

# Plan van aanpak Strategisch Kompas Beuningen

2040



Richtinggevend kader voor keuzes, identiteit en samenwerking

April 2026

<b>1.</b>	<b>Inleiding</b>	<b>3</b>
1.1	Aanleiding	3
1.2	Doel van het project	3
1.3	Uitgangspunten	3
1.4	Randvoorwaarden	4
1.5	Projecteffect	4
1.6	Afbakening	4
<b>2.</b>	<b>Projectorganisatie</b>	<b>6</b>
2.1	Inleiding	6
2.2	De organisatorische opbouw	6
2.2.1	Opdrachtgeverschap	6
2.2.2	Stuurgroep	6
2.2.3	Raadswerkgroep	7
2.2.4	Projectteam	7
2.2.5	Klankbordgroep - Intern	7
<b>3.</b>	<b>Projectaanpak</b>	<b>10</b>
3.1	Insteek	10
3.2	Inhoud en resultaat	<b>10</b>
3.2.1	Kernthema's en kernwaarden	10
3.2.2	Vertaling van kernthema's naar vragen	11
3.3	Procesvoorstel	11
3.3.1	Wat voorafging	11
3.3.2	Stappenplan	11
<b>4.</b>	<b>Communicatie en informatie</b>	<b>13</b>
4.1	Inleiding en doel van dit communicatieplan	13
4.2	Uitgangspunten voor communicatie	13
4.3	Doelgroepen	13
4.3.1	Interne doelgroepen	13
4.3.2	Externe doelgroepen	13
4.4	Communicatiedoelen	13
4.5	Kernboodschappen (overkoepelend)	14
4.6	Fasering en planning	14
4.7	Planningsoverzicht (globaal)	15
4.8	Organisatie en rollen	15
4.9	Monitoring en evaluatie	15
4.10	Conclusie	15
<b>5.</b>	<b>Financiën</b>	<b>17</b>
5.1	Begroting	17

## 1. Inleiding

---

### 1.1 Aanleiding

Wat voor gemeente willen we zijn in 2040? Die vraag staat centraal in het zogeheten strategisch kompas dat we gaan ontwikkelen. Een eerste aanzet hiervoor is in 2025 gemaakt. In 2026 en 2027 krijgt het kompas vorm en inhoud dankzij inbreng vanuit de gemeenteraad, onze samenleving en de regio. In dit plan van aanpak staan het doel, de te nemen stappen, de betrokkenen en de in te zetten middelen beschreven.

### 1.2 Doel van het project

Het doel is om een gezamenlijk en gedragen beeld te ontwikkelen van de gemeente die we willen zijn in 2040. Diverse doelgroepen kunnen het strategisch kompas gebruiken. Denk hierbij aan gemeentebestuur, politici en beleidsmakers. Maar ook inwoners, ondernemers en partners in onze gemeente en in de regio.

De kernfuncties van een strategisch kompas:

- **Richtingbepaling**  
Een duidelijk beeld geven van de identiteit, rol en koers van onze gemeente.
- **Prioritering**  
Helpen om te bepalen welke onderwerpen belangrijk zijn, wat prioriteit krijgt en waarvoor de beschikbare tijd en middelen zijn.
- **Sturing**  
Het stuurt actief het beleid en vormt de basis voor strategische keuzes en besluiten.
- **Transparantie**  
Dienend als koers en kader voor het gemeentebestuur. Het kompas zorgt ervoor dat helder is waarom we doen wat we doen. Hiermee vergroten we het vertrouwen.

### 1.3 Uitgangspunten

De uitgangspunten voor het opstellen van het strategisch kompas zijn:

- **Samen richting bepalen**  
We gaan de dialoog aan met inwoners, maatschappelijke partners, ondernemers en buurgemeenten. Daarmee wordt het een gezamenlijk en toekomstgericht kompas.
- **Politiek-bestuurlijk eigenaarschap**  
Gemeenteraad en college zijn actief betrokken en eigenaar van de strategische keuzes.
- **Participatie is adviserend**  
De inbreng van inwoners, ondernemers, maatschappelijke partners en buurgemeenten is bedoeld om perspectieven, ideeën en signalen op te halen. Gemeenteraad en college van B&W maken de uiteindelijke keuzes en prioriteiten.
- **Focus op lange termijn en maatschappelijke opgaven**  
We richten ons op de belangrijkste maatschappelijke opgaven voor de middellange en lange termijn. Het kompas overstijgt daarmee bestuursperiodes.
- **Samenhang boven sectoraal denken**  
We benaderen opgaven integraal. Het kompas verbindt thema's als wonen, welzijn, sociale cohesie, economie, duurzaamheid, mobiliteit, veiligheid, weerbaarheid en leefbaarheid.
- **Realistisch en uitvoerbaar**  
We toetsen ambities op haalbaarheid, uitvoerbaarheid en financiële gevolgen. Daarmee is het kompas niet alleen richtinggevend, maar ook realistisch en uitvoerbaar.

- **Transparant proces met duidelijke keuzes**

Het proces en de afwegingen zijn inzichtelijk. We kunnen niet alle wensen opnemen, maar zorgen voor onderbouwing van de keuzes.

#### 1.4 Randvoorwaarden

De randvoorwaarden voor het succesvol opstellen van ons strategisch kompas zijn:

- **Duidelijke opdracht en kaderstelling**

Er is vooraf helderheid over doel, reikwijdte, planning en besluitvorming. Dit plan van aanpak voorziet daarin.

- **Bestuurlijk en ambtelijk commitment**

College, gemeenteraad en ambtelijke organisatie houden zich aan het proces en de uitkomsten.

- **Heldere rolverdeling**

Rollen van bestuur, ambtelijke organisatie, samenleving en buurgemeenten zijn duidelijk belegd en gecommuniceerd.

- **Voldoende tijd en capaciteit**

Er is voldoende capaciteit om het participatieproces, de analyses en samensmelting van alle opgehaalde informatie zorgvuldig uit te voeren.

- **Passende participatievormen**

De gekozen werkvormen sluiten aan bij verschillende doelgroepen en zorgen voor brede, representatieve inbreng.

- **Onderbouwde informatiebasis**

We maken gebruik van actuele data, trends, beleidsanalyses en inzichten als gezamenlijke kennisbasis.

- **Heldere communicatie**

We communiceren doel, proces en vervolgstappen duidelijk naar alle betrokkenen.

- **Besluitvorming geborgd**

Het moment en de wijze van bestuurlijke besluitvorming zijn vooraf vastgelegd.

#### 1.5 Projecteffect

Het strategisch kompas maakt voor iedereen duidelijk welke koers de gemeente Beuningen richting 2040 vaart en welk toekomstbeeld wordt nagestreefd. Dit versterkt de herkenbaarheid en het imago van Beuningen als een aantrekkelijke en toekomstgerichte gemeente, oftewel een 'sterker merk'. Hierdoor ontstaat meer samenhang in beleid en uitvoering en wordt het vertrouwen van inwoners, ondernemers en partners in het gemeentebestuur vergroot.

#### 1.6 Afbakening

##### **Vaststelling**

Dit plan van aanpak beslaat de periode tot en met de vaststelling van het strategisch kompas door college en gemeenteraad. De uitgangspunten op hoofdlijnen voor de uitwerking maken hier wel deel van uit, maar de uitwerking zelf niet.

##### **Uitwerking**

Met het strategisch kompas als basis volgt de concrete uitwerking in vervolgtrajecten, zoals beleidsnota's, uitvoeringsprogramma's en college- en raadsbesluiten. Uitgangspunt is dat van tevoren is nagedacht over deze (mogelijke) vertaalslag naar de praktijk.

##### **Monitoring, actualisatie en doorontwikkeling**

Belangrijk is om te beseffen dat het gaat om een voorzet voor uitvoering van concrete thema's en plannen. Bijstelling is periodiek mogelijk (bijvoorbeeld elke vier jaar). Maar het is voor de continuïteit in beleid en uitvoering belangrijk om het strategisch kompas niet telkens aan te passen op basis van een zich aandienende

ontwikkeling of dilemma. De benadering is bestuursperiode-overstijgend. Het kompas is niet van één college of van één gemeenteraad, maar een vergezicht voor de toekomst van de gemeente.

Monitoring, actualisatie en doorontwikkeling van het strategisch kompas organiseren we separaat. We leggen de gewenste aanpak wel voor bij het vaststellen van het strategisch kompas.

***Het gaat om overkoepelende strategische kaders***

Het strategisch kompas vervangt geen wettelijk verplichte stukken - zoals de omgevingsvisie, woonvisie of mobiliteitsplannen - maar vormt een overkoepelend strategisch kader en richtinggevend document. Als er na vaststelling van het strategisch kompas nieuw beleid wordt opgesteld of als bestaand beleid wordt herijkt, gebeurt dit op basis van het strategisch kompas. Het project leidt niet tot wijzigingen in formele bevoegdheden of verantwoordelijkheden van raad, college of ambtelijke organisatie.

## 2. Projectorganisatie

---

### 2.1 Inleiding

De ontwikkeling van het strategisch kompas vereist een stevige organisatie op bestuurlijk en ambtelijk niveau.

Dit zorgt voor:

1. draagvlak en betrokkenheid
2. duidelijke rollen en verantwoordelijkheden: iedereen weet wie wat doet en wie waarover gaat
3. samenhang en consistentie: beleid, projecten en ambtelijke input sluiten op elkaar aan
4. kwaliteit en uitvoerbaarheid: we combineren expertise en toetsen plannen op haalbaarheid. Daarmee ontstaat een realistisch en uitvoerbaar document. Door tijdig problemen en knelpunten te signaleren, voorkomen we dat we later vastlopen.

### 2.2 De organisatorische opbouw

#### 2.2.1 Opdrachtgeverschap

De burgemeester is portefeuillehouder en bestuurlijk opdrachtgever. Zij is het eerste aanspreekpunt voor de projectorganisatie bij de totstandkoming van het strategisch kompas. De gemeentesecretaris is ambtelijk opdrachtgever. Beiden maken deel uit van de stuurgroep.

#### 2.2.2 Stuurgroep

##### *Rol van de stuurgroep*

De stuurgroep is het bestuurlijke geweten van het project.

##### *Taken van de stuurgroep*

Concreet zijn de taken van de stuurgroep:

1. **Richting bepalen**  
De stuurgroep stelt de doelen vast en ziet erop toe dat het project daar steeds naartoe werkt.
2. **Besluiten nemen**  
De stuurgroep bepaalt welke stukken worden opgesteld en in het besluitvormingsproces gaan
3. **Kaders stellen**  
De stuurgroep bepaalt de randvoorwaarden: wat mag wel, wat niet, hoeveel ruimte is er, wat zijn de prioriteiten, wat moet het eindresultaat zijn.
4. **Bewaken van voortgang en kwaliteit**  
Ze kijkt of het project op tijd, binnen budget en met voldoende kwaliteit wordt uitgevoerd.
5. **Keuzes maken**  
Als het project vastloopt of er dilemma's zijn, hakt de stuurgroep knopen door.
6. **Draagvlak en legitimiteit organiseren**  
De stuurgroep vertegenwoordigt bestuur, directie en ambtelijke organisatie en zorgt dat besluiten bestuurlijk gedragen zijn.
7. **Verbinding met beleid en organisatie**  
Ze zorgt dat het project aansluit bij bredere doelen van de gemeente.

##### *Samenstelling van de stuurgroep*

Burgemeester – bestuurlijk opdrachtgever

Gemeentesecretaris – ambtelijk opdrachtgever

Wethouder

Raadsgriffier

Projectleider

Extern adviseur

### **2.2.3 Raadswerkgroep**

#### **Vertegenwoordiging vanuit de fracties**

Van elke fractie in de gemeenteraad mag één raadslid zitting nemen in de raadswerkgroep. Een eenmansfractie mag ook een vertegenwoordiger van een andere fractie kiezen.

#### **Rol van de raadswerkgroep**

De raadswerkgroep levert een actieve bijdrage door mee te denken, te adviseren en betrokken te zijn bij zowel de inhoud als het proces van het strategisch kompas. De raadswerkgroep geeft zo mede richting aan inhoud en afwegingen. Dit draagt bij aan een gedeeld beeld van de opgaven en prioriteiten en zorgt ervoor dat het strategisch kompas vanaf de start stevig is verankerd in de gemeenteraad. In de raadswerkgroep bespreken we ook welke tussentijdse terugkoppeling met de gemeenteraad gewenst is, of dat alleen het eindresultaat wordt gedeeld met de raad.

#### **Raadsleden en participatie**

Raadsleden kunnen deelnemen aan het participatieproces als toehoorder. Zij hebben daarmee de gelegenheid om 'de thermometer in de samenleving te plaatsen' en voeling te krijgen bij de beelden en de prioriteiten van inwoners. Inwoners zien raadsleden vaak als deskundigen. Als raadsleden zich actief in het participatietraject mengen, bestaat het risico dat inwoners er niet meer toe komen hun eigen mening te geven. Dat is niet de bedoeling van het participatietraject.

#### **Taken van de raadswerkgroep**

De taken van de raadswerkgroep zijn:

1. **Actief meedenken:** ideeën, prioriteiten en suggesties van de fracties inbrengen
2. **Inhoud toetsen:** controleren of doelen en acties logisch, haalbaar en relevant zijn
3. **Samenhang bewaken:** zorgen dat de agenda aansluit bij bestaand beleid en lopende projecten
4. **Draagvlak creëren:** vroegtijdig betrokkenheid van alle fracties vergroten en regelen dat zorgen en vragen worden besproken
5. **Advies geven:** functioneren als sparringpartner en klankbord voor college, stuurgroep en projectteam
6. **Terugkoppelen:** input en voortgang delen met de eigen fracties, zodat fracties goed voorbereid zijn op besluitvorming

#### **Samenstelling raadswerkgroep**

- Burgemeester
- 1 raadslid per fractie in de gemeenteraad
- Raadsgriffier
- Projectleider
- Extern adviseur

### **2.2.4 Projectteam**

#### **Rol van de projectgroep**

De projectgroep is verantwoordelijk voor de uitvoering van het project. Zij doet het inhoudelijke en praktische werk. Waar de stuurgroep stuurt en beslist, voert de projectgroep uit, komt met suggesties en zorgt voor de voortgang. De leiding van het project ligt bij de strategisch bestuursadviseur.

#### **Taken van de projectgroep**

Concrete taken van de projectgroep zijn:

1. ***Uitwerken van plannen***  
Vertalen van de doelen en kaders van de stuurgroep naar concrete plannen en acties
2. ***Uitvoering organiseren***  
Zorgen dat het werk wordt gedaan: taken verdelen, activiteiten plannen en uitvoeren
3. ***Inhoudelijk uitwerken***  
Onderzoeken, ontwerpen, schrijven, afstemmen en uitwerken van voorstellen
4. ***Voortgang bewaken en problemen signaleren***  
Bijhouden of het project op schema ligt en signaleren als er knelpunten ontstaan. Dit tijdig aangeven bij de stuurgroep wanneer er besluiten nodig zijn;
5. ***Rapporteren aan de stuurgroep***  
Terugkoppelen over voortgang, resultaten, risico's en te maken keuzes
6. ***Afstemmen met betrokkenen***  
Overleggen met interne en externe partijen, ophalen van input en delen van informatie
7. ***Kwaliteit bewaken***  
Zorgen dat het werk inhoudelijk klopt en aansluit bij de afgesproken doelen

#### ***Samenstelling van de projectgroep***

- Projectleider
- Communicatieadviseur
- Strategisch adviseur Ruimte
- Strategisch adviseur Sociaal Domein
- Extern adviseur

#### ***2.2.5 Klankbordgroep – intern***

##### ***Taken van de interne klankbordgroep***

De interne klankbordgroep helpt om het strategisch kompas inhoudelijk sterker, beter uitvoerbaar en beter afgestemd op de organisatie te maken. Leden van de klankbordgroep denken mee, geven feedback en toetsen of de plannen werken in de praktijk van de gemeente.

Belangrijkste taken zijn:

1. ***Meedenken en spiegelen***  
Reageren op ideeën en voorstellen: klopt het, is het logisch, is het scherp genoeg?
2. ***Toetsen op uitvoerbaarheid***  
Bekijken of plannen haalbaar zijn met de beschikbare mensen, middelen en tijd
3. ***Inbrengen van praktijkkennis***  
Zorgen dat ervaringen uit verschillende afdelingen en beleidsterreinen worden meegenomen
4. ***Zorgen voor samenhang***  
Kijken of het kompas goed aansluit bij bestaand beleid en lopende projecten
5. ***Signaleren van risico's en kansen***  
Aangeven waar het kan vastlopen of juist waar extra kansen liggen
6. ***Vergroten van draagvlak***  
Door betrokkenheid vanuit de organisatie ontstaat meer begrip en steun voor de agenda;
7. ***Verbinding leggen tussen strategie en uitvoering***  
Helpen om het kompas te vertalen naar de betekenis voor het dagelijkse werk

***Samenstelling van de interne klankbordgroep***

Vanuit diverse beleidsterreinen zijn beleidsadviseurs betrokken om als klankbord input te leveren op het proces en de inhoud van de stukken.

### 3. Projectaanpak

---

#### 3.1 Insteek

##### **A. Starten met het nieuwe gemeentebestuur**

Het traject voor het opstellen van het strategisch kompas start na de installatie van de raadswerkgroep en het vaststellen van het plan van aanpak.

##### **B. Actieve betrokkenheid van de gemeenteraad**

Bij het opstellen van het strategisch kompas betrekken we vanaf het begin actief een vertegenwoordiging van de gemeenteraad (zie 2.2.3) die de vorm krijgt van een raadswerkgroep. Vanuit elke raadsfractie is één persoon vertegenwoordigd. Een eenmansfractie mag ook een vertegenwoordiger van een andere fractie kiezen.

##### **C. Dialoog als onmisbaar instrument**

Het strategisch kompas raakt direct aan de toekomst van de gemeente en haar inwoners. Daarom is een brede en betekenisvolle dialoog met de samenleving en samenwerkingspartners essentieel. Door inwoners, maatschappelijke organisaties en ondernemers actief te betrekken, halen we waardevolle kennis en ervaring op. Ook ontstaat draagvlak en gedeeld eigenaarschap voor de te maken keuzes. Participatie draagt bij aan een agenda die aansluit bij wat er leeft in de gemeente, vergroot de kwaliteit en legitimiteit van de besluitvorming en versterkt het vertrouwen tussen bestuur en samenleving.

##### **D. Contourennota als basis voor het vervolg**

Er zijn al veel gegevens beschikbaar die een basis vormen voor het toekomstige kompas. Denk aan data, bestaande beleidsdocumenten, trends en ontwikkelingen en de kernwaarden. Eerder gemaakte keuzes en genomen besluiten vormen de basis voor een contourennotitie. Met deze als uitgangspunt formuleren we vragen voor de participatie.

##### **E. Inzet externe expertise voor participatie**

Voor het vormgeven en begeleiden van de participatie met de samenleving maken we gebruik van externe expertise. Dit voor ondersteuning bij het ontwerpen en uitvoeren van een zorgvuldig participatieproces, dat aansluit bij de aard en reikwijdte van het strategisch kompas. Dit draagt bij aan een open en onafhankelijke dialoog met inwoners, maatschappelijke organisaties en ondernemers.

#### 3.2 Inhoud en resultaat

##### **3.2.1 Kernthema's en kernwaarden**

We starten met de bepaling van een aantal kernthema's, aan de hand waarvan we tot nadere invulling komen. De kernthema's die we als basis gebruiken zijn:

1. Sociale cohesie, inclusieve samenleving, zorg en welzijn
2. Ruimtelijke ontwikkeling en leefbaarheid
3. Duurzaamheid en klimaatbestendigheid
4. Veiligheid en weerbaarheid
5. Bestuur en samenwerking

De gemeenteraad heeft een aantal jaren geleden drie kernwaarden vastgesteld: Verbinding, Betrokkenheid en Mooi plekje. Deze vertalen de essentie van sfeer, karakter, aantrekkingskracht en beleving.

De betrokken partijen bepalen samen of deze kernwaarden nog steeds als uitgangspunten gelden, of dat deze in het participatietraject worden voorgelegd aan de diverse doelgroepen. Dit kan tot een ander resultaat leiden.

### 3.2.2 Vertaling van kernthema's naar vragen

In samenwerking tussen de raads werkgroep, de projectgroep en de klankbordgroep zoeken we naar vertaling van de kernthema's naar concrete vragen die we aan de diverse doelgroepen kunnen voorleggen in verschillende participatietrajecten.

Uit de opgehaalde informatie ontwikkelen we voor elk kernthema een aantal scenario's. Daarin staat duidelijk wat de voors en tegens, de kansen en risico's zijn. Deze leggen we voor aan de gemeenteraad, die dan een gefundeerde keuze kan maken. De gekozen scenario's vormen samen het strategisch kompas 2040.

### 3.2.3 Kiezen voor het één, is het laten vallen van het ander

Onze gemeente kan niet álles zijn voor iedereen. Het is van belang dit al van het begin van het participatietraject te beseffen en dit ook te communiceren. Iedere keuze heeft gevolgen. Deze brengen we zo goed mogelijk in kaart en verwerken we in de verschillende scenario's. Op die manier kunnen college en gemeenteraad afgewogen keuzes maken, die zij goed aan inwoners en anderen kunnen uitleggen.

## 3.3 Procesvoorstel

### 3.3.1 Wat voorafging

In aanloop naar de ontwikkeling van het strategisch kompas is een aantal zaken opgepakt:

*Januari 2026: Overdrachtsbrief en overdrachtsdocument verzonden aan de gemeenteraad*

*Mei 2026: Informatiebijeenkomst: aftrap met nieuwe gemeenteraad*

*Juni 2026: Samenstellen raads werkgroep door de fracties*

### 3.3.2 Stappenplan

<b>Stap 1: Instellen en opstarten raads werkgroep</b>
<i>Actie 1: Instellen raads werkgroep met vertegenwoordiging uit verschillende fracties (raadsbesluit)</i>
<i>Actie 2: Organiseren van eerste bijeenkomst: kennismaking en verwachtingen inventariseren</i>
<b>Planning: juni en augustus 2026</b>
<b>Stap 2: Voorbereiding participatietraject</b>
<i>Actie 1: Bijeenkomst met raads werkgroep: ophalen input</i>
<i>Actie 2: Verwerken input raads werkgroep – terugkoppeling naar klankbordgroep en stuurgroep</i>
<i>Actie 3: Vertaalslag maken van input raads werkgroep naar participatietraject met doelgroepen, werkvormen, bepalen participatiemomenten en locaties voor bijeenkomsten</i>
<i>Actie 4: Externe expertise betrekken bij participatievoorbereiding</i>
<i>Actie 5: Betrekken klankbordgroep, voortgang bepalen</i>

*Actie 6: Informeren stuurgroep, college en gemeenteraad over thema's, vraagstelling in en aanpak van participatietraject: een tussentijdse notitie waarin we de opbrengst uit de raads werkgroep en de klankbordgroep met de raad delen*

*Actie 7: Vaststelling participatietraject door stuurgroep, college en gemeenteraad*

**Planning: augustus – december 2026**

### **Stap 3: Interactie en participatie**

*Actie 1: Uitvoering participatietrajecten onder alle doelgroepen: ophalen van input. We halen op wat inwoners en partners belangrijk vinden en zorgen zo voor herkenbare input voor het strategisch kompas.*

*Actie 2: Inventarisatie en structurering van opgehaalde input*

*Actie 3: Afstemming met raads werkgroep, klankbord- en stuurgroep en college over opgehaalde input uit participatie*

*Actie 4: Raadsinformatiebrief aan gemeenteraad met stand van zaken*

*Actie 5: Raadsbijeenkomst om raad te informeren over de gebeurtenissen en de opbrengsten*

**Planning: januari - maart 2027**

### **Stap 4: Opstellen strategisch kompas**

*Actie 1: Schrijven concept strategisch kompas. Inclusief voorzet voor implementatie. Accordering daarvan door stuurgroep en het college*

*Actie 2: Het college legt de conceptnotitie strategisch kompas 2040 voor aan de raad. Hierin is de opbrengst van het interactieve proces verwerkt*

*Actie 3: De raad besluit of de conceptnotitie de definitieve versie is of dat het college opdracht krijgt voor aanvullende acties*

*Actie 4: Vormgeving en presentatie*

*Actie 5: Raad stelt strategisch kompas vast*

**Planning: april- juni 2027**

### **Stap 5: Communicatie stakeholders**

*Actie 1: Communicatieplan maken en uitvoeren voor terugkoppeling strategisch kompas 2040 naar betrokkenen bij de participatie en andere doelgroepen, in- en extern*

**Planning: september-december 2027**

## 4. Communicatie en informatie

---

### 4.1 Inleiding en doel van dit communicatieplan

Onze gemeente werkt in 2026–2027 aan het opstellen van het **strategisch kompas 2040**: een richtinggevend document voor de toekomst van de gemeente. Dit communicatieplan beschrijft hoe onze gemeente gedurende alle fasen:

- de gemeenteraad goed positioneert en informeert
- inwoners, ondernemers en maatschappelijke partners actief betreft in participatietrajecten
- zorgt voor transparantie over proces en keuzes
- draagvlak creëert voor het uiteindelijke Strategisch Kompas 2040

Communicatie is hierin geen sluitstuk, maar een integraal onderdeel van het proces.

### 4.2. Uitgangspunten voor communicatie

1. **Transparant en tijdig**  
We informeren samenleving en raad steeds vooraf over doel, planning en invloed
2. **Duidelijk over invloed**  
Per fase communiceren we helder wat met de inbreng gebeurt (meedenken, meebeslissen, adviseren)
3. **Raad in positie**  
We betrekken de gemeenteraad actief en tijdig
4. **Toegankelijk en inclusief**  
Communicatie is begrijpelijk (B1-niveau), via meerdere kanalen en op diverse momenten
5. **Herkenbaar en consistent**  
Eén duidelijke lijn in kernboodschap, visuele stijl en tone of voice
6. **Terugkoppeling als vaste stap**  
We sluiten iedere participatiefase af met een zichtbare terugkoppeling: “Dit hebben we gehoord en dit doen we ermee.”

### 4.3. Doelgroepen

#### 4.3.1 Interne doelgroepen

- Gemeenteraad
- Raadswerkgroep
- College van B&W
- Stuurgroep
- Klankbordgroep
- Managementteam
- Ambtelijke organisatie

#### 4.3.2 Externe doelgroepen

- Inwoners (kinderen, jongeren, gezinnen, senioren)
- Ondernemers
- Maatschappelijke organisaties
- Wijk- en dorpsraden
- Regionale partners
- Media

### 4.4. Communicatiedoelen

Fase	Communicatiedoel
Vorbereiding	Begrip creëren voor de waarde en de functie van het strategisch kompas
Raadswerkgroep	Raad positioneren als mede-ontwikkelaar

Fase	Communicatiedoel
Participatievoorbereiding	Verwachtingen managen over invloed en aanpak
Interactie & participatie	Hoge betrokkenheid en brede inbreng realiseren
Vaststelling	Draagvlak voor het einddocument
Terugkoppeling	Vertrouwen versterken door zichtbaar resultaat

#### 4.5. Kernboodschappen (overkoepelend)

1. *“Samen bepalen we de koers van Beuningen richting 2040.”*
2. *Het strategisch kompas geeft richting aan keuzes voor wonen, werken, sociale cohesie, leefbaarheid en duurzaamheid.*
3. *Inwoners en partners denken actief mee.*
4. *De gemeenteraad stelt uiteindelijk het strategisch kompas 2040 vast.*
5. *We koppelen altijd terug wat er met ideeën gebeurt.*

Per fase scherpen we deze kernboodschappen aan.

#### 4.6. Fasering, planning en communicatiemiddelen

##### FASE 1 – Oprichting Raadswerkgroep en vaststellen plan van aanpak: mei- juni 2026

###### Doel communicatie

- Duidelijkheid over doel, proces en planning
- Raad goed informeren over werkwijze
- Transparantie over samenstelling en rol van de raadswerkgroep

###### Kernboodschap

*De gemeente start met het opstellen van het strategisch kompas 2040. We betrekken raad en samenleving daar actief bij*

*De raadswerkgroep denkt mee over de koers van onze gemeente*

##### FASE 2 – Voorbereiding participatietraject: augustus- december 2026

###### Doel communicatie

- Verwachtingen managen
- Helder maken hoe inwoners kunnen meedoen
- Raad meenemen in thema's en aanpak

###### Kernboodschap

*Uw ideeën helpen om te bepalen waar Beuningen in 2040 voor staat*

*Dit is wat we met uw ideeën gaan doen*

##### FASE 3 – Interactie en participatie: januari - maart 2027

###### Doel communicatie

- Maximale betrokkenheid
- Transparante terugkoppeling
- Draagvlak creëren voor concept

###### Kernboodschap

*We hebben geluisterd. Dit is wat we met uw inbreng doen*

##### FASE 4 – Vaststelling en presentatie: april- juni 2027

###### Doel communicatie

- Inwoners zijn trots op hun gemeente

- Gezamenlijke koers benadrukken
- Strategisch kompas zichtbaar maken

#### **Kernboodschap**

*Dit is onze gezamenlijke koers richting 2040*

#### **FASE 5 – Communicatie stakeholders: september-december 2027**

##### **Doel communicatie**

- Vertrouwen versterken
- Lange termijn betrokkenheid creëren
- Vertaling naar uitvoering zichtbaar maken

#### **Kernboodschap**

*Het strategisch kompas is geen eindpunt, maar een route naar het Beuningen van 2040*

#### **4.7. Planningsoverzicht (globaal)**

<b>Periode</b>	<b>Activiteit</b>	<b>Communicatie</b>
mei 2026	Aftrap	Startcommunicatie
juni 2026	Raadswerkgroep	Positionering
aug–december 2026	Vorbereiding participatie	Informatie & verwachting
Januari–april 2027	Participatie & concept	Actieve campagne
Juni 2027	Vaststelling	Presentatie
mei–december 2027	Terugkoppeling	Borging & voortgang

#### **4.8. Organisatie en rollen**

<b>Rol</b>	<b>Verantwoordelijkheid</b>
Communicatieadviseur	Regie communicatieplan
Projectleider	Inhoudelijke afstemming
Griffie	Afstemming richting raad
College	Bestuurlijke woordvoering
Burgemeester	Boegbeeld en ambassadeur
Raadswerkgroep	Meedenken en adviseren

#### **4.9. Monitoring en evaluatie**

- Opkomst bij bijeenkomsten
- Aantal ingevulde enquêtes
- Online bereik en engagement
- Media-aandacht
- Evaluatie met raad en stuurgroep

#### **4.10. Conclusie**

Met deze communicatieaanpak zorgen we voor:

- transparantie in het proces
- een actieve betrokkenheid van inwoners en partners
- een stevige positie van de gemeenteraad
- draagvlak voor het strategisch kompas 2040

Het strategisch kompas 2040 wordt zo niet alleen een beleidsdocument, maar een gezamenlijke koers voor de toekomst van onze gemeente.

### 5.1 Begroting

Om het proces om te komen tot een Strategisch Kompas te ondersteunen met expertise op het vlak van het proces en de participatie, is ondersteuning door externe partijen noodzakelijk.

Inzet van externe expertise ontlast de ambtelijke organisatie en draagt bij aan een strakke planning en heldere rolverdeling. Externe ondersteuning op het gebied van participatie en procesbegeleiding borgt een objectief, transparant, zorgvuldig, professioneel en efficiënt traject. Ook vergroot dit de kwaliteit van het strategisch kompas en het draagvlak, wat de uitvoerbaarheid ten goede komt.

Het gaat om:

*A. Ondersteuning bij het participatieproces door bureau OpiniePijlers:*

Dit betreft het adviseren, inrichten en uitvoeren van een zorgvuldig en professioneel participatieproces. Bureau OpiniePijlers ondersteunde ons eerder bij het traject rondom de ombuigingen en heeft andere gemeenten bij vergelijkbare traject als het Strategisch Kompas begeleid.

Door professionele begeleiding wordt een zorgvuldig en gestructureerd participatietraject ingericht, waarin inwoners, ondernemers, maatschappelijke organisaties en andere belanghebbenden op passende wijze worden betrokken. Dit vergroot het draagvlak voor het strategisch kompas en versterkt het vertrouwen in het proces en de uitkomsten.

*B. Procesbegeleiding door Yvette van Aarle:*

Dit betreft het adviseren over de processtappen, werkvormen en het begeleiden van bijeenkomsten en gesprekken. Yvette van Aarle heeft eerder voor Beuningen het traject begeleid voor het opstellen van de huidige kernwaarden en zij begeleidde tijdens de raadsinformatiebijeenkomst op 9 december 2025 een gesprek over de kernwaarden. Externe procesbegeleiding zorgt voor een efficiënte voortgang, heldere rolverdeling en bestuurlijke ontzorging, waardoor het traject binnen planning en randvoorwaarden kan worden gerealiseerd. Per saldo leidt dit tot een strategisch kompas dat inhoudelijk sterker, breder gedragen en beter uitvoerbaar is, en tot een proces dat bijdraagt aan duurzame samenwerking tussen bestuur, organisatie en samenleving.

Daarnaast worden er facilitaire en communicatiekosten gemaakt. Deze incidentele kosten bedragen ca. € 80.000. Met deze kosten is in de begroting 2026 geen rekening gehouden omdat dit proces was toen nog niet uitgekristalliseerd. De kosten worden meegenomen in de voorjaarsnota 2026.

### 5.2 Subsidie

De provincie Gelderland ondersteunt gemeenten bij (het versterken van) hun bestuurskracht. Een van die ondersteuningsmiddelen is de VOB-subsidie (Versterking Openbaar Bestuur). We gaan, nu de ondersteuning helder is, hiervoor bij de provincie Gelderland een subsidieaanvraag indienen. Als die aanvraag wordt gehonoreerd, draagt de provincie bij aan het Strategisch Kompas door 50% van de kosten te vergoeden.

