

Samen sterk voor Zeeuwse senioren

PROJECTPLAN 2025-2027



September 2024

In het kort

In 2023 heeft Stichting Zeeuws Weerzien het initiatief genomen om een aantal aanpalende Zeeuwse vrijwilligersorganisaties te benaderen met als doel om door middel van intensieve samenwerking een beter bereik en betere ondersteuning van 'nog thuiswonende kwetsbare ouderen in Zeeland' te realiseren. Daarnaast moet krachtenbundeling ook ten gunste komen van inzet en werving van vrijwilligers en het ontwikkelen van een gezamenlijk, betrouwbaar platform richting externe partijen. Samen met Origin Marketing is een plan van aanpak ontwikkeld en een flyer gemaakt onder de titel 'Samen Sterk voor Zeeuwse Senioren'. Van de benaderde organisaties hebben Stichting Vier het leven, Stichting De Luisterlijn, Stichting Zeeuws Verlies, Vereniging Humanitas Zeeland en Resto VanHarte aangegeven zich bij het initiatief te willen aansluiten.

Na enkele brainstormsessies, is bij alle samenwerkingspartners op bestuursniveau commitment uitgesproken om nader onderzoek te doen naar de slagingskansen van het project. Met financiële steun van VSBfonds heeft Stichting Zeeuws Weerzien begin 2024 opdracht verleend aan BMC / Yacht Group (adviseur: Marco van Vulpen), om in dialoog met de samenwerkingspartners een meerjarig programmaplan te ontwikkelen. Hieruit is het 'Groeidocument ontwikkelprogramma 2025 – 2027 Samen sterk voor Zeeuwse senioren' voortgekomen, waaraan ook Origin Marketing een bijdrage heeft geleverd. Het rapport is in juli 2024 opgeleverd voor intern gebruik van betrokken organisaties en ligt ten grondslag aan onderhavig projectplan.

Uitgangspunt van het meerjarenproject is de output van de betrokken vrijwilligersorganisaties te bundelen, versterken én vergroten. Dit alles met als uiteindelijke doel: bijdragen aan het welzijn van kwetsbare ouderen in Zeeland en het stimuleren van participatie in sociale netwerken. Dit gebeurt vooral door optimaal gebruik te maken van de inzet van vrijwilligers in de buurt. Met en voor elkaar: zo bereiken we meer.

Inhoudsopgave

Inleiding en achtergrond	3
H1 De partners	4
1.1 Stichting Zeeuws Weerzien	4
1.2 Stichting Vier het leven	5
1.3 Stichting De Luisterlijn	5
1.4 Zeeuws Verlies	6
1.5 Vereniging Humanitas Zeeland	7
1.6 Resto VanHarte	7
1.7 Marketingbureau Origin	8
H2 Uitgangspunten	9
2.1 Doelgroep	9
2.2 Doelen en beoogde resultaten	9
2.3 Stakeholders	11
2.4 Gefaseerde aanpak	11
2.5 Bekostiging	11
H3 Opzet programma 2025-2027	12
3.1 Marketing- en communicatiestrategie	12
3.2 Verbeteren vrijwilligerswerk	15
3.3. Meten en monitoren	16
H4 Organisatie	19
4.1 Programmateam	19
4.2 Stuurgroep	19
4.3 Profiel programmamanager	19
4.4 Opdrachtgever	19
H5 Dekkingsplan	21

Separate bijlage: begroting

Inleiding en achtergrond

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 jaar. 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 met het landelijk gemiddelde. Er is echter minder mantelzorg beschikbaar vergeleken met de rest van het land¹.

Tegen bovenstaande achtergrond heeft Stichting Zeeuws Weerzien het initiatief genomen om een samenwerking aan te gaan met 'aanpalende' vrijwilligersorganisaties die zich met hun dienstverlening (mede) richten op oudere inwoners van Zeeland, met name ouderen die nog thuis wonen. Dit is een lastig te bereiken en kwetsbare doelgroep. Stichting Zeeuws Weerzien geeft al ruim vijf jaar de herinneringskrant Zeeuws Weerzien uit, die specifiek bedoeld is voor ouderen in Zeeland. Vier keer per jaar verschijnt een themakrant in een oplage van 40.000 exemplaren. Deze worden verspreid over meer dan 400 afhaalpunten in heel Zeeland, waar ouderen de krant zelf (gratis) op kunnen halen. Ook worden activiteiten georganiseerd waarbij de krant wordt ingezet om ouderen bij elkaar te brengen. Daarmee biedt de herinneringskrant een uitstekend medium om de doelgroep (nog thuiswonende) senioren mee te bereiken. Andere organisaties kunnen meeprofiteren van dit bereik.

Inmiddels is een 'coalition of the willing' gevormd met een aantal organisaties die zich (mede) richten op de Zeeuwse senioren: Stichting Zeeuws Weerzien, Stichting Vier het leven, Stichting De Luisterlijn, Stichting Zeeuws Verlies, Vereniging Humanitas Zeeland en Resto VanHarte. Deze organisaties willen graag de handen ineenslaan om de Zeeuwse senioren beter te ondersteunen. Met elkaar bieden deze organisaties een gevarieerd palet aan activiteiten om de eenzaamheid onder ouderen in Zeeland te verminderen, een helpende hand te bieden en sociale betrokkenheid te vergroten. Denkbaar is dat in de toekomst meer organisaties aanhaken.

Behalve dat deze organisaties een bijdrage willen leveren aan het welzijn van de senioren in Zeeland, zijn het allemaal organisaties waar vrijwilligers de dienstverlening verrichten. Dat doen zij niet omdat zij geen professionals willen inzetten, maar omdat zij werken vanuit de overtuiging dat hun dienstverlening ook het beste door vrijwilligers kan worden uitgevoerd. De inzet van vrijwilligers in de dienstverlening is voor betrokken organisaties het vertrekpunt; het werken met vrijwilligers wordt door de doelgroep als laagdrempelig, veilig en prettig ervaren.

Door samen te werken aan een gemeenschappelijke marketing- en communicatiestrategie, zullen de deelnemende organisaties hun bereik kunnen vergroten en meer senioren bedienen. Ook kan naar elkaars diensten worden verwezen en kunnen nieuwe, gezamenlijke vormen van dienstverlening worden ontwikkeld en uitgerold. Het creëren van sociale ontmoetingsplekken staat daarbij centraal. Met als titel 'Samen sterk voor Zeeuwse senioren' kan het aanbod aan de ouderen in Zeeland worden verbreed en verdiept. Daarbij is de ambitie: meer bereiken met minder geld. Deze plannen worden in dit projectplan nader toegelicht.

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

H1 | De partners

1.1 Stichting Zeeuws Weerzien

Typering

Stichting Zeeuws Weerzien is uitgever van de gratis herinneringskrant Zeeuws Weerzien. Deze herinneringskrant is in augustus 2018 als pilot gestart 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 in samenwerking met VU Medisch Centrum, gesubsidieerd door het FNO-programma Meer Veerkracht Langer Thuis. De krant is tijdens het onderzoek ingezet als een van de middelen om kwetsbare ouderen te bereiken, ook en met name in thuissituaties. Centraal staan herinneringen aan 'het Zeeuwse leven van toen'. Het idee is dat de krant niet alleen leuk is om te lezen, maar ook uitlokt om eigen herinneringen met anderen te delen. Dit stimuleert ouderen om actief te blijven in sociale netwerken.²

Het onderzoek Meedoen is Meetellen heeft aangetoond dat de herinneringskrant Zeeuws Weerzien een goed middel is om een lastig te bereiken doelgroep te benaderen: kwetsbare ouderen in thuissituaties, vaak ook met beginnende dementie. Deze personen kunnen baat hebben bij deelname aan sociale activiteiten en herinneringsactiviteiten. Het is echter niet eenvoudig om hen daarop aan te spreken: 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. Hierdoor is de krant ook een effectieve schakel bij de bestrijding van eenzaamheid onder ouderen. 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 in 2018 besloten om de productie van de krant onder te brengen in een aparte organisatie: Stichting Zeeuws Weerzien. Beide stichtingen werken nauw met elkaar samen.

Organisatie

De organisatie bestaat geheel uit vrijwilligers. Dat zijn er inmiddels 56, vrijwel allemaal gepensioneerden die binnen de organisatie hun voormalige professioneel opgedane ervaring kunnen voortzetten. Ook op deze wijze wordt sociale participatie gestimuleerd. Met het Zeeuws Archief en ZB Bibliotheek van Zeeland wordt nauw samengewerkt. Deze organisaties hebben elk een medewerker ter beschikking gesteld om te ondersteunen bij het ontsluiten van archiefmateriaal en het aanleveren van redactionele input. Ook worden locaties van de bibliotheek ingezet voor activiteiten.

Activiteiten

- Uitgave Herinneringskrant Zeeuws Weerzien. De krant verschijnt vier keer per jaar telkens met een ander thema. De redactie en opmaak wordt gedaan door een team van vrijwilligers. Het drukken en distribueren wordt grotendeels uitbesteed. Oplage: 40.000. Verspreiding op meer dan 400 locaties in Zeeland.
- Voorleesbijeenkomsten. Sinds 2022 organiseert Zeeuws Weerzien bijeenkomsten waarbij vrijwilligers van Zeeuws Weerzien de krant samen lezen met ouderen. Deze bijeenkomsten vinden plaats in bibliotheken en gemeenschapshuizen, maar ook bij mensen thuis. Het doel is om ouderen die nog thuis wonen een ontmoetingsplek te bieden met leeftijdsgenoten, waarbij het gezamenlijk praten

² <https://www.zeeuwsweerzien.nl/over-zeeuws-weerzien>

over het thema van de krant herinneringen ophaalt die voor verbinding zorgen. Ook worden op deze manier lokale verhalen verzameld die als input voor toekomstige uitgaven kunnen dienen (oral history).

Bereik

Herinneringskrant Zeeuws Weerzien kent een oplage van 40.000 exemplaren, die naar schatting door 64.000³ personen worden gelezen, met name door senioren. Voor de voorleesbijeenkomsten zijn 15 vaste leesteam in heel Zeeland actief, die jaarlijks ruim 300 senioren bereiken (in 2023: 332).

1.2 Stichting Vier het leven

Typering

Stichting Vier het leven verbindt mensen op hoge leeftijd met de maatschappij door op regelmatige basis sociaal-culturele activiteiten te organiseren en ouderen oprechte aandacht te geven. Nieuwe ervaringen opdoen, nieuwe sociale contacten leggen en de onderlinge band verstevigen maakt dat ouderen weer het gevoel krijgen erbij te horen. Stichting Vier het leven wil ouderen de kans bieden ook op hoge leeftijd het leven te vieren en er samen met anderen op uit te gaan. Stichting Vier het leven biedt daarmee een positieve bijdrage ter voorkoming van sociaal isolement. Sociaal-culturele arrangementen lenen zich bij uitstek voor de missie van de stichting. Een mooie voorstelling, muziek of kunst dompelt je onder in een andere belevingswereld die confronteert, verleidt, verrast en ontroert. Je ontmoet bekende en andere mensen en voelt je weer even écht verbonden.

Organisatie

Stichting Vier het leven werkt landelijk. De stichting telt in totaal zo'n 1.750 vrijwilligers, waarvan een kleine 100 in Zeeland.

Activiteiten

Ouderen worden persoonlijk begeleid naar theater- en filmvoorstellingen, concerten en musea. Zo faciliteert Stichting Vier het leven nieuwe ervaringen die het leven de moeite waard maken.

Bereik

In Zeeland (Walcheren/Beveland/Zeeuws-Vlaanderen en Schouwen-Duiveland) zijn in de periode september 2023 - juni 2024 in totaal 176 voorstellingen bezocht met 1085 deelnemers.

1.3 Stichting De Luisterlijn

Typering

De Luisterlijn is het hele jaar door dag en nacht bereikbaar voor mensen die behoefte hebben aan een vertrouwelijk gesprek. Dit faciliteert De Luisterlijn alle dagen van de week per mail of chat en 24/7 per telefoon, met dank aan ruim 1500 vrijwilligers die daarvoor training en begeleiding krijgen door deskundige beroepskrachten. De missie van De Luisterlijn is om iedere inwoner van Nederland, op ieder moment van de dag, telefonisch of elektronisch, anoniem een luisterend oor en advies te bieden. Bellers, chatters en mailers worden door goed opgeleide vrijwilligers in staat gesteld hun verhaal te doen en daardoor pijn, verdriet en zorgen (even) het hoofd te bieden.

³ Kengetal in de krantensector is dat elke krant gemiddeld 1,6 keer gelezen wordt. Bron: DPG-mediagroep. Het is bekend dat Zeeuws Weerzien wordt doorgegeven aan familie en bekenden.

Organisatie

De Luisterlijn is al meer dan 65 jaar de grootste organisatie in Nederland die emotionele steun op afstand biedt. De Luisterlijn werkt door heel Nederland en telt in totaal zo'n 1500 luistervrijwilligers, van wie 60 in Zeeland. De vrijwilligers worden door beroepskrachten opgeleid (training en een mentorperiode) tot deskundige gesprekspartners. De beroepskrachten hebben allen een sociaal-agogische of een sociaal-wetenschappelijke opleiding gevolgd. Om vrijwilliger te worden is geen specifieke vooropleiding of opleidingsniveau vereist. Belangrijk is dat mensen levenservaring hebben; ouderen zijn daarom zeer welkom om vrijwilligerswerk bij De Luisterlijn te doen.

Activiteiten

Kernactiviteiten zijn het voeren van telefoongesprekken, chats of e-mailverkeer. Op de 28 Luisterlijn-locaties in heel Nederland draaien vrijwilligers telefoon- en chatdiensten of behandelen ze e-mails. Om de dienstverlening onder de aandacht van het publiek te brengen worden stukjes geplaatst in bladen met de contactgegevens van De Luisterlijn. Ook wordt reclame gemaakt met flyers en via social media. Om vrijwilligers te werven wordt deelgenomen aan vrijwilligersmarkten. Ook worden presentaties en lezingen gegeven over het werk van De Luisterlijn. De Luisterlijn probeert overal ingangen te vinden in het sociale domein, zodat ook andere organisaties en hulpverleners kunnen doorverwijzen naar De Luisterlijn.

Bereik

Jaarlijks worden ruim 300.000 gesprekken gevoerd, waarvan ongeveer 11.000 in Zeeland.

1.4 Zeeuws Verlies

Typering

De Stichting Zeeuws Steunpunt voor Verlies en Rouw (Zeeuws Verlies) ondersteunt mensen die een ingrijpend verlies meemaken. Ondersteuning wordt geboden met informatie, advies en een luisterend oor. De stichting bestaat geheel uit vrijwillige medewerkers en is actief in alle Zeeuwse gemeenten. De stichting werkt met korte lijnen en is zeer laagdrempelig; er is geen verwijzing nodig en er zijn geen wachttijden.

Organisatie

De organisatie van Zeeuws Verlies telt 26 vrijwillige medewerkers; allemaal mensen met een relevante professionele achtergrond (o.a. mensen met een coachingspraktijk, maatschappelijk werk, geestelijk verzorging, hulpverlening, gezondheidszorg en onderwijs). Ongeveer 16 medewerkers worden ingezet voor directe ondersteuning middels huisbezoeken van mensen die rouwen. 10 medewerkers zetten zich in voor marketing-communicatie, vrijwilligersbegeleiding, presentaties, informatievoorziening via website en social media, trainingen en matchmaking tussen cliënt en medewerker. Het bestuur bestaat uit 6 personen. Het bestuur is een werkbestuur dat voorziet in de algehele coördinatie van de stichting en de financiële administratie. De stichting ontvangt geen financiële ondersteuning of subsidies.

Activiteiten

De kerntaak is het voeren van gesprekken, met name het luisteren naar mensen thuis op hun verzoek. Deze mensen hebben tijdelijk steun nodig na een groot verlies (gezondheid, overlijden partner, kind, vriend, verlies baan, levend verlies) waardoor hun leven totaal is veranderd. Het doel van de gesprekken is om mensen te helpen bij het leren leven met dit verlies en dat een plaats te geven in hun leven. De ondersteuningsactiviteiten zijn laagdrempelig, ook financieel. Mensen vinden de weg naar de stichting zelf of via verwijzers zoals huisartsen, praktijkondersteuners en andere organisaties of via publiciteit in lokale kranten, de website of social media.

Naast de basisondersteuning biedt de stichting drie vaste diensten:

- Liefde in Doos: ondersteuning van gezinnen wanneer jonge ouder gaat overlijden;
- Lief Kindje: steun na vroeggeboorte of overlijden baby; in samenwerking met ADRZ;
- Kerstwensboom in tuincentrum Middelburg, waar in de decembermaand kaartjes kunnen worden opgehangen voor iemand die je mist en ook gesprekken bij de boom. Dit project is in samenwerking met een basisschool uit de regio.

Bereik

De doelgroep bestaat voor 70% uit 55 plus. Jaarlijks worden tussen driehonderd en vierhonderd gesprekken aan huis gevoerd. De stichting heeft vaste volgers (een paar honderd) via de website en Facebook, bestaande uit de doelgroep en hun naasten. Bij sommige items kunnen de aantallen oplopen tot een paar duizend en soms meer dan tienduizend (uit heel Nederland en ook daarbuiten), vooral via Instagram; dan gaat het overwegend om geïnteresseerde professionals.

1.5 Vereniging Humanitas Zeeland

Typering

Humanitas is een landelijke vrijwilligersorganisatie die ondersteuning biedt aan mensen die het even moeilijk hebben. De hulpverlening is altijd vraaggericht en kan betrekking hebben op verschillende levensgebieden. Humanitas is een neutrale organisatie; de deur staat open voor iedereen.

Organisatie

Humanitas telt bijna 80 afdelingen, waaronder Humanitas Zeeland. De hulpverlening wordt door vrijwilligers uitgevoerd. Bij Humanitas Zeeland zijn zo'n 320 vrijwilligers actief. Een belangrijke rol is weggelegd voor de coördinatoren. Die koppelen hulpvragers (deelnemers) aan vrijwilligers.

Activiteiten

De activiteiten van Humanitas Nederland zijn opgebouwd rondom zes thema's: Eenzaamheid, Opvoeden, Opgroeien, Detentie, Thuisadministratie en Verlies & Rouw. Humanitas Zeeland is op vijf van die thema's actief met acht verschillende projecten. Alleen Verlies & Rouw is nog geen thema in Zeeland, maar dat gaat mogelijk veranderen. De activiteiten lopen uiteen van Kindervakantieweken tot mensen helpen met het op orde brengen van hun financiële administratie.

Bereik

Met de activiteiten bereikt Humanitas in Zeeland jaarlijks meer dan 600 hulpvragers.

1.6 Resto VanHarte

Typering

Een op de tien Nederlanders voelt zich ernstig eenzaam. Door tal van oorzaken missen zij aansluiting met de samenleving. Resto VanHarte wil sociaal isolement en eenzaamheid doorbreken en streeft naar een Nederland waarin niemand eenzaam is. Resto VanHarte brengt mensen met elkaar in verbinding om eenzaamheid tegen te gaan. Daartoe organiseert Resto VanHarte betekenisvolle ontmoetingen tussen buurtbewoners in de eigen buurtrestaurants en wordt zelfredzaamheid van individuen en van lokale gemeenschappen gestimuleerd.

Resto VanHarte heeft extra aandacht voor iedereen die een grotere kans heeft om in een sociaal isolement te geraken of daar al in zit, ongeacht leeftijd, cultuur of maatschappelijke positie; iedereen

is welkom. Inmiddels zijn er in twintig gemeenten zo'n vijftig pop-up- en buurtrestaurants actief, waarvan drie in Zeeland. Nieuwe locaties worden gezocht.

Organisatie

Resto VanHarte kent een kleine professionele kernorganisatie en daarnaast een groot aantal vrijwilligers die in de restaurants en de buurtgemeenschappen actief zijn. Ook in de kernorganisatie draaien vrijwilligers mee, bijvoorbeeld op het punt van communicatie.

Activiteiten

- Er worden eettafels en betekenisvolle ontmoetingen georganiseerd.
- Er zijn speciale Kinderresto's in samenwerking met scholen en maatschappelijke organisaties. Tijdens de Kinderresto's leren kinderen over koken en gezonde voeding, maar ook met elkaar koken en natuurlijk samen eten.
- Samen met Alzheimer Nederland: gezellig samen koken en samen eten voor mensen met dementie en hun mantelzorger.
- De WereldRestodagen brengen mensen uit verschillende culturen met elkaar in verbinding. Het zijn bijzondere Resto-avonden, waarbij mensen met verschillende achtergronden elkaar leren kennen. Resto VanHarte organiseert dit met bestaande en nieuwe samenwerkingspartners in de gemeente. Zo zijn er Marokkaanse, Turkse, Syrische, Surinaamse, Indische, Molukse, Chinese, Poolse en Oekraïense avonden.
- Met de Mantelzorgerdiners worden mantelzorgers in contact gebracht met elkaar op een zorgeloos avondje uit.
- In het JongerenResto ontmoeten jongeren elkaar tijdens een diner met open podium voor muziek, kunst en cultuur.

1.7 Origin Marketing

Origin Marketing is een full-service marketingbureau. Het is een jong bureau dat in 2021 ontstaan is vanuit een fusie van meerdere kleinere bureaus.

Origin heeft drie specialismen:

1. Go-to-market strategie, oftewel het creëren van een werkend concept om meer effect uit je marketingactiviteiten te krijgen. Het uitwerken en vormgeven van een missie, een visie en een aanpak met concrete doelstellingen is daarbij leidend.
2. Creëren en verzilveren van bereikoplossingen. Origin geeft zelf producten uit, maar helpt ook andere organisaties met het creëren en vooral exploiteren van bereik bij doelgroepen.
3. Creatie en productie van video, dronebeelden, foto's, magazines, advertorials, enz.

Origin is vanaf het begin betrokken bij het initiatief 'Samen sterk voor Zeeuwse senioren' met als inzet een zo effectief mogelijk platform te creëren waarmee alle organisaties meer effect uit gezamenlijke marketingactiviteiten kunnen halen. Specifieke ervaring en deskundigheid heeft Origin met het uitgeven en contentmanagement van kranten, gedrukt en online.

H2 | Uitgangspunten

2.1 Doelgroep

Het ontwikkelprogramma 'Samen sterk voor Zeeuwse senioren' richt zich op alle ouderen in Zeeland. Onder ouderen verstaan we inwoners van 65 jaar of ouder. Op een totale bevolking van afgerond 400.000 inwoners, gaat het om circa 100.000 senioren. Bijzondere aandacht gaat uit naar de ouderen die minder zelfredzaam zijn en geen sociaal vangnet hebben; vaak spelen gevoelens van eenzaamheid hierbij een rol of beginnende dementie. Deze groep ouderen is veelal nog thuiswonend. Hierbij gaat het om circa 25.000 ouderen (25% van het totale aantal senioren).

2.2 Doelen en beoogde resultaten

In verschillende fases in het leven hebben de Zeeuwse senioren verschillende hulp of aandacht nodig. De organisaties richten zich (binnen dit project) allemaal op de zelfstandig wonende Zeeuw, die soms moeilijk te bereiken is. Echter, vaak zijn ze bekend met een van de initiatieven van de betrokken organisaties. Het samenwerkingsverband 'Samen sterk voor Zeeuwse senioren' maakt krachtenbundeling en kruisbestuiving logisch en makkelijker; samen een netwerk opbouwen, samen vrijwilligers opleiden en belonen, samen leren en samen kennis delen. Maar ook aansluiten bij elkaars activiteiten en elkaars dienstverlening goed op elkaar afstemmen.

Een belangrijk uitgangspunt is om ouderen de gelegenheid te bieden om te participeren binnen (één van) de betrokken organisaties. Dit stimuleert sociale betrokkenheid en geeft hen het gevoel ertoe te doen, maar biedt ook de mogelijkheid om via hun lokale netwerk het bereik van de doelgroep te vergroten. De ervaring leert dat echt kwetsbare ouderen lastig te bereiken zijn en 'over de streep moeten worden getrokken'. Dit gebeurt het beste door een bekende uit de buurt.

Door de krachtenbundeling wordt ook beoogd het netwerk over de gehele provincie beter te spreiden. Voor een aantal van de samenwerkingspartners ontbreken fysieke ontmoetingsplekken met ouderen. Door gezamenlijk gebruik te maken van (elkaars) faciliteiten, en door aan te sluiten bij (elkaars) activiteiten, kan op dit terrein winst worden behaald. Ook zal onderzoek worden gedaan hoe aangesloten kan worden bij bestaande, lokale ontmoetingsfaciliteiten. Bedoeling is dat op een laagdrempeliger wijze dan tot nu toe, toegang wordt gekregen tot de activiteiten / het netwerk van de samenwerkingspartners.

Door op diverse plekken in Zeeland gezamenlijke ontmoetingsplekken te creëren, kunnen ouderen zich laten informeren én inspireren door het brede palet aan dienstverlening dat de samenwerkingspartners te bieden hebben. Ook door activiteiten van de samenwerkingspartners te combineren, wordt de focus verlegd naar het brede scala aan diensten dat het samenwerkingsverband te bieden heeft. Zo kan een vrijwilliger van Zeeuws Verlies aanwezig zijn bij een herinneringsbijeenkomst van Zeeuws Weerzien: dit creëert korte lijnen naar diensten die aansluiten bij specifieke behoeften. Door fysieke ontmoetingsplekken te creëren, kunnen we beter monitoren waaruit de behoeften van ouderen bestaan en hoe wij vanuit ons dienstenaanbod daar een helpende hand bij kunnen bieden. De fysieke ontmoetingsplekken moeten een inspirerende omgeving worden voor vraag en aanbod, maar ook om ouderen op een heel natuurlijke manier te stimuleren om deel te gaan uitmaken van ons netwerk.

DOELEN	BEOOGDE RESULTATEN
1. Ouderen in Zeeland optimaal informeren over het palet aan dienstverlening en activiteiten die vanuit de betrokken organisaties worden aangeboden.	• Het medium herinneringskrant is zodanig aangepast dat het palet aan dienstverlening goed voor het voetlicht wordt gebracht. • Er is een integrale marketing- en communicatiestrategie ontwikkeld en uitgerold aan de hand waarvan de ouderen beter bereikt en geïnformeerd kunnen worden. • Het aantal ouderen dat bereikt en geïnformeerd wordt, is aan het einde van de programmaperiode met minimaal 50% gestegen. • Ook ouderen in de uiterste regio's worden bereikt. • Op diverse plekken in Zeeland zijn fysieke ontmoetingsfaciliteiten gecreëerd (bestaand of nieuw) waar ouderen, potentiële vrijwilligers en de samenwerkingspartners elkaar kunnen informeren.
2. Meer ouderen gebruik laten maken van het palet aan dienstverlening van betrokken organisaties.	• Het aantal ouderen dat gebruik maakt van het palet aan dienstverlening is aan het einde van de programmaperiode met minimaal 25% gestegen. • Er is een meet- en monitoringsinstrument ontwikkeld, waarmee het aantal ouderen dat gebruikmaakt van de dienstverlening kan worden vastgesteld. Ook wordt gemeten hoeveel ouderen zijn bereikt en geïnformeerd (doelstelling 1). Dit meetinstrument wordt toegepast bij aanvang van de programmaperiode (nulmeting), tussentijds en aan het eind van de programmaperiode (effectmeting). • Fysieke ontmoetingsplekken bieden laagdrempelige contactmogelijkheden die toegang stimuleren tot het palet aan dienstverlening van de partners.
3. Bijdragen aan het welzijn en de levenskwaliteit van ouderen.	• Het welzijn en de levenskwaliteit van de betrokken ouderen zijn aan het eind van de programmaperiode aantoonbaar toegenomen. • Het aantal ouderen dat participeert als vrijwilliger binnen (één van) de betrokken organisaties is aan het eind van de programmaperiode met minimaal 25 % gestegen. • Er is een klantenpanel ingericht waarmee ieder jaar gedurende de programmaperiode kan worden vastgesteld in hoeverre het welzijn en de levenskwaliteit van de ouderen is toegenomen.
4. Verbeteren van het vrijwilligerswerk door een gezamenlijke aanpak.	• Er komt een gezamenlijke aanpak om nieuwe vrijwilligers te werven en bestaande vrijwilligers te behouden (focus op ouderen). • Het aantal betrokken vrijwilligers is aan het eind van de programmaperiode met minimaal 10% gestegen. • De vrijwilligers worden periodiek gevraagd naar hoe tevreden ze zijn over hun werk.

2.3 Stakeholders

Het ontwikkelprogramma ‘Samen sterk voor Zeeuwse senioren’ kent verschillende stakeholders, waaronder:

- Provincie Zeeland, Sociaal Domein;
- Vereniging Zeeuwse Gemeenten (VZG);
- zorgverzekeraars;
- GGD Zeeland (coördinerend orgaan Wmo);
- Zeeuwse Zorg Coalitie (ZZC);
- Stichting voor Regionale Zorgverlening (SVRZ);
- zorginstellingen zoals Amarijn en ZorgSaam;
- ZRM.

Deze stakeholders zullen gedurende het opzetten en uitrollen van het ontwikkelprogramma ‘Samen sterk voor Zeeuwse senioren’ periodiek geïnformeerd worden.

2.4 Gefaseerde aanpak

We gaan uit van een ontwikkelprogramma met een doorlooptijd van drie jaar: 2025-2027. Het eerste jaar is een opstartjaar, waarin de verschillende projecten van het programma ‘Samen sterk voor Zeeuwse senioren’ worden opgestart. In de daarop volgende jaren, 2026 en 2027, wordt het programma verder uitgerold, bijgestuurd, gemonitord en geëvalueerd. Met de bereikte resultaten in de hand wordt tussentijds en na afloop met de belangrijkste stakeholders bepaald hoe het concept ‘Samen sterk voor Zeeuwse senioren’ kan worden doorontwikkeld en wat daarvoor nodig is. E.e.a. zal ook afhangen van mogelijk nieuwe partners die aansluiten. Belangrijk uitgangspunt is de goede communicatie die op dit moment reeds bestaat tussen de samenwerkingspartners. Het samenwerkingsverband is ontstaan vanuit een specifieke behoefte ‘vanuit het veld’ en vanuit de wil tot samenwerking. Er is bereidheid tot aanpassen van eigen processen, wat de gefaseerde aanpak een goede kans van slagen geeft.

2.5 Bekostiging

De uitvoering van het ontwikkelprogramma ‘Samen sterk voor Zeeuwse senioren’ kost geld. Geen van de betrokken organisaties heeft hier de middelen voor. Er is dus behoefte aan externe financiering. Deze financiering wordt gezocht bij de Provincie Zeeland en bij fondsen. ‘Samen sterk voor Zeeuwse senioren’ maakt dat iedere externe investering voor een multiplier-effect zorgt. Door te investeren in één samenwerkingsverband, worden zes organisaties geholpen; de investering draagt bij aan het versterken van de marketingmix waarmee meer senioren kunnen worden bereikt. Ook zal vanuit de samenwerking de dienstverlening kunnen worden verbeterd. Bottom line leidt een investering in het ontwikkelprogramma ‘Samen sterk voor Zeeuwse senioren’ tot een positief effect op de (mentale) gezondheid en het welzijn van de senioren in Zeeland, waardoor de reguliere zorg wordt ontlast en er per saldo kosten worden bespaard.

Voor wat betreft het gezamenlijk organiseren van activiteiten en uitvoeren van structurele taken, zal zo veel mogelijk gebruik worden gemaakt van vrijwilligers uit de betrokken organisaties. Dit ondersteunt ook de verduurzaming van de beoogde samenwerking. Ook wordt aangesloten bij reguliere activiteiten, die binnen de financiële begrotingen van de individuele organisaties vallen. In de loop van het project moet een beter inzicht worden verkregen in de financiële groeimogelijkheden van gezamenlijke activiteiten

H3 | Opzet programma 2025-2027

3.1 Marketing- en communicatiestrategie

Aanpak

‘Samen sterk voor Zeeuwse senioren’ wordt een samenwerkingsverband waarin de partners hun krachten bundelen en hun bereik delen. Iedere aangesloten organisatie kent dezelfde belangrijke uitdagingen, namelijk:

- Hoe bereiken we onze doelgroep?
- Hoe komen we echt in verbinding met onze vrijwilligers?
- Hoe enthousiasmeren we de omgeving van de senioren (familie, zorgverleners, mantelzorgers) om in actie te komen en te helpen?

Deze uitdagingen vragen van elke organisatie veel tijd, energie en geld. Het ontwikkelprogramma ‘Samen sterk voor Zeeuwse senioren’ beoogt het rendement van deze inspanningen te verhogen. Het ontwikkelprogramma moet leiden tot een groter bereik onder de senioren en een stijging van het gebruik van diensten en producten die de samenwerkende organisaties aanbieden. Door de marketing- en communicatiekracht van de verschillende organisaties te ondersteunen en waar mogelijk en zinvol te bundelen zal niet alleen het totale (opgetelde) bereik sterk toenemen, maar krijgen de afzonderlijke organisaties opeens de mogelijkheid met een veel grotere groep te communiceren en diensten onder de aandacht te brengen. Een beter bereik met een groter gebruik van de dienstverlening betekent dat er met ‘Samen sterk voor Zeeuwse senioren’ meer waarde gecreëerd wordt.

In de aanpak die we voorstaan, nemen we de herinneringskrant Zeeuws Weerzien als basis. Deze krant verschijnt vier keer per jaar, in een oplage van 40.000 stuks. De krant vormt een unieke en aantrekkelijke propositie voor de 100.000 senioren die Zeeland telt. Met de verspreiding van de krant (iedere krant wordt 1,6 keer gelezen) bereikt Zeeuws Weerzien meer dan 60.000 Zeeuwen, waaronder ook de verzorgers, kinderen en andere betrokken mensen van de Zeeuwse ouderen. Dit sociale netwerk rondom de ouderen kan goed worden benut.

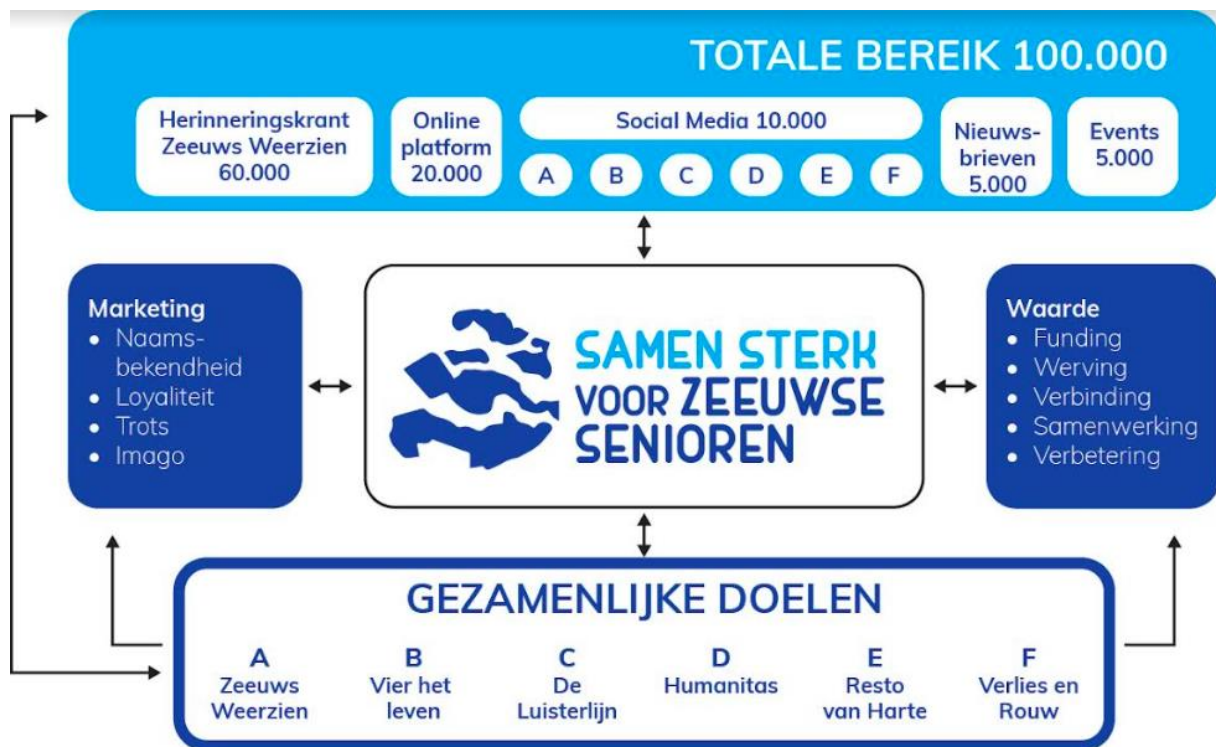
De samenwerking ‘Samen sterk voor Zeeuwse senioren’ vraagt daarnaast ook om een gezamenlijk online communicatiekanaal. Het plan is om een online platform te creëren waar de verschillende marketing- en communicatie-activiteiten van de partners bij elkaar komen. Met een online platform ‘Samen sterk voor Zeeuwse senioren’ kan een groot bereik worden gecreëerd, bestaande uit:

- de herinneringskrant, afzonderlijke nieuwsbrieven, afzonderlijke social media berichten;
- extra bereik met nieuwe marketing- en communicatieacties, het online platform voorop.

Een gezamenlijke marketing- en communicatiestrategie met een centrale rol voor de herinneringskrant Zeeuws Weerzien en een nieuw online platform ‘Samen sterk voor Zeeuwse senioren’ zal moeten leiden tot:

- beter bereik onder de doelgroep (meer senioren, vaker contact);
- beter contact met netwerken rond de doelgroep (familie, vrienden, zorgverleners, mantelzorgers);
- grotere (naams)bekendheid van de afzonderlijke organisaties;
- werven van nieuwe vrijwilligers, met name door de doelgroep zelf hiertoe te stimuleren;
- werven van nieuwe partners;
- presenteren van het samenwerkingsverband als betrouwbare partner in het Zeeuwse sociaal domein;
- basis leggen voor toekomstige uitbreiding en fondsenwerving.

Samenvattend schema



Sleutelprojecten

1. Opzetten online platform 'Samen sterk voor Zeeuwse senioren'

Met elkaar wordt een online platform gecreëerd voor de gezamenlijke marketing en communicatie van de aangesloten partners. Dat zal in eerste aanleg gebeuren in de vorm van een website 'Samen sterk voor Zeeuwse senioren'.

De website 'Samen sterk voor Zeeuwse senioren' wordt een verzamelplaats voor content vanuit de verschillende organisaties. Die content kan betrekking hebben op:

- nieuwsberichten en actuele ontwikkelingen;
- aankondiging van specifieke dienstverleningsactiviteiten in de vorm van een gezamenlijke activiteitenagenda;
- informatie over het vrijwilligerswerk, waaronder een 'vacaturebank';
- informatie over (fysieke) bereikbaarheid van de diverse organisaties;
- publicatie van uitkomsten van onderzoeken, enquêtes, klantenpanel 'Samen sterk voor Zeeuwse senioren' (zie ook paragraaf 3.3 Meten en monitoren).

Voor nadere informatie wordt doorgelinkt naar de afzonderlijke websites van de betrokken organisaties.

De informatievoorziening voor het online platform wordt in de eerste jaren vooral op basis van vaste templates gedaan. Op termijn kan het online platform verder worden gedifferentieerd naar verschillende groepen met een eigen beschermde omgeving, mogelijk in een intranet-vorm. Zo kan voor de groep vrijwilligers gedacht worden aan een leerplatform waarop online trainingen worden aangeboden.

Om de website 'Samen sterk voor Zeeuwse senioren' operationeel te krijgen zullen de volgende stappen moeten worden gezet:

- bouwen van de website 'Samen sterk voor Zeeuwse senioren', met vaste templates;
- invullen van een eenvoudige redactiefunctie voor het aanjagen van content en minimale kwaliteitsbewaking van berichtgeving.

2. Benutten Herinneringskrant Zeeuws Weerzien

Met een oplage van 40.000, 4 edities per jaar en een bereik van circa 60.000 lezers per editie, heeft de herinneringskrant Zeeuws Weerzien een groot bereik. De uitdaging is erin gelegen dit bereik te benutten door in de krant ook informatie over de dienstverlening van de andere samenwerkingspartners op te nemen. Dat zou kunnen in de vorm van een spread (binnenkant krant) 'Samen sterk voor Zeeuwse senioren'. Deze spread bevat dan:

- voor de lezers van de herinneringskrant interessante informatie over de dienstverlening van de samenwerkende partners;
- informatie over het vrijwilligerswerk van alle partners;
- de gezamenlijke activiteitenagenda.

De spread kan gezien worden als een advertorial; betaalde content dus die wordt aangeleverd vanuit het samenwerkingsverband. Daarmee kan een helder onderscheid worden gemaakt tussen de redactionele verantwoordelijkheid van de herinneringskrant door de Stichting Zeeuws Weerzien en de redactionele verantwoordelijkheid van de spread die bij het samenwerkingsverband ligt. Voor Stichting Zeeuws Weerzien vormt de spread een vaste inkomstenbron.

Om de spread 'Samen sterk voor Zeeuwse senioren' een aantrekkelijk onderdeel van de herinneringskrant te laten zijn moeten de volgende stappen worden gezet:

- ontwerp en lay-out van de spread 'Samen sterk voor Zeeuwse senioren';
- per editie redactioneel werk: verzamelen van relevante content;
- per editie: opmaak van de spread.

Planning

Marketingcommunicatiestrategie	2025				2026				2027			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
Sleutelproject 1: Online platform												
Bouwen website												
Redactiefunctie												
Planontwikkeling intranet-vorm												
Sleutelproject 2: Spread Herinneringskrant												
Ontwerp en lay-out												
Redactiefunctie												
Opmaak												

NB: in de communicatie naar de doelgroep wordt niet uit het oog verloren dat niet alle ouderen even digitaal vaardig zijn. Onderzocht wordt of fysieke ontmoetingsplekken, waarbij meerdere partners uit het samenwerkingsverband tegelijk aanwezig kunnen zijn, gerealiseerd kunnen worden, bijvoorbeeld als informatiepunt. Ook de sociale schil om de ouderen heen blijft een belangrijk middel in dezen.

3.2 Verbeteren vrijwilligerswerk

Aanpak

Het dienstverleningsaanbod van de samenwerkende partners wordt overwegend uitgevoerd door vrijwilligers. Vrijwilligerswerk staat onder druk, ook bij de partners van 'Samen sterk voor Zeeuwse senioren'. Belangrijk is daarom dat er een gezamenlijke aanpak komt om nieuwe vrijwilligers te werven en bestaande vrijwilligers te behouden. Samen bereik je meer, heb je meer impact, werk je efficiënter, heb je een groter netwerk, kun je kennis en kunde delen en kun je dus ook je vrijwilligerswerk optimaliseren.

Vrijwilligers verwachten vaak weinig terug voor hun inzet, behalve positieve aandacht en de voldoening dat de hulp die ze geven betekenisvol is. Met het ontwikkelprogramma 'Samen sterk voor Zeeuwse senioren' kan meer aandacht geschonken worden aan de positieve effecten van al het vrijwilligerswerk.

Een belangrijk onderdeel van de aanpak heeft betrekking op het bieden van een beter carrièreperspectief voor vrijwilligers. 'Samen sterk voor Zeeuwse senioren' biedt vrijwilligers meer keuzemogelijkheden voor het type vrijwilligerswerk en ook is het makkelijker te switchen wanneer een vrijwilliger iets anders wil. Dit carrièreperspectief kan ook actief worden ingezet in het werven van nieuwe vrijwilligers en zal een belangrijk onderdeel worden van een doorlopende campagne.

Met meer positieve aandacht voor het vrijwilligerswerk en meer keuzemogelijkheden voor betekenisvol vrijwilligerswerk kan worden voorkomen dat vrijwilligers onnodig afhaken, en wordt een betere propositie geboden om nieuwe vrijwilligers te binden. Een bijzondere manier om vrijwilligers te werven is de ouderen niet alleen als afnemer van diensten te zien, maar tegelijkertijd senioren die eenzaam zijn of die net te maken hebben gehad met een ernstig verlies, te interesseren om vrijwilliger te worden en aldus een sociaal vangnet te creëren. Ook dit element zal een belangrijk onderdeel vormen van de doorlopende campagne.

Het is van belang te kunnen beschikken over goed getrainde vrijwilligers. Elk van de samenwerkingspartners kent nu eigen activiteiten om de vrijwilligers goed te trainen. De partners zien mogelijkheden om hun trainingsaanbod op elkaar af te stemmen, zodanig dat er een gezamenlijk en samenhangend trainingsaanbod komt. Daarbij realiseren ze zich overigens dat ze hun vrijwilligers niet moeten overvragen met het volgen van trainingen.

Sleutelprojecten

1. Campagne vrijwilligerswerk

Het plan is om een doorlopende campagne op te zetten waarin het vrijwilligerswerk 'Samen sterk voor Zeeuwse senioren' goed in de markt wordt gezet. Deze doorlopende campagne biedt uitnodigende informatie over wat de samenwerkingspartners aan vrijwilligerswerk te bieden hebben. De campagne bestaat uit de volgende onderdelen:

- flyer vrijwilligerswerk 'Samen sterk voor Zeeuwse senioren', met zowel een digitale als gedrukte versie. Deze flyer wordt gedistribueerd via de herinneringskrant, de websites en nieuwsbrieven van de partners en via het nieuwe online platform;
- vaste rubriek Vrijwilligers in de Spotlights. Wervende portretten van vrijwilligers, het werk dat zij verrichten en de voldoening die zij daaruit putten. Naarmate de reeks groeit, ontstaat een steeds duidelijker beeld van wat het vrijwilligerswerk voor Zeeuwse senioren behelst en wat het belang daarvan is, niet alleen voor de senioren, maar ook voor de vrijwilligers zelf. Met de rubriek ontstaat een mooi en aantrekkelijk overzicht van wat de partners aan vrijwilligerswerk te bieden hebben. De artikeltjes worden gepubliceerd als vaste rubriek op het online platform en in de spread van de herinneringskrant;

- events voor vrijwilligers. De samenwerkingspartners willen eens per jaar een bijeenkomst organiseren voor al hun vrijwilligers samen. Op deze bijeenkomst moet het nuttige met het aangename worden verenigd.

2. Marktplaats werving vrijwilligers

‘Samen sterk voor Zeeuwse senioren’ biedt een goede aanleiding om de werving van vrijwilligers gezamenlijk aan te pakken. Daartoe is het plan een marktplaats ‘Samen sterk voor Zeeuwse senioren’ op te zetten, waarin de vraag naar vrijwilligers gebundeld wordt en waar geïnteresseerde mensen een overzicht krijgen van wat er aan betekenisvol vrijwilligerswerk voor Zeeuwse senioren te doen is. De marktplaats zal een eenvoudige, goed hanteerbare online vorm krijgen en kan worden aangehaakt bij de website ‘Samen sterk voor Zeeuwse senioren’. Door te werken met templates kunnen de afzonderlijke organisaties eenvoudig hun vraag actualiseren. De redactiefunctie die nodig is voor het online platform kan ook bewaken dat de informatie op de marktplaats actueel en adequaat is. Met bestaande vacaturebanken voor vrijwilligerswerk wordt afstemming gezocht.

3. Bundelen trainingsaanbod

Alle samenwerkende organisaties organiseren wel eens iets van trainingen voor hun vrijwilligers. Het idee is om dit trainingsaanbod te bundelen en via de website ‘Samen sterk voor Zeeuwse senioren’ onder de aandacht van de brede groep vrijwilligers brengen. Ook de eigen communicatiekanalen van de partnerorganisaties kunnen hiervoor worden benut (nieuwsbrieven, eigen websites). Onderzocht kan worden of er op het punt van stages en mentorschap ook een gezamenlijk aanbod kan komen.

Planning

Verbeteren vrijwilligerswerk Sleutelprojecten	2025				2026				2027			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
Sleutelproject 1: Campagne vrijwilligerswerk												
Maken flyer												
Vaste rubriek Vrijwilligers in de Spotlights												
Events												
Sleutelproject 2: Vacaturebank												
Ontwerp online vacaturebank (template)												
Kwaliteitsbewaking (redactie)												
Sleutelproject 3: Bundeling trainingsaanbod												
Ontwerp webpagina Trainingsaanbod (template)												
Kwaliteitsbewaking (redactie)												

3.3. Meten en monitoren

Aanpak

Het is van belang te kunnen beschikken over een eenvoudig, maar deugdelijk meet- en monitoringsinstrumentarium, aan de hand waarvan kan worden bepaald in welke mate de geformuleerde doelstellingen en beoogde resultaten worden bereikt. Goed inzicht in bereikte

resultaten is van belang om het ontwikkelprogramma zo nodig te kunnen bijsturen, maar ook om eventuele continuering vanaf 2028 te kunnen onderbouwen bij stakeholders en financiers.

Het te hanteren meet- en monitoringsinstrumentarium bestaat uit de volgende onderdelen:

- bijhouden van het aantal senioren dat wordt bereikt en geïnformeerd. In beginsel wordt de doelgroep bereikt en geïnformeerd middels de herinneringskrant, de nieuwsbrieven en het online platform;
 - Met Stichting Zeeuws Weerzien zal worden gezien hoe het bereik en de informatie-graad van de herinneringskrant beter kan worden gemeten dan alleen met de oplage en het aantal distributiepunten.
 - Marketingbureau Origin zal bij de ontwikkeling van online tools van meet af aan data verzamelen over het bereik.
- bijhouden van het aantal ouderen dat gebruikmaakt van het palet aan dienstverlening. Met de samenwerkingspartners zal het bijhouden van gegevens over het gebruik van diensten worden geharmoniseerd;
- bijhouden van de mate waarin wordt bijgedragen aan het welzijn en de levenskwaliteit van ouderen. Dit is lastig te kwantificeren. Daarom is het aan te raden te werken met een klantenpanel.

Dit klantenpanel kan bestaan uit:

- enkele betrokken senioren;
- enkele actieve vrijwilligers;
- enkele vertegenwoordigers van stakeholders (GGD Zld, SVRZ, ZZC, ...).

Het klantenpanel komt halfjaarlijks bijeen om aan de hand van gerealiseerde programmaresultaten en persoonlijke observaties een inschatting te maken van het effect op het welzijn en de levenskwaliteit van de senioren;

- bijhouden in hoeverre de samenwerking bijdraagt aan verbetering van het vrijwilligerswerk (carrièreperspectief, tevredenheid, behouden bestaande vrijwilligers en werven nieuwe vrijwilligers). Dit wordt jaarlijks gemeten middels een medewerkerstevredenheidsonderzoek; een (online) enquête die één keer per jaar onder alle betrokken vrijwilligers wordt uitgezet. De uitkomsten worden één keer per jaar besproken in een evaluatiegesprek met alle partners.

Het meet- en monitoringsinstrumentarium voorziet als zodanig in verschillende contactmomenten met de partners, stakeholders, de doelgroep en de vrijwilligers. Daarmee vormt het meet- en monitoringsinstrumentarium ook een belangrijk onderdeel van de marketing- en communicatiestrategie.

Sleutelprojecten

1. Gegevens bereik en gebruik

Er zal een vast format worden ontwikkeld dat door alle partners kan worden gebruikt om gegevens door te geven over het bereik (informatiegraad) en over het gebruik van de dienstverlening (afname). Wat betreft de informatiegraad gaat het om de oplage van de herinneringskrant en het aantal bezoeken aan de respectievelijke websites en het online platform. Wat betreft de gebruiksgegevens worden de afzonderlijke partners gevraagd jaarlijks gegevens door te geven. Daarbij moet zo veel als mogelijk worden geharmoniseerd in type gegevens, rapportageformat en rapportagemomenten.

2. Opzetten klantenpanel

Het op te zetten klantenpanel zal bestaan uit een vertegenwoordiging van de doelgroep (vijf senioren), de vrijwilligers (van elke partnerorganisatie één vrijwilliger) en de stakeholders (van elke stakeholder één vertegenwoordiger). Aldus ontstaat er een klantenpanel van vijftien à twintig personen. Het klantenpanel komt elk half jaar bijeen. De leden van het panel worden goed geïnformeerd over de activiteiten van de partners 'Samen sterk voor Zeeuwse senioren' en nemen steeds aan de hand van een standaard vragenlijst door welke indruk men heeft van de mate waarin de dienstverlening van de

partners bijdraagt aan het welzijn en de levenskwaliteit van de Zeeuwse senioren. Daarbij gaat het er niet zozeer om een beoordeling te geven, maar wel om ontwikkelingen in beeld te krijgen en verbeter- en aandachtspunten te signaleren.

3. Enquête vrijwilligerswerk

Er zal een enquête vrijwilligerswerk worden opgezet. De enquête wordt jaarlijks (online) uitgezet onder alle vrijwilligers van de samenwerkende organisaties. De enquête wordt een compact medewerkerstevredenheidsonderzoek dat inzicht geeft in wat er goed en minder gaat. Daarmee biedt de enquête goede input voor verbetering van het vrijwilligersbeleid. De uitkomsten van de enquête worden in artikel-vorm gepubliceerd op het online platform en in de spread van de herinneringskrant.

Planning

Monitoring Sleutelprojecten	2025				2026				2027			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
Sleutelproject 1: Gegevens bereik en gebruik												
Opzetten format i.o.m. partners												
Verzamelen en verwerken gegevens												
Jaarlijkse publicatie gegevens												
Sleutelproject 2: Opzetten Klantenpanel												
Werven leden klantenpanel												
Organiseren halfjaarlijkse bijeenkomsten												
Publicatie bevindingen (jaarlijks)												
Sleutelproject 3: Enquête vrijwilligerswerk												
Opzetten enquête												
Uitzetten enquête												
Jaarlijkse publicatie												

H4 | Organisatie

4.1 Programmteam

Om het ontwikkelprogramma ‘Samen sterk voor Zeeuwse senioren’ op vlieghoogte te krijgen, stellen we voor te werken met een klein programmteam:

- programmamanager, tevens projectleider programmaonderdelen Vrijwilligerswerk en Meten & Monitoren (zzp);
- projectleider Marketing-communicatie (Origin);
- ondersteuner (zzp of via Origin).

De programmamanager is verantwoordelijk voor de uitvoering van het ontwikkelprogramma ‘Samen sterk voor Zeeuwse senioren’. De projectleiders geven in samenspraak met de partners uitvoering aan de concrete sleutelprojecten van de verschillende programmaonderdelen (Marketing-communicatie, Vrijwilligerswerk en Meten & Monitoren). De ondersteuner ondersteunt de beide projectleiders.

4.2 Stuurgroep

Er komt een stuurgroep waarin de samenwerkingspartners elk met een vertegenwoordiger zitting nemen. De stuurgroep wordt voorgezeten door Stichting Zeeuws Weerzien. De taak van de stuurgroep is de kwaliteit en de voortgang van de uitvoering van het ontwikkelprogramma te bewaken.

In formele zin is Stichting Zeeuws Weerzien opdrachtgever van het ontwikkelprogramma ‘Samen sterk voor Zeeuwse senioren’. De Stichting Zeeuws Weerzien mandateert de stuurgroep om de verantwoordelijkheid voor de uitvoering van het ontwikkelprogramma op zich te nemen.

4.3 Profiel programmamanager

- ervaring met programmamanagement;
- ervaring met vrijwilligersorganisaties;
- goede kennis van het sociaal domein in Zeeland, bij voorkeur ouderenzorg;
- relevant netwerk;
- verbindende persoonlijkheid;
- in staat partijen tot samenwerking te brengen.

4.4 Opdrachtgever

Stichting Zeeuws Weerzien is de opdrachtgever van het Programmaplan ‘Samen sterk voor Zeeuwse senioren’. Daarmee is de stichting ook de uitvoerende organisatie die de contractuele verplichtingen zal aangaan, opdrachten verstrekt en de uitvoering van het ontwikkelprogramma administreert. De aansturing van het ontwikkelprogramma is gedelegeerd/gemandateerd aan de stuurgroep. De kosten die de stichting moet maken voor het administreren van het programmaplan worden vergoed en vormen onderdeel van de begroting. Hierbij gaat het om administratiekosten en accountantskosten.

Gezien de omvang van het project en de bijbehorende financiële aansprakelijkheid die nu bij Stichting Zeeuws Weerzien ligt, is gesproken over een andere governance, bijvoorbeeld de oprichting van een aparte Stichting Samen sterk voor Zeeuwse senioren. Omdat een dergelijk proces grondig moet worden

voorbereid en tijd kost om te realiseren, is de zorg uitgesproken dat dit ook nadelig kan werken op de voortgang van het project. De neuzen staan op dit moment één kant op, het momentum is gunstig, de samenwerkingsbehoefte is groot. Op lokaal niveau krijgt de samenwerking reeds vorm, bijvoorbeeld door het gezamenlijk organiseren van activiteiten of het inzetten van elkaars vrijwilligers. Daarom is besloten de governance structuur vanaf het begin van de projectperiode op de agenda te houden en juridisch advies in te winnen op dit terrein alvorens hierin een beslissing te nemen.

H5 | Dekkingsplan

De kosten van het driejarig ontwikkelprogramma 'Samen sterk voor Zeeuwse senioren' zijn geraamd op in totaal € 226.342,60. De inzet is dit bedrag te dekken uit bijdragen van:

- Provincie Zeeland
- fondsen: VSBfonds, Oranjefonds, FNO
- ouderenfondsen: Stichting Dioraphte

Voor de periode vanaf 2028 gaan we ervan uit dat de uitvoeringskosten voor continuering van 'Samen sterk voor Zeeuwse senioren' substantieel lager zullen liggen. Een aanzienlijk deel van de kosten van het ontwikkelprogramma heeft immers betrekking op opstartkosten en het ontwikkelen van formats en procedures. Die kosten hoeven voor de volgende periode niet meer of in mindere mate gemaakt te worden. Voor zover er nog wel kosten zijn verbonden aan 'Samen sterk voor Zeeuwse senioren' vanaf 2028, zal tijdig worden gezien hoe daar opvolging aan te geven. Aanvullend zal worden onderzocht of bijdragen van belanghebbende, kapitaalkrachtige organisaties mogelijk zijn, waaronder zorgverzekeraars. Ook wordt gedurende het project bekeken welke structurele, uitvoerende taken overgenomen kunnen worden door vrijwilligers. Een ander aandachtspunt is hoe de individuele partners hun commitment (en inzet van medewerkers) in de toekomst kunnen borgen en welke nieuwe partners aan zullen sluiten. Ervaringen en inzichten die tijdens het project worden opgedaan, staan aan de basis voor het toekomstige model.

Een begroting met dekkingsplan is als aparte bijlage gevoegd bij dit document. De inbreng van de individuele samenwerkingspartners op het gebied van personele inzet en gebruik van eigen faciliteiten is niet in de begroting opgenomen maar maakt de uitvoering van de activiteiten wel mede mogelijk. Voor uitvoering van de financiële administratie onder verantwoordelijkheid van Stichting Zeeuws Weerzien is een bedrag opgenomen. De overige inbreng binnen het samenwerkingsverband gebeurt om niet.