

Communicatie naar Minima: kunt u elke euro gebruiken?

Doelgroepen

- mensen met of rond een minimuminkomen
- maatschappelijke partners
- eigen consultants/medewerkers

Doelstellingen

- Meer gebruik van minimaregelingen
- Doelgroepen weten welke regelingen ze kunnen aanvragen en hoe ze dat kunnen doen.

Communicatiestrategie

- We maken inzichtelijk waar we onze doelgroep kunnen vinden en hoe we hen kunnen bereiken. **We brengen het netwerk in kaart:** zowel intern (gemeentelijke afdelingen, medewerkers) als extern (intermediairs).
- We maken het **proces van aanvragen eenvoudig** (flitsbalie?) en automatiseren het gebruik van minimaregelingen waar we dat kunnen (**putten uit onze eigen gegevens**). Voorbeelden: actief benaderen van inwoners die
 - o kwijtschelding gemeentelijke belastingen hebben aangevraagd;
 - o met een ooievaarspas;
 - o één van de minimaregelingen hebben aangevraagd, maar de overige regelingen niet gebruiken;
 - o schuldhelpverlening hebben aangevraagd;
 - o et cetera
- We **gaan de boer op**: we zoeken onze doelgroep zelf op, op de plekken waar zij te vinden zijn: thuis (actief op huisbezoek), scholen, sportvereniging, kerken, de voedselbank. We vertellen hen wat mogelijk is, wat kan. We denken met hen mee, faciliteren en stimuleren.
- We doen het **Samen, Anders, Beter**: we sluiten aan op de wereld van de doelgroep, met onze communicatie, met onze benadering. We maken gebruik van de kennis en expertise van onze eigen consultants en de maatschappelijke partners die in direct contact staan met de doelgroep. Zij weten welke benadering past, welke taboes doorbroken moeten worden. We bieden intermediairs handvatten en wijzen hen de weg. We zorgen dat zij de mogelijkheden kennen en weten hoe zij mensen kunnen doorverwijzen. Maar we vragen hen ook wat zij kunnen betekenen vanuit hun eigen rol en functie voor minima. We faciliteren hen actief; door hen de juiste informatie te geven.
- We gebruiken zoveel mogelijk **bestaande communicatiemiddelen** van de drie gemeenten en intermediairs in de drie gemeenten. De communicatiemiddelen moeten elkaar versterken.
- De toon of voice van de communicatie (bijvoorbeeld websiteteksten, folders) is positief en sluit aan bij de doelgroep: **helder en eenvoudig taalgebruik**

- Bij minima die we niet kennen kiezen we bij **voorkeur voor persoonlijke benadering**, dit verlaagt de drempel om gebruik te maken van bijzondere bijstand. Het proces (aanvragen etc) is wel zo veel als mogelijk digitaal.
- We benaderen media proactief en kiezen momenten voor **free publicity**: bijvoorbeeld de sociale minimaconferentie, de 1000^e aanvraag via de flitsbalie et cetera.

Middelen

We kiezen naast het inzetten van reguliere middelen voor een periode met campagnematige aanpak (start januari 2015) met een aansprekende look and feel:

- Toolbox waar maatschappelijke partners zelf informatie uit kunnen halen:
 - o Over alle regelingen (per doelgroep)
 - o Nieuwsberichten
 - o Social media
- Social media: facebook, twitter
- Info film: voor wie zijn de minimaregelingen en hoe vraag ik aan?
- Presentaties voor de doelgroep: bijvoorbeeld als onderdeel van het programma van de werkacademie of het organiseren van een open coffee bij Woej, verzorgingstehuizen etc.
- Presentaties voor maatschappelijke partners bijvoorbeeld aan medewerkers van de voedselbank, genootschap van kerken, schuldhulpmaatjes, de wegwijzer et cetera.

Voorbeelden

We zetten intermediairs zo gericht mogelijk in. Dat betekent dat we informatie over specifieke regelingen geven aan specifieke intermediairs. De informatie over minimaregelingen bouwen we op vanuit verschillende bouwstenen. Deze bouwstenen kun je combineren en in 'hapklare brokken' aanbieden aan intermediairs. Daarbij is het van belang om altijd te communiceren dat er nog meer mogelijkheden zijn voor bijzondere bijstand.

Om wat voorbeelden te geven:

1. Via het onderwijsveld kunnen we de regelingen voor ouders met schoolgaande kinderen onder de aandacht brengen van de eindgebruikers. (bouwsteen met algemene informatie en bouwsteen met regelingen leerlingen basis- en voortgezet onderwijs)
2. Via verzorgingstehuizen kunnen we de regelingen voor senioren onder de aandacht brengen van de eindgebruikers.
3. Via sportverenigingen kunnen we eindgebruikers informeren over de participatieregelingen voor deelname aan culturele- en sport activiteiten.