verhalen.<br><br>Werken aan relatie gemeente/inwoners.<br><br>Bouwen aan vertrouwen.<br><br>Reputatie gemeente versterken. | <i>Earned media</i> (persberichten, woord-voerderschap)<br><br><i>Paid media</i> (advertenties, waaronder vacatures) |

|                                                                   |                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                  |
|-------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| <b>Middel</b><br><b>Gemeentegids /</b><br><b>Gemeentekalender</b> | <b>On/offline</b><br>Offline (print,<br>huis-aan-huis) | <b>Doelstelling</b><br>Informereren<br><br>Informatie over gemeente,<br>bedrijven, organisaties<br>en verenigingen in Beek.                                                                                                                                                                               | <b>PESO *</b><br><i>Owned en Earned</i><br>media |
| <b>Brieven</b>                                                    | Offline                                                | Informereren<br><br>Inwoners voorzien<br>van informatie.                                                                                                                                                                                                                                                  | n.v.t.                                           |
| <b>(Bewoners)-<br/>bijeenkomsten</b>                              | Offline                                                | Informereren / Dialoog<br><br>In gesprek met inwoners<br>over relevante zaken in<br>hun buurt, bouwprojecten,<br>veranderingen in de<br>openbare ruimte etc.<br><br>Werken aan relatie<br>gemeente/inwoners.<br><br>Bouwen aan vertrouwen.<br><br>Reputatie gemeente<br>versterken.                       | n.v.t.                                           |
| <b>Website gemeente</b>                                           | Online                                                 | Informereren/<br>Dienstverlening<br><br>Het zo gemakkelijk<br>mogelijk maken voor<br>inwoners om<br>gemeentelijke informatie<br>te vinden en diensten<br>en producten af te nemen.<br><br>Werken aan relatie<br>gemeente/inwoners.<br><br>Bouwen aan vertrouwen.<br><br>Reputatie gemeente<br>versterken. | <i>Owned media</i>                               |

| Middel                            | On/online | Doelstelling                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | PESO *                                         |
|-----------------------------------|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|
| Online nieuwsbrieven              | Online    | <p>Informereren / Beeldtaal</p> <p>Relevant nieuws voor inwoners op het gebied van bijvoorbeeld duurzaamheid, (bouw)-projecten, evenementen, maatschappelijke initiatieven en activiteiten.</p>                                                                                                                                                                                                                                                             | Owned media                                    |
| Facebook account<br>Gemeente Beek | Online    | <p>Dialogoog / Informeren / Beeldtaal / Promotie / Verbinden (wat speelt er?)</p> <p>Het delen en verspreiden van lokaal nieuws.</p> <p>Campagne voeren als bekendheid nodig is, bijvoorbeeld ikv publieksvoorlichting, wegwerkzaamheden, grote bouwprojecten, vacatures.</p> <p>Werken aan relatie gemeente en inwoners.</p> <p>Verkleinen kloof ambtelijke organisatie en burger.</p> <p>Bouwen aan vertrouwen.</p> <p>Reputatie gemeente versterken.</p> | Earned, Shared, Owned en Paid (promotie) media |

| Middel                            | On/online | Doelstelling                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | PESO *                                                |
|-----------------------------------|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| Facebook account<br>Belevend Beek | Online    | <p>Dialogo / Informeren<br/>Beeldtaal / Promotie /<br/>Verbinden (wat speelt er?)</p> <p>Het delen en verspreiden van nieuws op het gebied van evenementen en verenigingen. Maar is ook het kanaal voor de online campagnes van het Belevend Beek Magazine.</p> <p>Vertellen van Beekse verhalen.</p> <p>Elkaar beter leren kennen.</p> <p>Stimuleren van on- en offline ontmoeting.</p> <p>Reputatie gemeente versterken door middel van promotionele activiteiten.</p> | <i>Earned, Shared, Owned en Paid</i> (promotie) media |

|                                                          |        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                    |
|----------------------------------------------------------|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|
| Facebook accounts college van burgemeester en wethouders | Online | <p>Dialogo / Informeren / Beeldtaal / Verbinden</p> <p>Bestuurlijke accounts geven een kijkje in de keuken van het Beekse bestuur en bieden inwoners de mogelijkheid om het Beekse bestuur beter te leren kennen.</p> <p>Werken aan relatie bestuur en inwoners.</p> <p>Verkleinen kloof bestuur en burger.</p> <p>Versterken reputatie Beeks bestuur.</p> | <i>Earned, Shared, Owned</i> media |
|----------------------------------------------------------|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|

|                                 |                             |                                                                                                                                                                                               |                                             |
|---------------------------------|-----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|
| <b>Middel</b><br><b>YouTube</b> | <b>On/offline</b><br>Online | <b>Doelstelling</b><br>Informeren / Promotie / Beeldtaal (uitermate geschikt middel voor het bereiken van laaggeletterden).<br><br>Het delen van video.<br><br>Versterken reputatie gemeente. | <b>PESO *</b><br><i>Shared, Owned media</i> |
|---------------------------------|-----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|

|                 |        |                                                                                                                                                                                                                          |                            |
|-----------------|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
| <b>Linkedin</b> | Online | Informeren / Dialoog<br><br>Het presenteren van de gemeente Beek als aantrekkelijke werkgever.<br><br>Vacatures plaatsen.<br><br>Versterken reputatie gemeente.<br><br>Gemeente profileren als aantrekkelijke werkgever. | <i>Shared, Owned media</i> |
|-----------------|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|

|                                                   |        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                            |
|---------------------------------------------------|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
| <b>Instagram</b><br><b>(nieuw te ontwikkelen)</b> | Online | Dialoog / Informeren / Beeldtaal / Verbinden (wat speelt er?)<br><br>Het delen van relevante en beelden en content over de gemeente Beek.<br><br>Instagram is vooral geschikt voor communiceren in beeldtaal met jongeren.<br><br>Werken aan relatie gemeente en (jonge) inwoners.<br><br>Verkleinen kloof ambtelijke organisatie en inwoners.<br><br>Bouwen aan vertrouwen.<br><br>Reputatie gemeente versterken. | <i>Shared, Owned media</i> |
|---------------------------------------------------|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|

# Bijlage IV:

## Actiepunten 2021 - 2024



**A.** Onze collega's krijgen handvatten en instrumenten aangeboden die hen helpen en ondersteunen bij het verbeteren van de communicatievaardigheden die nodig zijn om mee vorm te geven aan het omgevingsbewustzijn van de organisatie. Voor uitvoering van dit actiepunt is samenwerking met Personeel en Organisatie noodzakelijk.



**B.** Wij communiceren royaal over ervaringen en resultaten in Burger!Kracht-projecten. Zo zorgen wij ervoor dat de Gemeente Beek een lerende organisatie is en dat collega's het wiel niet opnieuw hoeven uit te vinden. Dit actiepunt voeren wij uit binnen de kaders van onze visie op organisatieontwikkeling.



**C.** Wij stellen een plan van aanpak op voor de wijze waarop persoonlijke ontmoetingen tussen bestuurders, ambtenaren, inwoners, bedrijven en organisatie gestructureerd kunnen plaatsvinden. Dat moet leiden tot vaste, herkenbare momenten waarop inwoners, gemeente en partners elkaar ontmoeten en in gesprek gaan over plannen voor hun directe leefomgeving.



**D.** De website staat centraal. De Gemeente Beek streeft naar optimale publieksvoorlichting en online dienstverlening aan inwoners via [www.gemeentebeek.nl](http://www.gemeentebeek.nl). Het belang van excellente online dienstverlening neemt toe. Inwoners verwachten dat zij hun gemeente 24/7 kunnen bereiken, hun zaken snel digitaal kunnen regelen en afnemen en willen daarbij het liefst een persoonlijke klantervaring. Wij stellen een plan van aanpak op om de online dienstverlening van de gemeente Beek te verbeteren en up-to-date te houden. Dit doen wij op basis van de uitgangspunten uit ons dienstverleningsconcept en in samenwerking met ICT, Informatiebeveiliging en Publiekszaken.



**E.** Wij monitoren en verbeteren onze website zodat deze blijft functioneren als een toptakenwebsite. Dit doen wij onder meer door geregeld onze statistieken te raadplegen en via de homepage van onze website informatie, producten en diensten aan te bieden waarvoor mensen de website het vaakst bezoeken.



**F.** Wij stellen een plan van aanpak op om te komen tot een slagvaardiger en efficiënter gebruik van Beekipedia met als doel: meer kennisdeling, efficiënter samenwerken en het delen van successen. Dit doen wij binnen de kaders van onze organisatieontwikkeling en in samenwerking met Personeel en Organisatie.



**G.** Wij werken continu aan de toegankelijkheid van onze online platforms. Dit doen wij om te voldoen aan de toegankelijkheidseisen die de wet aan ons stelt. Daar waar mogelijk zetten wij een stap extra. Wij vragen tweejaarlijks feedback aan Beekse belangenorganisaties over onze voortgang en voeren waar mogelijk, en in overleg met ICT en onze leverancier, verbeteringen door.



**H.** Waar onze inwoners zijn, daar zijn wij ook. Veel inwoners zijn actief op sociale mediaplatforms. Zij stellen niet alleen vragen via sociale media, maar willen er ook hun mening delen over zaken die hen persoonlijk raken. En ze verwachten een reactie terug. Hier sluit de gemeente bij aan door ook zelf actief op sociale media aanwezig te zijn, laagdrempelig te luisteren en de dialoog aan te gaan.



**I.** Inwoners die via sociale media vragen stellen aan de gemeente krijgen op werkdagen binnen 24 uur een reactie terug. Webcare gaat nadrukkelijker onderdeel uitmaken van de dagelijkse communicatie-activiteiten van het taakveld communicatie.



**J.** Wij voegen Instagram toe aan onze mediamiddelenmix. De gemeente Beek wil meeren vaker aansluiten bij de belevingswereld van jongeren, daarom voegen we Instagram toe aan onze mediamiddelenmix. Onze communicatieactiviteiten zijn erop gericht om in 2024, 1500 volgers op Instagram te hebben.



**K.** De Gemeente Beek benut de mogelijkheden van Facebook en Instagram optimaal en volgt de ontwikkelingen binnen deze platforms op de voet.



**L.** De Gemeente Beek volgt ontwikkelingen en trends op het gebied van sociale media op de voet, waaronder WhatsApp for business. In het kader van ons herijkte dienstverleningsconcept zal worden bekeken of WhatsApp van toegevoegde waarde kan zijn als dienstverleningskanaal voor de gemeente Beek.



**M.** Sinds november 2018 beschikt de gemeente over een zakelijk Facebookaccount met inmiddels bijna 1900 trouwe volgers. Daarmee heeft de gemeente een groot bereik, maar bovenal een hoge mate van betrokkenheid gerealiseerd in de Beekse gemeenschap. Onze communicatieactiviteiten zijn erop gericht om in 2024, 4000 volgers te hebben (1/4 van de Beekse bevolking).



**N.** Ook het Facebookaccount van Belevend Beek heeft met bijna 5400 volgers een groot bereik. De kanttekening die we hierbij moeten maken is dat de betrokkenheid bij dit account fors is gedaald na het intrekken van het marketingbeleid. Onze communicatieactiviteiten zijn erop gericht om in 2024 het aantal volgers te behouden.



**O.** Ook ons college van burgemeester en wethouders is actief op sociale media. Alle bestuurders beschikken over een zakelijk Facebookaccount en sommigen hebben ook een Instagramaccount. Omdat alles wat op deze platforms wordt gedeeld, bijdraagt aan de beeldvorming over de gemeente (en haar bestuur), organiseert het taakveld communicatie tweejaarlijks een social media-workshop voor het college. Met als doel te leren over trends en ontwikkelingen, de betekenis en kansen voor (bestuurlijke) profilering en uiteraard de do's en don'ts.



**P.** Wij stellen in 2021/2022 een plan van aanpak op met als doel meer inzicht te krijgen in de behoeftes, motieven en drijfveren van onze inwoners. De uitwerking van het plan van aanpak stelt het taakveld communicatie in staat om vorm te geven aan leefstijlgerichte communicatie en zodoende beter aan te sluiten bij de belevingswereld van onze inwoners.



**Q.** Kennis over leefstijlgerichte communicatie wordt organisatie breed gedeeld, zodat collega's er in hun (Burger!Kracht) projecten mee aan de slag kunnen. Hiermee dragen we bij aan het communicatiever maken van de organisatie. Dit actiepunt voeren wij uit binnen de kaders van onze organisatieontwikkeling en in samenwerking met Personeel en Organisatie.



**R.** Wij passen leefstijlgericht communiceren waar mogelijk toe in onze ondersteuning en advisering van het bestuur. Kennis over de drijfveren van inwoners kunnen ook het bestuur van de Gemeente Beek helpen bij adequate, efficiënte en verbindende communicatie met inwoners.



**S.** In onze contentstrategie (zie hoofdstuk 9) zetten wij in op storytelling.



**T.** Een eenvoudige, goed te begrijpen schrijfstijl op B1-taalniveau wordt explicieter onderdeel van onze huisstijl. Medewerkers worden gefaciliteerd in het goed toepassen hiervan.



**U.** In onze contentstrategie gaan we meer gebruik maken van beeldende communicatie in de vorm van fotografie, video, film, illustraties.



**V.** We investeren (pro)actief in onze relatie met pers en media. De gemeente Beek beschikt over een uitgebreid medianetwerk. Dit netwerk kenmerkt zich door goede zakelijke relaties die door de jaren heen zijn opgebouwd. De Gemeente Beek communiceert open en eerlijk met vertegenwoordigers van pers en media. De Gemeente Beek communiceert (pro)actief over (beleids)successen, maar vindt er ook geen doekjes om als dingen niet goed zijn gegaan. Daar waar mogelijk genereren we free publicity.



**W.** Wij stellen jaarlijks een contentstrategie op met als doel betekenisvolle content te creëren die bijdraagt aan het realiseren van de doelstellingen in het coalitieakkoord. Wij visualiseren onze contentstrategie jaarlijks in een infographic en delen deze met de interne organisatie. (zie bijlage II: Contentstrategie Gemeente Beek)



**X.** De Gemeente Beek zet in op een media- en communicatiemiddelenmix met een balans in on- en offline om haar doelstellingen te bereiken. De verschillende middelen staan zelden op zichzelf, ze versterken en ondersteunen elkaar. We hebben daarbij oog voor moeilijk bereikbare en kwetsbare groepen. (zie bijlage III: Mediamiddelenmix Gemeente Beek)



**Y.** Door middel van promotionele activiteiten zetten we Beek op de kaart als een gemeente waar het goed wonen, werken, leren, leven en recreëren is. Dit dragen wij uit onder de merknaam Belevend Beek. Primair richten wij ons op onze eigen inwoners, secundair op Zuid-Limburg en tertiair op de gehele provincie. Promotionele activiteiten dragen bij aan het realiseren van de ambities uit de Strategische Toekomstvisie 2030.



**Z.** We leggen in het vierde kwartaal van 2022 middels een midterm review verantwoording af aan het college over behaalde resultaten. De midterm review wordt ter kennisname voorgelegd aan de commissie Bestuurszaken.

[www.gemeentebEEK.nl](http://www.gemeentebEEK.nl)

