Ministerie van Volksgezondheid,
Welzijn en Sport

Eén tegen eenzaamheid met ondernemers

Inspiratiebladen met verdieping en tools

Inhoudsopgave

Voorbereiding **3**

Inspiratieblad Wat kunnen ondernemers doen tegen eenzaamheid? 4

Vinden, verbinden en verleiden **6**

Inspiratieblad Werving en selectie van betrokken ondernemers 7

Inspiratieblad Hoe kom ik tot een propositie? 9

Inspiratieblad Een goed gesprek voeren 12

Vasthouden en versterken **14**

Inspiratieblad Vasthouden en Versterken: waar gaat het om? 15

Inspiratieblad Relatie- en communicatiemanagement 18

Voorbereiding

Inspiratieblad

Wat kunnen ondernemers doen tegen eenzaamheid?

Bron: ANP/HH

Het is ongelofelijk veel wat ondernemers allemaal (kunnen) doen tegen eenzaamheid!

Met dit inspiratieblad geven we je tips en voorbeelden van de verschillende bijdragen die ondernemers kunnen hebben in de aanpak van eenzaamheid.

Mogelijke bijdragen van ondernemers

Signaleren

Ondernemers kunnen tijdens hun natuurlijke en dagelijkse contactmomenten met klanten, mensen signaleren die zich (mogelijk) eenzaam voelen. Als ze signaleren, kunnen ze gericht doorverwijzen of het signaal bij een centraal punt melden waar het verder wordt opgepakt.

Informeren

Ondernemers kunnen over eenzaamheid communiceren (in hun nieuwsbrieven, op hun website) om eenzaamheid bespreekbaar te maken en het taboe te doorbreken. Ook kunnen zij informatie over lokale initiatieven verspreiden.

Organiseren

Ondernemers kunnen projecten en activiteiten organiseren om ontmoeting en contact te bevorderen.

Ontwikkelen

Door zelf projecten te ontwikkelen gericht op eenzaamheid binnen de eigen organisatie of in de eigen stad/dorp dragen ondernemers bij aan het tegengaan van eenzaamheid.

Faciliteren

Door het beschikbaar stellen van ruimte, expertise en middelen kunnen ondernemers bijdragen aan de realisatie en uitvoering van projecten en activiteiten.

Financieren

Ondernemers kunnen geld geven aan projecten en activiteiten gericht op het tegengaan van eenzaamheid. De Rabobank levert bijvoorbeeld in het kader van maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) financiële bijdragen aan het (lokale) verenigingsleven en biedt verenigingen hierdoor kansen om ambities te vervullen.

Voor concrete voorbeelden zie Inspiratieblad 'Hoe kom ik tot een propositie?'

Om eenzaamheid tegen te gaan kunnen ondernemers zich richten op:

1. De omgeving waar het bedrijf gevestigd is (informeren, organiseren; faciliteren; financieren)
2. De klanten/leden (signaleren, in gesprek gaan, iets organiseren, informeren)
3. De medewerkers (bevorderen dat ze eenzaamheid van klanten kunnen signaleren, maar ook eenzaamheid onder medewerkers bespreekbaar maken en ontmoeting en gesprek erover bevorderen)
4. Zichzelf als ondernemer/ZZP-er: It's lonely at the top! (her- en erkennen van eigen eenzaamheid, contact zoeken met gelijkgestemden)

Oefening

Coronatijd heeft ons geleerd dat informeel contact tussen collega's en teams van groot belang en niet altijd vanzelfsprekend is. Brainstorm met een collega wat mogelijk is binnen jullie eigen organisatie of onderneming om met elkaar in contact te blijven.

- Hoe houden jullie als collega's op dit moment contact met elkaar?
- Wat is nog meer mogelijk om informeel contact met collega's vorm te geven? Benoem met elkaar een aantal concrete ideeën.
- Bespreek binnen de organisatie hoe jullie deze ideeën kunnen inzetten.

Voorbeelden

Wat kunnen **woningcorporaties** doen tegen eenzaamheid?

1. Communicatie gericht op huurders om het taboe te doorbreken = informeren
2. Inzet van medewerkers om eenzaamheid te signaleren en bespreekbaar te maken = signaleren
   In Buitenveldert (Amsterdam) gaat woningcorporatie Rochdale samen met Stichting SINA (Samen Is Niet Alleen) in duo's op pad om mensen te bezoeken.
   Voor Rochdale zijn de huisbezoeken een schoolvoorbeeld van 'samen werken aan sterke buurten'
   Andere corporaties zoals Thuisvester en Plavei zetten in op telefonisch contact met hun huurders in tijden van Corona
3. Projecten om ontmoeting en contact te bevorderen = organiseren

Op de website van KWH (Hét landelijke kwaliteitscentrum voor en door woningcorporaties) vind je een overzicht van inspirerende initiatieven van woningcorporaties.

Bedrijven die zijn aangesloten bij de **Nationale Coalitie tegen Eenzaamheid** zetten zich ook volop in om eenzaamheid te doorbreken of verzachten. Op de website vind je wie er allemaal deelnemen in de nationale coalitie en wat ze doen. Deze partners kun je ook betrekken bij de lokale aanpak.

Tips

- Ondernemers als ambassadeur tegen eenzaamheid. Laat ondernemers zelf het goede verhaal vertellen en hiermee andere ondernemers betrekken en mobiliseren. Ondernemers van de Arnhemse uitdaging breiden op deze manier het netwerk van betrokken ondernemers uit.
- Ondernemers willen vooral doen en niet veel moeten overleggen. Ook spreken ze een andere taal dan partners in zorg en welzijn. In Den Haag is een aparte community voor ondernemers gestart.
- Sponsoring of financiering is soms wel, maar vaak ook niet de meest geliefde vorm voor ondernemers om een bijdrage te leveren. Spreek ondernemers aan op bijvoorbeeld hun specifieke expertise en creëer een win-win situatie. Denk bijvoorbeeld aan een communicatiebureau die helpt bij het ontwikkelen van een logo voor de lokale aanpak van eenzaamheid.

Vinden, verbinden en verleiden

Inspiratieblad

Werving en selectie van betrokken ondernemers

Je ziet het helemaal voor je. Een publiek-private coalitie waarin ondernemers veel doen voor Eén tegen eenzaamheid. Maar hoe vind je die betrokken en creatieve bedrijven? Wie ga je benaderen en hoe? Dit inspiratieblad helpt je op weg.

Bron: ANP/HH

In vijf stappen aan de slag met werving en selectie

1. Bedrijfsprofiel opstellen

- Welk soort bedrijf past bij jouw vraag?
- Welke sectoren zijn beter geschikt dan andere?
- Bekijk of de bedrijfslocatie ertoe doet (bijv. winkels in bepaalde wijken).

2. Longlist maken

- Doe navraag bij collega's, de wethouder en stakeholders; velen zullen je helpen met namen van bedrijven of ondernemers.
- Maak een afspraak met de bedrijfscontactfunctionaris en vraag naar zijn/haar ideeën en ervaringen.
- Ga na welke bedrijfsnetwerken er zijn en welke bedrijven daar veelal actief in zijn (denk aan ondernemersverenigingen, bedrijfskringen).
- Check ook de plaatselijke serviceclubs (Rotary, Lions, etc.).

3. Van longlist naar shortlist

- Probeer in eerste instantie een selectie van ca. 5 partijen te maken.
- Gebruik daarvoor de oefening in dit inspiratieblad.
- Check deze shortlist nog een keer met je naaste collega's.

4. Afspraak maken

- Gebruik hiervoor kruiwagens zoals de wethouder, bedrijfs-contactfunctionaris, hoofd economische zaken of je buurman die toevallig de directeur van dat bedrijf kent. Laat hen zorgen voor een warme introductie.
- Kies bij voorkeur voor het hoogste niveau in de organisatie of in elk geval iemand met beslissingsbevoegdheid.
- Kies bij voorkeur voor een fysieke ontmoeting van ca. 1 uur op het kantoor van het bedrijf.

5. Delegatie bepalen

- Kijk wie er namens het bedrijf wil aansluiten.
- Bepaal vervolgens zelf wie er met je meegaat. Soms kan het handig zijn als dat iemand is die de ondernemer of het bedrijf kent.

Voorbeelden uit gemeenten

- Dronten: Zamen-Één wie doet ermee
- Den Haag: Community tegen eenzaamheid

Tips

- Ambitie: richt je in eerste instantie op de inhoud en bepaal wat de gezamenlijke ambitie is. Verlies je niet te snel in de vorm of allerlei losse acties.
- Belangen: breng de belangen van de ander in kaart en leg die naast die van jou.
- Relatie: ga na hoe je de (nieuwe) relatie wilt stimuleren en onderhouden. Welke afspraken en welke frequentie is daarbij voor beiden fijn?
- Organisatie: bepaal hoe de samenwerking het beste kan worden georganiseerd en welke structuur daarbij handig is. Bedenk wel: "Structure follows strategy".
- Proces: volg het proces van samenwerking, monitor de resultaten en stel bij wanneer nodig.

Oefening

Van longlist naar shortlist. Maak een lijst van bedrijven uit de longlist en vul onderstaand schema in. De 5 bedrijven met de meeste vinkjes komen op de shortlist.

Bedrijf	Sector	Imago ok?	Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen bekend	Past bij lokale aanpak eenzaamheid	Eerdere samenwerking?	Warme contacten?
1. Kapper	Verzorging	√	√	√	X	√
2.						
3.						
4.						
5.						
6.						
7.						

Inspiratieblad

Hoe kom ik tot een propositie?

Een sterk en duidelijk voorstel om waarde te creëren (propositie) helpt je om ondernemers te betrekken. Voor de aanpak van eenzaamheid zijn vooral ondernemers interessant die frequent en persoonlijk contact hebben met mensen. Dit inspiratieblad helpt je om tot een propositie te komen en geeft in een menukaart voorbeelden.

In 5 stappen naar een propositie

1. Opgave urgentie en ambitie

Formuleer de opgave specifiek en concreet, bijvoorbeeld:

- Hoe kunnen we ervoor zorgen dat 80+ ouderen meer bewegen en daardoor bijdragen aan eigen gezondheid en netwerk vergroten.
- Oudere bewoners ervaren dat zij met hun vraag terecht kunnen op de juiste plek.
- Ouderen kennen de weg naar participatiemogelijkheden in de buurt.
- In onze gemeente voelt 42% zich eenzaam. We willen dat in 10 jaar tijd halveren.

2. Wat is nodig, waarom komen we bij u?

Jouw vraag: Weet je wat je van ondernemers vraagt, en wat je hen kunt bieden?
Ondernemers zijn vaak 'doeners' en zeggen dan: "Hoe kan ik je helpen?"

Voorwaarden: Weet je welke en hoeveel menskracht je beschikbaar hebt om het bedrijfsleven te betrekken? En voor welke termijn moeten deze randvoorwaarden beschikbaar zijn?

3. Wat vragen we aan ondernemers?

Vertaald naar een menukaart; dat maakt mogelijkheden zichtbaar. Gebruik hiervoor de voorbeelden uit de menukaart op de volgende pagina.

4. Wat bieden we?

Als gemeente heb je heel wat te bieden:

- Kansen voor maatschappelijk verantwoord ondernemen;
- Verbinding met andere ondernemers;
- Toegang tot nieuwe netwerken;
- Vermelding op website, nieuwsbrief en relevante gemeentelijke uitingen;
- Organisatie van bijeenkomsten en netwerken;
- Training van medewerkers; bewustwording en bespreekbaar maken eenzaamheid onder eigen personeel

5. Invulling partnership

Er zijn verschillende opties om partnership in te vullen:

- Deelname aan coalitie-bijeenkomsten met andere partners
- Ondertekenen van de Pijlers Eén tegen eenzaamheid
- Intentieverklaring (beide partijen verklaren...)
- Halen en brengen van kennis, informatie, diensten.
- Partijen beloven inzet ("mijn inzet is.....")
- Een woord is een woord (niks op papier)
- Overeenkomst met duidelijke afspraken over (tegen)prestatie

Oefening

Maak op basis van dit inspiratie-blad een eigen menukaart voor het bedrijf. Stel jezelf de volgende vragen: Wat heb je vooral nodig? Wat doen bedrijven al? Welke opties zijn voor welk bedrijf interessant?

Wat kan je vragen aan ondernemers: een menukaart

In deze menukaart vind je voorbeelden van verschillende bijdragen die ondernemers kunnen hebben in de aanpak tegen eenzaamheid.

Signaleren

Ondernemers kunnen aansluiten bij een lokaal signaalpunt zodat signalen van eenzaamheid op de goede plek komen en worden opgevolgd. Een mooi voorbeeld hiervan is het signaalpunt in Baarn.

Ondernemers die signaleren

Zie hier een mooi voorbeeld van postbezorgers van PostNL die eenzaamheid signaleren en melden.

Informeren

In Sliedrecht is een samenwerking ontstaan tussen de Hema en de bibliotheek. Zo organiseert de bibliotheek een voorleesmiddag in de Hema. Het doel van de samenwerking is om elkaars ontmoetingsplekken te versterken zodat de lokale coalitie tegen eenzaamheid en haar activiteiten op meerdere plekken in Sliedrecht zichtbaar wordt.

Ontwikkelen

Kinderopvang Partou heeft een draaiboek ontwikkeld om de eigen opvanglocaties en collega-organisaties tips en handvatten te geven om jong en oud samen te brengen.
Bekijk het draaiboek dat Partou heeft gemaakt.

Organiseren

Organiseren van aanvullende activiteiten, zoals koffiemomenten of lunches in een supermarkt of winkelcentrum.
Active Health Center Leidschenveen organiseert bijvoorbeeld meer dan alleen sportlessen.

Faciliteren

Achmea Pensioen en Leven organiseert samen met de gemeente Apeldoorn in 2021 een digitaal event waarin ideeën van jongeren gekoppeld worden aan ondernemers in de stad.
Zij faciliteren het event door het beschikbaar stellen van een studio, personele inzet, denkkracht.

Financieren

Rabobanken hebben coöperatieve fondsen of MVO-budgetten om financieel bij te dragen aan activiteiten-, communicatie- of locatiekosten.

Inspiratieblad

Een goed gesprek voeren

Een goed gesprek met de beoogde bedrijfspartner is cruciaal om te komen tot een passende deal.

Met dit inspiratieblad helpen we je op weg.

Bron: ANP/HH

Zes stappen om tot een goed gesprek te komen

1. Goed voorbereiden en delegatie bepalen

- Wat kom je over het bedrijf te weten (via google, mvo-beleid, een werknemer, artikelen, etc.)?
- Wie heeft het eerste contact gelegd en was het “warme bruggetje”?
- Wie neem je mee en wie zit(ten) er tegenover je?

Timing: voorafgaand aan het gesprek

2. Interesse in bedrijf tonen

- Stel een aantal belangstellende vragen over het bedrijf (diensten of producten, personeelsbeleid, ontwikkelingen, invloed corona, etc.).
- Geef altijd gevolg aan eventueel verzoek om een korte excursie door het bedrijf of bedrijfshal te krijgen.

Timing: na kennismaking hier zeker 10 minuten voor inruimen

3. Wat weet het bedrijf al over eenzaamheid?

- Vraag nu aandacht voor je eigen thema en start met de vraag of de lokale aanpak van eenzaamheid bekend is en of zij er in de stad of het dorp al iets van gezien hebben?
- Vraag ook of ze zelf bekend zijn met eenzaamheid (in de familie, bij de werknemers, in de wijk).

Timing: 5 minuten

4. Propositie

- Kom ter zake via een korte presentatie.
- Zie inspiratieblad “Hoe kom ik tot een propositie?”

Timing: Vertel je verhaal in 10 minuten

5. Cocreatie

- Kijk en vraag waar de ander op aanslaat en ga daar op door.
- Bouw samen aan een passend en uitvoerbaar idee.
- Kijk welke samenwerking hiervoor nodig is.

Timing: Neem ruim de tijd (minimaal 20 minuten) om in gesprek te gaan en te kijken waar je op uitkomt

6. Afspraken

- Rond af met de conclusies en bespreek wat nodig is voor de vervolgstappen.
- Geef een globale planning aan en wanneer er een eventueel volgend gesprek is.
- Wees concreet in verwachtingen.

Timing: laatste 5 minuten

Filmpje ”Hoe pitch je een goed idee?”

Oefening tijdens training of thuis

- Ga tegenover je collega of huisgenoot zitten en houdt je presentatie zo naturel mogelijk (max. 10 minuten).
- De ander reageert eerst op de inhoud: kwam de boodschap over? Was het duidelijk wat je vraagt?
- Daarna geeft de ander feedback over de non-verbale houding: hoe keek je? Hoe was je tempo? Hoe hield je de aandacht?
- Geef ten slotte aan wat je ermee gaat doen.

7 Tips

1. Plek: zorg dat je recht tegenover je gesprekspartner zit en ga eventueel staan tijdens je presentatie.
2. Presentatie: voorkom veel tekst en gebruik beelden en cijfers.
3. Kleding: netjes, maar niet overdreven.
4. Oogcontact: kijk de ander goed aan.
5. Toon (snelheid, pauzering, volume, hoogte en articulatie).
6. Energie: ga door waar de energie zit, stop waar je die niet voelt.
7. Ten slotte: ontspan, blijf goed in contact, glimlach, gebruik humor en wees zo naturel mogelijk.

Vasthouden en versterken

Inspiratieblad

Vasthouden en Versterken: waar gaat het om?

Van incidentele samenwerking naar duurzame inzet van ondernemers. Dit inspiratieblad helpt je op weg.

Om ondernemers betrokken te houden bij de aanpak van eenzaamheid is het belangrijk dat je aandacht hebt voor het:

- Integreren van ondernemers(netwerken) in de aanpak van eenzaamheid.
- Verankeren van initiatieven en bestendigen van relaties. Houd de ontstane energie, beschikbare bronnen en inspanningen van partners warm en levend.
- Maar ook: doorgroeien en maatschappelijke impact verzilveren met ondernemers.

Zes pijlers voor verduurzaming

Voor het thema vasthouden en versterken kijken we naar de organisatie en kracht van het netwerk als geheel, waarin idealiter zowel publieke als private organisaties onderdeel van uitmaken. De pijlers zijn voor zowel publieke als private partners van belang.

1. Participatie

Waarom een lokale coalitie Eenzaamheid? En voor welk doel is de samenwerking in een coalitie een middel? Begin met het einde voor ogen. Formuleer de opgave (de WAT vraag) en wat jij wilt bereiken met de samenwerking. *Zie ook inspiratieblad* 'Hoe kom ik tot een propositie?'
Denk bijvoorbeeld aan: meer mensen die vereenzamen vroegtijdig in beeld krijgen. Of: meer betekenisvolle netwerken voor eenzame ouderen. Deze handreiking is daarbij behulpzaam. Bedenk vervolgens waarom een ondernemer aan zou willen sluiten. Wat komen zij halen en brengen?
Zie ook inspiratieblad 'Wat kunnen ondernemers doen tegen eenzaamheid'

- Probeer aan de voorkant zoveel mogelijk partijen te laten meedenken over de aanpak. Hiermee creëer je een haalbaar en breed gedragen plan.
- Wees transparant over ieders belangen en werk aan waarde-creatie voor alle partijen.
- Kies voor korte termijn successen binnen een lange termijn perspectief.

2. Functies en rollen

Een lokale coalitie Eenzaamheid kan verschillende functies hebben. Denk aan: kennis delen, makelen en verbinden, aanjagen en impuls geven, signaleren en agenderen, faciliteren en inspireren, innoveren en leren, implementeren en realiseren, evalueren en monitoren.

- Spreek met de betrokkenen af welke functies de coalitie heeft en hoe je daarop concreet met elkaar wilt samenwerken.
- Bij de verschillende functies van het netwerk passen ook verschillende rollen. Bijvoorbeeld de rol van aanjager, makelaar en verbinder om samenwerking te stimuleren; een faciliterende rol wanneer het gaat om kennisdelen en een regisserende rol om te kunnen sturen op beleid.
- Regel trekkerschap: zonder een vorm van regie en coördinatie verzandt de samenwerking en ontstaat geen duurzaamheid. Stichting Haagse Community tegen Eenzaamheid is een platform van ondernemers die binnen hun eigen bedrijfsvoering eenzaamheid bestrijden. Ze doen dit door ondernemers bewust te maken, te inspireren, activeren en met elkaar te verbinden.
- Bekijk het overzicht van mogelijke taken van een coördinator.

3. Communicatie en relatie

Maak een concreet plan hoe de interactie en communicatie tussen de coalitieleden plaatsvindt (frequentie bijeenkomsten, overlegmomenten, actielijst/verslaglegging) en hoe de externe communicatie wordt opgezet. Gebruik hierbij diverse communicatiemiddelen en -kanalen (nieuwsbrief, website, vlogs, blogs, artikel in krant) om de coalitie en de inzet van de partners zichtbaar te maken. Zie bijvoorbeeld de website eenzaamheid Hillegom - Lisse.

- Loop als projectleider regelmatig de winkelstraat in; laat je zien op netwerkbijeenkomsten van ondernemers en verenigingen. De Arnhemse Uitdaging is een bedrijvennetwerk dat sinds 1999 zorgt voor samenwerking tussen het Arnhemse bedrijfsleven en maatschappelijke organisaties.
- Communiceer de impact van alle stappen.

Zie ook inspiratieblad 'Relatie- en communicatiemanagement'

4. Organisatievorm

Wat is een goede samenwerkingsvorm voor de lokale coalitie Eenzaamheid? Afhankelijk van de doelstellingen kan je kiezen voor een breed netwerk of juist voor een kleine kerngroep (kernpartners en schilpartners). ZamenEen is een platform dat bewoners, bedrijven en organisaties faciliteert bij het realiseren van goede ideeën. Het platform functioneert als servicecentrum en biedt logo, denkkracht, advieskracht, een paraplu.

Soms is er een apart netwerk of aparte bijeenkomst voor ondernemers:
De Slinger Hengelo en Zaanstad 2019 ondernemers tegen eenzaamheid

5. Monitoring en evaluatie

Benoem effect- en procesindicatoren en volg de beoogde resultaten. Cruciale indicatoren of meetpunten zijn bijvoorbeeld:

- Aantal inwoners dat zich uitgenodigd en gefaciliteerd voelt bij het nemen van initiatieven.
- Het (buurt)netwerk van ouderen is vergroot; zij hebben nieuwe contacten.
- Aantal initiatiefnemers dat aangeeft tevreden te zijn over het samenspel met de gemeente en lokale coalitie bij hun initiatief.

6. Randvoorwaarden

Denk aan randvoorwaarden als financiering, maar zeker ook aan: capaciteit, ruimte en tijd.

- Onderzoek de aanwezigheid van lokale en regionale fondsen en presenteer je plannen.
- Zie lokale fondsen niet als een zak geld. Ze hebben een lokaal netwerk, kennen partners en organisaties, weten waar goede aanpakken zijn, kunnen kennis en kunde ontsluiten over goede voorbeelden. Nodig ze aan tafel uit als samenwerkingspartner.
- Funding Plus is een methode voor vermogensfondsen om de groei en bestendigheid van maatschappelijke initiatieven mogelijk te maken.

Oefening

- Vul per pijler in hoe het er voor staat met deze pijler en geef een score per pijler van 1-5.
- Bedenk wat nodig is om de laagste score te verhogen.

Inspiratieblad

Relatie- en communicatie-management

In elke samenwerking komt het aan op de juiste communicatie en het onderhouden van de relatie.

Wat werkt hierbij wel en wat juist niet? Dit inspiratieblad helpt je op weg.

Bron: : Met senioren naar ADO

Pijlers van goed relatiemanagement

1. Vertrouwen

Samenwerken is mensenwerk.
Het is belangrijk om vertrouwen op te bouwen en te behouden.
Voel aan en bespreek wat de ander belangrijk vindt.
Maak verwachtingen waar, kom afspraken na en laat resultaten zien.

2. Samenwerkingsproces

Durf de samenwerking als proces aan de orde te stellen.
Luister, geef elkaar feedback over wat wel/niet goed gaat, verdiep, pas aan en stop als de energie op is en er niets meer gebeurt.

3. Contact en

Elke relatie gaat over (de mate van) persoonlijk contact.
Maak afspraken over de aard en frequentie van het contact.
Richt je vooral op jouw contactpersoon, maar vergeet de directie niet.

4. Actief betrekken

Bedenk voor welke bijeenkomsten en events de partner wordt uitgenodigd.
Zoek daarin naar de juiste balans en kijk goed waar de ander behoefte aan heeft.
Nodig het bedrijf ook eens uit bij netwerken in de publieke sector.

5. Vier het succes

Een relatie groeit als het doel waarop de relatie is gebouwd gehaald wordt.
Ook mijlpalen onderweg moeten gevierd worden. Laat zien wat de interventie van het bedrijf heeft opgeleverd en maak er een persmoment van.

6. Planning

Elke samenwerking is gebaseerd op afspraken. Deze moeten voor jou en de ander duidelijk zijn.
En ze moeten goed in de tijd gepland worden.
Zo weten beide partijen hoe de samenwerkingsagenda eruit ziet.

Voorbeelden uit gemeenten

- Zamen-Één journaal Dronten
- Stichtse Vecht: website, columns en unieke droneboodschappen
- Baarn: activiteiten en partners zichtbaarder via mediastrategie

Oefening

Schrijf een kort artikel van maximaal 20 zinnen over de samenwerking met een willekeurige private partner. Zet een gedroomd beeld neer over het succes van de samenwerking in de nabije toekomst (bijv. over een jaar). Vertel iets over de inzet van het bedrijf, de resultaten en het effect op de doelgroep. Dit artikel komt op de voorpagina van een lokale of regionale krant.

Tips voor goede communicatie

- Gebruik social media kanalen en je eigen website voor het breed delen van de samenwerking en vooral de activiteiten die worden ondernomen.
- Probeer een wekelijkse column of een maandelijks artikel in de lokale krant te krijgen met voorbeelden van succesvolle publiekprivate samenwerkingen.
- Laat de doelgroep aan het woord. De kracht van een interventie valt of staat met de beleving van de eindgebruiker. Storytelling is daarbij een beproefd middel.
- Help de ondernemer met voorbeelden en kant-en-klare halffabrikaten voor gebruik in zijn eigen bedrijfscommunicatie.
- Kijk of er aansprekende ambassadeurs of vloggers zijn die je kunt inzetten om de samenwerking aan een breed publiek te tonen. Verdiep je ook in de communicatiekanalen van de lokale bedrijfsnetwerken.
- Maak bedrijven afzender. Help bedrijven om zelf met trots iets te delen over de samenwerking aan andere bedrijven. Als geen ander kunnen zij in hun eigen netwerk andere bedrijven aansteken om mee te doen.

Actieprogramma Eén tegen eenzaamheid

Met het actieprogramma Eén tegen eenzaamheid wil de overheid de trend van eenzaamheid onder ouderen in Nederland doorbreken. We geloven dat dit kan door eenzaamheid eerder te signaleren en het bespreekbaar te maken. En vervolgens een duurzame aanpak te ontwikkelen. Kijk op eentegeneenzaamheid.nl.

Dit is een uitgave van
Ministerie van Volksgezondheid,
Welzijn en Sport

Bezoekadres
Parnassusplein 5 | 2511 VX Den Haag

Postadres
Postbus 20350 | 2500 EJ Den Haag
Telefoon 070 340 79 11

www.rijksoverheid.nl

november 2021