



Communicatieplan 2021-2024

Stichting Boert Bewust



Door: **Lisanne Oskam, voorzitter Stichting Boert Bewust**
Chantal Bannink, bestuurslid communicatie & PR Stichting Boert Bewust

Wat staat er in dit plan?

1. Inleiding	3
2. Strategie	3
2.1 Wat willen we bereiken?	3
2.2 Kernboodschap en kernwaarden	4
2.3 Uitgangspunten	4
3. Doelgroepen	6
3.1 (Potentiële) deelnemers en streken	6
3.2 Partners en financiers	6
3.3 De samenleving	6
4. Middelen en acties	7
4.1 Basis communicatiemiddelen voor alle doelgroepen	7
4.2 Evenementen en activiteiten gericht op de samenleving	8
4.3 Communicatie gericht op (potentiële) deelnemers	10
5. Overleggen	12
6. Communicatie jaarkalender	13

1. Inleiding

Boert Bewust werkt aan verbindingen tussen boeren en tuinders en de samenleving. We stimuleren ondernemers in de land- en tuinbouw om contact te zoeken met hun omgeving. Alleen zo ontstaat er een goede dialoog, wederzijds respect en meer betrokkenheid van consumenten bij hun voedsel. Alle boeren en tuinders kunnen meedoen; van veehouders tot fruittelers, van gangbaar tot biologisch. Dat is de kracht van Boert Bewust.

Voor Boert Bewust is communicatie met deelnemers, partners, financiers en de samenleving om de boeren en tuinders heen van groot belang. Om tot een gerichte aanpak te komen is dit communicatieplan opgesteld. Aan de basis van dit plan ligt het communicatieplan van 2017 – 2020, opgesteld door Mirthe Post, projectleider communicatie bij Projecten LTO Noord.

De communicatiestrategie (kernboodschap, strategische uitgangspunten en doelgroepen) wordt eerst beschreven. Het grootste deel van het plan bestaat vervolgens uit de praktische doorvertaling naar concrete acties en middelen. Tot slot is een communicatie jaarkalender toegevoegd.

Let op, dit is een communicatieplan voor de stichting Boert Bewust en niet voor de individuele streken. Wel is er nadrukkelijke aandacht voor de samenwerking tussen de stichting en de streken en voor hoe de stichting de streken kan ondersteunen. Een betere samenwerking levert voor iedereen namelijk betere resultaten op.

2. Strategie

2.1 Wat willen we bereiken?

Veel boeren en tuinders ervaren de berichtgeving over de land- en tuinbouw als negatief en balen hiervan. Als antwoord op de negativiteit kun je reageren met een positief verhaal, maar je kunt pas echt begrip voor elkaar krijgen op het moment dat je samen in gesprek komt. Het is daarom belangrijk om online of offline met elkaar in dialoog aan te gaan.

Boert Bewust stimuleert deze ondernemers om een brug te slaan tussen hun bedrijf en de samenleving door verbindend te ondernemen. Als zij ondernemen samen mét de samenleving, ervaren ze meer waardering uit hun omgeving en versterken zij hun ondernemerschap. Op de lange termijn levert een goede relatie meer wederzijds begrip en meer draagvlak op voor de land- en tuinbouw. Op de korte termijn levert het ondernemers meer plezier in hun werk en goede gesprekken op waar zij zelf in hun bedrijf ook hun voordeel mee kunnen doen.

Deze manier van verbindend ondernemen staat centraal in Boert Bewust en daarmee ook in al onze communicatie-uitingen. Boert Bewust wil deelnemers helpen om niet alleen meer te gaan zenden, maar écht in gesprek te komen over hun bedrijf. Hiervoor is het nodig dat boeren niet alleen de samenleving willen veranderen, maar ook hun eigen mindset. Verbinden met hun omgeving kan op allerlei vlakken. Door andere mensen bij hun plannen te betrekken en hun verhaal te delen. Bijvoorbeeld bij het opstarten van een nevenactiviteit maar ook bij het door ontwikkelen van je primaire bedrijfstak.

Boert Bewust gaat dus verder dan alleen het vertellen van leuke verhalen, het organiseren van leuke evenementen en het maken van leuke filmpjes. Alle communicatie-activiteiten die we doen, zijn gericht op echte verandering in het denken en doen van boeren én hun omgeving.

2.2 Kernboodschap en kernwaarden

De volgende kernboodschap zal in alle uitingen van Boert Bewust tussen de regels door te lezen zijn.

Boert Bewust werkt aan verbinding tussen boeren, tuinders en samenleving in eigen streek. We voeren een open en eerlijk gesprek over de land- en tuinbouw zodat boeren transparant ondernemen en consumenten weten waar ons voedsel vandaan komt.

De volgende kernwaarden passen bij Boert Bewust: Open en eerlijk, Enthousiast, Verbindend. Deze waarden willen we uitstralen via onze acties en communicatie.

2.3 Uitgangspunten

Onze kernboodschap komt tot leven door een paar concrete keuzes te maken. We weten wat we willen uitstralen, maar hoe doen we dit in de praktijk? De onderstaande uitgangspunten vormen de basis van onze strategie. Het is belangrijk om eerst deze duidelijke keuzes te maken over hoe Boert Bewust wil werken en wat we belangrijk vinden. Langs deze maatlat kunnen we alle activiteiten en communicatiemiddelen (die in hoofdstuk 3 staan omschreven) toetsen.

- ✓ We zijn geen PR-apparaat, maar zoeken echte verbinding
- ✓ Transparante boeren en tuinders stralen onze boodschap uit
- ✓ Streken staan aan de lat, de Stichting ondersteunt en faciliteert

We zoeken de echte verbinding

Boert Bewust wil niet alleen promoten dat de Nederlandse land- en tuinbouw geweldig is en hiermee het imago oppoetsen, maar wil daadwerkelijk in gesprek komen met de mensen om de agrarische sector heen. Het is van belang dat we niet alleen spreken als sector, maar ook luisteren. Dit betekent praktisch het volgende:

- We gaan er vanuit dat mensen niet negatief zijn over de sector maar onbekend, doordat de verbinding onvoldoende aanwezig is. Daarom willen wij werken aan de verbinding waarbij **het samen beleven** een belangrijk onderdeel is. We vermijden termen als 'boer-burgerkloof', ook zetten we niet in onze communicatiemiddelen dat we willen dat 'burgers' X of Y gaan doen of dat burgers er allemaal niets van snappen en wij het wel even uit gaan leggen.
- We zoeken de samenwerking met onverwachte partijen en leggen graag verbindingen met mensen die anders over de sector denken.
- We doen aan promotie voor de land- en tuinbouw op een authentieke manier. Niet als tegengeluid dat ons recht tegenover bepaalde organisaties of groeperingen zet, maar op een open en eerlijke manier om zo met elkaar in gesprek te komen. We houden rekening met negatieve sentimenten zoals vooroordelen over bijvoorbeeld dierenwelzijn. We gaan hier niet keihard tegenin met harde promotie maar proberen hier het gesprek over aan te gaan en begrip voor beide verhalen te krijgen door een eerlijk verhaal te vertellen over onze sector en door te luisteren naar de omgeving.

- Als we activiteiten organiseren, gaan we voor kwaliteit boven kwantiteit. We veranderen liever van honderd consumenten hun daadwerkelijke houding dan dat we tienduizenden mensen vluchtig bereiken met een actie die ze morgen weer vergeten zijn. Die honderd mensen dragen onze boodschap (bewust en onbewust) de rest van hun leven uit in hun omgeving waardoor we veel meer impact hebben.

Trotse en transparante boeren en tuinders stralen onze boodschap uit

Het is belangrijk dat de aangesloten boeren en tuinders het gedachtegoed van Boert Bewust goed kennen en dit ook uitdragen naar hun omgeving en de bezoekers op het erf. Deelnemers gaan zich pas echt als ambassadeur gedragen als ze trots zijn om onderdeel van de Boert Bewust-beweging uit te maken. Dit betekent praktisch het volgende:

- Deelnemers worden tijdens de wervingsavonden en tijdens het gesprek dat gevoerd wordt bij de Boert Bewust scoring meegenomen in het Boert Bewust gedachtegoed. Zij begrijpen dat ze geen onderdeel worden van een PR-campagne, maar van een echte beweging met blijvende impact. Deelnemers krijgen voldoende handvatten aangeboden om deze boodschap zich eigen te maken en uit te stralen.
- Boeren maken een denkstap, van: 'ik wil mijn omgeving veranderen zodat hij mij beter snapt' naar 'ik wil veranderen samen met mijn omgeving zodat we elkaar beter snappen'. Hierin begeleidt Boert Bewust hen op de juiste manier.
- Deelnemers voelen zich verbonden met hun streek en de landelijke beweging zodat ze ook daadwerkelijk trots zijn dat ze hier onderdeel vanuit maken en dit uit willen dragen.

De Stichting ondersteunt en inspireert de streken

De stichting Boert Bewust heeft als taak en doelstelling om streken op te zetten, aan te jagen en te inspireren. We combineren dingen slim door ze landelijk op te pakken en aan te bieden. Zo hoeft het wiel niet opnieuw uitgevonden te worden. Dit betekent praktisch het volgende:

- De stichting biedt formats, sjablonen en communicatiemiddelen aan die door alle streken gratis te gebruiken zijn. Als streken hier een eigen invulling aan willen geven kan dat natuurlijk, als hier extra kosten voor gemaakt worden moeten ze deze kosten zelf dragen.
- De stichting faciliteert een zo goedkoop en goed mogelijke website voor elke streek. De streken betalen zelf een bijdrage voor de site. Zij worden op weg geholpen met een goede uitleg over de site en tips voor communicatie. Het vullen en beheren van de site is een verantwoordelijkheid van de streek zelf.
- De stichting ondersteunt de streken met landelijke publiciteit. Door acties in alle streken tegelijk te coördineren, hier prominente figuren bij te betrekken en gericht pers uit te nodigen, genereren we meer media-aandacht en daardoor een groter bereik voor de streken.
- De stichting verbindt dingen slim aan elkaar door op de hoogte te zijn van wat er in de streken gebeurt en successen uit de ene streek over te dragen naar de andere streken.

In bijlage 1 is de kern van Boert Bewust te vinden.

3. Doelgroepen

In de communicatieacties en –middelen van Boert Bewust maken we onderscheid tussen deze drie belangrijke doelgroepen: (potentiële) deelnemers en streken, partners en financiers en de samenleving.

3.1 (Potentiële) deelnemers en streken

De Stichting Boert Bewust kan niet bestaan zonder deelnemers in het land. De werving van nieuwe deelnemers en het enthousiasmeren van bestaande deelnemers is daarom belangrijk. Deze boeren en tuinders dragen onze boodschap uit in hun omgeving. Samen zijn zij boer Boert Bewust. Veel interactie met de samenleving vindt plaats op lokaal niveau in de streken. Het is daarom een belangrijke taak van de Stichting om de streken hierin te faciliteren en te inspireren.

3.2 Partners

Na een projectperiode van drie jaar is de Stichting Boert Bewust per 1 maart 2021 zelfstandig. Om zelfstandig te kunnen draaien is er een verdienmodel voor de Stichting nodig en hebben we partners nodig. We zoeken waardevolle samenwerkingen met partijen waarmee we inhoudelijk raakvlakken hebben en die ons willen en kunnen ondersteunen. Ondersteunen via het beschikbaar stellen van; netwerk, kennis en financiën. Deze financiën zijn nodig om het project te draaien, verder te ontwikkelen en deelnemers te ondersteunen in hun verbindende initiatieven. In de communicatie richten we ons op het benaderen van nieuwe partners en het onderhouden van contacten met de huidige partners om hen goed aangesloten te houden. Onze samenwerking leggen we vast in een partnerovereenkomst.

3.3 De samenleving

Stichting Boert Bewust vindt het belangrijk dat de samenleving boeren waardeert om hun werk en meer betrokken raakt bij de herkomst van ons voedsel. Het contact met de samenleving gebeurt vaak op lokaal niveau, in de streken. De stichting Boert Bewust richt zich dus vooral op het ondersteunen van de streken op dit vlak. Daarnaast zetten we gericht in op landelijke publiciteit door activiteiten naar een hoger niveau te tillen en er meer media-aandacht voor te genereren.

4 Middelen en acties

De uitgangspunten worden nog concreter door er middelen en acties aan te hangen. In de communicatiemix van Boert Bewust maken we onderscheid tussen de basis communicatiemiddelen die we inzetten om alle doelgroepen te bereiken, evenementen en acties gericht op de samenleving en communicatie gericht op (potentiële) deelnemers.

4.1 Basis communicatiemiddelen voor alle doelgroepen

Websites: landelijk en streken

Boert Bewust communiceert vanuit de landelijke website www.boertbewust.nl. Onder de landelijke website van Boert Bewust hangen de streekwebsites. Alle streken hebben daar zelf het beheer over, maar kosten voor hosting en service worden gedeeld. Coördinatoren en trekkers van nieuwe gebieden kunnen via een inlogsysteem formats, logo's, sjablonen en dergelijke downloaden van de site voor gebruik in hun eigen streek. De streekwebsite dragen bij aan de vindbaarheid van Boert Bewust en ook kunnen op deze streekwebsites nieuwsitems worden gedeeld uit de regio en wellicht ook vanuit andere streken om elkaar te inspireren. Voor een goede organische vindbaarheid is het verstandig om pagina's te schrijven van minimaal 500 woorden en deze te optimaliseren op 1 of 2 zoekwoorden, waarop we gevonden willen worden.

Social mediakanalen

De streken hebben goedlopende social mediakanalen. Vanuit de stichting is er Facebook-pagina en een Twitteraccount. De Facebook-pagina wordt niet actief gebruikt en is aangemaakt om de landelijk betaalde promoties van het partnerevent in 2019 te kunnen faciliteren. Bovenaan de pagina staat een vastgezet bericht met daarin de boodschap om streken te volgen op hun eigen streekpagina. Content die vanaf de landelijke Facebook-pagina wordt geplaatst gaat over landelijke partnerschappen en daarnaast wordt er gekeken welke waardevolle content vanuit streekpagina's gedeeld kan worden. Het is een bewuste keuze om als landelijke stichting niet actief te zijn op social media, omdat het bereik veel hoger is via de Facebook-pagina van streken.

Alle streken hebben een eigen Facebook-pagina vanuit de streek. De Stichting Boert Bewust faciliteert in de vorm van social media trainingen over waardevolle content om te delen op deze pagina's. De kracht zit hem ook in de samenwerking van streken onderling, waarbij content en contentkalenders met elkaar gedeeld worden. Ook is er een samenwerking met andere initiatieven als Team Agro NL in de vorm van een social media groep. Daarnaast stelt de landelijke stichting promofilmmpjes beschikbaar (zie volgende punt).

Promofilmpje Boert Bewust

Om duidelijk uit te kunnen leggen wat Boert Bewust inhoudt en waar we voor staan, zijn er twee promofilmmpjes gemaakt die elke streek zelf kan gebruiken; 1 voor (potentiële) deelnemers en 1 voor het grote publiek. De filmpjes kunnen ingezet worden bij de opstart van nieuwe gebieden in communicatie richting potentiële deelnemers, maar ook richting partners en de samenleving. De filmpjes zijn te vinden in de toolbox.

Free publicity

Bij het genereren van meer media-aandacht voor specifieke activiteiten en/of evenementen kan de Stichting ondersteunen door bijvoorbeeld in samenwerking met andere initiatieven perscontacten aan te schrijven. Denk hierbij aan het uitnodigen van prominente figuren (politici, bekende Nederlanders, burgemeester of journalisten) voor evenementen. Deze personen zouden bijvoorbeeld meekunnen als een nieuwe deelnemer gecertificeerd wordt en hier kunnen we pers bij uitnodigen. Dit is maatwerk in samenwerking met de streek.

Persrelaties kunnen ook benut worden om deelnemers en streken meer media-exposure te geven. Zo kunnen deelnemers en streken bijvoorbeeld columns of blogs voor lokale kranten schrijven. Het is belangrijk om doorlopend de verhalen uit de streken te blijven vertellen in onder andere lokale media.

4.2 Evenementen en activiteiten gericht op de samenleving

De activiteiten/evenementen van Boert Bewust sluiten aan bij onze uitgangspunt dat we kwalitatief goede contacten met consumenten belangrijker vinden dan het bereiken van zoveel mogelijk mensen. Het zwaartepunt in onze activiteiten ligt dus ook op kleinschalig contact en echte gesprekken over de land- en tuinbouw. Een belangrijke taak van de Stichting is om de streken hierin te faciliteren en te ondersteunen. Het gebeurt immers in de streken.

Landelijke Boert Bewust activiteiten

Daar waar mogelijk faciliteert de landelijke Stichting succesvolle streekinitiatieven tot een landelijk concept. Een Boert Bewust Week of -dag, waarin mensen op kleinschalige manier kennis maken met het boerenleven door een dagdeel mee te werken, heeft meer kracht als dit in alle streken tegelijk gebeurt. Dan kan er vanuit de stichting bijvoorbeeld gericht geadverteerd worden en is er aandacht waar alle streken van mee profiteren. Een moment (en de duur) moet in afstemming met de coördinatoren en het afgezantenoverleg gepland worden. Een ander voorbeeld van een initiatief dat in de streken is ontstaan en landelijk is uitgerold is 'Boeren en Tuinders pakken uit met Kerst'. Uitgangspunt moet zijn dat onze activiteiten niet alleen leuk zijn, maar echte interactie oplevert. Landelijke activiteiten stellen we vast in afstemming met coördinatoren en afgezanten.

Ondersteuning bij organisatie van activiteiten in de streek

Naast de landelijke Boert Bewust activiteiten kunnen streken veel meer activiteiten organiseren die bij hen passen. Dit hoeft niet landelijk gecoördineerd op één moment. Wel kan de Stichting meedenken om evenementen een succes te laten worden en echt verbindend te laten zijn. Denk bijvoorbeeld aan:

- ❖ **Aanschuifdiner:** In de Kromme Rijn is in 2017 een succesvol aanschuifdiner georganiseerd met eigen streekproducten. Hiervoor waren er meer aanmeldingen dan dat er plaatsen beschikbaar waren. Veel gasten waren ook echt burgers die geen link met de sector hebben. Dit evenement is een bewezen manier om in gesprek te komen over hoe ons voedsel wordt gemaakt en zou elke streek zelf, met eigen partners, kunnen oppakken
- ❖ **Maatwerkacties in de streek:** Streken zijn zelf actief op plaatselijke evenementen waar ze aan kunnen haken in supermarkten, op jaarmarkten, etc. Streken kunnen aan de Stichting vragen om mee te denken over de invulling. Hierin is samenwerking met lokale partijen voor toerisme en recreatie belangrijk. Hierbij denken we verder dan de VVV. Ook met sportverenigingen, kroegen of restaurants kunnen we samenwerkingen aangaan.

Bezoek de boer

Op de landelijke website van Boert Bewust en ook op alle streekwebsites is het voor bezoekers mogelijk om onder de kop 'Bezoek de boer' activiteiten op te zoeken die landelijk plaatsvinden of in de streek. Deze pagina geeft deelnemers de gelegenheid om hun producten en diensten aan te bieden aan bezoekers van de website van Boert Bewust, zowel landelijk als per streek. Op de landelijke website is het aanbod van alle streken samen te zien. Elke streek heeft een eigen pagina waarop deelnemers hun activiteiten kunnen aanmelden. Na het versturen van de gegevens moet de beheerder van de streekwebsite akkoord geven op de activiteit (en kan mogelijk zelf nog gegevens aanvullen/aanpassen). Pas na akkoord van de beheerder van de streekwebsite wordt de activiteit zichtbaar op de streekwebsite. Automatisch wordt deze daarna ook zichtbaar op de landelijke website. De indeling waaruit gekozen kan worden, is: dagrecreatie of dagje uit, vergaderlocatie, boerderijwinkel, zichtstal, overnachting, educatie en rondleiding. Hierin kan een bezoeker van de website zoeken door een filter aan te brengen op basis van streek en type activiteit.

Landelijke gesprekspartners

De Stichting Boert Bewust onderhoudt op landelijk niveau diverse contacten met belanghebbenden binnen de sector. Doordat streken van onderaf het gedachtegoed van Boert Bewust verspreiden en de Stichting dit landelijk doet, is de impact die we gezamenlijk maken het grootst.

Er zijn met diverse provincies contacten over het uitrollen van Boert Bewust in die provincies. Deze initiatieven worden eerst opgepakt in het landelijke bestuur en waar mogelijk in een project uitgewerkt. Daarna gaan nieuwe streken daar mee aan de slag. Van de streken wordt verwacht dat zij contacten onderhouden met plaatselijke overheden. Hierbij denken we aan contacten met B&W en het ambtelijke ondersteuning.

Op landelijk niveau nemen we ook deel aan overleggen van organisaties die een soortgelijke doelstelling leveren. Denk aan LTO Noord, ZLTO, LLTB, Boeren van Nederland, Wakker boer, POV, NAJK en Team Agro NL. Door samen op te trekken, sta je sterker.

Daarnaast zijn er contacten met het onderwijs. Het Aeres HBO in Dronten is een belangrijke gesprekspartner waar onder andere de toekomstige generatie agrarische ondernemers een studie volgt.

Financiële partnerschappen

Om de stichting mede van financiën te voorzien, zijn er diverse contacten met het bedrijfsleven. Doel hiervan is het aangaan van een partnerschap. In een overeenkomst tussen Stichting Boert Bewust en de partner worden afspraken opgenomen over de betreffende samenwerking, waarvan beide partijen de meerwaarde ervaren. Landelijke partners hebben de keuze uit 4 verschillende pakketten en worden zodoende Gouden, Zilveren, Bronzen of Koperen partner. Meer over de inhoud van deze pakketten is te vinden in het format van deze overeenkomst.

Stichting Boert Bewust benadert landelijke opererende bedrijven om met hen afspraken te maken. Denk hierbij aan Royal Bel Leerdammer, ForFarmers, Agrifirm, de Heus, LTO Noord, ZLTO. Van de streken wordt verwacht dat ze de periferie in hun streek benaderen. Denk hierbij aan de regionale mechanisatiebedrijven, regionale mengvoederleveranciers, dierenartsen, installatiebedrijven, etc. In een werkgroep met de verantwoordelijke voor partnerschappen uit de streken en het landelijke bestuurslid financiële partnerschappen vindt afstemming plaats over de te benaderen bedrijven.

4.3 Communicatie gericht op (potentiële) deelnemers

Nieuwsbrieven

Om deelnemers en streken op de hoogte te houden, wordt drie keer per jaar een nieuwsbrief verstuurd vanuit de Stichting Boert Bewust. Het doel van deze nieuwsbrief is om deelnemers betrokken te houden en ze trots te laten worden op wat er landelijk allemaal gebeurt. Input voor deze nieuwsbrieven kan eenvoudig gehaald worden uit notulen van overleggen. Door te vertellen waarover op landelijk niveau, in de streken en met de coördinatoren wordt overlegd, krijgt de deelnemer meer gevoel bij de Stichting waar hij onderdeel van is. Dit vergroot het 'Boert Bewust gevoel' en onderdeel daarvan zijn. Ter aanvulling staan in deze nieuwsbrief artikelen met activiteiten vanuit de streken ter inspiratie voor elkaar. De doelgroep van deze landelijke nieuwsbrief zijn de deelnemers en streken en indirect de partners en financiers. Geïnteresseerden uit de samenleving kunnen zich via de website ook aanmelden op deze nieuwsbrief, maar dit is geen kerndoelgroep.

Van de streken wordt verwacht dat zij in eigen beheer een streekniewsbrief versturen. De landelijke stichting biedt de mogelijkheid om voor elke nieuwsbrief input aan te leveren, zodat dit bij de deelnemers uitkomt. Hieruit komt ook de toevoegde waarde van de Stichting naar voren. Als we niet vertellen wat we doen, kan ook niet door de deelnemers gewaardeerd worden wat we doen.

Promotiemateriaal

Om deelnemers enthousiast te maken om aan te haken in nieuwe of bestaande streken, is er een flyer ontwikkeld die speciaal gericht is op potentiële deelnemers. Daarnaast is er een bierviltje waar kernachtig opstaat waar Boert Bewust voor staat en waar mensen hun gegevens op kunnen achterlaten als ze geïnteresseerd zijn. Ook het eerder genoemde promofilmpje (zie 4.1) kan gebruikt worden bij de werving. Zo ondersteunt de Stichting streken bij de werving.

Trainingen

Een van de doelstellingen van Stichting Boert Bewust is om haar deelnemers te trainen in het vertellen van haar verhaal en de verbinding aan te gaan met de samenleving. De bijdrage van trainingen gaat verder dan het trainen van deelnemers. De trainingen binnen Boert Bewust dragen bij aan:

- Professionalisering: leren van communicatie/-vaardigheden.
- Manier van werken en doen: uitwisseling over werkwijze en aanpak in de streken en met elkaar.
- Activiteiten/plan: trainingen gebruiken om samen activiteiten te ontwikkelen; samen denken/werken aan de ontwikkeling van de activiteiten in de streek.
- Elkaar beter leren kennen en beter samenwerken.

Boert Bewust biedt haar deelnemers de mogelijkheid om gebruik te maken van het trainingsaanbod. Dit trainingsaanbod is continu in ontwikkeling en de streekcoördinatoren ontvangen hierover de laatste updates. Onderstaande trainingen geven een beeld van de mogelijkheden die er zijn:

Een goed gesprek begint bij jezelf

Deze training geeft aandacht aan de 5 basisprincipes van een goed gesprek en het trainen van deze basisvaardigheden. Presenteren (je verhaal vertellen), luisteren, vragen stellen (LSD), omgaan met reacties/emoties, omgaan met weerstand. En hoe regisseer je de mindset in je omgeving? Hoe krijg je in je eigen omgeving steun van de zwijgende meerderheid? Vragen die spelen in deze tijd en bepalend zijn voor de ruimte om te ondernemen en succesvol ondernemerschap. Kwesties die vragen om anders 'acteren' als ondernemer. In deze training volgen deelnemers korte workshops/trainingen op bovengenoemde onderwerpen aan de hand van concrete praktijkcases in de eigen omgeving.

Verbindend ondernemen

Verbindend ondernemen is een manier van ondernemen waarbij de ondernemer de samenleving direct betreft bij het ondernemerschap en de bedrijfsontwikkeling. Deze manier van ondernemen past bij Boert Bewust ondernemers. In dit traject gaan de deelnemers intensief aan de slag om vanuit hun eigen kern verbindend ondernemen voor het eigen bedrijf integraal vorm geven. Hierbij betrekken ze letterlijk hun omgeving door hen te mee te laten denken met bepaalde onderwerpen. Tijdens deze training bedenken en ontwikkelen deelnemers verbindende activiteiten vanuit Boert Bewust. De training bestaat uit 2 bijeenkomsten: wat past bij mij (workshop 1) en actieplan (mijn actie of activiteiten binnen Boert Bewust).

Social media – beginners & gevorderden

Deze training gaat over online communicatie tussen deelnemers en hun omgeving. In deze training krijgen deelnemers praktische tips over het vertellen van hun verhaal via social media op een aansprekende manier.

5. Overleggen

Stichting Boert Bewust bestaat uit een stuurgroep, welke 6x per jaar vergadert. Daarnaast zijn er diverse overleggen voor de juiste afstemming om het gedachtegoed van Boert Bewust te waarborgen. In de streken vindt overleg plaats in de streekbesturen. Elke streek vaardigt één of twee bestuursleden af naar het afgezantenoverleg. Het afgezantenoverleg vindt 2x per jaar plaats. De meeste streken hebben een coördinator in dienst. Overleg met de coördinatoren van alle streken vindt 3x per jaar plaats in het coördinatorenoverleg. Ook vinden er aparte overleggen plaats met de verantwoordelijke streekdeelnemers op het gebied van financiële partnerschappen en is er een jaarlijks overleg met de penningmeesters van alle streken. Tot slot wordt de Stichting geadviseerd door een Raad van Advies. Zij vergaderen 2x per jaar met elkaar. De overleggen vinden zowel fysiek als online plaats. Naast de officiële overlegmomenten vindt er communicatie plaats in verschillende whatsapp groepen.

