



Gemeente Brunssum

Communicatieplan Armoedebeleid & Schuldhulp

Voorwoord

De Gemeente heeft een belangrijke rol in het bestrijden van armoede in haar gemeente en is verantwoordelijk voor het uitvoeren van de Participatiewet en Wet gemeente schuldhulpverlening. Daarnaast heeft de gemeente de regiefunctie inzake het armoedebeleid. De uitvoering en verantwoordelijkheid hiervan ligt echter niet alleen bij de gemeente maar is ook belegd bij andere organisaties. Door gemeente-breed communicatieve verbindingen te realiseren zal de participatie en de uitvoering van het beleid verbeteren zodat deze elkaar versterken en daarmee wordt uiteindelijk de zelfredzaamheid van burgers bevorderd.

Doelstelling van het beleid voor 2021 -2024:

- A. Duurzame verbetering van de inkomenspositie van de minima
- B. Het bevorderen van (maatschappelijke) participatie en het voorkomen van uitsluiting
- C. Proactieve en integrale benadering van armoede en schuldhulp

Inleiding

Een op de vijf huishoudens worstelde in 2019 met betalingsachterstanden. Door de snelle opkomst van het Coronavirus in 2020 zal deze groep aangevuld worden met nieuwe groepen die traditioneel niet bekend zijn met armoederegelingen.

Ten aanzien van de doelgroep geldt in 2020 in elk geval dat nog niet iedereen bereikt wordt, dat is mede afhankelijk van de burger die zich wel of niet meldt en wil laten helpen. Maar deels is dit ook onbekendheid met de regelingen. In de afgelopen jaren is doorgepakt met gangbare en gebruikelijke kanalen, zoals telefonische bereikbaarheid, spreekuren, websites, social media, folders en posters.



De communicatie naar partners en burgers is verbeterd maar het onder de aandacht brengen van de regelingen, partijen en mogelijkheden moet structureel doorgezet worden.

Het vinden van klanten vraagt creativiteit en doorzettingsvermogen en de wens van het college is de burger hierbij centraal te stellen en meer in wijkverband te werken met inzet van korte lijnen naar professionele ketenpartners. In de afgelopen jaren is regelmatig geld overgebleven bij de diverse regelingen die ingezet worden om armoede te bestrijden. Hoe komt dat?

Probleem:

Hoe helpen we meer Brunssummers, behorend tot de minima, met passende armoederegelingen?

Vragen:

Hoe is de bekendheid van de regelingen? (en moet dit verbeteren?)

Hoe is de toegankelijkheid van de regelingen? (en moet dit verbeteren?)

In de bijeenkomst op 28 november 2019 “Herijking Armoedebeleid” is hier reeds input over gekregen. Aanvullend zijn in februari 2021 gesprekken gevoerd met hulpverleners, ambtenaren en ervaringsdeskundigen om inzichten te verkrijgen en in hoeverre er veranderingen door Corona zijn opgetreden. Ten behoeve van het communicatieplan is het volgende bekeken:

1. Proces analyse; er zijn regelingen op diverse gebieden wat zorgt voor complexiteit
2. Doelgroepen analyse; verschillende doelgroepen vragen om een andere klantbenadering
3. Klantanalyse - bekendheid ; Inzet van kanalen; zorg voor bekendheid van regelingen
4. Klantanalyse – aanvragen; Niet kunnen en durven aanvragen zorgt voor minder toekenningen

Doelstelling van het communicatieplan:

- Zo groot mogelijk bereik van de armoede regelingen realiseren binnen de doelgroep en stakeholders. (Kennis van de regelingen door voorlichting en communicatie)
- De doelgroep staat positief ten opzichte instanties en de regelingen (Houding)
- De doelgroep maakt gebruik van de voorzieningen (Gedrag)
- De aanvraagprocedure dient duidelijk, eenvoudig en laagdrempelig te zijn.

Doelgroepen

Primaire doelgroep

Alle burgers woonachtig in Brunssum vallend onder de minima; of huishoudens die van een minimum inkomen moeten rondkomen. Dat betekent een inkomen van 120% van het WSM of lager. Dit zijn 1426 huishoudens waarvan 720 huishoudens een bijstandsuitkering heeft, 225 een AOW en 481 hebben andersoortig inkomen uit bijvoorbeeld WW of Werk. M.a.w. 1/3 heeft geen bijstand of AOW maar een betaalde baan echter, behoren toch tot minima.

Uit de gesprekken met hulpverleners blijkt dat iedere doelgroep heeft zijn eigen drempels heeft om regelingen aan te vragen. Zo zijn schaamte, onbekendheid met regeling, taalbarrière veelgenoemde oorzaken. Ook de veelheid en diversiteit van regelingen kan ertoe leiden dat ze niet gebruikt worden of dat mensen afzien van een regeling omdat er een verwevenheid tussen de verschillende inkomensregelingen kan zijn.

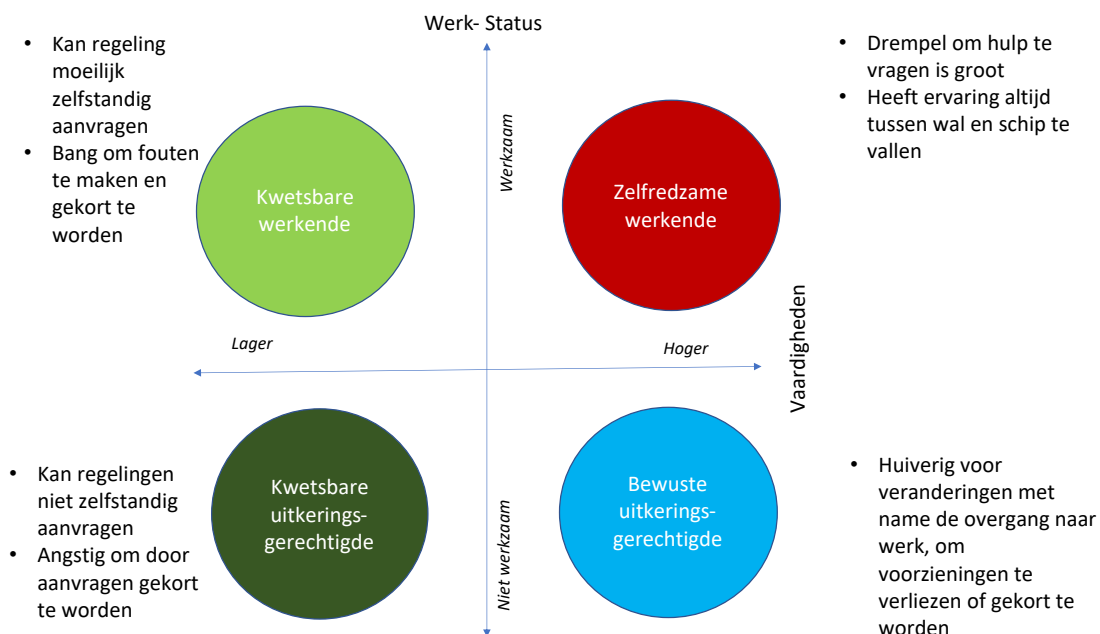


Aanbevelingen voor communicatie en beter bereik

- Positief (beeld) merk positioneren
- Boodschap naar behoefte
- Een centraal loket communiceren
- Benader proactief en betrek (bedrijven, partners, maatschappelijke organisaties) bij dit gedeelde probleem

Analyse van de doelgroep:

Er zijn vier verschillende profielen onder de doelgroep armoederegelingen. Waarbij werkstatus en vaardigheden als belangrijkste kenmerk. Natuurlijk zijn er meerdere zoals culturele achtergrond, en leeftijd die kunnen leiden tot meerdere subgroepen maar werkstatus en vaardigheden zijn belangrijk als het gaat om de bekendheid en de toegankelijkheid van de regelingen. Om het praktisch en simpel te houden zijn we hiervan uit gegaan.



Vaardigheden: Het beschikken over vaardigheden om de regelingen te begrijpen en aan te vragen. Zoals taalvaardigheid (lezen, schrijven) digitale vaardigheden en algemene intelligentie.

Werkstatus: Werkende Brunssummers in loondienst, ZZP-er of via uitzendbureau, de zgn. werkende armen. Niet werkenden ontvangen geen loon maar bijvoorbeeld een uitkering of pensioen.

De minima die voor de regelingen in aanmerking komen zijn onder andere te vinden bij:

- Chronisch zieken en gehandicapten
- Gepensioneerden
- Jongeren
- WW-ers
- Werkenden met inkomen tot 120% van bijstandsniveau

Secundaire doelgroep:

Stakeholders en partners in uitvoering om de regelingen te verspreiden zijn:



- Loket Sociaal Centraal van de Gemeente, een samenwerking van WMO, Jeugd en ISDBOL
- Gemeente, wethouders, raadsleden, ambtenaren
- Wijkmanagers via sociale wijkteams
- Sociaal Domein dat goed samenwerkt en kennis heeft
 - Kinderen: Stichting Leergeld, Jeugdfonds Sport, Jeugdfonds Cultuur, Bijdrage gezonde school, Schoolontbijt.
 - Schuldhulpverlening CMWW, ISDBOL, Kredietbank Limburg, St. Os Hoes, Platform 31
 - Overige: St. Samen Delen, Voedselbank, Leger des Heils, St Limpens, Speelgoedbank, Woningcorporaties, Betere Buren, Ruilwinkel, Aktie Pepernoot, St. Spelend Kind Kerkrade, St Lezen en Schrijven, Muziek en Dans onderwijs,
- Gezondheidsinstellingen, en thuiszorg Mondriaan, Cisero, Levanto, Radar, GGZ
- Financiële instellingen: Banken, Bewindvoerders,
- Verenigingen en Vrijwilligers: Sportverenigingen, Bibliotheken, Huisartsen, vrijwilligers, inloopvoorzieningen
- Inwoners van de Gemeente Brunssum (zijnde ook niet minima)

Inzet communicatie

Strategie: Door inzet van geïntegreerde (intern, corporate, productgericht) communicatie wordt het bereik vergroot. We genereren een bredere bekendheid en een betere inbedding in het lokale netwerk door het opzetten van een structurele informatiestroom om het bereik van de regelingen verder te vergroten.

Uitgangspunten:

1. Aanpak van communicatie verder professionaliseren
2. Aanbod van communicatie en informatie optimaliseren
3. Periodieke communicatiemiddelen in de keten doorplaatsen bij partners
4. (door) ontwikkelen online portaal
5. Expertise van professionals gebruiken om bereik te vergroten
6. Stimuleren en faciliteren van onderlinge doorverwijzingen + overleg
7. Fijnmazig netwerk inzetten en uitbreiden
8. Inzet van Communicatie budget (€ ??)

Aanpak:

Door de juiste branding van de regelingen (boodschap en kanaalgebruik denkend vanuit de klant) wordt deze bekend bij het brede publiek van Brunssum. Via een slimme en gestructureerde inzet van de diverse communicatiemiddelen (online, offline, video, digitaal, events, direct mail, telefonisch, spreekuren etc) is er continue aandacht voor de regelingen. Een sterke samenwerking tussen de stakeholders en derden helpt om de boodschap verder te verspreiden en kennis om te zetten naar het gewenste gedrag. Gewenst gedrag is hier het aanvragen van de regelingen of zelfregie over eigen (financieel-maatschappelijke) situatie.



Boodschap:

Kennis-Houding-Gedrag

Zorg voor een sterk en positief beeldmerk. Hetgeen niet gaat over schulden en armoede maar betrekking heeft op de behoefte zoals: extra hulp bij een laag inkomen of hulp bij geldzaken. De 'Help Hulp' is een goede eerste aanzet die verder ingezet kan worden in de diverse middelen.

Om meer mensen gebruik te laten maken van de regelingen dient kennis over deze regelingen vergroot te worden. Dit zit vaak in de kracht van herhaling en herkenbare communicatie. Een combinatie van offline en online communicatie maar ook mond op mond reclame of ervaringen van anderen binnen de doelgroep en/of voorlichting binnen hun netwerk, vergroot deze kennis. Gebruik teksten die aansluiten bij de doelgroep.

Vervolgens dient de burger zelf positief te staan ten opzichte van regelingen en de instanties die deze voorzieningen verstrekken. Men wil ze graag vertrouwen. Wanneer burgers éénmaal zover zijn dat ze de stap naar de instanties maken, help dat direct. Een positieve houding en gevoel is belangrijk om het gewenste gedrag te laten zien. Gewenst gedrag is hulp vragen, een gesprek aangaan of een aanvraag doen.



Creëer een positief merk:

Op basis van waarden Brunssum> Hart-Helder-Helpen

- focus op mogelijkheden; leuk uitje/meer vrijheid
- gebruik beeldmerk voor herkenbaarheid
- communiceer 1 centraal loket
- wakker mond tot mond reclame aan
- laat zien dat aanvraag makkelijk is



Bijvoorbeeld:

Creëer een positief merk.

Op basis van waarden Brunssum> Hart-Helder-Helpen

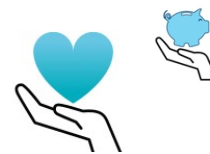
- > gebruik beeldmerk voor herkenbaarheid
- > wakker mond tot mond reclame aan
- > gaat niet over armoede
- > duidelijk want ik kan niet lezen/schrijven



Afhankelijk van het middel of de regeling
gebruik je een eenvoudige picto op de hand

Boodschap:
Wij helpen maar eigen
regie

Boodschap:
Jij staat centraal, wij
helpen.



Gebruik van de regeling

Gesprekken met ervaringsdeskundigen leren dat de burger rust, overzicht en duidelijkheid willen hebben.

Deze behoeften kunnen ingevuld worden met:

- De voorzieningenwijzer geeft duidelijk beeld waar client recht op heeft, ingezet vanaf mei 2021
- Stel gerust dat ze niet gekort worden
- Info geven of aanvraagproces in kleine stappen doen met duidelijke instructie
- Als ik de stap naar hulp heb genomen, help me dan direct
- Doe de aanvraag namens mij in plaats van me te helpen het zelf te doen

Dit speelt ook in op de uitgangspunten van het Masterplan Sociaal Domein: nl.

‘Zelf, maar niet alleen’

Beeldmerk combineren met storytelling



Voorbeeld in de media:

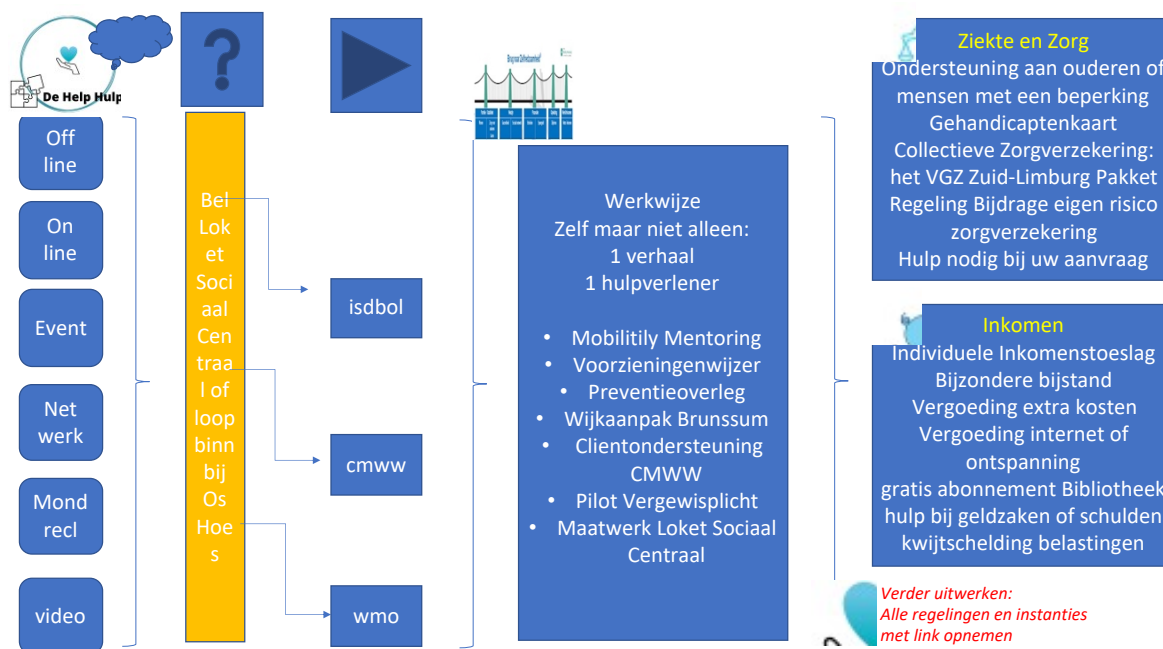


Communicatieplan De Help Hulp, Gemeente Brunssum 2021

Direct bereik van de doelgroep via:

1. Loket Sociaal Centraal en Os Hoes
2. (Schuld)hulpverleners als ISDBOL, CMWW, Kredietbank Limburg en WMO-Jeugdhulp

Indirect bereik via: Hulpverleners, experts, vrijwilligers actief in het Sociaal Domein en daarbuiten. Maar hier weet men vaak nog niet exact welke werkwijze en regelingen voor wie van toepassing zijn. Uitleg helpt ook hier:



Communicatiemiddelen

Mondeling informeel

Ervaringsdeskundigen informeren de minima, mensen die al gebruik maken van de regelingen en die er bekend mee zijn helpen mensen in hun omgeving. Ze leggen contact, nemen deel aan presentaties, workshops of vertellen hun verhaal in de media.

Daarnaast denken ze ook mee over de communicatie en de begrijpelijkheid van de regelingen en toetsen dit bij de minima.

Mondeling formeel

Wijkteams en organisaties uit het Sociaal Domein hebben dagelijks contact met de minima. Ze spelen een grote rol bij het actief informeren van de mensen over regelingen. Ze overleggen (in preventie overleg) over structurele aanpak en oplossingen en hoe regelingen in de praktijk uitpakken. Ze weten waar behoefte aan is en kunnen zo snel activiteiten, voorlichtingsbijeenkomsten organiseren. Ze bieden hulp bij het invullen van aanvraag formulieren.



Gedrukte informatie

De regelingen geldend in 2021 zijn samengebracht in een brochure “De Help Hulp” ondanks dat informatie kan veranderen en verouderen geeft deze een goed beeld van de beschikbare regelingen. Velen zijn nog niet digitaal vaardig en halen informatie uit print. Breed ingezet door huis aan huis verspreiding. Deze dient nu verder digitaal verspreid te worden in het Sociaal Domein, ingezet te worden door vrijwilligers en op sleutelplekken in Brunssum te liggen.

Digitale informatie

Zo laagdrempelig als De Help Hulp is zo dient ook de informatie op websites makkelijk, vindbaar en toegankelijk te zijn. Door ervaringsdeskundigen en mensen op de werkvloer hier actief bij te betrekken en opdrachten laten uitvoeren over het opzoeken van bepaalde informatie wordt helder of aanpassing nodig is. De casus kan ook na aanpassing gedeeld worden in de lokale media als voorbeeld.

Lokale Media

In Brunssum zijn niet veel krantjes meer maar maandelijks staat de Gemeente in de “Hallo Brunssum”. Door een afwisseling van interviews met vrijwilligers, bestuurders, hulpverleners en ervaringsdeskundigen kan de veelheid van regelingen op een afwisselende en aantrekkelijke manier worden gebracht. Liefst ondersteunt men berichten op de Social Media of incidenteel posters in clublokalen. Ook de Consumentenwijzer is een optie voor verdere communicatie.



Opties en planning:

1 ^e kwartaal 2021	Huis aan huis verspreiding van de Help Hulp
	1000 exemplaren verspreiden naar instanties
	Evaluatie Help Hulp in Preventie overleg
	Stel een groep van ervaringsdeskundigen samen onder Weller, ISDBOL en CMWW om verhalen op te halen en deze simpel in de media te laten verschijnen. (klankbord groep)
2 ^e kwartaal 2021	Bekijken websites ism instanties (CMWW> jongeren/klankbordgroep) Communicatie, Lokaal Sociaal Centraal (nieuwe coördinator start 1 maart
	Communicatie aanpak bespreken en actieve bijdrage vragen van Preventiegroep en in overleggen met Sociaal Domein
	Eerste verhalen van Storytelling gereed nav overleggen met Sociaal Domein
	Opstellen Social Media campagne en content kalender opstarten nav beeldmerk en teksten door afdeling Communicatie
	Conform uitvoeringskalender maandelijks in diverse Social Media
	Iedere maand een interview, casusvoorbeeld of regeling in de lokale Media (Hallo Brunssum)
	Abri op publieke plaatsen als lock down voorbij is
	A0 posters in clubgebouwen
	Bevindingen Help Hulp, werkwijze loket Sociaal Centraal, aanpassing website. Dit terugkoppelen naar College/Raad
3 ^e kwartaal 2021	Alle regelingen en duidelijke info bij partners (website, folders)
	Vier bijeenkomsten (online, voorlichting bij mantelzorgers, dag van armoede, markstands etc)
4 ^e kwartaal 2021	Evaluatie bereik en planning 2022



Instanties:

- ✓ Gemeente Brunssum Lindeplein 1 Postbus 250 6440 AG Brunssum (045) 527 86 30
www.brunssum.nl gemeente@brunssum.nl
- ✓ ISD BOL Lindeplein 1 Postbus 114 6440 AC Brunssum (045) 525 37 47 www.isdbol.nl
info@isdbol.nl
- ✓ Leergeld Parkstad Putgraaf 3 6411 GT Heerlen (045) 574 36 36 www.leergeldparkstad.nl
- ✓ Os Hoes Inloop voor hulp en vragen over schulden en toeslagen Florence Nightingalestraat 6
6441 HW Brunssum (088) 455 25 62 www.cmww.nl
- ✓ Leger des Heils Treebeek/Brunssum Horizonstraat 77 6446 SC Brunssum (045) 521 10 6
- ✓ Stichting Samen Delen Burettestraat 1 6415 SM Heerlen 06 5348 7166
info@stichtingsamendelen.nl
- ✓ Voedselbank Rimbürgerweg 9a 6443 VD Brunssum (045) 533 19 33
info@voedselbanklimburg-zuid.nl (vrijdag van 14.00 uur tot 16.30 uur)
- ✓ Kredietbank Limburg Markt 1A 6161 GE Geleen (088) 101 99 99 info@kblb.nl
- ✓ Wijk Belbus 55+ Brunssum Als het zelf regelen van vervoer een probleem is (088) 455 25 31
Boodschappenplusbus Wekelijks samen erop uit om verschillende leuke en ontspannende
activiteiten en uitstapjes te ondernemen 06 541 03 209 bpb.brunssum@cmww.nl
- ✓ Boodschappenplusbus Wekelijks samen erop uit om verschillende leuke en ontspannende
activiteiten en uitstapjes te ondernemen 06 541 03 209 bpb.brunssum@cmww.nl
- ✓ CMWW Open inloop Een breed en gevarieerd aanbod van ontmoetingsactiviteiten (088) 455
25 31 0
- ✓ CMWW Huiskamertreffen Sociale eettafels en maaltijdvoorzieningen (088) 455 25 0
- ✓ Betere Buren Was- en strijkservice (045) 727 12 50

