



Jaarplan 2024: Communicatie

AMBITIE

Glastuinbouw Nederland wil autoriteit zijn op het gebied van de glastuinbouw door zichtbaar te zijn binnen en buiten de sector, duidelijke en transparante argumentatie en rekening te houden met de gevoeligheden die leven in de samenleving. Met de communicatie-activiteiten dragen we uit dat de glastuinbouwsector oplossingen heeft voor maatschappelijke uitdagingen. De communicatie van Glastuinbouw Nederland is toegankelijk, begrijpelijk en betrouwbaar.

DOELEN VOOR 2024

- Opzetten en uitvoering geven aan Programma Positionering Glastuinbouw.
- Ontwikkelen en uitvoeren campagne over glastuinbouw gericht op beleidsbeslissers.
- Optimaliseren contentstrategie op basis van verkregen inzicht uit de statistieken.
- Update content publieke website en toolkit Gezondheid & Geluk.
- Actieve PR.
- Vergroten van de zichtbaarheid van Glastuinbouw Nederland in de regio's.

SPEERPUNTEN

Programma Positionering Glastuinbouw

Samen met ketenpartners werkt Glastuinbouw Nederland aan het Programma Positionering Glastuinbouw. Via een planmatige en doorlopende campagne wordt gewerkt aan positieve beeldvorming over de glastuinbouw. Team Communicatie heeft hierin een coördinerende en uitvoerende rol en legt ook de verbinding naar andere partners via de Communicatiegroep Glastuinbouw. Deze groep is een samensmelting van de Communicatiegroepen Voedingstuinbouw en Sierteelt.

Campagne Glastuinbouw

Met Bureau Meute starten we in 2024 een langdurige campagne met als belangrijkste doel de toekomst van de sector veilig stellen. De campagne richt zich specifiek op politiek, ambtenaren, ngo's en influencers.

Team Communicatie van Glastuinbouw Nederland pakt een actieve rol in de werkgroep. De campagne is ter ondersteuning van onze public affairs. Interne afstemming met team Public & Government Affairs en de thema-coördinatoren is hierbij zeer belangrijk.

Optimaliseren contentstrategie op basis van statistieken

Wekelijks produceert het team Communicatie veel digitale content gericht op diverse doelgroepen. Om te bepalen of we de juiste dingen doen en of de content voldoende aansluit bij de informatiebehoefte van de verschillende doelgroepen, worden de statistieken maandelijks geanalyseerd en besproken in het team. Op basis hiervan passen we onze contentstrategie waar nodig aan.

KasTopics krijgt met ingang van 2024 een nieuwe eigentijdse uitstraling.

Publieke website & Toolkit Gezondheid & Geluk

In 2024 wordt zowel de publieke website als de toolkit weer voorzien van nieuwe content:

- Enkele video's voor publiek worden ontwikkeld waarin de maatschappelijke relevantie van de sector goed naar voren komt.
- Promovideo's voor de toolkit gericht op ondernemers.
- Het onderdeel werknemers in de toolkit wordt verder uitgebreid in samenwerking met team Arbeid.

Actieve PR

Werken aan voortdurende verbetering van de beeldvorming over de glastuinbouw door:

- Adequaat te reageren op berichten in de media.
- Een actieve PR-inzet.
- Actieve benadering van diverse media vanuit een content jaarkalender.
- Onderhouden van relaties met journalisten.

De content wordt afgestemd met de andere teams van Glastuinbouw Nederland.

Zichtbaarheid van Glastuinbouw Nederland in de regio

Samen met de regiocoördinatoren gaan we de zichtbaarheid van Glastuinbouw Nederland in de verschillende regio's vergroten. Dat doen we door:

- Regio's die dat wensen actief adviseren in hun communicatie naar het publiek in hun omgeving.