



## Lead Strategische Communicatie & Campagnes (0,8-1 fte)

Beoogde startdatum: in overleg

We zijn bij milieuorganisatie Fair Resource Foundation op zoek naar een nieuwe collega! Als communicatie lead ben je verantwoordelijk voor het ontwikkelen van de strategische communicatie voor FRF. Je werkt aan het versterken van het merk FRF, het voeren van effectieve communicatie en het bedenken van campagnes voor de verschillende onderwerpen waar we aan werken. Denk aan het tegengaan van fast fashion, het verbeteren van statiegeld, het invoeren van herbruikbare verpakkingen of het uitbannen van fossiel plastic. De communicatie-uitingen van FRF zijn breed: van beleidsvoorstellen en inhoudelijke artikelen, tot persberichten en impactvolle campagnes.

Wat maakt communicatie volgens ons nou *strategische* communicatie? Volgens ons betekent dat in ieder geval dat we op zo'n manier contact maken met de buitenwereld, dat we beweging veroorzaken in de maatschappij. Dat gaat verder dan communiceren over onze projecten of over foute politieke beslissingen in Den Haag. Het gaat onder meer over hoe FRF zich moet positioneren, hoe FRF gepercipieerd wil worden en wat daarvoor nodig is. Maar het gaat ook over hoe je met nieuwe ideeën en plannen voor bijvoorbeeld een thema als textiel tractie kan krijgen voor een nieuwe manier van denken en zien. Want die omslag is hard nodig als we ervoor willen zorgen dat een bedrijf als SHEIN (we noemen maar wat) geen megawinsten meer kan maken met mega vervuilende kleding.

We willen de communicatie van FRF de komende jaren dus naar een hoger niveau tillen. Na onze naamswijziging in 2024 hebben we al een grote ontwikkeling doorgemaakt, maar met de juiste ondersteuning willen we ervoor zorgen dat ons werk nog een stuk zichtbaarder wordt. Goed om te weten is dat je bij ons niet gaat werken aan het omvormen van alle burgers tot brave groene consumenten. We zijn de naïviteit allang voorbij en geloven sterk in systeemverandering die start bij een daadkrachtige overheid, de aanpak van grote vervuilers en het creëren van draagvlak voor verandering. Aan jou de taak om onze serieuze missie te verenigen met impactvolle communicatie.

Een belangrijk onderdeel van je werk is het bedenken en uitwerken van campagnes. We hebben al enige ervaring met succesvolle campagnes, zoals de [Yes We Can!](#) en [Return to Sender](#) campagnes, waarmee we de invoering van statiegeld hebben afgedwongen. Samen met collega's die werken op verschillende dossiers ga je aan de slag met het uitwerken van concrete campagne voorstellen. Hoe brengen we het onderwerp onder de aandacht? Hoe zorgen we dat niemand om ons heen kan?

### Wie zijn wij?

[Fair Resource Foundation](#) is een ambitieuze NGO met een groene missie. We hebben als doel grondstoffengebruik te verminderen, zodat die binnen de draagkracht van de aarde en haar ecosystemen past. Op Nederlands, Belgisch en Europees niveau zetten we ons in via beleidsbeïnvloeding, systeemanalyse, het aanjagen van debat, het bouwen van coalities en uitvoeren

van onderzoek. Enkele van onze succesvolle initiatieven zijn onder andere de invoering van statiegeld op kleine plastic flessen, de lancering van het [Platform Weeffouten](#) en het opzetten van de producentenorganisatie [Collectief Circulair Textiel](#). In [ons beleidsplan](#) lees je onze plannen voor de komende jaren.

Het gaat ons om impact maken. We willen concrete veranderingen zien en we zoeken telkens naar slimme invalshoeken om dat te bereiken. Als het moet dan pakken we bedrijven aan, en waar het kan, zetten we in op samenwerkingen.

We zijn op dit moment met een team van 10 en we zijn gevestigd in Utrecht in het UCo-pand waar meerdere duurzame organisaties zich verzamelen in een community.

## Wat ga je doen?

- Het ontwikkelen van de overkoepelende FRF-communicatiestrategie voor de komende jaren. Je richt je daarbij op het versterken van het merk, het tot leven brengen van de identiteit en het verankeren van een wekelijkse doorlopende sterke communicatiewerking van de organisatie.
- Je helpt collega's met het realiseren van impact voor hun verschillende thema's en projecten voor de verschillende projecten. Je zet thema's om in narratieven en helpt collega's om via slimme communicatie meer impact te realiseren. Daar waar nodig, organiseer je ook trainingen om het team te ondersteunen.
- Je speelt proactief in op nationale en internationale ontwikkelingen waar FRF zich toe moet verhouden. Denk bijvoorbeeld aan een belangrijke bijeenkomst van de Verenigde Naties over een plastic verdrag of bijvoorbeeld de begroting op Prinsjesdag.
- In overleg met het team ontwikkel je een aantal campagnes in een jaar en plannen die voorafgaand aan het jaar zoveel mogelijk in. Dit kan bijvoorbeeld gaan over een campagne rond de invoering van statiegeld in België of bijvoorbeeld over het aankaarten van de plastic voetafdruk van de Nederlandse plastic industrie.
- Je voert redactie op opiniestukken en overige publicaties. Je doet zelf ook aanzetten voor stukken en stimuleert het team om te publiceren. Redactie kan eventueel ook worden gedaan door andere collega's.
- Je bent eindverantwoordelijk voor de doorontwikkeling van de websites, de huisstijl en het beheer van de communicatiekanalen. Je wordt hierbij ondersteund door het team voor wat meer de hands-on taken en daarnaast vind je in het team ook een sparringspartner.
- Je bent verantwoordelijk voor het opstellen en beheren van het communicatiebudget.

## Profiel

- Affiniteit met de missie van Fair Resource Foundation en een sterk besef van de vele milieucrises en de noodzaak om deze aan te pakken.
- Bij voorkeur heb je 3 of meer jaar relevante ervaring op het gebied van strategische communicatie en/of campaigning. Je skills en affiniteit met strategische communicatie wegen zwaarder door dan het aantal jaren werkervaring.

- Je hebt het vermogen om (complexe) onderwerpen te vertalen naar pakkende verhalen. Je bent creatief en weet je creativiteit om te zetten in impactvolle campagnes.
- Je leest het nieuws, je bent geïnteresseerd in de maatschappij. Je hebt al een favoriete podcast, een favoriete krant/tijdschrift en weet je collega's te verrassen met interessante inzichten.
- Je werkt goed in teams: je zal met collega's en externe partijen gezamenlijk verantwoordelijkheid dragen voor het realiseren van doelen.
- Je bent sterk in het beheersen van je eigen projecten. Je weet je uren slim in te delen en je houdt zicht op het op tijd realiseren van je doelen.
- Vanwege het internationale karakter van sommige thema's verwachten wij een vloeiende beheersing van de Nederlandse en Engelse taal in woord en schrift. Kennis van het Frans is een voordeel, maar geen vereiste.
- Je kan minimaal twee dagen per week op ons kantoor in Utrecht werken.

## Aanbod

- Een gevarieerde functie voor 32-40 uur per week.
- Een contract van 12 maanden, met mogelijkheid tot verlenging.
- Een salaris tussen de €4340,57 en € 5212,93 bij een voltijds (40 uur) dienstverband
- Een aantrekkelijke pensioenregeling.
- Vergoeding van reiskosten met openbaar vervoer en fiets.
- Gratis lunch op het werk.
- Vergoeding voor telefoon abonnement en laptop gebruik (of een laptop van het werk).
- Werken in een klein team waarbij je echt impact kunt maken.
- Een informele en open werksfeer waarin ruimte is voor eigen initiatief.
- De mogelijkheid om je werktijden flexibel in te delen.
- Werken nabij het centrum van Utrecht in een mooi en duurzaam kantoor.
- Jezelf nooit meer afvragen of je wel nuttig bezig bent met je leven.

Voldoe je niet aan alle eisen, maar ben je wel enthousiast geworden, neem dan vooral contact met ons op om samen te kijken of er mogelijk een match is.

## Praktisch

Na de eerste selectie op basis van CV's en motivatiebrieven informeren we je over het vervolg van de procedure. Een online test en een gesprek zijn daar mogelijk onderdeel van. We behouden ons het recht voor om kandidaten te benaderen die al voor de sluitingsdatum solliciteren.

Stuur je motivatiebrief (in het Nederlands) en CV **uiterlijk 1 december 2025** naar Laura Schrijver op [laura@fairresourcefoundation.org](mailto:laura@fairresourcefoundation.org).