

## JAARPLAN 2022 QUIET NEDERLAND

20 november 2021 t.b.v. Besturendag

### 1. Inleiding

Dit jaarplan is het samenspel tussen input uit (een deel van) de Quiet Community's (QC's), de ambitie van de Quiet-organisatie en de huidige stand van zaken binnen Quiet Nederland (QNL). Missie en visie van Quiet en ambities van Quiet Nederland zijn richtinggevend, input uit het land geeft een prioritering aan.

In dit jaarplan kiezen we voor focus boven volledigheid. Mede door het gegeven dat de input die opgehaald is op onderdelen uiteenloopt. De punten waar tot op zekere hoogte overeenstemming over is, worden onder de vier punten van de ambitie uitgewerkt.

### Missie, visie, ambitie\*

*\* gewijzigde, nog niet vastgestelde, versie van de werkgroep Ambitie*

#### MISSIE

Quiet verlicht armoede.

#### VISIE

Quiet vertelt over (stille) armoede en over de mensen die erin leven, op een eerlijke en professionele manier. Wij verzachten de armoedesituatie voor onze Quiet-members op een innovatieve manier, benaderen ze vanuit vertrouwen en bieden hen een kans zichzelf te versterken in contact met anderen. Hierdoor dragen wij bij aan het zelfvertrouwen van onze members. We blijven vertellen, verzachten en versterken zolang dat nodig is.

#### QUIET AMBITIE

Quiet helpt iedereen die in armoede leeft, met als belangrijkste inzet de lokale Quiet community's. Samen maken we het verschil. We doen dit door kwantiteit (zoals zoveel mogelijk members aan ons binden en zo veel mogelijk aanbod van geluksmomenten) en kwaliteit (zoals zo goed mogelijk aanbod, goede begeleiding en financieel gezond) voorop te stellen en te borgen. Alles wat we doen, doen we op basis van vertrouwen.

#### Quiet Nederland ambitie

- We ondersteunen en faciliteren de lokale Quiet Community's (op maat);
- Quiet groeit dusdanig dat we toegankelijk zijn voor iedereen die in armoede leeft in Nederland;
- Iedereen in Nederland kent Quiet en weet wat we doen.
- Door onze schurende aanpak wordt de armoedeproblematiek en de voortdurende aanwezigheid van (stille) armoede in Nederland zichtbaar en (her)kenbaar.

#### Lokale Quiet Community ambitie

- Iedereen uit de lokale community die leeft in armoede wordt bereikt en krijgt de kans om deel te nemen;
- Het aanbod zorgt voor geluksmomenten en is voldoende, divers en kwalitatief goed;
- Lokale community's ondersteunen elkaar om samen het beste te bereiken;
- Continuïteit wordt geborgd.
- We werken vanuit vertrouwen en stimuleren zelfvertrouwen bij onze members.

## 2. Samenvatting focus jaarplan 2022

### **We ondersteunen en faciliteren de lokale Quiet Community's (op maat).**

1. Het digitale deelplatform schaalbaar en gebruiksvriendelijk.
2. Financiering Quiet Nederland. **Speerpunt voor 2022.**
3. Landelijke sponsors voor aanbod.
4. Quiet: Samen zijn we meer dan één. **Speerpunt voor 2022.**

### **Iedereen in Nederland kent Quiet en weet wat we doen;**

5. Marketing en Communicatie (MarCom). **Speerpunt voor 2022.**

### **Quiet groeit dusdanig dat we toegankelijk zijn voor iedereen die in armoede leeft in Nederland;**

6. Enkele nieuwe loten aan de stam van Quiet.
7. De toegankelijkheid voor members helpen bevorderen.

### **Door onze schurende aanpak wordt de armoedeproblematiek en de voortdurende aanwezigheid van (stille) armoede in Nederland zichtbaar en (her)kenbaar.**

8. Bewustwording van jongs af aan.

## 3. Uitwerking jaarplan 2022

### 3.1 Ambitie: We ondersteunen en faciliteren de lokale Quiet Community's (op maat).

#### 1. Het digitale deelplatform schaalbaar en gebruiksvriendelijk.

Met stip op één staat het digitale deelplatform. De basis voor het dagelijkse werk van de Quiet Community's en datgene waarmee Quiet duidelijk onderscheidend is. Het platform komt in het dagelijks werk als centraal punt terug voor iedereen in de uitvoering. Het geluid vanuit de QC's dat het platform niet goed werkt, sluit aan bij de bevindingen die ook al binnen QNL gedaan zijn. Er is daarom in 2021 al veel werk verricht om hierin verbetering te brengen en in het vierde kwartaal wordt er nog een forse slag gemaakt. De basis voor deze verbetering is een inventarisatie geweest bij de QC's en een algehele audit van het systeem. Dit doorlopende proces vraagt niet alleen om een inhoudelijke verbetering maar ook om inzicht in veranderingen, in wat er mogelijk is én wat er niet mogelijk is.

*Hoe pakken we het aan?*

1. Doorontwikkeling platform op basis van inventarisatie bij QC's en audits. Voor 2022 zal extra focus zijn op het verhogen van het aantal verzilveringen t.o.v. acceptatie van aanbod (conversie) en de eerlijkheid van uitgiften (algoritme).
2. Onderzoeken hoe we meer members kunnen stimuleren om door te geven of ze het aanbod hebben verzilverd of niet en acteren hierop.

#### 2. Financiering Quiet Nederland. Speerpunt voor 2022.

Eveneens prioriteit bij de QC's heeft het verlagen van de afdracht aan QNL. De bijdrage wordt door alle QC's die input hebben geleverd te hoog bevonden. Dat er een bijdrage is, is voor velen zeker begrijpelijk en aanvaardbaar. De hoogte staat wel ter discussie. De één vindt een bedrag van € 10.000 acceptabel, de ander vindt dat er geen bijdrage zou moeten zijn. Door financiers en landelijke fondsen te zoeken voor benodigde middelen naast de inbreng van de QC's moet de begroting sluitend worden gemaakt. Daarnaast geldt: een lagere bijdrage betekent ook dat voor ieder duidelijk is dat QNL niet alle vraagstukken op kan pakken. Dat is iets dat men zich in het land realiseert en accepteert. De wil is er om vanuit eigen gelederen een bijdrage te leveren aan vraagstukken die om een landelijke aanpak vragen.

*Hoe pakken we het aan?*

1. We werven een extra landelijke financier nadat we ons benaderplan en case for support hebben doorontwikkeld. Hiervoor zullen we een fondsenwerver aantrekken (is al opgenomen in begroting). We streven naar spreiding over doelgroepen (vermogensfondsen, subsidie-instanties, bedrijven, rijke ondernemers...).
2. We onderhouden/beheren de financiers middels CRM, updates etc.

#### 3. Landelijke sponsors voor aanbod.

Zoek landelijke sponsors waar alle QC's gebruik van kunnen maken. Dat is niet alleen handig vanuit Quiet zelf, maar voorkomt ook dat één bedrijf door meerdere QC's benaderd wordt. Ook dit is een taak waarin lokale QC's een rol kunnen spelen, denk aan een bedrijf waarvan de hoofdvestiging in of vlak bij een plaats ligt waar een QC gevestigd is.

*Hoe pakken we het aan?*

1. We reageren op aanbiedingen, rechtstreeks aan QNL of via leads van QC's. Warme leads krijgen prioriteit.
2. We onderhouden/beheren deze sponsors middels CRM, updates etc.
3. We ondersteunen bij de afhandeling van landelijke aanbiedingen als de sponsorrelatie dit verlangt.

## 4. Quiet: Samen zijn we meer dan één. Speerpunt voor 2022.

Het gevoel deel uit te maken van de mooie organisatie die Quiet is, is voor velen belangrijk. Dat gevoel vraagt om voeding. Daarin spelen drie zaken een rol:

### 1. Welke kwaliteit of waarden hanteren we?

De uitgangspunten die zijn opgenomen in één van de vier basisdocumenten geven hiervoor een aanzet. In de praktijk zijn er onderlinge verschillen en ieder vindt het belangrijk om daarin het familiegevoel te blijven houden. Dat vraagt om onderlinge gesprekken, elkaar verhalen vertellen, inspiratie geven en ook soms de discussie aangaan over waarom je iets wel doet of juist niet. QNL is hierin de aanjager. Er dient in ieder geval een breed gedragen gevoel te ontstaan over kwaliteit. Dat gaat niet over een keurmerk waarvoor alle protocollen moeten worden doorlopen, maar over een gemeenschappelijke visie over een aantal belangrijke thema's. Denk daarbij aan: hoe ga je om met maatschappelijke ontwikkelingen, zoals duurzaamheid of Zwarte Piet? Welke aanbiedingen doe je juist wel of juist niet? Is het aanbieden van tweedehands goederen passend of niet, ligt de nadruk op eerste levensbehoeften of wil je mensen de kans geven om voor een keer iets extravagants te doen? Versterken van members door contact met anderen. Welke initiatieven zijn succesvol en kunnen breder worden gedragen?

### 2. De tweede vraag is: wanneer ben je Quiet?

Deze vraag is vooral gericht op wat een QC minstens moet doen om een volwaardige QC te zijn: is dat zowel verzachten als versterken als vertellen, of ben je ook al een QC als je één van deze drie oppakt? Ook hierover zijn zaken opgenomen in de set van vier basisdocumenten maar de praktijk laat toch grote verschillen zien. Een gesprek in het land over hoe hiermee om te gaan, geïnitieerd door QNL moet hierin overeenstemming brengen.

### 3. En ten slotte: Met plezier aan de slag met de inhoud.

Het is nodig om zaken op orde te stellen over organisatievraagstukken, zoals wijze van besluitvorming of communicatie. De vraag is wat er per se veranderd moet worden in organisatievorm of in formele afspraken om dit te bereiken en hoe zich dat verhoudt tot de 'opbrengst'. Een breed gedragen wens is om juist naast dat wat er formeel geregeld moet worden om de structuur in orde te maken, ruimte te laten voor inspiratie en voor verhalen.

De uitgangspunten (basisdoc) en de wie-doet-wat-lijst uit de werkgroepen kan gebruikt worden om dit punt op te pakken. Duidelijk afgesproken kaders bieden ruimte voor lokale eigenheid die typerend is en recht doet aan de verschillende groeistadia bij de community's en voor de Quiet-organisatie als geheel.

#### *Uitwisseling van kennis*

Elkaar zien en ontmoeten is van belang. De besturendagen en de projectleidersbijeenkomsten zijn essentieel om zaken te kunnen delen en op de hoogte te blijven en worden belangrijk gevonden. Een toevoeging zou kunnen zijn om op thema elkaar te ontmoeten: het sponsorteam, het belteam, de mensen die vooral met het platform werken. Uitwisseling is verder niet alleen belangrijk voor bestuursleden en medewerkers, maar ook voor vrijwilligers. Opties zouden zijn: een Quiet-week, een landelijke grote bijeenkomst met ook vrijwilligers.

Daarnaast is het belangrijk om onderling op de hoogte te zijn van een aantal praktische zaken. Bijvoorbeeld wie welk fonds aanschrijft. Het intranet wordt nu niet gezien als een goede manier, omdat zaken daarin niet voldoende vindbaar zijn of omdat informatie niet daarin geplaatst wordt. Dit is bekend en hier wordt al aan gewerkt, de verwachting is dan ook dat er begin 2022 een goed werkend intranet is waarop zaken ook goed terug te vinden zijn. Hiermee is er een goed hulpmiddel om dingen te delen die essentieel zijn om te weten van elkaar. Vooral rondom sponsorwerving en fondswerving: wie vraagt wat aan bij wie, wat is succesvol?

Zonder uitzondering zijn QC's bereid om ook een bijdrage te leveren aan het grote geheel van Quiet. Dat kan zijn door een startende QC in de buurt te helpen. Door documenten te delen. Door een specifieke taak die bij QNL ligt te gaan trekken met andere QC's. Als er vanuit QNL het voortouw wordt genomen voor dit proces kunnen op deze manier een aantal gewenste taken uitgevoerd worden vanuit het samen zijn we meer dan één principe.

Na de verbeterslag in 2021 ligt de focus in 2022 op het daadwerkelijk uitwisselen van gegevens. QNL is voorwaardenscheppend in deze, maar de QC's zijn nodig in het proces om dit te voeden.

*Hoe pakken we het aan?*

1. We maken en houden de verwachtingen en taakverdeling tussen QNL en QC's scherp ten einde de basis te leggen voor een professionele organisatie waarin we elkaar versterken. De volgende 4 documenten vormen de basisafspraken.
  - a. Missie/Visie en ambities
  - b. Samenwerkingsovereenkomst
  - c. Uitgangspunten
  - d. Brandbook
2. We vullen intranet (dat in 2021 vernieuwd is) aan met standaard beleidsdocumenten. Er is al veel voorradig bij verschillende QC's en QNL. Zo hoeven niet alle community's het wiel opnieuw uit te vinden.
3. We stimuleren het gebruik van intranet;
4. We organiseren 2x per jaar een besturendag, tweewekelijks stedenoverleg, we stimuleren de verbinding tussen vrijwilligers

## **3.2 Ambitie: Iedereen in Nederland kent Quiet en weet wat we doen.**

### **5. Marketing en Communicatie (MarCom). Speerpunt voor 2022**

MarCom is niet voor alle QC's de grootste prioriteit die genoemd is. De uitgave van de Quiet 500 wordt algemeen gezien als een mooi middel om armoede onder de aandacht te brengen en Quiet bekendheid te geven en wordt daarom zeer gewaardeerd. De vraag of QNL veel aan MarCom moet doen wordt wisselend beantwoord. In ieder geval lokale publiciteit is belangrijk.

Tegelijk is vertellen één van de drie pijlers van Quiet. Voor QNL heeft MarCom dus zeker een prioriteit. Met de uitgave van de Quiet 500 hebben we gezien hoeveel publiciteit dit genereert. Publiciteit die Quiet als een sterk, specifiek merk neerzet, wat indirect ten goede komt aan de QC's. De verkopen van de Quiet 500 hebben doorlopend prioriteit evenals het aflossen van de lening die hiervoor is aangegaan.

Vertellen in de vorm van MarCom kan daarom niet ontbreken in het jaarplan 2022. Een uitvoerbaar, gedegen communicatieplan en een goed functionerende website zijn zelfs speerpunt voor 2022.

*Hoe pakken we het aan?*

1. We ontwikkelen een communicatiebeleidsplan en jaarplan voor externe communicatie.
2. Verbeterde/nieuwe website qua inhoud en structuur.
3. We stellen een plan op met Jandino als ambassadeur en voeren dat plan uit.
4. We vinden een extra ambassadeur naast Ralf en Jandino.

### **3.3 Ambitie: Quiet groeit dusdanig dat we toegankelijk zijn voor iedereen die in armoede leeft in Nederland.**

#### **6. Enkele nieuwe loten aan de stam van Quiet.**

Het is gewenst dat er per jaar enkele QC's bijkomen. Daarmee wordt op de eerste plaats de doelstelling van Quiet beter behaald, er worden immers meer mensen bereikt. En op de tweede plaats wordt Quiet als merk bekender, wat het werk in de lokale QC's ten goede komt. Voorwaarde is wel dat er lokaal al iets broedt, dat er lokale aanknopingspunten zijn en mensen die hiermee aan de slag willen. Een tweede voorwaarde is dat het proces van ondersteuning een beperkte capaciteit vraagt van QNL om ruimte te laten voor andere vragen. De vier basisdocumenten en een set van documenten voor startende QC's moet handvatten geven. Daarbij is het ondersteunen van startende QC's niet alleen een taak van QNL. Ook bestaande QC's kunnen en willen hierin een rol spelen.

#### *Hoe pakken we het aan?*

1. Behoud bestaande QC's door te weten wat er speelt bij QC's en helpen waar dat gewenst is.
2. Stimuleren opstart nieuwe QC's door combinatie van bevlogen presentaties en praktische invulling.
3. Begeleiding QC's in oprichting. Basis-info-set uitbreiden. Stimuleren kennisdeling.
4. 3 nieuwe Quiet Community's verwelkomen.

#### **7. De toegankelijkheid voor members helpen bevorderen**

Iedereen die vindt dat hij/zij in armoede leeft is welkom. We werken op basis van vertrouwen en members moeten ons kunnen vinden. QNL kan daaraan bijdragen.

Toegankelijkheid voor ieder die in armoede leeft betekent ook een sterk landelijk netwerk. Op landelijk niveau actief zijn in netwerken kan ook lokaal helpend zijn. Hoe meer Quiet bekend is en verbanden aangaat, hoe makkelijker het lokaal is om een plek in te gaan nemen. Verbanden met bijvoorbeeld de landelijke koepel van voedselbanken, Leergeld, onderwijsinstututen of met ondernemers uit de Quote 500 zijn ook lokaal van nut. De wens om hierin goed bekend te zijn is breed gedragen.

#### *Hoe pakken we het aan?*

1. Uitstralen dat iedereen welkom is, op basis van vertrouwen. Dit is een waarde die ligt vastgelegd in de missie/visie van de Quiet-familie.
2. Verbanden met bijvoorbeeld de landelijke koepel van voedselbanken, Leergeld, onderwijsinstututen of met ondernemers uit de Quote 500 leggen/verstevigen. Hierin zijn in 2021 al stappen gezet. Zo is er contact met Schuldhulpmaatje, Voedselbanken NL en Rotary.
3. We informeren de community's geregeld over de netwerkgesprekken, zodat we elkaar kunnen versterken (en vooral niet tegenwerken).

## **3.4 Ambitie: Door onze schurende aanpak wordt de armoedeproblematiek en de voortdurende aanwezigheid van (stille) armoede in Nederland zichtbaar en (her)kenbaar.**

### **8. Bewustwording van jongs af aan.**

Bij de uitgave van de Quiet 500 #3 is een begin gemaakt met de Quiet Quests. Een digitaal lespakket voor basisscholen, ontwikkeld in samenwerking met Gynzy. Dit lespakket wordt verder uitgebreid en blijft gratis toegankelijk.

*Hoe pakken we het aan?*

1. Het lespakket is al ontwikkeld i.s.m. Gynzy. We breiden het uit waar mogelijk, stimuleren en registreren het gebruik.
2. 'Bewustwording van jongs af aan' met lespakket nemen we als thema op in ons communicatieplan (zie punt 7)