

Communicatieplan versie 16 september 2021



Inleiding

Deze notitie geeft op hoofdlijnen aan welke communicatiemiddelen de Boerderijen Stichting Achterhoek (BSA) kan inzetten om naamsbekendheid te krijgen en te behouden.

Website

De website bevat de alle vaste gegevens van de BSA, contact gegevens, documentatie van boerderijen, doelstellingen, projecten die onderhanden zijn en meer. De website is het visitekaartje van de BSA dus dient actueel en modern vormgegeven te zijn. Zoals ik al in eerdere mails heb aangegeven, kan ik tegen geringe kosten een website laten bouwen en beheren.

Nieuwsbrief

Periodiek kunnen we een nieuwsbrief uitzenden om donateurs, deelnemers aan de projecten en belangstellenden op de hoogte te houden van waar de BSA mee bezig is. Het doel is om de aandacht bij de doelgroep vast te houden.

Persberichten

Bij belangrijke nieuwsberichten, zoals de opstart van projecten en bereikte mijlpalen schrijven we persberichten of nodigen we de media uit om ons te interviewen. De belangrijkste media zijn De Gelderlander en Achterhoek Nieuws.

Facebook

Op een eigen Facebookpagina plaatst de BSA regelmatig berichten en nieuws om de doelgroep te informeren. Aan Instagram, Twitter en LinkedIn heb ik zelf geen behoefte, ik ben dus niet de doelgroep en weet niet hoe en voor wie we dit kunnen inzetten. Een valkuil bij Facebook is dat er bijna dagelijks nieuws nodig is, om de doelgroep vast te houden.

Stichting Agrarisch Erfgoed Nederland e.a.

De AEN fungeert als een overkoepelende organisatie voor zestien boerderijenstichtingen. Contacten worden onderhouden door de voorzitters. De AEN heeft haar eigen website en

communicatiekanalen. De BSA kan hier gebruik van maken. Is er een overlegstructuur? Verdere samenwerking met oudheidkundige verenigingen, de monumentencommissies, Gelders Genootschap, Erfgoed Gelderland en Bond Heemschut moet nader uitgewerkt worden.

Gemeentes

Via de nieuwsbrief kunnen we de gemeentes informeren over onze projecten. Daarnaast zijn er formele en informele contacten nodig om de aandacht van de gemeentes op ons werk te vestigen.

Luikenproject

Het luikenproject is tot nu toe het meest aansprekende project van de BSA. Voor dit project kunnen we alle bovengenoemde communicatiemiddelen inzetten.

De mooiste boerderij

Met een (periodieke) verkiezing van de mooiste boerderij van de Achterhoek kunnen we positieve aandacht voor boerderijen en de BSA bij het publiek verwerven. Dit zal projectmatig opgezet moeten worden waarbij vooral de criteria om te “winnen” goed vastgelegd moeten worden.

Fietsroutes

Fietsen en wandelen is erg populair. Door het uitzetten van fietsroutes langs boerderijen krijgen we voortdurend aandacht, het is dus zeer effectief. Voor het maken en onderhouden van fietsroutes is lokale kennis nodig van het wegennet en een format voor de beschrijvingen. Voor de Open Monumentendag heb ik een aantal routes langs de monumenten laten ontwikkelen, daar zijn we al twee jaar mee bezig en ze zijn nog niet afgerond. Het is specialistisch werk dat we moeten uitbesteden.

Seminars en congressen

Door het organiseren van bijeenkomsten kunnen we bepaalde thema's uitlichten en sprekers uitnodigen. Het huidige overheidsbeleid waarbij boeren worden gedwongen hun bedrijf te beëindigen is een actueel thema zijn dat op veel belangstelling kan rekenen.