

# Communicatieplan SUN Gelderland-Zuid

**Datum:** 26-06-2024  
**Plaats:** Beuningen  
**Auteur:** M.R.J. (Marcel) van Schaik, bestuurslid SUN Gelderland-Zuid

**Definitief**  
26 Jun 2024

## Voorwoord

Wil een organisatie haar doelen halen, dan is communicatie van groot belang: 'be good and tell it'.

SUN Gelderland-Zuid wil graag het onderwerp 'urgente noden' lokaal & regionaal agenderen zodat mensen met urgente noden zo goed mogelijk worden ondersteund. Daarnaast is het streven van SUN Gelderland-Zuid om een goede communicatie te hebben met al haar stakeholders en zichzelf te profileren binnen het eigen werkgebied zodat mensen in de gemeenten Berg en Dal, Beuningen en Druten bekend zijn met ons SUN-noodhulpbureau, positief over onze ondersteuning spreken en ons ook weten te bereiken wanneer dat nodig is.

SUN Gelderland-Zuid zal met ingang van 1 juli 2024 van start gaan. Momenteel is het bestuur druk doende met alle voorbereidingen.

Voor u ligt het communicatieplan van SUN Gelderland-Zuid voor de jaren 2024-2025-2026. Het plan vormt een uitgangspunt voor het te voeren communicatiebeleid, maar uiteraard is er altijd ruimte voor aanpassingen op basis van actuele ontwikkelingen. Het is immers onmogelijk om de impact van nieuwe trends en ontwikkelingen vooraf goed in te schatten. Wat we wel weten is dat we met een enthousiast bestuur en een fantastische bureaucoördinator onze schouders eronder zetten om onze ambities verder gestalte te geven.

Communicatiebeleid opstellen begint bij het formuleren van onze visie op de maatschappij en de missie waartoe onze organisatie in het leven is geroepen, gevolgd door de kernwaarden van waaruit wij handelen, communiceren en waarop wij onze symbolen baseren (hoofdstuk 1). In hoofdstuk 2 komen de organisatiedoelstellingen aan bod. Het communicatiebeleid sluit hier naadloos op aan. Om 'een sterk merk' te creëren is het belangrijk te kijken naar wat de identiteit en het imago van onze organisatie is. Zowel in de huidige als de gewenste situatie. Daarnaast is het goed om stil te staan bij de naamsbekendheid. Dit alles komt in hoofdstuk 3 naar voren. Op basis van alle gegevens wordt een vertaalslag gemaakt naar de communicatiedoelen van SUN Gelderland-Zuid voor de periode 2024-2025-2026 (hoofdstuk 4), de communicatiedoelgroepen (hoofdstuk 5), de communicatiestrategie (hoofdstuk 6) en de communicatiemiddelen (hoofdstuk 7).

In hoofdstuk 8 worden de concrete acties voor het komende jaar opgenomen in een planning en tenslotte is in hoofdstuk 9 de begroting opgenomen.

Veel leesplezier!

M.R.J. (Marcel) van Schaik

Namens het bestuur van SUN Gelderland-Zuid

## Inhoud

Voorwoord .....	2
1. Visie, missie en kernwaarden.....	4
2. Organisatiedoelstellingen en strategie.....	6
3. Identiteit, imago, naamsbekendheid en positionering .....	8
4. Communicatiedoelstellingen.....	10
5. Doelgroepen .....	11
6. Communicatiestrategie.....	13
7. Communicatiemiddelen.....	16
8. Plan van aanpak.....	19
9. Begroting .....	20
BIJLAGE 1. Huisstijlregels .....	21
BIJLAGE 2. Persbericht vooraankondiging .....	22

## 1. Visie, missie en kernwaarden

Vertrekpunt van communicatie is altijd de visie (de wijze waarop wij naar de wereld om ons kijken) op basis waarvan de missie (onze gezamenlijke droom, het hogere doel) is bepaald. De missie is tevens vastgelegd in de statuten van onze organisatie.

De visie en missie zijn vastgelegd door SUN Nederland. Zij maken onderdeel uit van het gestandaardiseerde SUN-format dat door heel Nederland toegepast is bij de oprichting van SUN-noodhulpbureaus door SUN Nederland.

### Onze visie

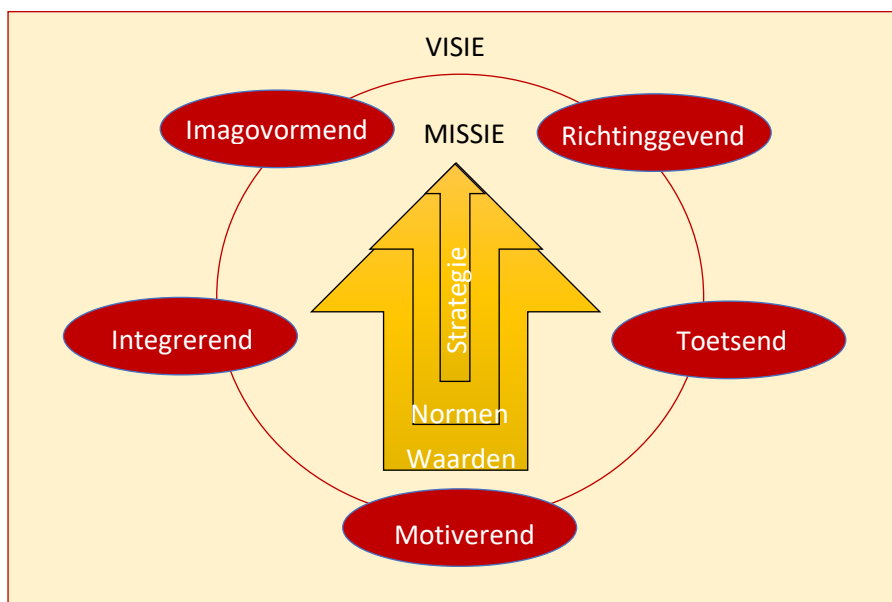
Ondanks alle voorzieningen die er binnen onze gemeente(n) zijn, hebben sommige mensen toch urgente financiële problemen. SUN Gelderland-Zuid vindt dat noodhulp niet van toeval afhankelijk mag zijn. Niemand mag tussen wal en schip vallen. Noodhulp biedt perspectief en voorkomt veel persoonlijk leed, onnodige escalatie en maatschappelijke kosten en draagt bij aan een betere kwaliteit van leven.

De missie verwoordt het hogere doel dat wij als organisatie willen bereiken. Waar dromen we van? En zeker bij een ANBI-organisatie: wat willen we in onze wereld verbeteren?

### Onze missie

Het is de missie van SUN Gelderland-Zuid om te voorzien in materiële noden van personen of groepen van personen in de gemeente(n) Berg en Dal, Beuningen en Druten, indien en voor zover in deze noden niet, niet tijdig en/of niet adequaat kan worden voorzien op grond wettelijke regelingen en (gemeentelijke) voorzieningen. Het betreft in beginsel éénmalige hulp of ondersteuning voor een afgebakende periode.

Op basis van de missie wordt bepaald welke strategie nodig is om de missie te realiseren en welke normen en waarden daarbij passen. Heb je dezelfde uitgangspunten, dromen, waarden en normen dan ben je van harte welkom bij SUN Gelderland-Zuid.



Figuur 1 - Functies van visie en missie

## **Onze kernwaarden**

Als inspiratiebron voor wat SUN Gelderland-Zuid wil uitstralen (gewenst imago), zijn de volgende kernwaarden opgesteld.

### **Betrokken**

Bij SUN Gelderland-Zuid werken maatschappelijk betrokken mensen. Wij zijn mensgericht; de medemens staat centraal.

### **Onafhankelijk**

Het maakt daarbij niet uit welk geloof je aanhangt, welke politieke voorkeur je hebt, hoe oud je bent of waar je vandaan komt. Wij zijn er voor ieder mens die in financiële nood verkeert. Wij stellen ons daarbij onafhankelijk op van regels of systemen en kunnen dat ook goed omdat wij tripartiet werken. Dat wil zeggen dat wij een publiek-private samenwerkingsverband tussen gemeente(n), donateurs en hulp-/dienstverleners organiseren. Wij kijken naar wat nodig is en hanteren gevoelsbegrippen zoals empathie en mededogen. Wij bieden dat waarvan iedereen zegt: dat moet toch gewoon geregeld zijn!

### **Slagvaardig**

Als het moet kan een SUN Gelderland-Zuid binnen 24 uur handelen, zeker als er sprake is van broodnood. Wij zijn niet afwachtend, maar proactief en ondernemend. Wij willen niet belanden in allerlei praatcircussen en vertragende besluitvormingsprocessen. Wij houden de vaart erin, zonder de zorgvuldigheid uit het oog te verliezen. Omdat wij geloven dat dit het verschil kan maken in snelle niet-bureaucratische inbreng en activiteiten en omdat we sneller in kunnen spelen op de actualiteit. Door op lokaal niveau snel te handelen bieden wij mensen perspectief, voorkomen wij veel persoonlijk leed, onnodige escalatie en maatschappelijke kosten.

### **Geloven in de meerwaarde van samenwerking**

SUN Gelderland-Zuid werkt op het brede terrein van urgente noden, direct verbonden met de onderwerpen armoede en schulden. Wij werken samen met veel en diverse organisaties en personen met verschillende invalshoeken, belangen en verantwoordelijkheden. SUN Gelderland-Zuid gelooft dat onderlinge samenwerking een grote meerwaarde heeft en tot meer effectiviteit en adequate oplossingen leidt. Ieder mens en iedere partij levert op basis van eigen sterkten zijn of haar bijdrage aan het realiseren van onze gezamenlijke doelen en weerstaat de neiging eigen belangen voorop te stellen.

### **Deskundig**

Door aansluiting bij Stichting Urgente Noden Nederland (SUN Nederland), kunnen wij terugvallen op de jarenlange kennis, opgedane ervaringen en bestaande netwerken. SUN Nederland heeft veel inzicht verworven op het terrein van urgente noden en daarvan afgeleid armoede, schulden, bestaanszekerheid en kansengelijkheid. SUN Nederland wil deze opgebouwde kennis en ervaring graag delen, zodat iedereen er voordeel van heeft en we samen het uiteindelijke doel bereiken: Bestaanszekerheid voor iedereen en daarnaast een landelijk dekkend vangnet voor diegenen die tussen wal en schip raken.

En kennis met andere noodhulpbureaus delen.

### **Betrouwbaar**

Ons streven is om gezien te worden als een betrouwbare partner om mee te werken.

## 2. Organisatiedoelstellingen en strategie

### Organisatiedoelstellingen

SUN Gelderland-Zuid wil bijdragen aan een dekkend vangnet voor mensen met urgente noden in de gemeente(n) Berg en Dal, Beuningen en Druten zodat niemand meer tussen wal en schip hoeft te vallen.

SUN Gelderland-Zuid streeft naar een breed draagvlak voor haar doelstellingen en werkwijze en wil jaarlijks voldoende middelen werven om in de noodhulp te voorzien. Onze doelstellingen zijn daarom:

- Hulp- en dienstverleners kunnen in alle situaties van urgente nood bij hun cliënten waarin bestaande wettelijke voorzieningen niet (tijdig of volledig) voorzien, een beroep op SUN Gelderland-Zuid doen.
- Hulp- en dienstverleners kennen SUN Gelderland-Zuid, zijn op de hoogte van haar bestaan en weten waar de stichting voor staat. Ook weten de hulp- en dienstverleners concreet hoe een aanvraag te doen en welke criteria er gehanteerd worden bij de behandeling ervan.
- Donateurs (fondsen, geloofsgemeenschappen, bedrijfsleven, particuliere initiatieven en eventueel ook de gemeente(n)) steunen SUN Gelderland-Zuid door jaarlijkse bijdragen aan het giftenbudget, (een éénmalige bijdrage aan het revolverend Sociaal Leenfonds) of door het verstrekken van materiële zaken in natura. Jaarlijks wordt een begroting van de benodigde middelen gemaakt. Op grond van deze jaarlijkse begroting bepalen we welke donateurs voor welk doeleinde benaderd zullen worden.
- De gemeenten steunen SUN Gelderland-Zuid financieel door de bureaunkosten en de kosten van een coördinator op zich te nemen.

Daarnaast wil SUN Gelderland-Zuid ook bijdragen aan de landelijke aanpak rondom urgente noden door data aan te leveren in het Datadashboard Urgente Noden, samen te werken met SUN Nederland via onder andere projecten en deel te nemen en input te leveren ten behoeve van de SUN Academie. Tenslotte staat SUN Gelderland-Zuid ook open om van gedachten te wisselen met collega-organisaties en te fungeren als stageplek voor nieuw op te richten SUN-noodhulpbureaus.

### Organisatiestrategie

Om onze doelstelling te realiseren heeft SUN Gelderland-Zuid twee instrument[en] tot haar beschikking:

1. Het Noodfonds; éénmalige gift tussen de €10 en €2.500 of goederen of diensten verstrekt aan de begunstigde (al dan niet via een bruikleenovereenkomst). [Het verstrekken van bonnen en vouchers die men kan besteden in bijv. supermarkten, bouwmarkten, witgoedleveranciers of meubelzaken.]
2. Het Sociaal Leenfonds: renteloze lening van maximaal €1.750 voor alleenstaande en tot €2.500 voor meerpersoons huishoudens.  
Deze instrumenten kunnen los van, maar ook naast elkaar worden ingezet. Omdat het Sociaal Leenfonds revolverend is, kunnen nog meer mensen worden ondersteund.]

SUN Gelderland-Zuid staat ook open voor cofinanciering: SUN betaalt mee aan een gift die gedeeltelijk door een andere organisatie wordt betaald. SUN Gelderland-Zuid heeft tevens een regiefunctie waarin wij aanvragen doen bij andere fondsen.

Als de situatie zeer urgent is kan een noodhulpbureau binnen 24 uur toekennen.

SUN is er uitsluitend voor incidentele urgente noodhulp, alle giften zijn in beginsel éénmalig of voor een afgebakende periode.

Een gift of renteloze lening mag nooit ten kosten gaan van de bestaande inkomsten of toeslagen van de begunstigde; hierover worden duidelijke afspraken gemaakt met de gemeente(n).

## Noodhulp in 3 stappen



Figuur 2 - Infographic Noodhulp in 3 stappen

Alleen een hulp- of dienstverlener kan een aanvraag voor een cliënt indienen via de website van SUN Gelderland-Zuid. Elk SUN-noodhulpbureau werkt standaard met het administratiesysteem Pivio en de bijbehorende website met aanvraagformulier. Hierdoor zijn alle aanvragen bij de noodhulpbureaus geüniformeerd en zijn de data geanonimiseerd uit te lezen in het Datadashboard Urgente Noden. Signalen en trends afkomstig uit het Dashboard delen wij gevraagd en ongevraagd met onze samenwerkingspartners en andere betrokken organisaties zodat zij hun beleid kunnen verbeteren daar waar een structurele verandering in het systeem nodig is. Op die manier draagt SUN Gelderland-Zuid bij aan een beter en efficiënter beleid waarbij minder mensen met urgente noden te maken krijgen.

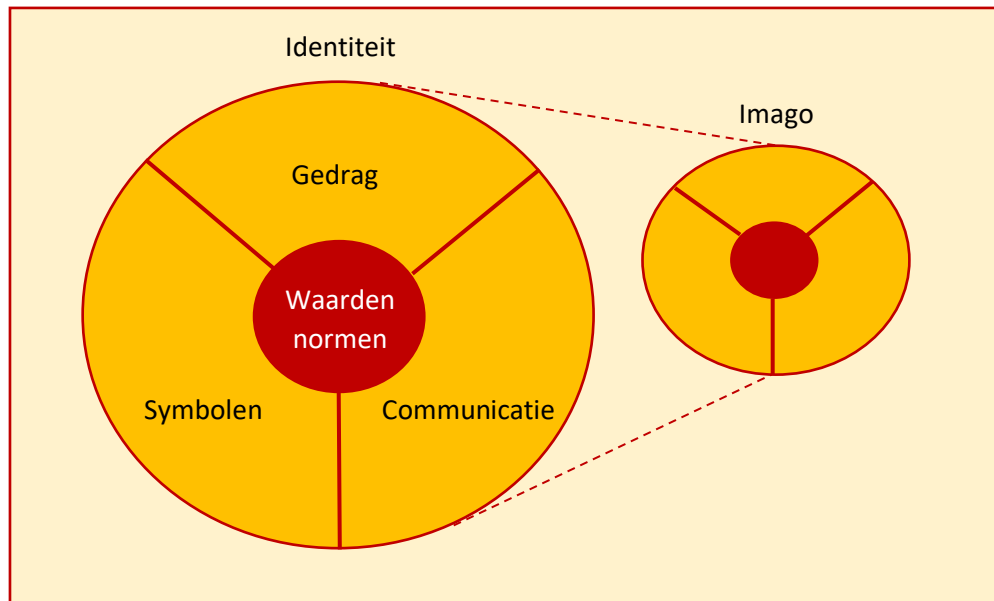
### 3. Identiteit, imago, naamsbekendheid en positionering

#### Identiteit

Onze gezamenlijke waarden en normen komen op drie manieren tot uiting:

1. Gedrag: de wijze waarop wij handelen;
2. Communicatie: de verbale, visuele en non-verbale boodschappen van de organisatie;
3. Symboliek: een passende en eenduidige grafische huisstijl.

Gedrag, communicatie en symboliek vormen samen de werkelijke identiteit van de organisatie. Een organisatie kan haar eigen imago sturen, door met gedrag, symboliek en communicatie naar voren te treden.



*Figuur 3 Identiteit en imago*

SUN Gelderland-Zuid bestaat uit een bestuur dat verantwoordelijkheden grotendeels delegeert naar een bureaucoördinator. Deze bureaucoördinator is een belangrijke spin in het web. Door deze manier van werken worden 'gedrag, communicatie en symboliek' in eerste instantie bepaald door de bureaucoördinator en daarna door het bestuur. Hieronder staat beschreven hoe SUN Gelderland-Zuid wil handelen en communiceren en hoe wij willen overkomen bij onze verschillende doelgroepen.

#### **Gewenste identiteit**

SUN Gelderland-Zuid stelt zich onafhankelijk op (politiek, geloof, afkomst of levenswijze zijn bij ons niet bepalend). Wij zijn deskundig op het terrein van urgente noden, armoede en schulden binnen ons werkgebied en beschikken op dit gebied over veel inzichten en een groot netwerk. De organisatie kent een open cultuur en is transparant in haar handelen.

Het imago (hoe komen we over?) is vastgesteld in de bestuursvergadering van 25 juni 2024.



### **Gewenst imago**

Aan 'het merk' Stichting Urgente Noden zal lokaal nog verder worden gewerkt. Omdat wij een sympathiek doel hebben kan onze aanpak meestal ook op sympathie rekenen. We weten dat dit geldt voor bestaande SUN-noodhulpbureaus is het land. Wij streven ernaar dat als mensen kennismaken met SUN Gelderland-Zuid wij bij hen vertrouwen opwekken en zij een positief beeld krijgen van SUN Gelderland-Zuid. Wij willen graag de gunfactor verwerven, waardoor de wervingskracht voor het verkrijgen van donaties wordt vergroot.

### **Naamsbekendheid**

De bekendheid van Stichting Urgente Noden onder de Nederlandse bevolking is gering. Dat heeft alles te maken met onze strategie. Wij hebben zelden rechtstreeks contact met begunstigden. Wij richten ons met name op onze partners: de gemeenten, de donateurs en de hulp-/dienstverleners. Ook de afkomst vanuit de filantropie is hier medeoorzaak van. Veel donateurs willen anoniem blijven. Het streven is echter om de komende jaren meer naamsbekendheid te verkrijgen voor SUN Gelderland-Zuid. Daarin werken we ook samen met SUN Nederland en collega-noodhulpbureaus. Daarbij moeten we realistisch zijn. SUN Gelderland-Zuid is wordt per 1 juli 2024 actief en kan nooit in een korte tijd iedereen bereiken: we zullen focus moeten aanbrengen. Het opstellen van een 'cirkel van betrokkenheid' kan daarbij behulpzaam zijn. Zie hiervoor het hoofdstuk over doelgroepen.

### **Positionering**

Positionering verschaft helderheid voor alle betrokken partijen. Welke positie ambiëren we als SUN-noodhulpbureau binnen ons werkveld?

SUN Gelderland-Zuid wil de springplank of het vangnet zijn voor mensen met urgente noden binnen de gemeente(n) Berg en Dal, Beuningen en Druten. SUN Gelderland-Zuid werkt samen met de grondlegger SUN Nederland op landelijk niveau. Deze samenwerking is omschreven in een samenwerkingsovereenkomst.

Als we het vraagstuk rondom armoede en schulden zien als een grote taart, dan concentreert SUN Gelderland-Zuid zich op de taartpunt van 'urgente financiële noden'. Dat is het terrein waarvan wij binnen ons werkgebied alles willen weten en waar wij de spil willen zijn. Wij kunnen geen specialist zijn zonder kennis te hebben van de onderwerpen 'armoede en schulden', maar onze focus ligt expliciet op urgente noden.

### **Onze positionering**

SUN Gelderland-Zuid is dé specialist op het terrein van urgente noden binnen ons werkgebied en excelleert in het makelen en schakelen van geld en goederen.

## 4. Communicatiedoelstellingen

SUN Gelderland-Zuid heeft voor de beleidsperiode 2024-2025-2026 de communicatiedoelstellingen afgeleid van de organisatiedoelstellingen. Daarbij is een onderscheid gemaakt tussen interne en externe doelstellingen.

### Intern

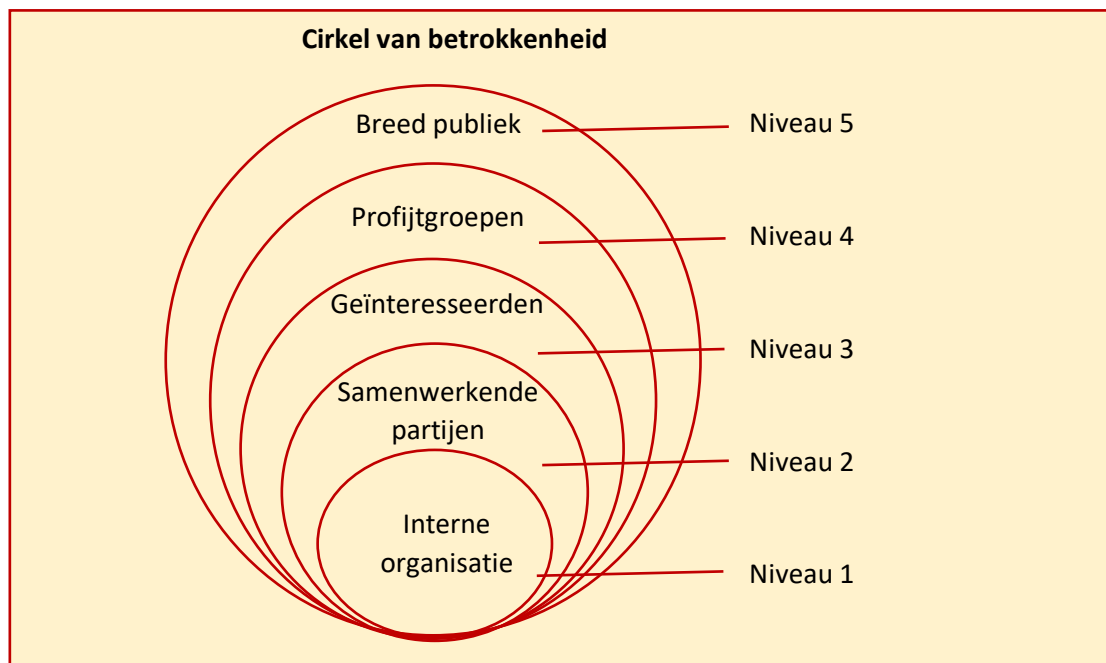
1. Interne communicatie binnen SUN Gelderland-Zuid optimaliseren ten behoeve van uitvoering van de organisatiedoelstellingen.
2. Deskundigheid bevorderen bij en ervaringen uitwisselen met:
  - bestuur en bureaucoördinator van SUN Gelderland-Zuid;
  - directie en medewerkers van SUN Nederland;
  - collega-noodhulpbureausop het specifieke terrein van urgente noden, het terrein van armoede en schulden en het besturen van een ANBI-stichting.

### Extern

3. Naamsbekendheid vergroten onder de door ons geïdentificeerde doelgroepen.
4. Gewenste identiteit en imago realiseren
5. De diverse doelgroepen aanzetten tot gewenst gedrag, met name hulp- en/of dienstverleners aanvragen laten indienen voor hun cliënten op het moment dat zij te maken krijgen met urgente noden, er geen andere voorliggende voorziening is en een gift of renteloze lening het verschil in toekomstperspectief kan zijn, maar ook donateurs motiveren om al dan niet in de vorm van cofinanciering SUN Gelderland-Zuid financieel te ondersteunen en voor meerdere jaren steun verkrijgen van de gemeente(n) voor de organisatiekosten van SUN Gelderland-Zuid.
6. Opvangen trends en signalen op het terrein van urgente noden, armoede en schulden en waar nodig deze lokaal agenderen.

## 5. Doelgroepen

SUN Gelderland-Zuid richt zich in haar communicatie op verschillende doelgroepen. Deze doelgroepen zijn in kaart gebracht in de vorm van onderstaand model: 'de cirkels van betrokkenheid'. Wie zijn in welke mate betrokken bij SUN Gelderland-Zuid? Op welke manier kunnen zij bijdragen aan de missie van onze stichting?



*Figuur 4 Cirkels van betrokkenheid*

Het is altijd raadzaam om bij communicatie te beginnen bij de binnenste cirkels en vervolgens steeds meer de buitenste cirkels erbij te betrekken. Een bestuurslid wil in de regel eerst zelf op de hoogte worden gebracht van een persbericht voordat het artikel in de media verschijnt. Ook is het behalen van de organisatie- en communicatiedoelstellingen meer afhankelijk van de binnenste cirkels dan van de buitenste cirkels.

Omdat SUN Gelderland-Zuid per 1 juli 2024 van start gaat, zal de focus van onze communicatie de eerste periode vooral liggen op de binnenste cirkels. Dat wil niet zeggen dat we geen uitingen naar het brede publiek doen, maar wel dat we intensiever communiceren naar de niveaus 1 en 2.

Niveau	Doelgroepen
1 Interne Organisatie	<ul style="list-style-type: none"><li>• Bestuur</li><li>• Bureaucoördinator, zzp'ers</li><li>• Eventuele vrijwilligers (denk aan adviseurs voor Sociaal Leenfonds)</li></ul>
2 Samenwerkende partijen	<ul style="list-style-type: none"><li>• SUN Nederland</li><li>• Vereniging Urgente Noden Nederland VUNN</li><li>• Collega-noodhulpbureaus</li><li>• Donateurs (fondsen, corporate foundations, geloofsgemeenschappen, bedrijfsleven, particuliere initiatieven zoals serviceclubs, particulieren)</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Gemeente Berg en Dal, Beuningen en Druten</li><li>• Aanvragers: Hulp- en dienstverleners in werkgebied</li><li>• Leveranciers (Witgoedleverancier, Bouwmarkt, Supermarkt, Eastground voor Pivio, accountant, etc.)</li><li>• Lokale platforms Sociaal Domein</li></ul>
3 Geïnteresseerden	<ul style="list-style-type: none"><li>• Lokale kennisinstututen</li><li>• Universiteiten en hogescholen</li><li>• Doorverwijzers: woningcorporaties, scholen, huisartsen, etc.</li><li>• Media</li></ul>
4 Profijtgroepen	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mensen die te maken krijgen met urgente noden en hun familie, mantelzorgers, vrienden en kennissen</li></ul>
5 Breed publiek	<ul style="list-style-type: none"><li>• Alle inwoners van de gemeente(n)</li></ul>

Per doelgroep kan uitgewerkt worden wat hun belangen, behoeften, interesses en bezwaren zijn ten aanzien van SUN Gelderland-Zuid, zodat daar in de communicatie zoveel mogelijk rekening mee kan worden gehouden.

## 6. Communicatiestrategie

### De naam SUN

De naam Stichting Urgente Noden is eigendom van onze grondlegger Stichting Urgente Noden Nederland, kortweg SUN Nederland. Zij hebben deze naam met logo en beeldmerk binnen de Benelux geregistreerd.

De naam 'Stichting Urgente Noden' zegt precies waar we voor staan: voor mensen met urgente noden. Wel kan het zo zijn dat niet iedereen exact weet wat er onder 'urgente noden' wordt verstaan en is het goed om dit naar de diverse doelgroepen duidelijk uit te leggen.

Door het aanhouden van dezelfde visie, missie, kernwaarden, naam, logo en beeldmerk, als onze grondlegger en doordat meerdere noodhulpbureaus in Nederland deze naam gebruiken ontstaat er een 'sterk merk' en een landelijke naamsbekendheid. In het verlengde hiervan is onze naam voluit Stichting Urgente Noden Gelderland Zuid en afgekort SUN Gelderland-Zuid. Alle SUN-noodhulpbureaus staan vermeld op een landkaart op de website van SUN Nederland, op onze eigen website maken wij een verwijzing naar deze landkaart om zo aan te geven dat wij onderdeel zijn van een grotere beweging ('familie').

### Free publicity en naamsbekendheid

SUN Gelderland-Zuid wil inzetten op regionale naamsbekendheid. De bureaucoördinator bouwt daartoe persoonlijke contacten op met betrokken stakeholders in de regio. Daarnaast maken wij gebruik van materialen die SUN Nederland ons ter beschikking stelt en die vaak aan de lokale situatie aan te passen zijn. Denk bijvoorbeeld aan een persbericht dat door ons aangevuld kan worden. [In bijlage 2 staat het persbericht weergegeven die gezien kan worden wij als vooraankondiging van de start van SUN-Gelderland-Zuid.

Omdat het communicatiebudget en de menskracht van SUN Gelderland-Zuid zeer beperkt is en wij de donaties voor 100% ten gunste van de mensen met urgente noden laten komen, is het zaak zoveel mogelijk onbetaalde publiciteit (= *free publicity*) te genereren. Plaatsing van berichten in onafhankelijke media maakt dat ons betrouwbare imago wordt onderstreept. Daarbij gaat het niet alleen om de lokale huis-aan-huisbladen en regionale kranten, maar ook om de lokale en regionale radio en televisie (indien aanwezig).

Om free publicity te genereren, zal de boodschap nieuwswaarde moeten hebben. Wij banaderen de pers actief en bouwen een persbestand op van lokale & regionale media en houden dit bestand telkens bij.

We volgen nauwgezet de actualiteit en waar mogelijk haken we daarop in. Free publicity is niet alleen een instrument voor naamsbekendheid, maar vooral ook om onze kennis en ervaring te delen en zo ook ons imago te vullen. Vooral inzetten op opiniestukken en ingezonden brieven in belangrijke lokale en/of regionale media zijn daarbij een goed middel. Het opvoeren van goed uitgewerkte casuïstiek is ook van belang: voor mensen die minder bekend zijn met urgente noden functioneert het geven van concrete SUN-praktijkvoorbeelden als een eye opener.

Afgesproken is dat SUN Gelderland-Zuid zich met regionale woordvoering zal bezighouden. Zodra wij benaderd worden door landelijke media zullen wij de journalist in contact brengen met SUN Nederland. Omgekeerd geldt hetzelfde: als er sprake is van landelijk nieuws dan zal SUN Nederland het woord doen, heeft een journalist interesse in onze specifieke lokale situatie dan verwijst SUN Nederland door naar ons noodhulpbureau.

## Huisstijl

De 'symboliek' wordt gevormd door de visuele elementen in de vorm van een grafische huisstijl. Het logo (wijze waarop de naam wordt geschreven) en het beeldmerk (illustratie) moeten aansluiten op onze missie.

SUN Nederland heeft SUN Gelderland-Zuid middels een samenwerkingsovereenkomst het recht verleend om zowel de naam Stichting Urgente Noden Gelderland Zuid afgekort SUN Gelderland-Zuid te gebruiken en heeft bij de oprichting ook een variant op het logo en beeldmerk aan SUN Gelderland-Zuid geschonken.



In het logo komt ons tripartiete karakter subtiel naar voren. Het logo bestaat uit drie pijlen die staan voor de drie partijen waarmee wij tripartiet samenwerken (gemeente, donateurs en hulp-/dienstverleners). De pijlen samen vormen een halve zon die verwijst naar de naam SUN. Deze naam wordt nog eens ondersteund door de basiskleur geel. Geel is ook de kleur die symbool staat voor hoop. De kleur rood verwijst enerzijds naar urgentie en anderzijds naar liefde voor de medemens.

Aanvullend op dit logo en beeldmerk zijn er 'spelregels' opgesteld over het gebruik van de huisstijl, zoals over het lettertype, de lettergrootte, de ondersteunende kleuren, gebruik van beeldmateriaal en diverse sjablonen. Deze zijn te vinden in bijlage 1.

## Gewenste identiteit en imago: binnen beginnen, is buiten winnen

De gewenste identiteit gaan we realiseren door mensen te werven die onze uitgangspunten onderschrijven. In de flyer over het SUN-format wordt in heldere taal uitgelegd wie we zijn en waar we voor staan en gaan.

De gewenste cultuur omschrijven we als volgt:

- resultaatgericht, verantwoordelijkheid nemend voor rol en afspraken, maar wel lerend (dingen mogen ook mislukken) en met vrijheid van handelen,
- open, transparant, mensgericht, respectvol, gericht op samenwerking,
- professioneel en pragmatisch,
- informeel, loyaal en betrouwbaar,
- waar met de nodige relativiseringszin en humor wordt gewerkt
- waar vanuit eerlijkheid en vertrouwen wordt gewerkt,
- waar (ook de kleine) successen worden gevierd.
- waar wordt gewerkt vanuit het credo "alles wat je doet voor mij, zonder mij, doe je tegen mij" (niet over mensen praten, maar met mensen...).

In externe uitingen zal het gewenste imago worden onderstreept. Door SUN Nederland worden wij ondersteund met materialen (flyer, animatie, testimonials, PowerPoint-presentatie, beeldbank etc.), zodat wij lokaal ons verhaal kunnen vertellen over hoe noodhulp in zijn werk gaat. Ook voor deze materialen geldt dat ze vaak (al dan niet tegen betaling) aan te passen zijn aan onze eigen lokale situatie. Daarbij plukken wij de vruchten van de samenwerking. Door gezamenlijk materialen te ontwikkelen kunnen de kosten minimaal blijven.

## Kennisbevordering en ervaringen uitwisselen

Kennis bevorderen en ervaringen uitwisselen zal allereerst intern plaatsvinden doordat wij regelmatig (bestuurs)vergaderingen houden en door de onderlinge mondelinge communicatie en via een speciale Whatsapp-groep, mails en telefoontjes. Maar ook door gebruik te maken van het aanbod vanuit de landelijke SUN Academie. Deze Academie voorziet ons van allerlei ondersteunende materialen, denk

aan voorbeeld-statuten, achtergrondinformatie, sjablonen, verzorgt (online) workshops en houdt twee keer per jaar een bijeenkomst rondom een bepaald thema.

### **Trends en signalen opvangen en waar nodig agenderen**

Onder het motto 'meten is weten' is er door SUN Nederland geïnvesteerd in de opzet van een dashboardsysteem genaamd Datadashboard Urgente Noden (DUN). In dit Dashboard worden gegevens rondom aanvragen bij diverse noodhulpbureaus vanuit het aanvraagstelsel Pivio anoniem overgezet en gebundeld. Op basis hiervan kunnen trends en ontwikkelingen worden gesignaleerd en kan onze kennis worden vergroot. De lokale en regionale trends en ontwikkelingen kunnen wij bespreken met onze samenwerkingspartners zodat we tot een optimale uitvoering van ieders beleid kunnen komen. Landelijke trends en ontwikkelingen zullen door SUN Nederland worden geagendeerd bij landelijke overheid, politiek en andere stakeholders indien daar aanleiding toe is. SUN Nederland doet actief aan pleitbezorging en neemt signalen en ervaringen van noodhulpbureaus mee in agendasetting en lobby.

## 7. Communicatiemiddelen

Communicatie met doelgroepen vindt via verschillende media en kanalen plaats. Voor kleine organisaties geldt dat het beheer van de communicatiemiddelen behapbaar moet zijn, dit geldt ook voor SUN Gelderland-Zuid. Hieronder volgt een overzicht van communicatiemiddelen, waarbij per communicatiemiddel staat aangegeven op wie deze is gericht. Dat wil niet zeggen dat andere doelgroepen er geen kennis van kunnen nemen.

Vervolgens worden alle communicatiemiddelen kort toegelicht.

Communicatiemix					
Niveau	Intern	Samenwerkings-partner	Geïnteresseerden	Profijtgroepen	Breed publiek
Persoonlijk contact	x	x	x		
(Bestuurs) vergaderingen	x				
Whatsapp groep intern	x				
Mails	x	x	x		
Telefoon	x	x	x		
Ondersteunende materialen, trainingen en workshops van SUN Academie	x	x	x		
Onderzoek	x	x	x	x	x
Jaarverslag	x	x	x	x	x
Bezoeken en presentaties		x	x		
Nieuwsbrief		x	x		
Website		x	x	x	x
Persbericht/ -artikel/-video	x				x
Social media (Twitter, LinkedIn)					x

### Persoonlijk contact

Niets is beter voor de communicatie dan persoonlijk contact. Door met elkaar te praten kan direct verbaal en non-verbaal informatie worden uitgewisseld. Dit is de sterkste vorm van communicatie en heeft als het even kan de voorkeur. Helaas is het niet haalbaar om met alle personen uit de diverse doelgroepen persoonlijk contact te onderhouden en worden daarom voor bepaalde doelgroepen massamediale communicatiemiddelen ingezet.

### Bestuursvergadering

In de statuten is vastgelegd hoe vaak per jaar het dagelijks bestuur en hoe vaak per jaar het voltallige bestuur vergadert.



## Whatsapp

Binnen SUN Gelderland-Zuid is een aparte Whatsapp-groep gemaakt om onderling snel te kunnen communiceren. Daarbij moet wel rekening gehouden worden met de privacywetgeving en mogen er geen details over aanvragen die herleidbaar zijn naar personen via deze groep worden gedeeld.

## Mails en telefoon

Uiteraard kan met de verschillende doelgroepen ook gecommuniceerd worden per mail en/of telefoon. Daarbij is het mogelijk om per mail ook collectieve mails te versturen. Daarbij moet wel rekening worden gehouden met het feit dat als er naar meer dan circa 50 mailadressen tegelijk wordt gemaïld dit door sommige providers gezien wordt als spam en je daardoor op een 'zwarte lijst' kan komen te staan en je overige mails door die provider ook geweigerd kunnen worden. Mocht er regelmatig gebruik worden gemaakt van collectieve mails, dan kunnen we werken met speciale mailingsoftware zoals opgenomen in de software van Eastground.

## Ondersteunende materialen SUN Academie

SUN Nederland biedt via de SUN Academie diverse (online)workshops aan. Denk aan workshops voor penningmeesters, over fondsenwerving, het verkrijgen van free publicity, etc. Deze zijn intern gericht dus alleen voor onze eigen organisatie.

Daarnaast kunnen wij een beroep doen op allerlei ontwikkelde materialen uit de SUN academie. Deze zijn zowel voor intern gebruik, als ook gericht op externe doelgroepen. Materialen waarvan wij als SUN Gelderland-Zuid gebruik kunnen maken en die vaak (tegen een geringe vergoeding) aan te passen zijn aan onze lokale situatie. Materialen zijn onder andere:

- animatie over wat noodhulp is, voor wie en hoe doe je er een beroep op
- flyer over wat noodhulp is, voor wie en hoe doe je er een beroep op (nog in ontwikkeling)
- infographic
- Powerpoint-presentatie en sjabloon
- flyer over het SUN-format
- diverse templates voor intern gebruik.

## Onderzoek

Om te achterhalen wat onze naamsbekendheid is en hoe ons imago is, zal SUN Gelderland-Zuid in het jaar 2026 een kleinschalig onderzoek uitvoeren. Hiervoor wordt een apart projectplan gemaakt.

## Jaarverslag

Doel van het jaarverslag is verantwoording afleggen over activiteiten en geldstromen van SUN Gelderland-Zuid in een bepaald jaar. Het jaarverslag bevat enerzijds de inhoudelijke verslaglegging van wat er het afgelopen jaar aan activiteiten heeft plaatsgevonden en anderzijds een cijfermatig deel in de vorm van de jaarrekening. In het Datadashboard Urgente Noden is een functionaliteit ingebouwd waardoor er een export te maken is van anonieme data ten behoeve van het (digitale) jaarverslag.

## Bezoeken en presentatie

Het is vooral een taak van onze bureaucoördinator om bezoeken af te leggen aan diverse platform-overleggen, betrokken organisaties, presentaties te verzorgen bij hulp-/dienstverleners, etc. Vooral bij de start van ons noodhulpbureau is dit essentieel. Dit kan ondersteund worden met diverse materialen zoals een Powerpoint-presentatie en het uitdelen van flyers.

## Nieuwsbrief

In de website van Eastground is de mogelijkheid ingebouwd om een digitale nieuwsbrief aan onze relaties te sturen over ontwikkelingen rond noodhulp in ons werkgebied en de rol van onze stichting in het bijzonder. De nieuwsbrief verschijnt in principe 1 keer per jaar, afhankelijk van de interne én externe behoeften kan de verschijningsfrequentie aangepast worden.

Om de digitale nieuwsbrief op relevante e-mailadressen te kunnen bezorgen, is het uiteraard van belang om een actuele contactgegevens te hebben. Deze kunnen ook in het (mini-)CRM-systeem van Eastground worden bijgehouden.

## Website

De SUN-website informeert geïnteresseerden over alles wat met SUN Gelderland-Zuid te maken heeft. De website heeft een eigentijdse uitstraling en een heldere, overzichtelijke structuur. In de website is een donatiebutton toegevoegd, zodat bezoekers van de website geld kunnen doneren.

## Persbericht, persartikel, persvideo

Om free publicity te genereren, is het zaak om geregeld mijlpalen of ontwikkelingen in de maatschappij aan te grijpen om de regionale media te informeren over wat SUN Gelderland-Zuid doet, welke veranderingen er plaatsvinden of welke extra budgetten voor specifieke doelgroepen er te besteden zijn. Sun Gelderland-Zuid werkt met een communicatiekalender. Hierin staan naast de eigen communicatiemomenten (verzending van de digitale nieuwsbrief en publicatie van het jaarverslag) ook momenten waarop SUN Gelderland-Zuid naar buiten wil treden. Denk aan Week van het Geld en de Internationale Dag voor de Uitroeiing van Armoede. Veelal zal SUN Nederland hiervoor ook templates van zowel deze kalender als de matchende persberichten verstrekken, die wij lokaal kunnen aanpassen.

Free publicity kan worden verkregen met een persbericht of -artikel, maar gebeurt steeds vaker ook met een persvideo. Voor beeldmateriaal heeft SUN Nederland al deels een eigen Beeldbank opgezet met fotomateriaal. SUN Nederland onderzoekt of deze beeldbank gedeeld kan worden en aangevuld met beeldmateriaal afkomstig van lokale SUN-noodhulpbureaus. Het is ook een optie om video's te maken al dan niet met de lokale televisie.

SUN Gelderland-Zuid gaat aan de slag om een relevante perslijst met regionale media aan te leggen.

Zoals al aangegeven is er wat betreft de woordvoering een duidelijke rolverdeling afgesproken met SUN Nederland. Wij zijn woordvoerder voor [lokale/ regionale] pers en SUN Nederland voor de landelijke pers. Onze woordvoerder is [functie: voorzitter/ bureaucoördinator].

## Social media

### LinkedIn

Het sociale platform voor professionals LinkedIn wordt steeds populairder en (dus) belangrijker. Ook voor SUN Gelderland-Zuid en dus maken wij een bedrijfspagina aan.

## 8. Plan van aanpak

Hieronder treft u een verdere uitwerking van onze communicatie aan. Daarbij een gedetailleerde uitwerking voor het komende jaar en een globale uitwerking voor de volgende jaren. Op het eind van ieder jaar zal de planning voor het jaar daarop verder worden ingevuld.

### 2024

Maand(en)	Actie
Mrt. 2024	Ontwikkeling eigen flyer met logo
Apr/mei 2024	Vaststelling documenten-set voor communicatie-uitingen (presentatie; begroting 2024-2025-2027; beleidsplan; bestuursreglement; handreiking behoorlijk bestuur; handreiking financiële administratie; Information paper; privacyreglement persoonsgegevens; overeenkomst gemeenten en de samenwerkingsovereenkomst SUN Nederland
Juni 2024	Invulling website
3 <sup>e</sup> & 4 <sup>de</sup> kwartaal 2024	Aanschrijven fondsen
4 <sup>de</sup> kwartaal 2024	Vergroten naamsbekendheid in de regio
Okt 2024 (25 <sup>ste</sup> )	Presentatiemeeting fondsen en overige geldverstrekkers

### 2025

Maand(en)	Actie
Mrt 2024	Publicatie jaarverslag 2024
2 <sup>de</sup> kwartaal 2025	Vergroting naamsbekendheid bij burgers, maatschappelijke organisaties & bedrijven
2 <sup>de</sup> kwartaal 2025	Vergroting (jaarlijks) fondsenbereik

### 2026

Maand(en)	Actie
Mrt 2026	Publicatie jaarverslag 2025

Nadere acties volgen.

## 9. Begroting

De begroting voor de communicatie is opgenomen in de meerjarenbegroting en bestaat uit bovenstaande activiteiten. Hieronder staat deze uitgewerkt per jaar

### 2024 (incl. BTW)

Post	Specificatie	Bedrag
<b>Jaarlijkse lasten</b>		
Hosting en beheer website		Eastground € 1.306,80
Nieuwsbrief		P.M.
Free publicity		P.M.
Jaarverslag		P.M.
Strippenkaart voor support social media campagnes		P.M.
<b>[Eenmalige investeringen bij oprichting]</b>		
Huisstijl	Startcadeau van SUN Nederland ter waarde van € 250	€ 0
Pivio van Eastground (eenmalig)	Website, aanvraagformulier en administratiesysteem	Eastground € 5.445,00
Flyer	Lokaal aanpassen aan variant logo en/of inhoud	Zie offerte SUN Nederland P.M.
<b>Subtotaal</b>		<b>€ 6.751,80</b>

### 2025 (incl. BTW)

Post	Specificatie	Bedrag
<b>Jaarlijkse lasten</b>		
Hosting en beheer website + basis functionaliteiten Pivio met digitaal aanvraagformulier en administratiesysteem		Eastground € 1.306,80
Nieuwsbrief		P.M.
Free publicity		P.M.
Jaarverslag		P.M.
Strippenkaart voor support social mediacampagnes		P.M.
<b>Subtotaal</b>		<b>€ 1.306,80</b>

### 2026 (incl. BTW)

Post	Specificatie	Bedrag
<b>Jaarlijkse lasten</b>		
Hosting en beheer website		Eastground € 1.306,80
Nieuwsbrief		P.M.
Free publicity		P.M.
Jaarverslag		P.M.
Strippenkaart voor support social mediacampagnes		P.M.
<b>Subtotaal</b>		<b>€ 1.306,80</b>

## BIJLAGE 1. Huisstijlregels



### **In dit kader kunnen wij verwijzen naar de volgende vastgestelde documenten van SUN Gelderland-Zuid, te weten:**

- 2024.05.15 Information paper SUN Gelderland-Zuid
- 2024.05.26 Beleidsplan SUN Gelderland-Zuid Vdef.pdf
- 2024.05.15 Bestuursreglement SGZ\_merged.pdf
- 2024.05.15 Handreiking behoorlijk bestuur SGZ.pdf
- 2024.03.01 Handreiking Financiële administratie en verantwoording SUN.pdf
- 2024.06.26 Communicatieplan SUN Gelderland-Zuid

## BIJLAGE 2. Persbericht vooraankondiging



Groesbeek, 27 juni 2024

### Noodfonds voor Druten, Beuningen en Berg en Dal

**Op 27 juni hebben de wethouders Van de Scheur (Berg en Dal), Houben (Beuningen) en De Wildt (Druten) een samenwerkingsovereenkomst ondertekend met de 'Stichting Urgente Noden Gelderland-Zuid', kortweg SUN Gelderland-Zuid. SUN Gelderland-Zuid is onlangs, mede op initiatief van deze drie gemeenten, opgericht en biedt hulp aan inwoners uit deze gemeenten die in dringende financiële nood zitten. Indien nodig kan de noodhulp zelfs binnen 24 uur worden aangeboden.**

Iedereen kan terechtkomen in een situatie waarin dringend geld nodig is. Mensen met een laag inkomen kunnen onverwachte kosten vaak niet opvangen door een gebrek aan reserves. Maar ook mensen met een hoger inkomen kunnen door omstandigheden in nood komen. Ze kunnen niet altijd gebruik maken van bestaande voorzieningen. Het noodfonds kan dan mogelijk wel hulp bieden door een eenmalige financiële gift of sociale lening met gunstige voorwaarden.

Voorwaarde voor de hulp is dat een hulp- of zorgverlener de aanvraag doet. En dat de eenmalige gift of lening perspectief biedt op een betere toekomst. SUN Gelderland-Zuid is aangesloten bij een landelijk netwerk van noodhulpbureaus in Nederland.

SUN Gelderland-Zuid is een stichting die samenwerkt met lokale hulp- en dienstverlenersorganisaties, donateurs en de gemeenten Druten, Beuningen en Berg en Dal. De donateurs zijn veelal fondsen maar ook charitatieve instellingen en bedrijven. Het giftenbudget dat donateurs beschikbaar stellen gaat voor 100% naar de noodhulp. De gemeenten betalen de bureau- en organisatiekosten.

Wethouder Frans Houben gemeente Beuningen: "Als gemeente vinden we het belangrijk om onze inwoners te ondersteunen bij acute financiële nood. Daarom zijn wij de overeenkomst met het noodfonds aangegaan zodat niemand zonder hulp komt te zitten wanneer het echt nodig is. Door de krachten met de andere gemeenten te bundelen, kunnen we sneller en effectiever hulp bieden. Fijn dat we op deze manier samenwerken."

Wethouder Gérard de Wildt van gemeente Druten laat weten dat ze mensen in knellende situaties willen helpen. "Ondanks alle voorzieningen die er binnen onze gemeente(n) zijn, hebben sommige mensen toch urgente financiële problemen. Samen met dit fonds doen we wat nodig is om de ergste nood te verlichten."

"Ik ben heel blij met dit noodfonds", zegt wethouder Irma van de Scheur van gemeente Berg en Dal. "Hierdoor kunnen ook mensen die anders tussen wal en schip vallen worden geholpen".

Voorzitter van SUN Gelderland-Zuid, Ida Egberink benadrukt de samenwerking met professionals: "Omdat de aanvraag gebeurt via een hulp- of zorgverlener weten we zeker dat de hulp wordt gebruikt voor het oplossen van de nood."

### Noot voor redactie:

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met:

- Inge van den Elzen, gemeente Druten via email [I.van.den.elzen@drutenwijchen.nl](mailto:I.van.den.elzen@drutenwijchen.nl)
- Sticker, gemeente Beuningen, via e-mail [m.sticker@beuningen.nl](mailto:m.sticker@beuningen.nl)
- Marielle van Heertum, gemeente Berg en Dal, via e-mail [m.v.heertum@bergendal.nl](mailto:m.v.heertum@bergendal.nl)

(voor alle drie gemeenten via het verkort telefoonnummer 14 024)

- Ida Egberink, SUN Gelderland-Zuid, via e-mail [voorzitter@sungelderland-zuid.nl](mailto:voorzitter@sungelderland-zuid.nl) telefoon 06 - 47 82 44 50
- Cees van Ingen, SUN Gelderland-Zuid, via e-mail [info@sungelederland-zuid.nl](mailto:info@sungelederland-zuid.nl) telefoon 06 - 21 49 89 65

*"Als andere loketten gesloten blijven,  
ondersteunt SUN Gelderland-Zuid  
met een gift of renteloze lening.  
Bij hoge urgentie zelfs binnen 24 uur."*

*"SUN Gelderland-Zuid  
Is een samenwerking tussen de  
gemeenten Berg en Dal, Beuningen en Druten,  
donateurs en hulp-/dienstverleners."*

✉ **Mail:** [info@sungelderland-zuid.nl](mailto:info@sungelderland-zuid.nl)

**KvK:** 92844669

**Bankrekening:** NL72 RABO 0197 7093 97

📮 **Postadres:** Hadrianussingel 7, 6642 AH Beuningen

💻 **internet:** [www.sungelderlandzuid.nl](http://www.sungelderlandzuid.nl)

