

Strategisch (beleids)plan Stichting Samen Tegen Eenzaamheid

Pilotjaar: 15 augustus 2024 – 1 maart 2026

Stichting Samen tegen eenzaamheid zet zich in voor een samenleving waarin muziek en sociale verbinding een belangrijke rol spelen in het verminderen van eenzaamheid. Met onze radio-uitzendingen, informatievoorziening en evenementen willen we mensen inspireren om actief deel te nemen aan onze gemeenschap. Deze beknopte *one-pager* van ons strategisch (beleids)plan biedt een overzicht van de kernpunten.

Stichting Samen Tegen Eenzaamheid is in 2024 ontstaan vanuit de behoefte om mensen te verbinden en eenzaamheid, met name onder ouderen, aan te pakken. De oprichting van een muziekgroep, Feel Good 60's 70's, heeft hierbij een belangrijke rol gespeeld. Door het aanbieden van licht verteerbare popmuziek uit de jaren zestig en zeventig werd duidelijk dat deze klanken niet alleen vermaak boden, maar ook een bron van verbinding konden zijn voor mensen die zich eenzaam voelden. Als een maatje op de bank bij je thuis. De muziek is daarmee onlosmakelijk verbonden met de manier waarop wij de eenzaamheid onder senioren willen aanpakken.

Ambitie

Stichting Samen Tegen Eenzaamheid streeft ernaar een inclusieve gemeenschap te creëren in Zuid-Holland, te beginnen in Haaglanden en Zuid-Holland Centraal, waarin eenzaamheid wordt aangepakt door de kracht van muziek en sociale verbinding. Door middel van onze radio-uitzendingen met de warme klanken van de jaren zestig en zeventig van de twintigste eeuw willen we mensen inspireren om de eerste stap te zetten naar sociale interactie. Onze stichting streeft ernaar een luisterend oor en ondersteuning te bieden aan iedereen die zich eenzaam voelt, met bijzondere aandacht voor ouderen in kwetsbare situaties. Ons motto luidt: "Samen in de klanken, samen uit de eenzaamheid."

Doelgroep

Onze focus richt zich op drie groepen:

- Luisteraars van Feel Good 60's 70's – een breed publiek dat geniet van muziek uit de jaren zestig en zeventig.
- Senioren van 55 jaar en ouder die zich matig tot ernstig eenzaam voelen.
- Toeleiders – mensen die een vertrouwensband hebben met eenzame senioren en hen willen ondersteunen.

Doelen

Om onze ambitie te realiseren, hebben we de volgende doelen opgesteld:

- Een breed publiek aanspreken met muziek en informatie via de radio.
- Kennis over eenzaamheid onder senioren stimuleren en informatie delen over lokale initiatieven.
- Het gevoel van verbondenheid met eenzame senioren vergroten.
- Mensen motiveren om contact te zoeken met ons team van vrijwilligers.
- Evenementen en campagnes organiseren om sociale verbinding te bevorderen.
- Feedback van luisteraars en partners verzamelen om onze aanpak te verbeteren.

Methode

Onze aanpak is gebaseerd op de klantreis, die bestaat uit vijf fasen: bewustwording, overweging, beslissing, vasthouden en ambassadeurschap. We richten ons op het versterken van de verbinding met onze doelgroep door middel van radio-uitzendingen, informatievoorziening en persoonlijk contact.

Bestuur

Het bestuur bestaat uit

- Voorzitter: Ton van den Berge
- Secretaris: Eva Rabe
- Penningmeester: Weronika Hoska

Beloningsbeleid

Het bestuur ontvangt geen vergoeding van de taken die zij uitvoert.

Resultaten en Monitoring

De resultaten van onze doelen worden gemeten en geëvalueerd aan de hand van specifieke meetinstrumenten. De resultaten van onze doelen worden gemeten en geëvalueerd aan de hand van specifieke meetinstrumenten.

Voorbeelden van onze beoogde resultaten zijn:

- Brede bereikbaarheid: minimaal 75% van onze doelgroep heeft toegang tot onze radio-uitzendingen.
- Kennisoverdracht: we organiseren elk kwartaal een interview of informatiesessie over eenzaamheid.

- Verbondenheid: we werken samen met minimaal drie lokale vrijwilligers- en welzijnsorganisaties.
- Interactie: gemiddeld 1.000 luisteraars per dag, waarvan 10% actief deelneemt aan onze activiteiten.
- Evenementen: we organiseren jaarlijks één groot evenement, twee campagnes en twee ontmoetingsactiviteiten.
- Feedback: we voeren jaarlijks een evaluatie uit met positieve feedback van minstens 70% van de deelnemers.

We meten onze impact aan de hand van een Verandertheorie die we in de tweede helft van 2025 uitvoeren.

Om bedrijfsvoeringsredenen kunnen wij geen gedetailleerde beschrijving van de resultaten, SWOT-analyse, begroting, netwerk en communicatieplan delen. Mocht u daar meer over willen weten, neemt u dan contact op met ons.