

Criteria proposities Monkey Do 2018:

'Harde' criteria

1. **Consumer need** er is een duidelijke behoefte in de markt/ groeimarkt (bij hulpverlening heeft dit te maken met de noden in de samenleving)
2. **Brand fit** het idee past bij en versterkt het merk Rode Kruis (hier zit waarde voor communicatie in)
3. **Strategic fit:** past het idee binnen de strategie van hulpverlening (zie bijlage). Indien propositie een fondsenwervende is strategische fit = nieuwe methode voor nieuwe doelgroepen
4. **Groot en duurzaam:** bereikt nieuwe mensen/ doelgroepen, kan meerdere jaren ingezet worden, heeft een verdienmodel (voor 75% kostendekkend voor hulpverleningsproposities en 500K inkomsten na 3 jaar voor sec. fondsenwervende proposities en K/B 1:4.

'Zachte' criteria

5. **Uniekheid** het idee is echt nieuw, heeft het een wow factor
6. **Right to play & to win:**
 1. het Rode Kruis heeft de skills & capaciteit of kan deze creëren;
 2. het Rode Kruis kan een winnaar zijn (i.v.t. concurrentie)
7. **Exploitatie/ niet exploitatie/ neutraal:** uitgangspunt is 60% exploitatie, 40% niet exploitatie
8. **Time to market:** het idee kan binnen 1 jaar in de markt gezet worden
9. **Benodigde risico's:** er zijn geen grote financiële, organisatorische of reputatie risico's

Strategic fit hulpverlening Rode Kruis

De hulp van het NRK is:

- **Relevant:** speelt in op expliciete noden in de samenleving.
- **Acuut:** we helpen direct bij een persoonlijke (fysieke) noodsituatie om de gevolgen van een noodsituatie te beperken en blijven betrokken in de nazorg tot die niet meer nodig is of tot we die kunnen overdragen aan anderen.
- **Gericht op eigen kracht:** onze hulpverlening creëert geen structurele afhankelijkheid. De insteek van al onze hulp is dat deze zich richt op kwetsbare mensen en groepen in nood en dat onze hulp mensen en gemeenschappen sterker en zelfredzamer maakt.
- **Tijdelijk:** de hulpverlening heeft een duidelijk vastgesteld einde.
- **Gericht op impact:** de hulp die we leveren is duurzaam, van hoge kwaliteit en levert impact.

Noodhulp

Met noodsituaties worden acute, bijzondere situaties bedoeld, zoals rampen en calamiteiten in het groot en klein, van grootschalige elektriciteitsuitval tot een ongeluk tijdens het klussen thuis. Het meest kenmerkende van een noodsituatie is dat het bedreigend is en dit vraagt om een directe en actieve handeling vanuit de betrokken omgeving.

Noodsituaties kunnen zich op drie niveaus voordoen:

- Individueel
- Op buurtniveau
- Grotere schaal, waarbij meerdere buurten, gemeenten of regio's bij de ramp betrokken zijn.

Het bevorderen van zelfredzaamheid in noodsituaties

Handelingen die mensen verrichten - ter voorbereiding op, tijdens en na acute noodsituaties - om zichzelf en anderen te helpen en de gevolgen te beperken.

- Risico bewustzijn vergroten: mensen weten wat ze moeten doen tijdens een noodsituatie.
- Vaardigheden aanleren: mensen weten hoe ze moeten handelen tijdens een noodsituatie.
- Netwerk vergroten: mensen weten aan wie ze hulp kunnen vragen tijdens een noodsituatie.

Respect en hulpbereidheid

Als Rode Kruis streven wij overal ter wereld naar een samenleving waar de mensen elkaar willen en kunnen helpen, ongeacht de noodsituatie en de persoon. Tijdens noodsituaties ontstaan vaak onverwachte afhankelijkheidsrelaties tussen personen die elkaar vaak niet kennen, waarbinnen wel direct met vertrouwen en respect gehandeld moet worden.