



Communicatieplan

Veteranen Actief

Versie 1.0
7 september 2006

Motto

"Door veteranen, voor veteranen, van veteranen"

Doelstelling

*"Realiseren van hulp aan lokale bevolking
met wederopbouwprojecten
in voormalige oorlogs- of rampgebieden."*

Inleiding

Nederland heeft een groot aantal veteranen. Dat zijn allereerst de ruim 500.000 gewezen militairen (of daaraan gelijkgestelde burgers) die tijdens de Tweede Wereldoorlog, de Indonesische dekolonisatiestrijd, de Korea-oorlog of het conflict rond Nieuw-Guinea zijn ingezet. Naast deze 'oudere veteranen' is er ook sprake van een snel groeiende categorie 'jonge veteranen'. Dit zijn de oud- en nog actief dienende militairen die vanaf 1979 hebben deelgenomen aan tientallen vredesmissies in internationaal verband en militairen die als waarnemers hebben gediend. Circa 50.000 Nederlandse militairen zijn in dit kader inmiddels uitgezonden naar de Sinai-woestijn of de Golan-hoogte, Libanon, Cambodja, Angola, Bosnië, Afghanistan en Irak.

Vredesmissies zijn vaak slechts gedeeltelijk succesvol. Lang niet alle schade kan worden hersteld. Militairen ervaren hun missie vaak als onvoltooid en kunnen de ervaringen van de uitzending niet altijd even gemakkelijk accepteren. Uit diverse (wetenschappelijke) onderzoeken komt naar voren dat er een aanzienlijke groep veteranen in meer of mindere mate moeite heeft met de verwerking van de uitzending.

Ook veteranen die geen psychische of sociale problemen hebben ervaren vanwege hun uitzending zijn graag bereid om als mens, niet als militair, een bijdrage te leveren aan de wederopbouw van door oorlog of rampen getroffen gebieden. De gevoelens van machteloosheid tijdens de uitzending kunnen in zo omgezet worden in daadkracht. De onderlinge verbondenheid die de uitzending zo kenmerkt zorgt ervoor dat men graag bereid is de handen uit de mouwen te steken en zo hulpverlening aan de lokale bevolking en wederopbouw mogelijk te maken. Daarnaast kunnen door het contact met gelijkgestemden grote of kleine trauma's een plek gegeven worden.

Veteranen Actief geeft in dit businessplan aan hoe de zij invulling geeft aan de verantwoordelijkheden, taken en activiteiten die zij zich in nauw overleg met de BNMO-serviceorganisatie en het Veteraneninstituut gesteld heeft. Het betreft de activiteiten in de periode 2006-2008.

Primaire doelstelling van de Stichting Veteranen Actief is het realiseren van kleinschalige wederopbouwprojecten in voormalige oorlog- of rampgebieden. Deze doelstelling wordt bereikt door inzet van de Nederlandse veteranen met hun jarenlang opgedane ervaring, hun kennis, kunde en hun flexibiliteit.

Communiceren en informeren

Het creëren van draagvlak en de interactieve werkwijze van de stichting Veteranen Actief (VA) met de veteranen en overige doelgroepen schept verwachtingen en verplichtingen. Om deze verwachtingen goed te managen wordt elke stap of project afgesloten met heldere en transparante informatievoorziening naar de betrokkenen, zowel intern als extern.

Gezien de doorlooptijd van het opbouwproces is een systematische maar ook een flexibele aanpak van communicatie vereist.

- Systematisch, gezien de direct betrokkenen en de doelgroepen in en rond het ontwikkelingsproces met ieder eigen belangen en ambities.
- Flexibel om, op elk moment wanneer nodig, de doelgroepen of een deel ervan adequaat te kunnen informeren.

De doelgroepen worden op verschillende momenten bij het proces betrokken. Voorgaande vereist afstemming, planning en regie.

De communicatie zal moeten bijdragen aan:

- Een adequate beeldvorming over nut en opzet van de stichting Veteranen Actief;
- Het creëren van betrokkenheid en zoveel mogelijk draagvlak en de keuzes die in het ontwikkelingsproces besproken en gemaakt worden;
- Een vruchtbare uitwisseling van ideeën, eisen, ervaringen, mogelijkheden.
- Het verwerven van gelden en middelen bij sponsoren, donateurs en fondsen.

Doelgroepen

Ten behoeve van de communicatie onderscheiden we, naast de eigen en samenwerkende organisaties, de primaire en secundaire doelgroepen.

Intern:

- Bestuur
- Commissie van aanbeveling
- BNMO-serviceorganisatie
- Veteranen Instituut

Primaire doelgroepen:

- Veteranen en partners
- Overige vrijwilligers
- Vertegenwoordigers projecten
- Donateurs
- Sponsors

Secundaire doelgroepen:

- Vakbonden
- Defensie / Krijgsmacht
- Media
- Publieksgroepen

De communicatie betreft zowel de inhoud als de voortgang van het project.

Doelstellingen

Primair staat een heldere en transparante communicatie met de Nederlandse veteranen en betrokken vertegenwoordigers boven aan de lijst. Echter ook de Nederlandse samenleving dient op een juiste wijze geïnformeerd te worden over de projecten en de inzet van hun veteranen.

Om al deze en bovengenoemde doelgroepen op een juiste wijze te informeren zijn de volgende doelstellingen vastgelegd.

- Begripsvorming voor de stichting en haar doelstellingen;
- Motiveren en samenbrengen veteranen voor projecten VA;
- Informeren van de primaire en secundaire doelgroepen over de mogelijkheden van de stichting;
- Informeren en werven van potentiële sponsors, donateurs en fondsen voor participatie aan de projecten.

Inhoud communicatie

Om de inhoud en de frequentie van de communicatie te bepalen, is van belang per doelgroep de betrokkenheid, de houding, het belang bij en de invloed op het ontwikkelingsproces te bepalen. De betrokkenheid kan variëren van medeweten, via meedenken en meedoen tot meebeslissen.

Het spreekt voor zich dat de vorm van de boodschap en de regelmaat van communiceren bij een doelgroep die meebeslist, veel invloed kan uitoefenen op de voortgang en de afloop van het project.

Dit vraagt een zeer zorgvuldige aanpak en ziet er anders uit dan de communicatie met een doelgroep die alleen maar geïnformeerd hoeft te worden en weinig belang heeft t.o.v. het proces en het resultaat.

De dynamiek van het proces maken het noodzakelijk dat gedurende het hele ontwikkelingsproces bovenstaande analyses per doelgroep meerdere keren wordt herhaald. Zo nodig moet de gekozen aanpak worden bijgesteld om adequaat en doelmatig met deze doelgroepen te kunnen communiceren.

Communicatie over de projecten

Bij communicatie over de projecten gaat het over:

- In welke fase het project verkeert;
- Welke activiteiten/projecten de komende tijd uitgevoerd worden;
- Welke rol en inbreng van de betrokkenen op welke moment verwacht wordt (medeweten, meedenken, meebeslissen).

Communicatie over de projecten is van belang, omdat de voortgang niet altijd vooraf in zijn geheel voorspelbaar is, waardoor emoties kunnen loskomen en moeilijke onderwerpen (irritaties) aan bod kunnen komen. Deze 'onderstromen' verdienen dan extra aandacht.

Communicatiemethoden en middelen

Er wordt zoveel mogelijk langs bestaande kanalen en met bestaande middelen gecommuniceerd.

Binnen de stichting vindt de communicatie volgens intern gemaakte afspraken plaats. (zie Huishoudelijk Reglement VA)

Voor communicatie naar de veteranen en de secundaire doelgroepen worden als middelen ingezet:

- Website van Veteranen Nederland
- Elektronische Nieuwsbrief
- Rapportages aan sponsors;
- Presentaties tijdens militaire evenementen;
- Persberichten bij nieuwe projecten.

Al deze communicatie zal op de genoemde website worden gepubliceerd.

Belangrijke momenten in het proces

Met name de lancering van de stichting Veteranen Actief dient goed gepland en voorbereid worden voor een zo groot mogelijk rendement. Vervolgens dienen de projecten op een juiste wijze, bij start, voortgang en bij uiteindelijk resultaat gepresenteerd te worden aan alle doelgroepen.

De start van een project wordt ingeluid met een bijeenkomst in de lokaliteiten van de BNMO-serviceorganisatie. Vooraf wordt in een nieuwsbrief de kern van het project gecommuniceerd. Ook bij beëindiging van een project wordt dit bij de BNMO-serviceorganisatie afgerond met een bijeenkomst.

Financiën

Gezien de, zeker in het begin, beperkte financiën van de stichting, zal de communicatie gevoerd worden met de reeds aanwezige private middelen. Deze zullen met name bestaan uit computers, printers en telecommunicatie. De benodigde middelen zullen na oprichting van de stichting gezocht worden bij bereidwillige sponsors naast de broodnodige financiële en materiele behoeften.

Uitvoering

Zo zal ook de uitvoering van de communicatie bij de initiatief nemers liggen in dit geval het bestuur van de stichting Veteranen Actief. Na de oprichting zal zo snel mogelijk worden gezocht onder de veteranen naar ondersteuning, echter altijd onder verantwoordelijkheid van het zittend bestuur.

De woordvoering zal om die reden ook altijd uitgevoerd worden door de voorzitter van de stichting, bij afwezigheid door een van de beide andere bestuursleden.

Draaiboek 2006-2007

Als eerste dient bij de planning van het traject in kaart gebracht te worden wie op welk moment bij het project betrokken wordt en op welke manier met welke boodschap deze betrokkenen geïnformeerd worden over de inhoud en het proces van het hele traject.

Enkele punten zijn:

- Voor de oprichting en lancering van de stichting dienen de defensiebladen en in het bijzonder het blad Checkpoint voorzien te zijn van de benodigde informatie en foto's. (Deadline)
- Voor presentaties dienen de PowerPoint Presentaties klaar te liggen en geaccordeerd te zijn. (Beamer + scherm)
- Hand-outs zijn gedrukt voor ondersteuning presentaties.
- Fotocollages voor ondersteuning van de presentaties (AVDD)
- Website met relevante inhoud dient te draaien op het World Wide Web