

Hardenbergse Uitdaging

“De Hardenbergse Uitdaging organiseert en stimuleert maatschappelijk betrokken ondernemen, waardoor de hulpvaardigheid van bedrijven bij maatschappelijke organisaties toeneemt en de leefbaarheid in de betreffende samenleving verbetert.”



Inhoudsopgave

Hoofdstuk 1. Organisaties in beweging

- 1.1 MVO/MBO: verantwoord of betrokken; een wereld van verschil
- 1.2 Formule van de Uitdaging
- 1.3 Missie
- 1.4 Duurzaam MBO Platform
- 1.5 SWOT-analyse
- 1.6 Kritische succesfactoren
- 1.7 De maatschappelijke meerwaarde van een lokaal MBO netwerk
- 1.8 Steen in de vijver effect
- 1.9 Landelijke expertise lokaal benutten
- 1.10 Uitdagingen in Nederland

Hoofdstuk 2. Hardenbergse Uitdaging

- 2.1 Aanleiding
- 2.2 Initiatief en draagvlak
- 2.3 Samenwerken met gemeente
- 2.4 Werkvorm
- 2.5 De projecten
- 2.6 Beursvloer

Hoofdstuk 3. Uitgangssituatie Hardenberg

- 3.1 Demografische kaart Hardenberg
- 3.2 Werkgebied
- 3.3 Het bedrijfsleven
- 3.4 Business clubs
- 3.5 Maatschappelijk profiel
- 3.6 Financiering

Hoofdstuk 4. Organisatie Hardenbergse Uitdaging

- 4.1 Juridische structuur
- 4.2 Bestuur
- 4.3 Adviesgroep
- 4.4 Founders

- 4.5 Vrienden
- 4.6 Matchgroep
- 4.7 Operationeel team
- 4.8 De Nederlandse Uitdaging
- 4.9 Financiën en prestaties
- 4.10 Projectplanning
- 4.11 Communicatie

Hoofdstuk 1. Organisaties in beweging

De Uitdaging gelooft dat ondernemers bereid zijn om zich in te zetten voor de lokale samenleving waarbinnen hun bedrijf een plek heeft. Maar de kloof tussen de vraag van maatschappelijke organisaties en de bereidheid van het bedrijfsleven en het daadwerkelijk in actie komen is vaak nog groot. De ervaring heeft geleerd dat veel bedrijven best een maatschappelijke bijdrage willen leveren, maar in de praktijk het zicht op de vraag én de coördinatie op de invulling hiervan missen (vraag niet concreet/onduidelijk, vraag te groot, te veel vragen). Een verbindende schakel kan zorgen dat het niet bij goede voornemens blijft. De formule van De Uitdaging legt verbinding en brengt organisaties en mensen in beweging.

1.1 MVO/MBO: verantwoord of betrokken; een wereld van verschil.

MVO wordt door MVO Nederland, uitgelegd als “een nieuwe integrale visie op ondernemerschap waarbij de ondernemer, behalve streven naar winst (profit), ook rekening houdt met het effect van de activiteiten op het milieu (planet) en waarbij de ondernemer oog heeft voor menselijk aspecten binnen en buiten het bedrijf (people). Het is van belang een balans te vinden tussen deze drie P’s.”

Maatschappelijk betrokken ondernemen sluit daarbij aan, maar gebruikt de term ‘betrokken’, in plaats van ‘verantwoord’. Bij MBO gaat het om het geven van steun aan maatschappelijke initiatieven en om het tonen van betrokkenheid bij maatschappelijke vraagstukken in de directe of indirecte omgeving van de onderneming. Precies deze steun en betrokkenheid wil de Nederlandse Uitdaging invullen met lokale Uitdagingen.

1.2 Formule van de Uitdaging

Een Uitdaging is een bedrijsnetwerk dat zich erop richt om verbindingen tot stand te brengen tussen het lokale bedrijfsleven enerzijds en maatschappelijke, culturele, zorg- en onderwijsorganisaties anderzijds, met als doel om de leefkwaliteit van de bewoners in de betreffende gemeente te verbeteren. Het maakt daarbij maximaal gebruik van al bestaande netwerken en wil vooral een aanvulling zijn die focus en structuur brengt.

Vragen vanuit het maatschappelijk veld (vaak stichtingen of verenigingen die actief zijn op het gebied van zorg, cultuur of sport) komen binnen bij De Uitdaging. Een ondernemersgroep beoordeelt de aanvragen en wijst uit haar midden een projecteigenaar aan die er voor zorgt dat het beoogde eindresultaat wordt bereikt. Het gaat hierbij vooral om bijdragen van bedrijven op het gebied van kennis en kunde, extra handen en materialen.

1.3 Missie

Verbindingen leggen tussen bedrijven die iets te bieden hebben en maatschappelijke organisaties die daarmee geholpen kunnen worden.

1.4 Duurzaam MBO Platform

De Uitdaging geeft antwoord op vragen als:

- Hoe kan ik maatschappelijk betrokken ondernemen opzetten voor mijn bedrijf?
- Ik wil als bedrijf iets doen met mijn personeel voor een vrijwilligersorganisatie. Bij wie moet ik zijn?
- Ik wil ondersteuning bieden aan vrijwilligersorganisaties die op zoek zijn naar menskracht, materialen of middelen. Maar hoe?
- Mijn vereniging heeft behoefte aan materialen, middelen, menskracht: wie kan me helpen?

1.5 SWOT-analyse

Sterkte	Zwakte
<ol style="list-style-type: none">1. Groot lokaal netwerk2. Intermediair (spin in 't web)3. Lokale inbedding4. Werkmethoden5. Kennis, middelen, geld	<ol style="list-style-type: none">1. Kloof tussen bedrijfsleven en maatschappelijke organisaties2. Kennis van elkaars vragen en mogelijkheden3. Imago maatschappelijke organisaties
Kansen	Bedreigingen
<ol style="list-style-type: none">1. Groeiende aandacht voor MBO en duurzaamheid.2. Ambitie op MBO gebied bij bedrijven in de gemeente Hardenberg.3. Samenwerking met belangenbehartigers	<ol style="list-style-type: none">1. Economische ontwikkelingen (bezuinigingen)

1.6 Kritische succesfactoren

Deze kritische succesfactoren zijn:

1. Heldere organisatiestructuur inclusief financieringsmodel. Hierbij is betrokkenheid van gemeentes en bedrijven cruciaal.
2. Eigen identiteit cq. onafhankelijke organisatievorm, goede contacten met (lokale) media.
3. Vraaggericht werken; waarbij primair vanuit de vraag van een maatschappelijke organisatie of verenigingen wordt gewerkt, of primair vanuit de vraag/aanbod van bedrijven.
4. De lokale netwerken en sleutelfiguren uit de lokale gemeenschap betrekken bij de organisatie.
6. Professionele, resultaatgerichte en zichtbare dienstverlening.

1.7 De maatschappelijke meerwaarde van een lokaal MBO netwerk

- maatschappelijke organisaties worden door ondersteuning van de Uitdaging en het bedrijfsleven deskundiger in het uitvoeren van de werkzaamheden;
- door positieve PR en stimulans zijn organisaties in staat meer deelnemers en vrijwilligers te vinden en te enthousiasmeren;
- door ondersteuning met kennis en kunde (b.v. fiscaal, juridisch, bouwtechnisch en ook financieel) krijgen mensen de mogelijkheid om te besturen zonder angst te hebben voor bestuurlijke aansprakelijkheid.
- de sociale cohesie wordt versterkt door de vele contacten die men in het netwerk van de lokale ondernemer kan leggen en de verbindingen die hierdoor tot stand komen.
- de contacten en matches tussen ideëel en commercieel zorgen voor begrip tussen beide werelden. Zij leveren een positieve bijdrage aan imago- en beeldvorming van mensen in achterstandsituaties, tussen autochtoon & allochtoon, tussen mensen mét en zonder functiebeperking, tussen oud en jong.

1.8 Steen in de vijver effect

Starten met een lokale Uitdaging is een investering. Daarna kan een steen in de vijver effect ontstaan. Wanneer een infrastructuur is opgebouwd binnen bedrijfsleven en maatschappelijke organisaties, kan het aantal matches groeien. Er ontstaat lokaal financieel draagvlak. Partners worden gevonden in de overheid, bedrijfsleven, fondsen, woningcorporaties, (zorg)instellingen en onderwijs. Samen met deze partners wordt aan de Uitdaging invulling gegeven die impact heeft op de lokale samenleving.

1.9 Landelijke expertise lokaal benutten

Alle lokale Uitdagingen worden ondersteund door de coöperatie Nederlandse Uitdaging. Deze ondersteunt, faciliteert en begeleidt de plaatselijke besturen, managers en teams met training, expertise, een kwaliteitshandboek, intranet, netwerken, vernieuwende concepten, website etc.

1.10 Uitdagingen in Nederland

De formule van de Uitdaging wordt binnen heel Nederland op meer dan 20 plaatsen toegepast.

Hoofdstuk 2. De Hardenbergse Uitdaging

2.1 Aanleiding

Er gebeurt veel in de gemeente Hardenberg. Dit resulteert in betrokken mensen die actief zijn in stichtingen en verenigingen om het leven van bewoners in de deze gemeente leefbaarder en leuker te maken. Ook is de maatschappelijke betrokkenheid van het bedrijfsleven best groot. Veel ondernemers zijn actief in service clubs. Ook de lokale ondernemersverenigingen tonen hun betrokkenheid.

Met de eerder opgerichte lokale Uitdagingen in gedachten, willen we op een praktische manier bovenstaande groepen in de gemeente Hardenberg met elkaar in contact brengen om behoeftes lokaal te matchen. Zo gaat er zo min mogelijk onbenut potentieel verloren!

2.2 Initiatief en draagvlak

Vanuit het bedrijfsleven in Hardenberg is het initiatief genomen voor de eerste verkennende gesprekken met gemeente, bedrijven, lokale ondernemersverenigingen en zorginstellingen. Door al deze stakeholders is enthousiast gereageerd op het initiatief een Uitdaging te starten. Verschillende ondernemers hebben zich al bereid verklaard om zitting te nemen in het bestuur, actief deel te nemen in de matchgroep of zich in te zetten als ambassadeur.

2.3 Samenwerken met gemeente

Een Uitdaging stimuleert het lokale bedrijfsleven om maatschappelijk betrokken te ondernemen. De rol van de gemeente hierbij is essentieel. Zij is naast founder ook faciliterend en hebben een functie als rolmodel en ambassadeur.

Vanuit de Nederlandse Uitdaging en vanuit het Oranjefonds dat de Uitdaging landelijk en lokaal ondersteunt, komt de ervaring dat gemeentes een cruciale rol vervullen voor netwerken die actief zijn op het gebied van maatschappelijk betrokken ondernemen. Commitment van gemeentes in de rol van financier, belanghebbende partij en partner, is een kritische succesvoorwaarde. Daarnaast geven gemeentes als werkgever het goede voorbeeld in hun MBO-handelen. Zij kunnen actief participeren in MBO projecten.

2.4 Werkvorm

Per Uitdaging zijn er één of meer zogenaamde matchgroepen. Dit is afhankelijk van de omvang van het gebied waarvoor een lokale Uitdaging wordt opgericht. Voor de Hardenbergse Uitdaging willen we starten met één matchgroep en wanneer de vraag groeit uit te breiden naar meerdere groepen.

In een matchgroep zitten mensen uit het bedrijfsleven, die zich voor meerdere jaren aan een Uitdaging verbinden. Zij doen het eigenlijke werk van de Uitdaging: zij verbinden steeds andere bedrijven aan verenigingen/stichtingen, zij zijn de 'matchmakers'.

Ongeveer 10 - 15 personen uit het bedrijfsleven hebben zitting in een matchgroep. Zij besteden ongeveer gemiddeld 1 uur per week hun tijd aan de Uitdaging.

2.5 De projecten

Om het maken van matches te structureren en te faciliteren worden er meerdere projecten binnen de Uitdaging opgezet.

2.5.1 Spullenbank

Een Spullenbank wordt direct na de start van de stichting opgezet. Bedrijven die overtollig meubilair hebben, soms verouderd van model, maar nog héél en goed bruikbaar, stellen dit beschikbaar aan de Spullenbank. Een matchgroeplid zal hiervoor de coördinator zijn. Hij/zij zet het aanbod aan meubels en andere spullen uit bij de stichtingen/verenigingen/ organisaties in de betrokken gemeentes. Zo coördineren we een match om spullen direct van A naar B te brengen. Zijn er veel matches omtrent spullen, dan zullen we vaste afspraken maken met een aantal transporteurs in de regio voor bij voorbeeld de inzet per toerbeurt.

Zijn er mooie spullen waarvoor niet direct een afnemer is, dan zorgt de lokale Uitdaging voor een kleine opslagruimte zodat deze spullen niet verloren gaan. Zijn na verloop van tijd de spullen allemaal uitgegeven, dan vraagt de lokale Uitdaging opnieuw aan bedrijven om spullen aan te leveren.

2.5.2 Kadootjesbank

Bedrijven wordt verzocht om hun overtollige relatiegeschenken af te staan aan deze Kadootjesbank, ten gunste van verenigingen/stichtingen die hun vrijwilligers eens in het zonnetje willen zetten met een (eindejaars-)geschenk.

2.5.3 Klussenbank

Als in het gebied waarin de lokale Uitdaging werkzaam is, blijkt dat er een structureel aanbod is van klussen waarvoor vrijwilligers nodig zijn, kan een Klussenbank worden opgezet.. E.e.a. zal blijken uit de aard van de aanvragen bij de matchgroep. Er zal dan standaard geworven worden voor vrijwilligers uit het bedrijfsleven om deze klussen te doen.

2.5.4 Kennisbank

Afhankelijk van het soort aanvragen bij de matchgroep, wordt een groep ervaren mensen bij elkaar gebracht die als expert willen optreden. Hierdoor hoeft niet telkens opnieuw bij voorbeeld een communicatiedeskundige te worden gezocht, maar kan de communicatiedeskundige die zich aan deze groep deskundigen wil verbinden, een paar keer per jaar worden ingezet om aan verenigingen/stichtingen kennis over te dragen. Dit kunnen experts zijn over elk onderwerp waaraan behoefte is.

2.5.5 NLdoet

Het Oranjefonds organiseert éénmaal per jaar (in maart) de landelijke Vrijwilligersdagen: NLdoet. Bij meerdere Uitdagingen is NLdoet een project dat wordt gecoördineerd i.s.m. sociaal-cultureel/welzijnswerk. De Uitdaging neemt het bedrijvendeel voor de rekening en roept door de inzet van het netwerk bedrijven op om klussen uit de eigen regio te adopteren. Deze (groepen) vrijwilligers worden gematcht met een aangeboden klus.

2.6 Beursvloer

Bij meerdere Uitdagingen is de Beursvloer een project dat wordt gecoördineerd. De Beursvloer is als het ware een snelkookpanversie van wat de Uitdaging het gehele jaar door organiseert m.b.t. matches. In een paar uurtjes tijd worden bedrijven en verenigingen/stichtingen bijeen gebracht om matches te maken. E.e.a. begeleidt door matchgroepleden en een spreekstalmeester (prominente lokale figuur) om aanbod en aanvragen bekend te maken. Het doel dat dit op deze manier gebeurt, is dat er altijd mensen zijn die iets bij voorkeur zelf willen regelen en het niet uit handen willen of durven geven. Bij de Beursvloer krijgen zij die gelegenheid. Voor bedrijven is het een mooie manier om zichtbaar te zijn en te netwerken.

3. Uitgangssituatie Hardenberg

3.1 Demografische kaart Hardenberg (data 2018)

De gemeente heeft een oppervlakte van circa 317 km² en telt ± 60.000 inwoners.

Van de ongeveer 60.000 inwoners wonen er ongeveer 18.950 in de Kern Hardenberg incl. Heemse en zo'n 12.370 in de kern Dedemsvaart.

De overige inwoners wonen in de buitengebieden:

Balkbrug (3.870), Bergentheim (3.385), Gramsbergen (3.040), Slagharen (2.975), De Krim (2.295), Lutten (2.075), Kloosterhaar (1.515), Sibculo (1.455), Bruchterveld (1.110), Schuinesloot (1.010), Mariënberg (890), Ane (530), Hoogenweg (400).

3.2 Werkgebied

Het werkgebied van de lokale Uitdaging omvat alle kernen in de gemeente Hardenberg.

3.3 Het bedrijfsleven

De gemeente Hardenberg kent circa 4.000 bedrijven die werk bieden aan circa 24.000 mensen. (bron: Gemeente Hardenberg)

De grootste/belangrijkste sectoren zijn:

- Industrie
- Handel
- Gezondheidszorg
- Horeca en Recreatie.

3.4 Business clubs

De gemeente Hardenberg heeft actieve ondernemersverenigingen en kennen diverse business- en serviceclubs waarmee samenwerking wordt gezocht. Vertegenwoordigers hiervan zijn zoveel mogelijk vertegenwoordigd in de matchgroep, als founder, sponsor, adviseur of als ondersteuner. Een aantal clubs zijn: OCH Hardenberg, HHC Hardenberg, Meander Soroptimisten Club Hardenberg/Ommen, Rotary Club Hardenberg, Inner Wheel Club Hardenberg, Lions Clubs Hardenberg.

3.5 Maatschappelijk profiel

De gemeente Hardenberg is na Zwolle de tweede industriegemeente binnen de regio IJssel-Vecht. Het bedrijvenbestand in de gemeente Hardenberg is gevarieerd en bestaat hoofdzakelijk uit middelgrote en kleinere bedrijven. De gemeente Hardenberg is zowel over weg, water en spoor goed bereikbaar en ligt op kleine afstand van de grotere verkeersaders. Aan de ene kant heeft Hardenberg een uitstekende verbinding met Zwolle en de regio Twente, aan de andere kant grenst Hardenberg aan de noordelijke provincies en het Duitse achterland.

3.6. Financiering

Het financiële model voor het opstarten van een succesvol en duurzaam MBO netwerk bevat:

- startfinanciering van initiatiefnemers en bedrijven gedurende 3 jaar
- de gemeente is dubbele founder d.w.z. € 10.000. Elk jaar wordt de voortgang en de resultaten besproken waarna de financiële toezegging voor het daaropvolgende jaar besproken wordt.
- financiering in natura (locatie, werkplek, drukwerk, pr, vormgeving, bouwen website) van bedrijven
- verschillende partijen: founders, bedrijfspartners en mogelijk andere maatschappelijke partners
- Founders: € 5.000 (vanaf het 1^e jaar minimaal 3 founders (excl. gemeentes); doorgroeiend in het 2^e en 3^e jaar naar 5 founders)
- Participanten in natura: bijv. oude rot of jonge hond voor de matchgroep en secretaresse
- Vrijwilligers, werven via bijvoorbeeld projecten voor (langdurig) werklozen.

Founders, participanten en ondersteuners dragen zorg voor de basisfinanciering van een Uitdaging. En doordat zij een meerjarige verbinding aangaan zorgen zij ook voor de continuïteit.

4. Organisatie Hardenbergse Uitdaging

4.1 Juridische structuur

Voor de Hardenbergse Uitdaging kiezen we voor een stichtingsvorm met een bestuur dat op afstand de manager faciliteert en controleert. Ook werken we met een adviesgroep waarin vertegenwoordigers uit het maatschappelijke veld en gemeente zitting hebben om bestuur en matchgroep te 'voeden' met trends en ontwikkelingen uit het maatschappelijke werkgebied. Het eigenlijke werk vindt plaats in de matchgroep. Dit wordt mogelijk gemaakt door Founders en Ondersteuners/vrijwilligers.

4.2 Bestuur

Het bestuur bestaat uit minimaal 3, maximaal 5 leden. Zij heeft als taken en verantwoordelijkheden:

- ~ realiseren van doelstelling en missie
- ~ werven van founders
- ~ onderhouden van de contacten met de Founders
- ~ beheer van de financiën
- ~ als ambassadeur voorlichting geven over het werk van de Uitdaging en/of deze vertegenwoordigen bij bijeenkomsten

~ aansturen van de manager: het bestuur bestuurt op afstand en delegeert de uitvoering aan de manager.

Leden Bestuur

De Hardenbergse Uitdaging heeft op dit moment (maart 2026) 4 bestuursleden.

De bestuursleden zijn:

1. R. Rusken
2. J. Wolbink
3. H. Brink
4. M. Boom

4.3 Adviesgroep (in de toekomst nog op te richten)

In de adviesgroep hebben zitting vertegenwoordigers uit het maatschappelijk veld, bedrijfsleden en uit de gemeentes. De adviesgroep brengt gevraagd en ongevraagd advies uit over trends en ontwikkelingen in de maatschappij, die van invloed kunnen zijn op het functioneren van De Uitdaging.

Een advies van de adviesgroep aan het bestuur wordt voor de uitvoering door het bestuur gedelegeerd aan de manager. Deze maakt een vertaalslag naar de praktische uitvoering. Het resultaat hiervan bespreekt de manager met het bestuur en zij koppelt dit (digitaal) terug naar de Adviesgroep. Pas daarna wordt het eventueel in uitvoering genomen.

4.4 Founders

Founders zijn bedrijven die een Uitdaging voor (minimaal) 3 jaar ondersteunen met een bedrag van minimaal € 5.000,- (geen btw) per jaar. In ruil daarvoor kunnen zij een vertegenwoordiger afvaardigen naar de matchgroep en krijgen ze publiciteit op de website en in het jaarverslag. Waar mogelijk ook in krantenartikelen. Elk bedrijf dat zich aanmeldt als Founder krijgt daarvoor publiciteit.

Een 1^e founder is gevonden in de Rabobank Hardenberg in ieder geval voor het 1^e jaar. Het 2^e en eventueel daaropvolgende jaar kan ingediend worden bij het lokale fonds dat hiervoor bestemd is.

4.5 Vrienden

Om het verdienmodel te verbreden wordt tevens gekeken naar het opzetten van “Vrienden van de Hardenbergse Uitdaging” tegen een klein bedrag, bijv. € 500,-. Tevens kunnen Vrienden het werk van de Uitdaging ondersteunen door delen van de bedrijfsvoering in uitvoering te nemen. Voorbeelden zijn:

- onderhouden website (redactie)
- beheren social media (Facebook, Linked In)

- verzorgen persberichten/PR
- beschikbaar stellen van vergaderruimte
- catering bij vergaderingen/bijeenkomsten
- notuleren van bestuurs- en matchgroepvergaderingen
- ondersteunen matchgroep door het uitwerken van aanvragen

Elke Vriend wordt genoemd op de website van de Hardenbergse Uitdaging.

4.6 Matchgroep(en)

De matchgroep bestaat uit samenwerkende mensen uit het bedrijfsleven die de uitvoering van de matches op zich nemen. Zij dagen andere bedrijven uit om mee te doen. In de matchgroep zitten 'oude rotten' en 'jonge honden'. De oude rotten zijn directeuren of senior medewerkers uit het bedrijfsleven met een groot netwerk. De jonge honden zijn meer praktische medewerkers uit het bedrijfsleven die in bedrijfstijd (deels) de uitvoering van de matches op zich nemen.

Bij de matchgroepleden is enthousiasme een belangrijke voorwaarde. Mogelijkheden zien, iets willen doen voor de lokale omgeving en daar de schouders onder willen zetten.

Het is van belang dat er zoveel mogelijk verschillende branches vertegenwoordigd zijn in de matchgroep, bijvoorbeeld bouwbedrijf, notaris, makelaar, cateraar, tuinbouw, accountant, bank, e.d. Al deze mensen hebben een verschillend netwerk waarbinnen zij opereren. Waar mogelijk is het wenselijk een koppeling te maken met een lid uit een serviceclub.

4.7 Operationeel team

- ~ Manager: Aanjager/kartrekker/coördinator.
Faciliteren bestuur, matchgroep en adviesgroep.
Organiseren van alle werkzaamheden om een uitdaging te laten functioneren.
Gesprekken met maatschappelijke organisaties.
Presentaties verzorgen bij o.a. serviceclubs, geïnteresseerde bedrijven.
Contact leggen en onderhouden met samenwerkende organisaties (sociaal werk, maatschappelijk werk, kringloopwinkel, e.d.).
- ~ Managementassistent: wordt geworven als daar aanleiding voor is.
- ~ Vrijwilligers: De manager stuurt de vrijwilligers en ondersteuners aan en werkt met hen samen.

Manager

De manager is verantwoordelijk voor:

- ~ de dagelijks (financiële) gang van zaken van de Hardenbergse Uitdaging.
- ~ de continuïteit en kwaliteit van het werk van de Hardenbergse Uitdaging.
- ~ de doelen en ambities opstellen en vaststellen van de Hardenbergse Uitdaging.
- ~ de planning, organisatie, uitvoering en nazorg van het werk, waaronder:

- contacten leggen en onderhouden met bedrijven.
- werven, selecteren en ondersteunen van de matchgroepleden.
- matchgroepbijeenkomsten organiseren, voorzitten en zorgdragen voor verwerking van alle gemaakte afspraken
- verzorgen PR
- netwerken bezoeken en enthousiasmeren
- serviceclubs werven en behouden
- ontwikkelen nieuwe concepten
- organiseren bijzondere projecten
- budgetbewaking en rekeningen betalen (i.s.m. penningmeester)
- samenwerking met bestaande initiatieven in de gemeente
- contacten leggen en onderhouden met maatschappelijke organisaties
- vertalen van de vragen/wensen naar een aanvraag (ondersteunen aanvragers)
- voorbereiden bijeenkomsten matchgroepen: agenda / bewaken lopende projecten onderhouden en bijwerken website (of aansturen vrijwilliger)
- voorbereiden bestuursvergaderingen (t.b.v. de voorzitter): agenda / verzorgen toelichtingen op div. punten.

4.8 De Nederlandse Uitdaging

Het concept Uitdaging werd sinds 2012 tot 2022 ondersteund door het Oranje Fonds. Zij hielp bedenker en initiatiefneemster Gerda Geurtsen het concept verder op te richten in heel Nederland. Om voor de lokale managers een kennis en netwerkorganisatie te kunnen zijn, is de Nederlandse Uitdaging opgericht. De lokale uitdagingen die volgens dit concept werken, sluiten zich hierbij aan. Alle betrokkenen bij een lokale uitdaging hebben hier baat bij, omdat altijd van het laatste nieuws en ontwikkelingen op het gebied van maatschappelijk betrokken ondernemen gebruik kan worden gemaakt.

4.10 Financiën en prestaties

De gemeente Hardenberg heeft financiële ondersteuning aangeboden voor het 1^e jaar. Na het 1^e jaar worden de resultaten geëvalueerd en besloten of de financiële ondersteuning ook in het daaropvolgende jaar doorgang kan vinden. De gemeente heeft de intentie uitgesproken het project structureel te willen ondersteunen bij goede resultaten.

Daarnaast worden founders uit het bedrijfsleven geworven die ieder € 5000 bijdragen voor minimaal 3 jaar. Het is voor bedrijven tevens mogelijk om vriend te worden. Ook een gemeenschappelijk founderschap vanuit een branche (bijvoorbeeld gezamenlijke klusbedrijven) is mogelijk.

In de begroting is opgenomen welke kosten gemaakt worden. Daarin is ook opgenomen voor welke kosten (vrijwel alle) sponsors worden gezocht. Zo heeft een notaris aangeboden de stichting gratis op te richten, is de huisvesting en de website 'om niet' aangeboden, kan er

gratis vergaderd worden bij de aangesloten bedrijven en streven we ernaar dat de vormgever gratis werkt en een accountant gratis jaarstukken opmaakt.

De manager van de Uitdaging wordt 8 uur per week betaald door de Stichting Hardenbergse Uitdaging. Dit om de continuïteit te waarborgen.

4.12 Communicatie

De Hardenbergse Uitdaging maakt vooral gebruik van free publicity in de daarvoor bekende kanalen, lokale nieuwsbladen/radio, bedrijfsmagazines en social media.

Belangrijk in de communicatie is een professionele uitstraling en duidelijke identiteit. Hiervoor zijn afspraken gemaakt met de Nederlandse Uitdaging, bijvoorbeeld over logo en huisstijl.

Het communicatieplan wordt separaat opgesteld nadat alle stakeholders hebben besloten tot het oprichten van een Uitdaging. Dit plan wordt afgestemd met het bestuur en de manager.

“De Hardenbergs Uitdaging organiseert en stimuleert maatschappelijk betrokken ondernemen, waardoor de hulpvaardigheid van bedrijven bij maatschappelijke organisaties toeneemt en de leefbaarheid in de betreffende samenleving verbetert.”

Maart 2026, Hardenberg