

Bijlage 2 Jaarplan 2023

Van	Bestuur BKN
Aan	Algemene Ledenvergadering BKN
Datum	2 december 2022
Betreft	Jaarplan 2023
Status	Vaststellen

Dit jaarplan is gebaseerd op de meerjarenstrategie die op de ALV in juni is gepresenteerd. Deze strategie is tot stand gekomen na inbreng van leden in drie regiobijeenkomsten in 2022 en het ledenonderzoek 2021. In juni zijn de kaders voor de strategie gepresenteerd.

Op basis van de ontwikkelingen in de samenleving en de tijdens de regiobijeenkomsten uitgesproken ambities ten aanzien van de koers van de vereniging zijn ambities voor de sector (d.w.z. doelstellingen en ontwikkelingen voor de kringloop als geheel) en ambities voor de branchevereniging (d.w.z. doelstellingen en ontwikkelingen voor de vereniging BKN zelf) geformuleerd.

De sectorambities zijn 'inclusieve samenleving' en 'circulaire economie'. De verenigingsambities zijn: communicatie (extern), lobby en samenwerking en brancheontwikkeling. De verenigingsambities worden ingezet om te laten zien wat we op onze sectorambities bereiken.

Communicatie

Wat doen we in 2023

1. Q1 uitwerken **communicatiestrategie voor interne en externe communicatie**. Hierin werken we uit wat het doel van de communicatie, op wie we ons richten en welke communicatiekanalen daar bij passen. Onderdeel van het communicatieplan is ook het maken van een **communicatiekalender** en het opbouwen van goede contacten met de media (krant, online, tv en radio);
2. Opzetten van een **communicatiekring** die meedenkt over communicatie van de branchevereniging. Deze kring wordt in eerste instantie opgezet voor een jaar, na een jaar evalueren we, en kijken we of het nuttig is om te verlengen, en zo ja, in dezelfde samenstelling of (gedeeltelijk) met nieuwe mensen;
3. In 2022 is i.s.m. met Studio Hands een **nieuwe huisstijl** ontwikkeld die past bij de doorontwikkeling van de BKN. Deze nieuwe huisstijl wordt in 2023 **geïmplementeerd**. Dan worden ook de website en andere uitingen onder handen genomen.
4. De **benchmark/ branche onderzoek** is een goed instrument om de impact van onze sector te laten zien, daarover zullen we in 2023 wederom nadrukkelijk communiceren.
5. Het **Keurmerk** laat zien hoe onze leden zich onderscheiden in de sector, hier gaan we meer en nadrukkelijker over communiceren. In het communicatieplan wordt dit verder uitgewerkt.
6. **De Nationale Kringloopdag** en **GreenFriday** zijn momenten waarop je de sector kunt laten zien. We blijven deze ondersteunen, vanuit communicatie oogpunt zullen we deze dagen verbinden aan de thema's waar we ons voor inzetten: circulaire economie en inclusieve samenleving. Daarnaast zijn er vele andere (nationale) dagen en weken, die zich goed lenen om de sector zichtbaar te maken. Denk aan de week van de circulaire economie, duurzame dinsdag, week van de vermindering van het afval etc. We nemen deze dagen en weken op in

onze **communicatiekalender**.

Lobby en samenwerking

Wat doen we in 2023

7. In Q1 wordt er een **lobbyplan** uitgewerkt:
 - welke onderwerpen we op inzetten en wat het doel is;
 - lobbykalender;
 - welke relaties en samenwerkingsverbanden er al zijn en waar moeten we nog een voet tussen de deur krijgen? Voor een succesvolle lobby is het van belang relaties met relevante stakeholders op te bouwen én samenwerking met partners in het veld te versterken. Met een gezamenlijke lobby versterken we onze positie.
8. We actualiseren de **position paper** om altijd een actueel en overzichtelijk document bij de hand te hebben waarmee we laten zien waar we voor staan en op welke wijze onze leden bijdragen aan de circulaire economie en inclusieve samenleving.
9. Er is al een **aantal doorlopende activiteiten en samenwerkingsverbanden** die bijdragen aan de lobby en dus ook een plek krijgen in het jaarplan. Het zijn de activiteiten rondom UPV textiel, deelname aan overleggen met Stichting. Open, deelname aan NL Kansrijk en Social Enterprise, deelname aan Transitie agenda Consumptiegoederen, deelname aan kernteam Circulaire Ambachtscentra (niet uitputtend). Door goed in kaart te brengen wat er is, zien we ook waar de hiaten zitten en waar we extra op in moeten zetten in 2023.
10. Door de beleidsmedewerker circulaire economie lijkt BKN wat sterker op het dossier Circulaire economie. **Extra inzet** zal in 2023 gezet worden op het opbouwen van allianties en ook projecten rondom de **inclusieve samenleving**.

Brancheontwikkeling en -versterking

Wat doen we in 2023

11. Om de sector te versterken en in te spelen op de ontwikkelingen in de samenleving is het belangrijk om de **interne samenwerking te intensiveren**. We zien dit al gebeuren door regionale overleggen, de oprichting van KringCoop maar ook door het GoodPractices project. In 2023 kunnen we bekijken wat we kunnen uitbreiden en intensiveren, denk aan samenwerking en uitwisseling tussen leden in de regio, of juist op grootte of juist meer inhoudelijke samenwerkingsverbanden. De rol van het BKN bureau hierin is: inspireren, stimuleren en faciliteren. Welke kansen of wensen zien jullie?
12. Om onze leden te blijven ondersteunen en de branche te blijven ontwikkelen bieden we vanuit BKN **trainingen en themadagen aan**;
13. We ondersteunen de werkgevers door het **Handboek arbeidsvoorwaarden**. In 2023 wordt nog een aantal stappen gezet met betrekking tot de reparatie van het loongebouw en functiewaardering. Ook is BKN met ingang van 2023 lid van AWWN waardoor leden op extra ondersteuning kunnen rekenen.
14. Ook het **Keurmerk** en de **benchmark** dragen bij aan de ontwikkeling van de branche, die blijven we in 2023 uitvoeren. Deze zullen een belangrijke rol vervullen in de communicatie (zie eerder).
15. En, tot slot, om als branche sterk te staan, is het wenselijk om **nieuwe leden aan ons te binden**. We geven actieve opvolging aan organisaties die ons zelf benaderen en tegelijk benaderen wij zelf actief organisaties waarvan wij denken dat ze goed bij de BKN passen.

Q1	Q2
Communicatie <ul style="list-style-type: none"> - Communicatiestrategie en -plan uitwerken - Communicatiekalender - Implementatie nieuwe huisstijl, website ed 	Communicatie <ul style="list-style-type: none"> - Presentatie benchmark / brancheonderzoek - Implementeren communicatiestrategie
Lobby en samenwerking <ul style="list-style-type: none"> - Uitwerken lobbyplan - Actualiseren position paper 	Lobby en samenwerking <ul style="list-style-type: none"> - Uitvoeren lobbyplan - Opbouwen contacten - Extra inzet inclusieve samenleving
Brancheontwikkeling <ul style="list-style-type: none"> - Uitvoeren benchmark / brancheonderzoek - Reparatie salarisgebouw 	Brancheontwikkeling <ul style="list-style-type: none"> - Uitvoeren benchmark / brancheonderzoek
Q3	Q4
Communicatie <ul style="list-style-type: none"> - Duurzame dinsdag - Uitvoeren communicatieplan 	Communicatie <ul style="list-style-type: none"> - Nationale Kringloopdag - Green Friday - Uitvoeren communicatieplan
Lobby en samenwerking <ul style="list-style-type: none"> - Verder uitbouwen contacten en uitvoeren lobbyplan 	Lobby en samenwerking <ul style="list-style-type: none"> - Verder uitbouwen en intensiveren contacten en uitvoeren lobbyplan
Brancheontwikkeling <ul style="list-style-type: none"> - Doorlopende activiteiten 	Brancheontwikkeling <ul style="list-style-type: none"> - Doorlopende activiteiten
Doorlopend	
Communicatie <ul style="list-style-type: none"> - Communicatiekring - Communiceren over Keurmerk, inclusieve samenleving en circulaire economie 	
Lobby en samenwerking <p>Permanente activiteiten rondom UPV textiel, deelname aan overleggen met Stichting Open, deelname aan NL Kansrijk en Social Enterprise, deelname aan Transitie agenda Consumptiegoederen en aan kernteam Circulaire Ambachtscentra (niet uitputtend), uitbouwen en onderhouden externe contacten.</p>	
Brancheontwikkeling en -versterking <ul style="list-style-type: none"> - Keurmerk - Themadagen en trainingen - Interne samenwerking stimuleren en faciliteren - Handboek arbeidsvoorwaarden en activiteiten die daaruit voortvloeien 	