

Communicatieplan Centrumvisie Beilen

OPDRACHTGEVER gemeente Midden Drenthe

PROJECTNUMMER XX XX

BEILEN 11 september 2017

Inhoudsopgave

1 Inleiding	3
1.1 algemeen	3
1.2 Geschiedenis	3
1.3 Doelstelling van de communicatie	4
2 Doelgroepen	5
2.1 Doelgroepen	5
2.2 Krachtenveldanalyse	5
3 Communicatiemomenten en middelen	8
3.1 Algemeen	8
3.2 Communicatiemiddelen	8
3.3 Communicatie per doelgroep	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
3.4 Communicatiekalender	10
3.5 Kosten	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.

1 Inleiding

1.1 algemeen

Het college van B&W heeft besloten om een visie op te stellen voor het Centrum van Beilen alsmede een uitvoeringsprogramma. Dit mede om in aanmerking te komen voor een bijdrage uit het Binnenstadfonds van de provincie Drenthe.

Om deze visie op te stellen zijn een aantal stappen voorzien, te weten:



In het proces om te komen tot de visie en het uitvoeringsprogramma is de communicatie van wezenlijk belang. Voorliggende communicatieplan geeft een uitwerking van de manier waarop dat dit in proces wordt voorzien.

1.2 Geschiedenis

In 2014 is de gemeente samen met Stichting Ondernemersfonds Centrum Beilen gestart met het werken aan een toekomstbestendig Centrum Beilen.

Het resultaat van dit proces was een analyse van het centrum van Beilen met een projectenmap (Broekhuis Rijs Advisering, najaar 2014)> In 2015 zijn verschillende projecten uit de map opgepakt. Eind 2015 kwam er door het gebrek aan draagvlak voor een verlenging van de BIZ een pauze op de acties. Eind 2016 is er een succesvolle draagvlakmeting geweest en daarmee is er voor de komende jaren een nieuwe BIZ.

Hiermee is er ook weer hernieuwd draagvlak bij de ondernemers om met de (nieuwe) centrumvisie aan de slag te gaan. In genoemd proces uit 2014 is intensief overleg geweest met de ondernemers en enkele vastgoedeigenaren. Andere actoren zijn destijds niet bij het proces betrokken.

1.3 Doelstelling van de communicatie

Doel van het proces is om te komen tot een breed gedragen ruimtelijke visie voor het centrum van Beilen, die richting geeft voor de toekomst.

Het communicatie- en participatieproces is er niet alleen op gericht om te informeren, maar ook informatie, ideeën, voorstellen etc op te halen en mee te nemen in de visie alsmede partijen te enthousiasmeren om in het vervolgproces met concrete projecten aan de slag te gaan (zie onderstaande participatieladder). In voorliggend proces is het de insteek om met de verschillende betrokken partijen in coproductie tot de centrumvisie te komen.



Het participatieproces is er op gericht om informatie te krijgen vanuit de samenleving gericht op de volgende vraagstukken:

1. Wat is het DNA (het onderscheidend vermogen) van Beilen?
2. Wat zijn de sterke en minder sterke punten van het centrum van Beilen?
3. Wat zijn de belangrijkste vraagstukken voor het centrum van Beilen?
4. Welke projecten en/of activiteiten kunnen uitgevoerd worden als antwoord op deze vraagstukken?

Bij de verschillende doelgroepen zal het accent anders kunnen liggen.

2 Doelgroepen

2.1 Doelgroepen

Voor de centrumvisie Beilen kunnen de volgende doelgroepen worden benoemd.

Intern:

1. College van B&W
2. Gemeenteraad
3. Medewerkers van de gemeente

Extern:

1. Stichting Ondernemersfonds Centrum Beilen (SOCB)
2. Ondernemers in het centrum
3. Vastgoedeigenaren
4. Bewoners van het centrum
5. Bewoners buiten het centrum
6. Bezoekers
7. Werkgevers in en rondom het centrum (o.a. politie, Friesland Campina, Jumbo, GGZ)
8. Provincie Drenthe
9. VTRB (Vereniging Toeristische Recreatieve Belangen)
10. Stichting beleef Beilen
11. Klantenpanel
12. Woningbouwcorporaties (Actium, Woonservice)

2.2 Krachtenveldanalyse

Ten behoeve van de communicatie is het van belang om van de verschillende doelgroepen te bepalen wat het belang van elk van de partijen is (krachtenveld-analyse) en de mate van invloed. Een manier om dat te doen is door middel van de factor C systematiek.

Het krachtenveld van een opgave wordt bepaald door *a. de belangen* van de verschillende actoren en door *b. de relatie/het vertrouwen* die/dat de actor heeft met/in de gemeente.

Iedere geïnventariseerde actor krijgt een positie in bovenstaand krachtenveld zodat duidelijk is of het een 'vriend, tegenstander, coalitiepartner of opponent' is. 'Vrienden' vragen in de communicatie een andere benadering dan 'opponenten' (zie figuur 2.1).

Vooralsnog wordt er vanuit gegaan dat de belangen van de verschillende betrokken partijen gedeeld zijn en partijen derhalve gezien kunnen worden als vrienden/coalitiepartners.

Dit kan anders worden wanneer bij de voorbereiding en uitvoering van projecten, die straks worden opgenomen in het uitvoeringsprogramma.



figuur 2.1, krachtenveld analyse

Van iedere doelgroep kan de plaats bepaald worden in onderstaande ringen van invloed: is het een toekomstige gebruiker? Moet deze meedenken (ring 3) of meebeslissen (ring 1). Door het plaatsen van de actoren binnen deze ringen wordt hun positie nog duidelijker en kunnen de communicatie-boodschappen en activiteiten aansluiten op deze positie (zie figuur 2.2)



Figuur 2.2., ringen van invloed

In onderstaande tabel is dit voor de verschillende doelgroepen uitgewerkt.

Doelgroep	Ring van invloed
College van B&W	Beslisser (1)
Gemeenteraad	Beslisser (1)
Medewerkers van de gemeente	Beïnvloeders (2,3,4)
SOCB	Beïnvloeders (2,3,4)
Ondernemers in het centrum	Gebruikers/afnemers (2,3,4)
Vastgoedeigenaren	Gebruikers/afnemers (2,3,4)
Bewoners buiten het centrum	Beïnvloeders (2,3,4)
Bewoners binnen het centrum	Beïnvloeders (2,3,4)
Bezoekers	Beïnvloeders (3,4)
Werkgevers centrum en omgeving	Beïnvloeders (3,4)
Provincie Drenthe	Beslissers (1,2,3,4)
VTRB	Beïnvloeders (2,3,4)
Stichting beleef Beilen	Beïnvloeders (2,3,4)
Klantenpanel	Beïnvloeders (2,3,4)
Woningbouwcorporaties	Gebruikers/afnemers (2,3,4)

3 Communicatiemomenten en middelen

3.1 Algemeen

Het is van belang dat gedurende het gehele proces op een transparante manier gecommuniceerd wordt met de verschillende doelgroepen en op een creatieve en inspirerende manier het participatietraject wordt ingevuld.

Stap 1 van het proces, het ophalen en inventariseren van de bestaande informatie, is een intern proces.

Van belang is dat in deze fase de doelgroepen geïnformeerd worden dat dit proces start.

Stap 2, het ophalen en bespreken van informatie bij doelgroepen, is de fase, waarin intensief gecommuniceerd wordt.

In stappen 3 en 4 worden de centrumvisie en de uitvoeringsagenda gemaakt. In deze fases is het van belang om terug te leggen, wat is opgehaald in stap 2.

3.2 Communicatiemiddelen

Ten behoeve van het informeren van de doelgroepen en het ophalen en bespreken van informatie/ideeën kunnen de volgende communicatiemiddelen worden ingezet:

1. Berichten in de krant van Midden Drenthe
2. Inzet van digitale media (website)
www.middendrenthe.nl/samenwerkenaanbeilen
3. Inzet van social media facebook, twitter, Instagram,
4. Berichten in gemeentelijke digitale nieuwsbrieven
5. Workshops, ontwerp sessies, rondetafelgesprekken
6. (centrale) bijeenkomsten
7. Centrumwandeling met Klantenpanel
8. Centrumwandeling met Raad
9. Centrumwandeling met doelgroepen zoals Beleef Beilen

Daarnaast is het de bedoeling om het leegstaand pand aan de Brinkstraat 3 in de periode van 13 tot en met 30 september tijdelijk in te richten en te gebruiken als informatiecentrum voor de op te stellen visie. Deze locatie zal ook gebruikt worden voor verschillende bijeenkomsten met de doelgroepen.

Vooralsnog zijn de openingstijden:

- Woensdag 13.00 – 17.00 uur
- Vrijdag 13.00 – 20.00 uur
- Zaterdag 10.00 – 13.00 uur.

Het informatiecentrum wordt bezet door medewerkers van de gemeente, die hier ook kunnen werken. Communicatie per doelgroep.

Doelgroep	Participatie	communicatiemiddel
Intern		
College van B&W	Informeren, raadplegen	BPO's en collegevoorstel(len)
Gemeenteraad	Informeren, raadplegen	Presentatie gemeenteraad en raadsvoorstel eventueel bij verdere uitwerking zitting in werkgroep
Medewerkers van de gemeente	Informeren, raadplegen	Intranet en lunchbijeenkomst
Extern		Allen: website, (social) media
SOCB	Informeren, raadplegen, adviseren, coproduceren	Centrumwandeling en bijeenkomsten
Ondernemers in het centrum	Informeren, raadplegen adviseren, coproduceren	Centrumwandeling en bijeenkomst
Vastgoedeigenaren	Informeren, raadplegen adviseren, coproduceren	Bijeenkomst
Bewoners buiten het centrum	Informeren raadplegen	Inloop in winkel
Bewoners binnen het centrum	Informeren, raadplegen adviseren, coproduceren	Brief, Bijeenkomst en inloop
Bezoekers	Informeren, raadplegen	Enquête, Inloop in winkel
Werkgevers centrum en omgeving	Informeren, raadplegen	Mail, eventueel bijeenkomst
Provincie Drenthe	Informeren, raadplegen	overleg
Klantenpanel	Informeren, raadplegen adviseren, coproduceren	Centrumwandeling en bijeenkomst
VTRB	Informeren, raadplegen adviseren, coproduceren	Bijeenkomst
Stichting beleef Beilen	Informeren, raadplegen adviseren, coproduceren	Bijeenkomst
Woningbouwcorporaties	Informeren, raadplegen adviseren, coproduceren	Centrumwandeling en bijeenkomst
	Terugkoppeling van het ophalen	

3.3 Communicatiekalender

In onderstaande tabel zijn de communicatie activiteiten ten behoeve van stap 2 opgenomen.

Wat	Wanneer	Wie
Inschakelen bureau voor enquête	juli	Nick
Uitvoeren enquêtes	augustus	I&O onderzoeksbureau
Lunchbijeenkomst medewerkers	11 september, 12.00 – 14.00 uur	Nick
Bijeenkomst Gemeenteraad	oktober	
Praattafel Jumbo	15 september 13.00 – 20.00 uur 20 september 13.00 – 18.00 uur	Matthijs Mulder / Nick
Bijeenkomst klantenpanel	22 september 19.00 uur	Miriam & Marco
Bijeenkomst vastgoedeigenaren en corporaties	21 september 15.00 – 17.00 uur	Nick & Marco
Bijeenkomst beleef Beilen, VTRB	21 september 19.30 – 21.30 uur	Nick & Marco
Bijeenkomst CCV, politie en brandweer	26 september 9.00 – 11.00 uur	Nick, Ruud & Marco
Bijeenkomst ondernemers	26 september 19.30 – 21.30 uur	Nick & Marco
Opening informatiecentrum Brinkstraat 3	Van 13 tot en met 30 september Woensdag 13.00 – 17.00 uur Vrijdag 13.00 – 20.00 uur Zaterdag 10.00 – 13.00 uur	Team ruimtelijk beleid
Werkgevers centrum en omgeving	In eerste instantie informeren via mail	Nick
Provincie Drenthe, ambtelijk overleg	Gedurende het proces	Nick

3.4 Kosten

De kosten voor de uitvoering van de communicatie worden gedekt vanuit het beschikbare budget voor de centrumvisie Beilen.