

# Communicatieplan versie 2025

## Doel

De communicatie van SeniorenVereniging Rijen (SV-Rijen of SVR) is gericht op bekendmaking en promotie van haar beleid en de verenigingsactiviteiten. De communicatieactiviteiten zijn ondersteunend aan de verenigingsdoelstellingen, het verenigingsbeleid en de verenigingsactiviteiten.

## Doelgroepen communicatie

- Primaire doelgroepen: intern de ruim 1400 leden en extern de potentiële leden (50-plussers in Rijen). Binnen de leden vormen de vrijwilligers (150) een afzonderlijke groep.
- Secundaire doelgroepen: Overige Rijense senioren, de Gemeente Gilze en Rijen, gemeentelijke partijen en raadsleden, het gemeentelijke Seniorenplatform, Senioren Brabant-Zeeland (voorheen KBO-Brabant), kring Gilze en Rijen en betrokken organisaties in de regio.
- Indirecte doelgroepen: inwoners van Gilze en Rijen.

## Identiteit en imago

De vereniging behartigt de belangen van de Rijense senioren. Ze brengt de leden met elkaar in contact door hen te informeren, voor te lichten en te adviseren. Ze maakt deelneming aan gevarieerde, gezellige, educatieve, sportieve en ontspannende activiteiten mogelijk.

De gemiddelde leeftijd van de leden is wat lager dan 15 jaar geleden en de huidige senior heeft een andere levensstijl en levensbehoefte dan die van toen. De vereniging wil haar rol voor alle Rijense 50-plussers (blijven) vervullen en wil dat ook uitstralen. In 2013 is daarom gekozen voor de naam SeniorenVereniging Rijen. Naar het imago van de vereniging is overigens geen onderzoek verricht. De beeldvorming over ouderenorganisaties is veranderd. Steeds meer inwoners van Rijen is bekend wat SV-Rijen zoal doet.

## Huisstijl

Met de naamsverandering in 2013 is de huisstijl aangepast en werd een nieuw logo gepresenteerd. Concrete onderdelen van de huisstijl zijn het logo, de huiskleuren, het lettertype en vormgevingsafspraken voor de nieuwsbrief en voor (omslagen van) speciale publicaties. Ook niet-materiële elementen uit het beleidsplan zijn te beschouwen als onderdeel van de huisstijl, zoals het streven naar openheid en transparantie. Zie Stijlblad SV-Rijen (bijlage). De huisstijl wordt indien nodig geactualiseerd.

## Huidige media

- Website sv-rijen.nl en e-mailings
- Nieuwsbrief (11x per jaar)
- Maandblad Ons van Senioren Brabant-Zeeland
- Wekelijkse publicaties in het Weekblad Gilze en Rijen

## **Inzet van communicatieactiviteiten en -middelen**

### *1. Website*

Alle informatie over SV-Rijen is op de website te vinden en ook de nieuwsberichten hebben er een plek. Met de instroom van een nieuwe generatie leden die steeds meer gebruik maakt van tablets en smartphones zal het gebruik van de website op termijn wellicht toenemen. Daarom is in 2018 de website grondig vernieuwd en geschikt gemaakt voor deze apparaten.

De website draagt bij aan de profilering van onze vereniging. We stimuleren het gebruik van de website door er regelmatig op te wijzen, o.a. bij publicaties in het weekblad en onze nieuwsbrieven.

### *2. E-mailings*

Enkele dagen voor de verspreiding van de nieuwsbrief ontvangen de leden een e-mail met een aankondiging en een of meerdere links naar de nieuwsbrief op de website (via Leaweb, het ledenbestand van Senioren Brabant-Zeeland). De leden ontvangen ook een e-mail wanneer er belangrijk nieuws is. Ongeveer 8% van de leden heeft geen e-mailadres. Daarom blijven andere informatiekanalen belangrijk.

### *3. Maandelijks SVR-Nieuwsbrief*

De Nieuwsbrief verschijnt 11 keer per jaar, beslaat één tweezijdig gekopieerd en dubbelgevouwen A3-blad in kleur en wordt verspreid met het Senioren Brabant-Zeeland magazine Ons. Soms worden nog andere verenigingsstukken in- of bijgevoegd. De digitale Nieuwsbrief wordt, enkele dagen voordat de papieren versie verstuurd wordt naar de leden, op de website geplaatst. Daar is hij dus sneller beschikbaar voor de leden. Om het gebruik van de website te bevorderen krijgen de leden enkele dagen voor de verspreiding van elke papieren nieuwsbrief een e-mail met de digitale nieuwsbrief.

De papieren Nieuwsbrief heeft een hoge attentiewaarde, komt bij alle leden 'op de mat' en past als communicatiemiddel bij de communicatiewensen van het huidige ledenbestand. De papieren Nieuwsbrief verschijnt eenmaal per maand en heeft na vaststelling nog een productie/verspreidingstijd van ruim een week. Het maken van de nieuwsbrief is behoorlijk arbeidsintensief in zowel productie als verspreiding. We verwachten dat de digitale versie op termijn de papieren versie zal vervangen.

### *4. Publicaties in het Weekblad Gilze en Rijen*

Indien mogelijk publiceert de vereniging wekelijks in het Weekblad Gilze en Rijen. Het weekblad wordt goed gelezen. Het is dan ook een belangrijk podium naar niet-leden en potentiële leden: met onze berichten laten we de Rijense gemeenschap zien wie we zijn en wat we doen. Berichtgeving in het weekblad heeft een tweeledig doel:

- Een bijdrage leveren aan onze brede profilering door te vertellen wat we deden en wat we gaan doen
- Indirecte ledenwerving.

Om op te vallen wordt gekozen voor pakkende koppen, heldere taal en sprekende foto's. Evenementen en activiteiten voor niet-leden worden zoveel mogelijk in het weekblad aangekondigd.

Daarnaast kunnen we een advertentie plaatsen (bv. in de Verenigingskrant van weekblad Gilze en Rijen), soms gezamenlijk met de andere seniorenverenigingen in gemeente Gilze en Rijen.

### *5. Persberichten en perscontacten*

Perscontacten, buiten de berichten die naar het Weekblad Gilze en Rijen worden gestuurd, zijn niet frequent maar kunnen een grote impact hebben. In het belang van een eenduidige profilering worden perscontacten onderhouden door de voorzitter. In voorkomende gevallen kan de voorzitter uiteraard doorverwijzen naar het bestuurslid dat ter zake het meest deskundig is. Als de gelegenheid zich voordoet (jubileum, verhuizing, beleidsverandering) zullen we perscontacten actief opzoeken. Het betreft hier vooral berichtgeving in dagblad BNdeStem en het Brabants Dagblad. Het eerste contact verloopt via de Communicatiegroep.

## 6. Algemene informatie over de vereniging

In 2023 is het informatieboekje vervangen door een folder met contactgegevens van contactpersonen en bestuursleden van de activiteitengroepen en andere belangrijke groepen binnen de seniorenvereniging. Voor deze informatie kan men echter beter de website raadplegen. Die is actueler, want die kan elk moment worden aangepast. Bovendien is door smartphones en tablets het internetgebruik onder ouderen sterk toegenomen. De communicatiegroep blijft zoeken naar de beste mogelijkheden om Rijenaren bekend te maken met de vereniging.

## 7. Cursussen en workshops

In de jaaragenda op de website en in de nieuwsbrief worden de cursussen en workshops aangekondigd. Op de website vindt men actuele informatie over de cursussen. Inschrijvingen gaan per e-mail of persoonlijk bij de gastvrouwen/-heren in de Oase. In 2023 is het speciale cursusboekje vervangen door een jaaragenda, in samenwerking met de werkgroep speciale activiteiten.

## 8. Agenda's

Activiteiten worden aangekondigd in de nieuwsbrief en in de *Agenda* op de website. Op de website staat een *Weekoverzicht* van de vaste activiteiten van de activiteitengroepen en ook een speciale *Oase-agenda* waarin men kan zien wat er in de Oase te doen is.

## 9. Presentaties, flyers en folders

Via presentaties presenteren we ons beleid en onze activiteiten tijdens bijeenkomsten. Met behulp van flyers en folders kan een bepaalde activiteit speciaal onder de aandacht worden gebracht. Al dit materiaal wordt uitgebracht in de huisstijl van de vereniging.

## 10. Bijeenkomst nieuwe leden

Elk jaar worden twee bijeenkomsten georganiseerd voor nieuwe leden om hen wegwijs te maken in de vereniging. Ze ontvangen daarvoor een persoonlijke uitnodiging.

## **Ons beleid m.b.t. publiciteit voor anderen**

Organisaties en bedrijven waarmee we samenwerken mogen vermeld worden in schriftelijke en digitale publicaties (dus ook op de website).

Uitgangspunt bij plaatsing van een externe link op de website is dat de vermelde website belangrijk of interessant kan zijn voor een belangrijk deel van onze leden.

In de nieuwsbrief en op de website kan aandacht worden besteed aan activiteiten die niet van onze vereniging (of van de Kring Gilze en Rijen) zijn, maar wel belangrijk voor veel van onze leden of voor de vereniging.

Een en ander is ter beoordeling van de Werkgroep Communicatie. Bij twijfel wordt het verzoek tot vermelding of publicatie voorgelegd aan het bestuur.

## **Evaluatie**

Het communicatieplan en de effecten van de communicatiemiddelen worden tweejaarlijks geëvalueerd. Op grond van deze evaluatie vindt bijstelling van het plan en de in te zetten media plaats.

## **Menskracht en taakverdeling**

Het bestuur stelt het Communicatieplan vast op voorstel van de Werkgroep Communicatie. Een van de bestuursleden heeft de verenigingscommunicatie in zijn/haar portefeuille. De voorzitter van de vereniging vertegenwoordigt met de vicevoorzitter, secretaris en/of de penningmeester de vereniging in en buiten rechte (Statuten, art 13) en de voorzitter is de eerstverantwoordelijke voor contacten met externen en dus ook met de pers.

Concrete taken voor de verenigingscommunicatie liggen op dit moment bij de Werkgroep Communicatie. Binnen deze groep worden de taken verdeeld. Het gaat daarbij onder meer om het beheer en onderhoud van de website, schrijven van teksten voor de nieuwsbrief, redactietaken, fotografie, vormgeving van de nieuwsbrief, artikelen voor het weekblad, persberichten, berichten op andere websites (o.a. Onsgilzerijen.nl) en de ontwikkeling van overig communicatief materiaal.

Samenwerkingspartners/opdrachtnemers buiten de vereniging zijn gewoonlijk Carla van den Ouweland (vormgeving), Baakbeeld (techniek website, meestal via Carla van den Ouweland) en drukkerij Lankhorst (print boekjes, flyers, brieven e.d.).

*Rijen, vastgesteld in januari 2019 door het bestuur van SV-Rijen,  
Geactualiseerd door de werkgroep Communicatie, januari 2025*

*Bijlage: Stijlblad SV-Rijen*

*Bijlage:*

## **Stijlblad SV-Rijen**

### **De naam van de vereniging**

Volledig is de naam *SeniorenVereniging Rijen*. Let op: er staat geen spatie tussen Senioren en Vereniging maar we gebruiken wel twee hoofdletters. De volledige naam wordt altijd gebruikt zonder lidwoord.

De gebruikelijke afkorting is *SV-Rijen*. Deze afkorting heeft de voorkeur, want daarmee wordt een link naar de website gelegd. De afkorting wordt gebruikt zonder lidwoord.

Men kan eventueel de afkorting *SVR* gebruiken, zoals in het logo met drie hoofdletters. SVR kan gebruikt worden met een lidwoord.

In een brief of artikel wordt de eerste keer de naam voluit gebruikt, met de afkorting (eventueel tussen haakjes) daarachter. Daarna kan in de rest van de tekst volstaan worden met de afkorting. Voorbeeld: 'SeniorenVereniging Rijen (SV-Rijen) is een succes. Dat komt onder meer door de enthousiaste inzet van bijna 150 vrijwilligers. Ter gelegenheid van het jubileum van SV-Rijen organiseerde het bestuur daarom voor hen een verrassingsdag.'

### **Brieven**

Voor correspondentie wordt een briefmodel (sjabloon, format) gebruikt. Het Word-sjabloon is te vinden op de website onder Leden > Huisstijl.

*Lettertype:* Calibri. Lettergrootte bij voorkeur 11 pnt. Met de lettergrootte kan uiteraard gespeeld worden. Maar liever niet te veel verschillende groottes gebruiken in één tekst. Ook liever geen kapitalen gebruiken: die zijn namelijk minder goed leesbaar dan gewone letters (undercast).

*Marges:* boven 6 cm, links 3,5 cm, rechts 2,2 cm.

*Ondertekening:* Brieven worden indien mogelijk ondertekend door de secretaris.

### **E-mails**

Onder een e-mail gebruiken we de gangbare afzendergegevens:

- Naam
- Functie plus SeniorenVereniging Rijen
- Telefoonnummer(s)
- E-mailadres
- Website sv-rijen.nl

Men is vrij het verenigingslogo toe te voegen. Dat vindt men onder Huisstijl.

## Visitekaartjes

Bestuursleden en vrijwilligers met een vertegenwoordigende taak kunnen via de Werkgroep Communicatie visitekaartjes op naam aanvragen.

Gegevens op een visitekaartje:

- Naam
- Functie
- Telefoonnummer
- E-mail
- Website

## Schrijfstijl

SeniorenVereniging Rijen wil zich presenteren als een eigentijdse vereniging. Dat komt ook in de schrijfstijl tot uitdrukking. Enkele kenmerken:

- We spreken de lezer bij voorkeur aan met *je*.
- We vermijden afstandelijke taalgebruik. We gebruiken gewone woorden die iedereen begrijpt. We vermijden zoveel mogelijk de werkwoorden *worden*, *zijn* en ook *hebben*.
- We maken de zinnen niet te lang, liefst minder dan 15 woorden.

## Publicaties, kleurenkeuze

Ook in publicaties (nieuwsbrieven, boekjes, flyers, PowerPoint-presentaties enz.) wordt niet van de huisstijl afgeweken. Er zijn een aantal standaardontwerpen, waarop men kan voortborduren. We gebruiken daarbij de actuele kleurenrange (zie voorbeelden).

*SV-Rijen, januari 2019*

*Geactualiseerd door de Werkgroep Communicatie, januari 2025*

