|  |
| --- |
|  |
| STICHTING STEUNFONDS DE LICHTENBERG / NIJENSTEDE / ST. ELISABETHCommunicatiebeleid |
| Documentnaam: CommunicatiebeleidBestandsnaam: Communicatiebeleid\_v1.docxVersie: 1Status: VastgesteldVastgesteld door: BestuurDatum vaststelling: 2022-07-09 |

**INHOUDSOPGAVE**

1 Inleiding 3

1.1 Algemeen

1.2 De naam van de Stichting in de externe communicatie

1.3 Mission Statement

1.4 De positionering van de stichting

2 Communicatieve doelgroepen 3

3 Richtlijnen communicatief gedrag 4

4 Richtlijnen communicatiemiddelen 5

4.1 Persoonlijke gesprekken

4.2 De site

4.3 Interviews

4.4 ANBI-publicatie

4.5 Folder

1. **Inleiding**
	1. **Algemeen**
	Dit communicatiebeleid is een deel van het algemene beleid van de Stichting. Het is een vastlegging en uitwerking van het beleid-zoals-al-in-uitvoering. Dit communicatiebeleid heeft als oogmerk het kader te vormen voor alle communicatieve uitingen van de stichting.
	Het bestuur is zich ervan bewust dat een goede externe communicatie van belang is voor het realiseren van de doelstellingen van de stichting.
	2. **De naam van de Stichting in de externe communicatie**
	Het bestuur acht de statutaire naam van de stichting te technisch voor gebruik in de externe communicatie.
	Het bestuur kiest voor de naam: Vriendenstichting LNE. Deze naam wordt gevoerd in alle communicatie uitingen.
	N.B. Dit kan geen handelsnaam zijn omdat de stichting geen onderneming is.
	3. **Mission statement**

	De mission statement brengt in compacte vorm onder woorden waarvoor de stichting staat. Deze mission statement is de basis voor de externe communicatie.

	De mission statement luidt:
	De Vriendenstichting helpt alle bewoners van De Lichtenberg, Nijenstede
	en St. Elisabeth, om hun verblijf aldaar aangenaam te maken door financieel
	mogelijk te maken wat door de overheid niet wordt vergoed. Zij doet dat
	zonder onderscheid te maken naar persoon, aard of geloof.
	4. **De positionering van de stichting**

De positionering van de Stichting betreft de keuze hoe de stichting zich verhoudt tot Beweging 3.0.

Deze positie is:
We willen gezien worden door onze sponsoren, de mensen en organisaties die ons te steunen, als directe verbinding tussen hen en de bewoners. Om die directe verbinding te onderstrepen kiezen we voor een zelfstandige identiteit, die te onderscheiden is van die van Beweging 3.0.

1. **Communicatieve doelgroepen**

In de omgeving van onze stichting onderkennen we vele personen waarmee we willen communiceren. Vanuit communicatief oogpunt worden deze personen in groepen ingedeeld en als groep benaderd. Binnen het bestuur is een toedeling van deze groepen gemaakt.
Het bestuur onderscheidt de volgende groepen en verantwoordelijkheden:

* **Potentiële contribuanten**:
- bedrijven die producten leveren met korting
- donateurs
- potentiële donateurs
 Verantwoordelijk voor de communicatie: Herman Beens
* **Algemeen publiek**:
- Amersfoortse bevolking
 Verantwoordelijk voor de communicatie: Ben Vial
- Amersfoortse pers
 Verantwoordelijk voor de communicatie: Arnoud van Walsem
- Amersfoortse politiek
 Verantwoordelijk voor de communicatie: Herman Beens
* **Overtuigingsgroepen**
- kerken
- families cliënten
- service clubs
 Verantwoordelijk voor de communicatie: Arnoud van Walsem
1. **Richtlijnen communicatief gedrag**

De externe communicatie verloopt tussen de stichting en de onderscheiden doelgroepen.
Voor de onderscheiden doelgroepen gelden daarbij de volgende richtlijnen:

* **Potentiële contribuanten**Richtlijnen:
- benadering op persoonlijke basis
- de site dient te ondersteunen
* **Algemeen publiek**
Richtlijnen:
- als doel ten aanzien van het algemene publiek geldt dat de naamsbekendheid van het steunfonds dient te worden vergroot
- benadering via artikelen in de media
- onderhouden van een relatie met Amersfoortse journalisten
- de site dient te ondersteunen
* **Overtuigingsgroepen**
Richtlijnen:
- nader te bepalen
1. **Richtlijnen communicatiemiddelen**De externe communicatie maakt gebruik van communicatiemiddelen**.**De gekozen middelen zijn:
* persoonlijke gesprekken
* de site
* interviews
* de ANBI-publicaties
* folder (nog te bepalen)

Voor deze middelen gelden de volgende richtlijnen:

* 1. **Persoonlijke gesprekken**Geen richtlijnen
	2. **De site**De eisen die gelden voor de site zijn:
	- de site moet visueel zijn ingericht. De achterliggende gedachte is dat “men”
	 geen tijd neemt om te lezen.
	- de site heeft een koppeling met de site van Beweging 3.0
	- de site heeft een donatievoorziening zoals bijvoorbeeld Tikkie.
	3. **Interviews**Interviews hebben een hoog gehalte aan “human interest”.
	Potentieel personen om te interviewen:
	- zorgmedewerkers
	- bewoners.
	- interviews dienen onder de aandacht te komen van de doelgroepen om effectief te
	 worden.
	4. **AMBI-publicatie**De ANBI publicatie bevat tenminste de jaarstukken van de stichting.
	5. **Folder**

Nader te bepalen

Bijlage