

Jaarverslag PR-commissie 2018

Sinds de algemene jaarvergadering van 2018 (23 maart) wordt de, tot dan toe vacante, functie van PR-commissie ingevuld door Lars Schoen. Ook in 2018 zijn er weer diverse taken rondom de PR opgepakt, veelal met ondersteuning van leden uit alle hoeken van de vereniging. De commissie wil al deze leden hartelijk danken voor hun inzet afgelopen jaar.

U kunt sinds dit jaar de PR-commissie voor algemene vragen benaderen via het e-mailadres: pr@notwin.nl, de redactie van het clubblad blijft bereikbaar op redactie@notwin.nl en voor het bestellen van- of vragen over clubkleding kunt u (ook ongewijzigd) mailen naar clubkleding@notwin.nl

De invulling van de afkorting van "PR" commissie is informeel gewijzigd van "Pers- en Redactie" naar het tegenwoordig gebruikelijke "Public Relations". Bovendien profileert de commissie zich nu als de meer algemeen bekende afkorting "PR". Deze wijzigingen zijn tot stand gekomen na evaluatie van het takenpakket van de commissie. Sinds de oprichting van de commissie zijn haar functies steeds verder verbreed met betrekking tot externe communicatie en uitstraling van de vereniging. Deze invulling betreft nu naast het uitbrengen van een clubblad en persberichten ook het gebruik van sociale media, het beheer van een website, het organiseren van promotionele activiteiten en het dragen van herkenbare clubkleding op de reddingspost.

Door de inzet van Paulien Hopman is in 2018 het clubblad "De Boei" 4 maal uitgebracht. Het clubblad verschijnt in gedrukte versie en wordt onder de leden verspreid in het zwembad en het clubhuis de Haai. Daarnaast verschijnt het clubblad op de website, waar de 4 meest recente versie terug te vinden zijn. Leden die niet langer actief zijn worden per mail geattendeerd als er online een nieuwe editie van het clubblad beschikbaar is. Eind 2018 is begonnen met een inventarisatie van adverteerders, dit project zal doorlopen in 2019 om de continuïteit van advertentie opbrengsten te waarborgen.

Het afgelopen jaar is de vereniging meerdere malen verschenen in (online) kranten. De onderwerpen van die berichten betroffen onder andere de online aankondiging van Reddingbootdag op bijvoorbeeld HoornGids en Ons West-Friesland en een paginagroot verslag in het Noord Hollands Dagblad (NHD). Daarnaast zijn meerdere losse reddingsacties en 2 beschrijvingen van "weekenden vol reddingsacties" gedrukt in het NHD en online op diverse lokale nieuwssites verschenen.

Reddingsbrigade Notwin heeft, door beheer van Angélique Vandenbroek en Vincent Tigchelaar, in 2018 actief gebruik gemaakt van 3 sociale media-kanalen (zie Tabel 1). Twitter is voor de vereniging het platform met de meeste volgers en is in aantal volgers bovendien gestegen van 775 in maart 2018 tot 844 januari 2019, via dit platform zijn totaal 104 eigen tweets verstuurd. Ook op Facebook zijn veel eigen berichten geplaatst namelijk 70. Het aantal volgers is daar nagenoeg constant gebleven (502 naar 522). De vereniging gebruikt sinds 2017 Instagram, dit platform had in 2018 het grootste aantal nieuwe volgers van 142 naar 276, terwijl hier de minste berichten zijn geplaatst (33).

Tabel 1: Sociale media-kanalen gebruikt door Reddingsbrigade Notwin Hoorn in 2018.

Weergegeven zijn het aantal volgers in maart 2018 ten opzichte van januari 2019 en het aantal geplaatste berichten per platform.

Platform	Volgers mrt 2018	Volgers jan 2019	Toename 2018	Berichten 2018
Twitter	775	844	+69 (+9%)	104
Facebook	502	522	+20 (+4%)	70
Instagram	142	276	+134 (+94%)	33

De website heeft een dubbele functie. Aan de ene kant is zij bedoeld als informatiebron voor externe partijen, particulieren en potentiële leden. Aan de andere kant is de website een medium voor de communicatie naar de eigen leden van de vereniging. Op de site wordt voor leden bijvoorbeeld een algemene agenda bijgehouden, berichtgeving gedeeld en bestanden op geplaatst. Uit een voorlopige inventarisatie onder leden is echter gebleken dat er door de leden weinig tot geen gebruik wordt gemaakt van deze website. In 2019 wordt deze inventarisatie uitgebreid en geëvalueerd. Leden die ideeën hebben wat betreft vorm of inhoud voor de website worden aangemoedigd deze uit te spreken richting de commissie.

Vele leden hebben een bijdrage geleverd aan de totstandkoming en uitvoering van een aantal promotionele activiteiten. Op 28 april is er een open dag georganiseerd op en rond de reddingspost, deze dag hielden ook (KNRM) buurtstations open dag in het kader van nationale reddingsbootdag. Naast een gratis rondvaart konden bezoekers - waaronder veel kinderen - reddingsmiddelen gebruiken, de bluspomp bedienen en een rondleiding krijgen op de post. Aan het begin van het nieuwe schooljaar (23 september) is de zwemmend redden tak van de vereniging vertegenwoordigd geweest bij het Hoorn Beweeg Festival. Een week later (30 september) heeft de vereniging namens Reddingsbrigade Nederland deelgenomen aan de tweejaarlijkse Nationale Hulpverlenersdag in Hoorn.

Twee sponsoracties in 2018 zijn opgepakt door de Technische Commissie (TC). Dit zijn de Rabobank Clubkascampagne (opvolger van Rabobank fietstocht) en de Grote Clubactie. In 2019 kan de vereniging hopelijk weer meedoen met de Albert Heijn flessenbandactie en/of de Deen jeugdsponsoractie.

Voor het bestellen, uitdelen en de nazorg van de clubkleding heeft de commissie sinds het najaar van 2018 ondersteuning van Hans Kok. Er zijn in 2018 twee momenten geweest waarop de leden clubkleding konden bestellen. Door leveringsproblemen heeft een opvallend groot deel van deze leden echter niet (direct) een complete bestelling binnen gehad. Daarnaast loopt er voor een aantal producten nog een traject wegens productiefouten.

Lars Schoen
PR Commissie