

2024 JAARPLAN STICHTING ZEEUWS WEERZIEN

Jaargang 6 'Zeeuws Weerzien – de krant vol herinneringen'

Activiteiten: De hoofdactiviteit van onze stichting is het uitgeven van herinneringskrant Zeeuws Weerzien. In 2024 verschijnen, in lijn met de afgelopen jaren, 4 kwartaaledities. Het doel is om (kwetsbare) ouderen in Zeeland uit te dagen om aan de hand van de artikelen in de krant eigen herinneringen op te halen en deze te delen met anderen. Dit stimuleert participatie in sociale netwerken.

Er zijn aanvullende middelen ontwikkeld ter ondersteuning van het bereik van onze doelgroep: interactieve website, podcast i.s.m. Omroep Zeeland, Facebookpagina, digitale nieuwsbrief en een jaaralbum van de redactie. Op de website verschijnt wekelijks een nieuwe column van onze redactie. Deze middelen worden ook in 2024 ingezet.

Speerpunt voor huidig en toekomstig beleid is de organisatie van leesbijeenkomsten in heel Zeeland. Deze bijeenkomsten maken fysieke ontmoetingen met de doelgroep mogelijk. Enerzijds om ouderen actief te kunnen stimuleren om eigen herinneringen op te halen, anderzijds om een betere monitoring van de beoogde doelstelling van de krant mogelijk te maken. Voor de ontwikkeling van deze bijeenkomsten is een projectperiode van twee jaar voorzien (zie separaat projectplan 'Leesteam 2023-2024'). Eind 2024 vindt de afronding van de tot nu toe succesvolle projectperiode plaats.

In 2024 onderzoeken wij, i.s.m. met Origin Marketing, hoe een succesvolle samenwerking met andere vrijwilligersorganisaties in Zeeland kan worden opgezet ten behoeve van een betere aansluiting bij de doelgroep 'kwetsbare ouderen die nog thuis wonen'. Ook wordt onderzocht hoe profijt kan worden behaald uit gezamenlijke werving en inzet van vrijwilligers.

Gegevens productie 'Zeeuws Weerzien' jaargang 6:

Frequentie:	Kwartaaluitgave (maart, juni, september, december)
Oplage:	40.000 ¹
Omvang:	16 pagina's, full colour, tabloid
Doelgroep:	Oudere inwoners van Zeeland, met name kwetsbare ouderen
Inhoud:	Artikelen en verhalen over Zeeland vanaf +/- 1950 tot recentere jaren, inclusief columns van hedendaagse schrijvers over 'het leven van toen'. Elke editie heeft een specifiek thema.
Verspreiding:	In heel Zeeland gratis mee te nemen via lokale ondernemers waaronder boekhandels en supermarkten, bibliotheken en archieven, wachtkamers van huisartsen en fysiotherapeuten (mits toegestaan in naloop van corona maatregelen), welzijns- en zorginstellingen, wooncomplexen, Zeeuwse musea, kerkelijke instanties, buurt- en dorpshuizen etc.
Financiën:	Inkomsten uit advertentiewerving, particuliere giften en aanvullende subsidie en fondsenwerving
Uitgever:	Stichting Zeeuws Weerzien
Druk:	Meulenberg Media
Vormgeving:	Zeeuws Weerzien (Leo Minnaard)
Advertentiewerving:	In 2024 wordt de advertentiewerving van Meulenberg Media overgenomen door Origin Marketing
Distributie:	Meulenberg Media, Distributie Zuid-West en een team van vrijwilligers
Redactie:	Team van 16 vrijwillige redacteuren o.l.v. hoofdredacteur Peter de Jonge, inclusief een medewerker van Zeeuws Archief en ZB Bibliotheek van Zeeland; aanvullende bijdragen van lezers, St Zeeuwse Visserstruinen, Zeeuwse musea, streektalspecialist, cartoonist, puzzelmaker en een kok

¹ In coronatijd was het niet toegestaan de krant op medische locaties te bezorgen. Daarom is de oorspronkelijke oplage van 50.000 (tijdelijk) verlaagd naar 40.000. Onderzocht wordt of deze afzetpunten in 2024 weer kunnen worden toegevoegd.

SPECIFIEKE DOELSTELLINGEN 2024:

- Organisatie leesbijeenkomsten in de gehele provincie Zeeland (2^e deel tweejarig project)
- Uitwerking marketingpropositie door professionele ondersteuner
- Uitwerking project Samen sterk voor Zeeuwse Senioren
- Vergroten naamsbekendheid (tbv advertentiewerving/fondsen/vrijwilligers)
- Aantrekken vrijwilligers voor met name leesteam en ondersteuning bestuurstaken
- Betrekken van ouderen bij de activiteiten/organisatie van de krant (einddoel: vrijwilliger)
- De gratis verstrekking van de krant door heel Zeeland blijft gehandhaafd.

TOELICHTING

1. ONTWIKKELING ZEEUWS WEERZIEN

Herinneringskrant Zeeuws Weerzien heeft zich sinds de pilot in 2018² ontwikkeld tot een medium dat een eigen plek heeft verworven binnen het brede palet aan activiteiten gericht op ouderenparticipatie en ontsluiting van Zeeuws cultureel erfgoed. Daarbij onderscheidt onze organisatie zich van andere initiatieven door het brede bereik. De krant wordt door de gehele provincie Zeeland verspreid en alle gebieden van Zeeland worden betrokken bij de activiteiten. Ook het groeiend team vrijwilligers vertegenwoordigt alle regio's van Zeeland.

Ouderenparticipatie: krant als middel om contact te bevorderen

De uitgifte van de krant is geen doel op zich, maar sluit aan bij maatschappelijke ontwikkelingen gericht op het stimuleren van ouderenparticipatie. De provincie Zeeland kent het hoogste percentage ouderen van alle regio's in Nederland: 23% van de bewoners is ouder dan 65 jaar en 6% van hen is ouder dan 80 jaar³. Zeeland is bovendien een dunbevolkt gebied, waarbij voorzieningen meestal niet om de hoek liggen. Het hebben van een goed functionerend sociaal vangnet is daarom van groot belang. Zeker 25% van de 65-plussers in Zeeland is 'kwetsbaar'. De prognose is dat dit percentage richting 2030 met 14% stijgt. Ouderen zijn in Zeeland ook vaker eenzaam in vergelijking tot het landelijk gemiddelde. Er is echter minder mantelzorg beschikbaar vergeleken met de rest van het land.⁴ Zeeuws Weerzien wil hier een handreiking bieden. Het delen van herinneringen, waartoe de krant de aanzet vormt en inspiratie biedt, helpt ouderen op een positieve manier met anderen in gesprek te gaan. Ook het feit dat de krant niet aan huis wordt bezorgd, maar zelf opgehaald dient te worden op vaste distributiepunten draagt bij aan het uitlokken van sociaal contact. Bovendien worden ouderen gestimuleerd zich aan te sluiten als vrijwilliger bij de organisatie, waarbij hun (voormalige) professionele expertise een belangrijke bijdrage levert aan het proces.

Ontsluiten en vastleggen van erfgoedthema's

De artikelen en foto's in de krant behandelen onderwerpen en gebeurtenissen van 50 tot 100 jaar geleden. De redactieleden, veelal gepensioneerde journalisten, putten uit eigen herinnering, raadplegen externe bronnen en nemen interviews af. Op deze wijze wordt sociaal cultureel erfgoed van Zeeland via de krant en website ontsloten. Ouderen blijken enthousiast om hier een bijdrage aan te leveren. Lezersreacties leveren extra informatie over de verschillende thema's op, die ook wordt vastgelegd. De samenwerking met Erfgoed Zeeland, Zeeuws Archief en ZB Bibliotheek van Zeeland

² Voor een toelichting op het ontstaan en de aard van de krant, verwijzen wij graag naar de bijlage op pag 10

³ <https://www.pzc.nl/zeeuws-nieuws/zeeland-vergrijs-sterk-maar-ontgroent-nauwelijks~aaff8063/?referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>

⁴ <https://www.zeeuwsezorgcoalitie.nl/app/uploads/2021/01/Regiobeeld-Regio-Zeeland-1.pdf>

komt hierbij goed van pas. In overleg ZB Bibliotheek van Zeeland wordt onderzocht in hoeverre oral history kan worden geregistreerd en gedocumenteerd via audio opnames. Zeeuws Archief heeft aangegeven de audio opnames te willen archiveren, mits aansluitend bij hun dossiers.

Ter ondersteuning van de organisatie van de leesbijeenkomsten (zie punt 2), is de krant dankzij een bijdrage van Oranjefonds met vier pagina's uitgebreid. Dit biedt niet alleen ruimte voor PR voor de bijeenkomsten zelf (aankondiging, opgaveformulier), maar hierdoor is ook meer ruimte beschikbaar voor verhalen van deelnemers aan de bijeenkomsten.

Eerste lustrum – een mijlpaal

In de afgelopen vijf jaar is onze organisatie snel gegroeid. Al blijft de productie van de gedrukte krant de belangrijkste reden van bestaan, de overige activiteiten zijn niet meer weg te denken uit het brede 'Zeeuws Weerzien spectrum'. Aan één kant zou een pas op de plaats en bestendiging van de organisatie wenselijk zijn. Maar de continue zoektocht naar structurele financiële middelen maakt dit vooralsnog niet mogelijk. Verbreding van samenwerking en aanboren van nieuwe (commerciële/particuliere) fondsen blijft een continue druk op de organisatie leggen. Wij beseffen dat onze organisatie kwetsbaar is, omdat de uitvoering van deze strategische taken op slechts enkele schouders rust. Wij merken echter dat dit ook bij collega organisaties een breed en herkenbaar probleem is. Het zoeken naar bredere samenwerking is in onze ogen hierbij leidraad.

De groei van het aantal vrijwilligers bij onze organisatie doet vermoeden dat wij voldoende ondersteuning hebben voor de uitvoering van onze taken. Niets is echter minder waar. De activiteiten groeien immers navenant. De grootste uitdaging blijft om op lokaal niveau, ook in de verste regio's, voldoende hulp van vrijwilligers in te kunnen schakelen. Alleen op die manier kunnen wij kostenbesparend te werk gaan én zoveel mogelijk ouderen bereiken.

Met bovenstaande als kanttekening, is er ook veel reden tot optimisme en trots. Het vrijwilligersteam functioneert als betrouwbare steunpilaar. Uiteindelijk draait het om één gezamenlijke passie: het enthousiasmeren van ouderen in Zeeland om herinneringen met elkaar te delen en zo o.a. eenzaamheid te verminderen. Dat doet het team met verve en wij weten dat veel ouderen onze inspanningen waarderen. Reden om in 2024 het team in het zonnetje te zetten. De aftrap hiervoor is gepland op maandag 15 januari (redactie) en vrijdag 19 januari (alle vrijwilligers).

2. LEESBIJEENKOMSTEN

Eind 2022 is het project 'leesbijeenkomsten' gestart, dat loopt t/m december 2024. Met de leesbijeenkomsten willen wij ouderen 'uit huis lokken' en in gesprek laten gaan met leeftijdgenoten. Door herinneringen aan vroeger samen te delen moet herkenning en saamhorigheid ontstaan. Dit om eenzaamheid te verminderen en een eigen sociaal netwerk te bevorderen. Wij stimuleren deelnemers ook om zich actief aan te sluiten bij onze organisatie door vrijwilliger te worden. Daarnaast motiveren wij deelnemers om de krant dan wel de verhalen die tijdens de leesbijeenkomsten naar boven komen, door te geven in eigen omgeving. Zo kunnen ook spontane leeskringen ontstaan. De deelnemers moeten het gevoel krijgen dat hun bijdrage er toe doet. De eigen herinneringen/verhalen worden door ons gehoord en waar mogelijk gedocumenteerd voor andere doeleinden. Aan het eind van de projectperiode dienen in alle regio's van Zeeland leesteam actief te zijn. De leesteam bestaan uit twee (lokale) vrijwilligers die de bijeenkomst begeleiden.

Wij verwijzen graag naar het separate projectplan en de verantwoording van het eerste gedeelte van het project in ons jaarverslag. De eerste bevindingen van het project zijn positief, zowel qua reacties van deelnemers als van onze vrijwilligers. Op Walcheren, thuisbasis van onze organisatie, is het project reeds voldoende geïmplementeerd. Dit dankzij ons lokale netwerk. In 2024 zal de focus vooral op de andere regio's liggen. Aandachtspunten daarbij:

- De doelgroep is lastig te bereiken of beter gezegd: lastig te mobiliseren. De meest effectieve strategie is om gebruik te maken van lokale netwerken: bewoners of zorgmedewerkers die

ouderen persoonlijk kennen en kunnen stimuleren om deel te nemen aan onze activiteit. Het vergt veel tijd en energie om dergelijke netwerken in alle regio's van Zeeland op te bouwen. Waarschijnlijk lukt dit niet binnen de gestelde projectperiode. In Veere boeken wij succes dankzij samenwerking met de lokale welzijnsmedewerker. Dit willen wij uitrollen naar andere gemeenten.

- Traditionele middelen als flyers werken ondersteunend – ouderen vinden het fijn een fysieke reminder 'aan de muur te kunnen hangen'.
- Goede resultaten bereiken wij door samenwerking met bibliotheken. Het zijn prettige locaties waar ouderen ook 'zomaar' even binnen kunnen lopen voor kennismaking. Deze samenwerking willen wij in 2024 verder uitbreiden.
- Het werken met lokale vrijwilligers is een must; deelnemers delen herinneringen die heel lokaal verankerd zijn, daarover mee kunnen praten is een pré; ook het spreken van het lokale dialect helpt om het ijs te breken. Het werven van vrijwilligers wordt echter steeds lastiger; niet alleen door de schaalgrootte van de provincie, ook lijken mensen na de coronaperiode lastiger te motiveren. Wij gaan dit probleem bespreken met partner organisaties en hopen elkaar op ideeën te brengen.
- Een stimulans voor ouderen om deel te nemen aan onze activiteit is de wetenschap dat hun verhalen ertoe doen en als input dienen voor onze krant. Het documenteren van oral history is echter complex en vergt nadere uitwerking (en dus ook extra mankracht).
- Er is grote belangstelling voor onze activiteit vanuit zorginstellingen. Dit zou de organisatie van onze activiteit vergemakkelijken, maar gaat voorbij aan onze doelstelling om juist ouderen in thuissituaties te bereiken. Onderzocht zal worden of er een mogelijkheid is om buurtbewoners bij de bewoners van de zorginstelling te betrekken en zo bredere contacten te genereren.

3. SAMENWERKING

Naast de gewaardeerde financiële steun van Provincie Zeeland, werken wij samen met een aantal partners die ons helpen bij diverse activiteiten en bij het ter beschikking stellen van kennis en archiefmateriaal. Dit betreffen Zeeuws Archief, ZB Bibliotheek van Zeeland, Erfgoed Zeeland en Omroep Zeeland. Wij zijn verheugd dat deze partners hun medewerking voor de komende periode wederom hebben toegezegd. Met betrekking tot de ontwikkeling van de leesbijeenkomsten in de gehele provincie Zeeland, zijn wij blij met de toezeggingen voor financiële ondersteuning (gedurende de periode 2023 t/m 2024) door Oranjefonds, VSB fonds, St. R.K. Maagdenhuis en Monuta Helpt. In 2024 mogen wij ook rekenen op een donatie van Lions Walcheren. Ook de organisaties die zorgen voor kosteloze verspreiding van een deel van de kranten, waaronder Meulenberg Media, ZB Bibliotheek van Zeeland, diverse welzijns- en zorginstanties en niet in de laatste plaats een team vrijwilligers, zijn wij erkentelijk voor hun inzet. Distributie Zuid-West verzorgt de verspreiding van de krant op diverse plekken in de provincie tegen een gunstig tarief. Kleinere bijdragen ontvangen wij van lezers en financiële instituties zoals Rabo Clubkas Campagne.

WBTR

De samenwerking met Stichting Feest van Herkenning⁵ heeft ertoe geleid dat beide besturen elkaar ondersteunen m.b.t. de WBTR regelgeving. Met regelmaat vindt overleg plaats op bestuursniveau.

Internationaal onderzoek

Het bestuur is in 2022 benaderd door dr. Elena Bendien, onderzoeker bij Leyden Academy on Vitality and Ageing, met het verzoek medewerking te willen verlenen aan de wetenschappelijke uitgave 'What

⁵ Stichting Feest van Herkenning organiseert herinneringsbijeenkomsten aan de hand van themakoffers gevuld met voorwerpen uit diverse Zeeuwse musea. De themakoffers worden met name ingezet voor mensen met beginnende dementie in zorginstellingen. De pilotuitgave van herinneringskrant Zeeuws Weerzien is ontstaan ter ondersteuning van verbreding van deze activiteiten.

Matters for Healthy Ageing' onder leiding van de University of Newcastle (Australië). Interviews met enkele van onze vrijwilligers hebben in 2022 plaatsgevonden. De publicatie wordt in 2024 verwacht.

Samen Sterk voor Zeeuwse Senioren

In nauwe samenwerking met Origin Marketing, zullen wij aansluiting zoeken bij diverse vrijwilligersorganisaties waaronder Stichting Vier het Leven, Zeeuws Verlies, Luisterlijn, Voedselbank, Resto van Harte en Humanitas. Onder de titel 'Samen Sterk voor Zeeuwse Senioren' wil Zeeuws Weerzien het podium bieden om de werkzaamheden van genoemde organisaties breed onder de aandacht te brengen van (kwetsbare) ouderen in Zeeland die nog thuis wonen. Een lastig te bereiken doelgroep, waar onze krant een helpende hand kan bieden. Tegelijkertijd wordt onderzocht hoe gezamenlijk voordeel kan worden behaald bij het werven van vrijwilligers, maar wellicht ook het breder inzetten van vrijwilligers (afwisselende activiteiten) en fondsenwerving. Een eerste gesprek hierover heeft reeds plaatsgevonden met het VSB Fonds en de Provincie. E.e.a. wordt uitgewerkt in een separaat op te stellen projectplan.

Redactionele uitwisseling

In 2023 is een samenwerking gestart met Quaris Media, die in 2024 zal worden voortgezet. Afgesproken is dat ieder kwartaal een column van de redactie van Zeeuws Weerzien wordt geplaatst in één van hun media. Dit bevordert vergroting van onze naamsbekendheid in diverse regio's van Zeeland en biedt omgekeerd een inhoudelijke bijdrage aan de uitgaven van Quaris Media. Dit betreft met name de regio's Walcheren en Bevelanden. Bekeken wordt in hoeverre ook in ander regio's een dergelijke samenwerking kan worden opgezet.

4. REDACTIE

De huidige redactieleden hebben vrijwillige medewerking aan een volgende jaargang toegezegd, onder voorwaarde dat de krant een onafhankelijke uitgave blijft. Bij de productie van de krant wordt samengewerkt met commerciële partners. De zelfstandigheid van de redactie is gewaarborgd via de onafhankelijke stichting Zeeuws Weerzien als uitgever en wordt nader bekrachtigd in een vrijwilligersovereenkomst. In de redactie zijn o.m. vertegenwoordigers van de samenwerkende partners (Zeeuws Archief en ZB Bibliotheek van Zeeland) afgevaardigd. De overige redactieleden zijn voornamelijk gepensioneerde oud-journalisten en -archivarissen, afkomstig uit de diverse regio's van Zeeland.

Naast redactionele bijdragen en archiefmateriaal, interviewt de redactie ook lezers. Op deze wijze wordt de betrokkenheid van lezers vergroot. Columns worden verzorgd door o.m. een streektaalspecialist uit Zeeuws-Vlaanderen, een Zeeuwse kok en Stichting Zeeuwse Schipperstruiken (creatief patroon). Daarnaast wordt aandacht besteed aan Zeeuwse musea wiens collectie aansluit bij het thema van de krant. Het werken met thema's slaat goed aan bij de lezers. Deze aanpak wordt gecontinueerd.

Om het contact met lezers te bevorderen, publiceren wij wekelijks een 'persoonlijke herinnering van de redactie' op de website Zeeuwsweerzien.nl, begeleid door een oude foto uit eigen archief. Ook inzendingen van lezers worden door de web redacteur op de website geplaatst. Journalist Remco van Schellen interviewt met enige regelmaat redactieleden of lezers in het radioprogramma Zeeland Wordt Wakker, iedere vrijdagochtend op Omroep Zeeland radio. Van de uitzendingen wordt een podcast gemaakt. Deze samenwerking wordt voortgezet in 2024. De podcasts, inmiddels meer dan 150, zijn ook in te zetten tijdens de leesbijeenkomsten.

De redactie komt vier maal per jaar bijeen onder leiding van hoofdredacteur Peter de Jonge.

5. DISTRIBUTIE

Een goede organisatie van de distributie ligt aan de basis van een effectieve verspreiding van de krant en is een gecompliceerde operatie. De kranten worden vooralsnog over meer dan 300 distributiepunten verdeeld, van waaruit de krant veelal nog verder wordt verspreid. Lezers kunnen de krant bij één van de distributiepunten op (laten) halen. Tijdens de coronaperiode mochten de kranten niet meer op medische locaties worden neergelegd (wachtkamers huisartsen, fysiotherapeuten). Dit heeft het aantal distributiepunten met 200 verminderd. Ten behoeve van een groter bereik, met name in landelijke regio's, wordt getracht in 2024 zoveel mogelijk medische afzetpunten weer toe te voegen. Het vergt echter veel tijd en energie om het bestand weer up to date te krijgen en om toestemming te vragen aan individuele locaties. Ook zal het een stijging van de distributiekosten met zich meebrengen, die vergoed dient te worden vanuit het project 'Samen sterk voor Zeeuwse Senioren'.

Het distributiebestand groeit en wordt naar aanleiding van feedback geoptimaliseerd. Alle regio's van Zeeland worden bediend via o.a. vestigingen van de Zeeuwse bibliotheek, musea, zorginstellingen, kerkelijke en regionale ontmoetingspunten, gemeente- en dorpshuizen, maaltijdservice en diverse ondernemers waaronder supermarkten en boekhandels (maar bijvoorbeeld ook kappers, bakkers en slagers).

Er zijn geen betaalde abonnementen met postbezorging mogelijk. Dit is te arbeidsintensief en tevens strijdig met het doel van de krant om mensen te activeren, startend met de inspanning die moet worden verricht om een exemplaar van de krant te bemachtigen.

Een pdf bestand van de krant is op www.zeeuwsweezien.nl en op <https://krantenbankzeeland.nl/> gratis te downloaden. Desondanks geeft het grootste deel van de lezers de voorkeur aan de papieren versie van de krant. Oude edities kunnen, zolang de voorraad strekt, kosteloos worden afgehaald bij ZB Bibliotheek van Zeeland.

De oplage van de krant is in beginsel 50.000 stuks (afhankelijk van bijv. beperkende coronamaatregelen en tijdelijke wintersluiting van musea). Doordat medische locaties sinds coronatijd niet mogen worden belevd, worden (vooralsnog tijdelijk) 10.000 kranten minder gedrukt. Bij het vaststellen van de oplage baseren wij ons tevens op cijfers van het CBS. Per 2023 is het aantal inwoners in Zeeland gestegen naar 391.142, waarvan bijna 25% ouder dan 65.

6. MARKETING EN COMMUNICATIE

De website, Facebookpagina, digitale nieuwsbrief en podcast / radio uitzending i.s.m. Omroep Zeeland. zijn er op gericht om zoveel mogelijk interactie met de doelgroep te creëren en om ontsluiting van culturele erfgoed thema's te faciliteren. Waar de gedrukte krant 4x per jaar verschijnt, bieden de overige uitingen de gelegenheid om wekelijks dan wel dagelijks met de doelgroep in contact te komen. Getuige het aantal hits op internet en Facebook blijken ouderen 'digitaler' dan verwacht. Wij bereiken ook een groot aantal (verhuisde) Zeeuwen in andere delen van Nederland en zelfs ver daarbuiten. De papieren krant blijkt te worden doorgestuurd aan familieleden en oud-Zeeuwen over de hele wereld, getuige de reacties die wij ook vanuit het buitenland ontvangen. De basis van alle communicatie uitingen blijft de gedrukte krant: dit nostalgisch product vormt nadrukkelijk de link met herinneringen aan vroeger.

Website

Het aantal artikelen, columns en podcasts dat wekelijks wordt toegevoegd aan www.zeeuwsweezien.nl, groeit enorm. Van puur informatief, is de site uitgegroeid tot breed

interactief platform. In 2024 wordt bekeken hoe de site mogelijk kan worden ingezet ter ondersteuning van marketingactiviteiten (advertentiewerving).

Facebookpagina

Ten behoeve van een grotere naamsbekendheid en aankondiging van activiteiten, zal Facebook zoveel mogelijk worden ingezet. De betrokkenheid van de doelgroep is groot.

Podcast

De samenwerking met Omroep Zeeland (reeds genoemde radio interviews en podcast) wordt voortgezet. De podcast 'Zeeuws Weerzien', met meer dan 150 afleveringen, is gratis te beluisteren op diverse podcast kanalen en op onze website. Na ieder interview wordt verwezen naar de website van Zeeuws Weerzien, waar een persoonlijke column van de geïnterviewde is te lezen.

Digitale nieuwsbrief

Onze digitale nieuwsbrief is een goed gelezen medium en bij uitstek geschikt om een nieuwe editie van de krant aan te kondigen en informatie te verschaffen over actuele ontwikkelingen. Omdat het aantal abonnees snel is gegroeid (meer dan 2000 per december 2023), kan geen gebruik meer worden gemaakt van een gratis verzendservice. De opmaak en verzending wordt nu verzorgd door Origin marketing. In samenspraak met hen zal worden bekeken of de functionaliteit van de nieuwsbrief kan worden verbeterd, bijvoorbeeld door gebruik making van advertentieplaatsing.

Algemene PR en marketing

Iedere editie van de krant wordt vergezeld van een poster met aankondiging van het nieuwe nummer. De posters worden bij de verschillende afhaalpunten opgehangen. Daarop staat ook het verzoek om een krant mee te nemen voor iemand in de buurt.

Algemene persberichten worden verstuurd naar de regionale pers. Om de kans tot plaatsen van het bericht te verhogen, geven wij aan dat wij afhankelijk zijn van aankondigingen in de pers om onze lezers op de hoogte te brengen van een nieuwe editie van onze krant.

Met name de contacten met regionale radiozenders bieden mogelijkheden om ouderen te wijzen op de regionale insteek van onze krant. Ook de leesbijeenkomsten krijgen zo extra aandacht.

Daarnaast worden nieuwe kanalen gezocht om de krant onder de aandacht te brengen bij ouderen (via ouderenbonden en specifieke dienstverleners).

Door deel te nemen aan gerichte evenementen en beurzen, kan de naamsbekendheid worden verhoogd. Dit vergt inzet van extra vrijwilligers die hiervoor moeten worden aangetrokken.

In samenwerking met Origin Marketing worden alle communicatie uitingen nader bestudeerd en op elkaar afgestemd qua beeld en communicatie boodschap. Ter ondersteuning van een grotere naamsbekendheid (noodzakelijk om aantrekkelijk te zijn voor adverteerders), zal meer budget aan PR dienen te worden uitgegeven. Origin Marketing zal een marketingpropositie uitwerken ter ondersteuning van onze activiteiten.

Berichten van lezers

Emailberichten van lezers worden door ons beantwoord. Daarnaast ontvangen wij veel (zelfgemaakte) kaarten en brieven. Er is tot nu toe onvoldoende budget en mankracht om ook deze post te beantwoorden, tenzij het gaat om specifieke onderwerpen of aandachtspunten. Lezersreacties worden in de gedrukte krant opgenomen in de rubriek 'Wat weet u er nog van' of worden verwerkt tot een artikel op de website. Lezers worden ook met regelmaat geïnterviewd ten behoeve van de podcast/radio uitzending.

Jaaralbum

Aan het eind van het jaar wordt een 'Album van de redactie' samengesteld en in kleine oplage uitgebracht. In deze Albums zijn enkele columns opgenomen die in het voorliggende jaar door de redactie zijn geschreven, met begeleidende 'foto uit de oude doos'. Het geheel is samengesteld en

vormgegeven door één van onze vrijwilligers. Een exemplaar wordt o.m. uitgereikt aan donateurs en vrijwilligers van Zeeuws Weerzien, als dank voor hun inzet en bijdragen. Deze traditie zetten wij voort.

7. WERVING EN BEGELEIDING VRIJWILLIGERS

Momenteel zijn ongeveer 50 vrijwilligers betrokken bij redactie, vormgeving, distributie, PR, web beheer en organisatie leesbijeenkomsten. Het merendeel van de vrijwilligers behoort qua leeftijd tot de doelgroep van de stichting. Zo wordt de filosofie van de krant letterlijk in praktijk gebracht, wat hopelijk andere ouderen stimuleert om ook aan te haken.

Specifiek voor de opzet van de leesbijeenkomsten worden extra vrijwilligers aangetrokken, bij voorkeur uit diverse regio's van Zeeland om zo een goede aansluiting met de deelnemers te bevorderen. Om vrijwilligers goed voor te bereiden op deze taak, zullen met regelmaat instructiebijeenkomsten worden aangeboden. Ook wordt éénmaal een professionele spreker aangetrokken ter verdieping van een bepaald thema.

De uitvoering van coördinerende en bestuurlijke taken ligt nog bij een zeer klein aantal vrijwilligers, wat de organisatie kwetsbaar maakt. Er wordt met name gezocht naar aanvullende (vrijwillige) hulp op gebied van PR/marketing, administratie en fondsenwerving.

8. EVALUATIE

Feedback en suggesties van lezers en betrokken professionals, worden bijgehouden en besproken in het bestuur en met betrokken vrijwilligers. Op basis van de opgedane ervaringen worden de activiteiten waar mogelijk bijgestuurd. Met regelmaat vindt overleg plaats met de samenwerkende partijen.

In het derde kwartaal vindt een algemene tussentijdse evaluatie plaats. Hieruit moet blijken of de voorgenomen acties voldoende zijn om weer een nieuwe jaargang van de krant te kunnen realiseren. Verslag wordt gedaan in de bestuursvergadering.

In het kader van WBTR regelgeving, is een bestuursreglement opgesteld dat voortaan eenmaal per jaar wordt geëvalueerd en waar nodig aangescherpt. Dit i.s.m. Stichting Feest van Herkenning.

9. FINANCIËLE ONDERBOUWING

Ontwikkeling zelfstandig verdienmodel /inkomsten uit advertentiewerving

De ontwikkeling van een zelfstandig verdienmodel is gebaseerd op de verkoop van advertenties in de krant. Deze verkoop wordt bemoeilijkt door de Zeeuws-brede scoop van de krant en een algehele terugloop van interesse van adverteerders (landelijke trant). In samenwerking met Origin Marketing wordt onderzocht in hoeverre een nieuwe marketingstrategie kan bijdragen aan een verminderde afhankelijkheid van subsidie en fondsenwerving. Voorlopige conclusies zijn dat dit slechts mondjesmaat zal lukken. In 2024 wordt ingezet op maximale vergroting van onze naamsbekendheid en het aanspreken van bedrijven op de mogelijkheid om via het adverteren in onze krant aan te sluiten bij sociaalmaatschappelijke doelstellingen.

Redactie

Alle redacteuren inclusief de vormgever werken op vrijwillige basis. De medewerkers van Zeeuwse Bibliotheek en Zeeuws Archief krijgen gedeeltelijk werktijd van hun werkgever ter beschikking.

Distributie

Het grootste aantal adressen wordt door een professionele distributeur beleverd (Distributie Zuid-West) en betreft betaalde diensten. Daarnaast wordt gratis gebruik gemaakt van interne distributiekkanalen van bijvoorbeeld zorginstellingen en de Zeeuwse Bibliotheek. Meulenberg Media pakt, waar van toepassing, de kranten kosteloos om in eenheden van 50 en levert bulkzendingen aan een aantal distributiepunten. Een groot aantal adressen op Walcheren, Zuid-Beveland en in Zeeuws-Vlaanderen wordt beleverd door vrijwilligers. Wij blijven op zoek naar aanvullende 'ambassadeurs'.

PR

Alhoewel zoveel mogelijk gebruik wordt gemaakt van gratis communicatiekanalen, groeien de PR uitgaven met name ter ondersteuning van de leesbijeenkomsten. Ten opzichte van 2023 is hiervoor een grotere post opgenomen in de begroting.

Bijdragen fondsen en subsidie

Voor 2024 zijn projectbijdragen toegezegd door Provincie Zeeland en diverse fondsen. Aangevuld met enkele giften van particulieren, is de begroting voor 2024 dekkend. Zie begroting.

Personeel

De vrijwilligers van Zeeuws Weerzien ontvangen indien van toepassing reis- en onkostenvergoeding, maar geen vrijwilligersbijdrage.

BIJLAGE

ACHTERGROND EN ONTSTAAN HERINNERINGSKRANT ZEEUWS WEERZIEN

De krant Zeeuws Weerzien is in augustus 2018 als pilot uitgebracht in het kader van het onderzoeksproject 'Meedoen is Meetellen – het delen van herinneringen als middel tot ouderenparticipatie'. Het onderzoek werd uitgevoerd door de Zeeuwse Stichting Feest van Herkenning i.s.m. VU Medisch Centrum, gesubsidieerd door het FNO programma Meer Veerkracht Langer Thuis. Het afsluitende rapport is te downloaden op internet⁶.

De krant is tijdens het onderzoek ingezet als één van de middelen om kwetsbare ouderen te bereiken, ook en met name in thuissituaties. Centraal staan herinneringen aan 'het Zeeuwse leven van toen'. Bedoeling is dat de krant niet alleen leuk is om te lezen en voor een plezierige beleving zorgt, maar ook uitlokt om eigen herinneringen met anderen te delen. Dit stimuleert ouderen om actief te blijven in sociale netwerken. Het delen van herinneringen heeft een positieve invloed op diverse fronten: het helpt mensen hun identiteit te (her)vinden, het doorbreekt een isolement door met anderen in gesprek te gaan, het geeft een gevoel van verbondenheid met anderen die hetzelfde hebben ervaren, het helpt mensen om een brug tussen heden en verleden te slaan, het biedt troost bij verlies, het helpt verankeren in onzekere tijden. Voor een uitgebreide toelichting verwijzen wij graag naar bovengenoemd rapport.

Samenvattend:

Zeeuws Weerzien

- is bedoeld als interactief middel met een langdurige gebruikswaarde
- biedt een gevarieerde inhoud in toegankelijke stijl rondom het thema 'herinneringen aan het Zeeuwse leven van toen': van oude krantenartikelen tot hedendaagse columns; daarbij wordt nadrukkelijk een mix van streekgebonden onderwerpen behandeld zodat bewoners van *alle* Zeeuwse regio's zich kunnen herkennen in de artikelen
- wordt verspreid in heel Zeeland, gericht op lokale bevolking (geen toeristen)
- speelt in op een positieve beleving: mensen ervaren het als stimulerend om herinneringen op te halen en zo een brug tussen heden en verleden te kunnen slaan
- zet Zeeuws cultureel erfgoed centraal, niet alleen door informatie uit archieven te ontsluiten, maar ook door samenwerking met Stichting Feest van Herkenning, Zeeuwse musea en Erfgoed Zeeland én door herinneringen/reacties van lezers te publiceren
- heeft een educatief doel (artikelen nodigen uit tot het uitwisselen van kennis en ervaring tussen verschillende generaties).

Inzetbaarheid van de krant

Tijdens het onderzoek *Meedoen is Meetellen* bleek de krant een goed middel om een lastig te bereiken doelgroep te benaderen: mensen met beginnende dementie in thuissituaties. Deze personen kunnen baat hebben bij deelname aan de herinneringsactiviteiten van Stichting Feest van Herkenning. Maar om hen daarop aan te spreken, is niet eenvoudig: mensen met beginnende dementie komen hier liever niet voor uit. Door de herinneringskrant als verleidingsstrategie in te zetten, kan indirect contact worden gezocht.

Tegelijkertijd bleek de krant een effectief middel om 'kwetsbare ouderen in het algemeen' een handvat te bieden om herinneringen te delen en zo sociaal actief te blijven. Het delen van herinneringen is een activiteit die velen aanspreekt. Het brengt mensen dicht bij elkaar. Hierdoor is de krant ook een effectieve schakel bij de bestrijding van eenzaamheid onder ouderen. De krant wordt bewust *niet* huis-aan-huis bezorgd. Het in handen krijgen van de krant vergt eigen initiatief. Men moet de krant zelf

⁶ <https://www.zeeuwsweerzien.nl/over-zeeuws-weerzien/>

halen of iemand vragen om dit te doen, wat past binnen de filosofie om ouderen te stimuleren om (sociaal) actief te blijven.

Van pilot tot zelfstandige stichting

De piloteditie van de krant is uitgebracht onder de vlag van Stichting Feest van Herkenning. Omdat het uitbrengen van een krant niet tot de kerntaken van Stichting Feest van Herkenning behoort, is besloten om de productie van de krant onder te brengen in een aparte stichting 'Zeeuws Weerzien'. Beide stichtingen blijven nauw met elkaar samenwerken, wat ook tot uiting komt in de huisstijl.

Besloten werd de krant voortaan als seizoenuitgave uit te brengen (maart, juni, september en december). Dit is mede mogelijk gemaakt dankzij financiële steun van Provincie Zeeland en een aantal fondsen (zie jaarverslag).

De organisatie bestaat geheel uit vrijwilligers. Het streven is zoveel mogelijk ouderen te laten participeren. De druk van de krant en een deel van de distributie is uitbesteed aan professionele bedrijven. Er is een structurele samenwerking opgebouwd met Zeeuws Archief en ZB Bibliotheek van Zeeland. Beide organisaties hebben een medewerker ter beschikking gesteld om te helpen bij het ontsluiten van archiefmateriaal en het aanleveren van redactionele input.