



Beleidsplan Inloophuis de 7 sprong

2014-2017

Versie: 15-07-2014 – gewijzigd 05-07-2016

Status: definitief



Doelgroep

Het inloophuis is een plek voor iedereen. We richten ons niet op een specifieke doelgroep, maar staan open voor iedereen die daar behoefte voor heeft. We zien dat dit vaak eenzame (oudere) mensen zijn, met een beperkt eigen sociaal netwerk.

Wel stellen we een aantal randvoorwaarden aan de manier waarop we met onze gasten omgaan:

- De gasten houden zich aan de huisregels
- De gasten zijn aanspreekbaar op hun gedrag
- We vinden het fijn, dat gasten niet alleen gezelligheid komen halen, maar ook komen brengen. Eigen inbreng (vb voorlezen; aardappel schillen voor een maaltijd etc) wordt op prijs gesteld
- We zijn een vrijwilligersorganisatie, daardoor kunnen we geen gasten helpen die professionele hulp nodig hebben.

Omdat ons uitgangspunt is, dat een ieder zich bij ons thuis moet voelen, willen we ons niet richten op een specifieke doelgroep. Wanneer een bepaalde groep echter structureel de 'overhand' krijgt, waardoor anderen zich niet meer bij ons thuis voelen, is het wenselijk om hier aanvullende maatregelen voor te nemen.

Wat willen we voor ze betekenen

We willen er voor de mensen zijn, dat doen we vanuit onze christelijke overtuiging. Door onze houding en gedrag willen we de mensen laten zien wie Jezus is. Evangelisatie is echter niet het doel van het inloophuis, maar als ter sprake komt, cq 'logisch' in het verband past, spreken we vrijmoedig over Jezus. Dit doen we door:

1. We bieden een luisterend oor

Huidige invulling

- | | | |
|-------|--|--|
| 1.1 | We bieden de gelegenheid voor de mensen om <u>hun</u> verhaal kwijt te kunnen: | <i>Het gaat er dus niet om dat wij ons verhaal kwijt kunnen</i> |
| 1.1.1 | Middels een groepsgesprek | <i>Van belang is dat met gasten wordt gesproken en niet over gasten</i> |
| 1.1.2 | Middels één op één gesprekken | <i>Hierbij is het wel van belang dat wij op 'enige afstand' van de gasten blijven.</i> |

We zijn geen professionele hulpverlening, maar luisteren wel naar de problematiek van de gasten. Indien nodig stimuleren we hen contact op te nemen met professionele hulp, waarbij we de rol van 'doorverwijzer' kunnen vervullen

Toekomstige invulling

Conform huidige invulling

Benodigde acties

Geen



2. We bieden activiteiten

Huidige invulling

2.1 We organiseren op vaste dagen activiteiten voor de gasten

- 2.1.1 Bingo op vrijdag
- 2.1.2 Activiteiten op zondagmiddag
- 2.1.3 Activiteiten rond christelijke feestdagen
- 2.1.4 Sinterklaasfeest

Toekomstige invulling (aanvullend op huidig)

2.2 *We vinden het belangrijk dat de gasten niet alleen passief in een groep zitten, maar ook worden gestimuleerd om mee te doen aan activiteiten.*

2.2.1 We organiseren activiteiten waar gasten aan mee kunnen doen.

Hierbij zien we de volgende mogelijkheden:

- a Een creatieve middag.
 - Bloemen maken van servetten
 - Schilderen met Jan Willem (evt. met krijgt ivm kosten)
 - Kaarten maken
- b Koekjes bakken o.i.d.

2.2.2 We betrekken gasten om zelf actief te worden.

Hierbij zien we de volgende mogelijkheden:

- a Voordracht door de gasten
- b Meehelpen bij voorbereiding maaltijd of afwas.
- c Gasten zelf koffie laten inschenken. Inrichten als buffet waar men zelf koffie kan pakken.

Alleen als warme maaltijd wordt georganiseerd Medewerkers moeten kijken of dit past binnen de middag en wel de regie houden

Opmerkingen:

- *Het initiatief voor de voor de gasten georganiseerde activiteiten moet bij de medewerkers zelf vandaan komen. De activiteit moet aansluiten bij de medewerker zelf.*
- *Activiteiten hoeven niet elke week georganiseerd te worden, maar structuur is wel gewenst. Regelmaat in de activiteiten is gewenst zodat gasten weten waar ze aan toe zijn*
- *Het moet duidelijk zijn dat activiteiten niet verplicht zijn.*
- *Activiteiten moeten aansluiten bij de aard en sfeer van het inloophuis*
- *Voordat gestart wordt met activiteiten zal gekeken moeten worden naar de kosten hiervan en de benodigde dekking hiervan in de begroting.*
- *Draagvlak voor nieuwe activiteiten kost tijd.*

Benodigde acties

1. Vaststellen frequentie activiteiten
2. Testen opstelling koffie als buffet ipv schenken



3. Het aanbieden van maaltijden tegen een gereduceerd tarief

Hierbij komen, gesprek, activiteit en eigen inbreng samen, waarbij ook oog is voor de financiële situatie van de gasten (door aanbieden van maaltijd tegen gereduceerd tarief, kunnen de gasten een goedkope maaltijd ontvangen)

Huidige invulling

3.1 We organiseren de volgende maaltijden

- | | |
|--------------------------------------|--------------------------|
| 3.1.1 Lunch op maandagmiddag | (vergoeding € 1,00 euro) |
| 3.1.2 Warme maaltijd op donderdag | (vergoeding €3,00 euro) |
| 3.1.3 Kerstmaaltijd (warme maaltijd) | |

3.2 We organiseren de volgende maaltijden

3.2.1 Lunch

<i>frequentie</i>	wekelijks
<i>Dag</i>	maandag
<i>Bijdrage</i>	min.€ 1,00

3.2.2 Warme maaltijd (regulier)

<i>frequentie</i>	2 x per maand
<i>Dag</i>	donderdag
<i>Bijdrage</i>	min. € 3,00

3.2.3 Warme maaltijd feestdagen (bijv. kerst/pinksteren)

<i>frequentie</i>	2 x per jaar
<i>Dag</i>	n.t.b.
<i>Bijdrage</i>	n.t.b.

Opmerkingen m.b.t. warme maaltijd :

- *Onder de medewerkers is animo aanwezig om bij de warme maaltijd bedienen.*
- *Koken gebeurt door een team van koks .*
- *Er is een aparte sub-coördinator voor de organisatie van het geheel aangesteld.*

Beleid Public Relations en Fondswerving

Algemeen.

Het bestuur heeft besloten om een commissie PR en Fondswerving in te stellen die tot taak heeft met voorstellen te komen en in overleg met het bestuur en de coördinator een deel van de werkzaamheden uit te voeren.

- Hiertoe wordt jaarlijks een communicatieplan opgesteld door de commissie PR/FW. In dit plan worden o.a. de te realiseren jaardoelstelling, de in te zetten middelen en een taakverdeling opgenomen.
- De leden van de werkgroep hebben ieder hun eigen 'portefeuille' en rapporteren daarover periodiek aan het bestuur. Deze items worden opgenomen op de actielijst bij de agenda/notulen.
- Indien noodzakelijk kunnen de 'leden' van de werkgroep separaat bijeen komen.
- De commissie komt tenminste één keer per jaar bijeen.



Public relations.

Voor de doelgroepen participanten, bezoekers, sponsors, subsidieverstrekkers en inwoners van Veenendaal kunnen de volgende middelen ingezet worden:

- De Binnenloper (2 tot 3 keer per jaar)
- De Website / Facebook
- Kerkbladen (ca 2 keer per jaar)
- De huis-aan-huis-krant (ca 1 keer per jaar)

De informatieverstrekking aan de participanten wordt verzorgd door de secretaresse.

De coördinator verzorgt de communicatie met de gasten en medewerkers.

Sponsors en subsidieverstrekkers worden benaderd door de fondsenwerfers binnen het bestuur.

De overige PR activiteiten worden via de taakverdeling ingepland.

Het streven is om actuele informatie te verstrekken, waarbij met name het onderhoud van website en facebook van eminent belang is.

Fondswerving.

Het binnenhalen van nieuwe participanten wordt afgestemd op de financiële noodzaak daartoe.

De Fondsenwerfers binnen het bestuur zullen sponsors benaderen, waarbij de mogelijkheid wordt geboden om een reclame-uiting te plaatsen in de Binnenloper, dan wel op de website, tegen betaling van een incidentele of periodieke gift, dan wel een bijdrage voor de reclame-uiting.

Voorts zal getracht worden om doelsubsidies te werven, zoals bijvoorbeeld ook WMO-subsidie.

De commissie PR/FW zal onderzoeken hoe vorm gegeven kan worden aan de organisatie rond een op te richten groep 'Vrienden van het Inloophuis'.



Hoe vergroten we onze herkenbaarheid (in Markt 10)

Het inloophuis is op dit moment gevestigd in Markt 10, een locatie waarin meerdere instanties diensten aanbieden, soms aan de zelfde soort doelgroep. Het is daarom van belang dat zowel onze participanten als onze gasten de 7 sprong herkennen als een unieke organisatie. Daarbij zijn de volgende zaken van groot belang:

1. Locatie/ruimte: De ruimte waarin het inloophuis zit is momenteel nog teveel een algemene ruimte, waar het inloophuis ook zit. Het moet echter de ruimte van het inloophuis zijn, waar soms ook andere activiteiten gehouden worden. Voor het uniek maken van het inloophuis is een eigen ruimte dus een randvoorwaarde. De herkenbaarheid van de ruimte en de sfeer van het inloophuis kan worden vergroot door:
 - a. Een buitenplaats waar mensen kunnen zitten
 - b. Toepassen statafels
 - c. Aanpassingen aan de ruimte
 - i. Warme tint op de wanden
 - ii. Logo in de ruimte zelf
 - iii. Plaatsing kamerschermen of tussenwand
 - iv. Aanbrengen sfeerverlichting
2. Organisatie/activiteiten: We kunnen ons ook onderscheiden door wat we doen en door de manier waarop. Door meer te bieden dan 'een groepsgesprek', dus door het organiseren van diverse activiteiten, kunnen we ons onderscheiden. Daarnaast is de manier waarop we dat doen van groot belang. Voor de manier waarop spelen onze vrijwilligers een cruciale rol. Zij maken dat de gasten zich bij ons thuis voelen en ons herkennen als **dè 7 sprong**

Aandachtspunten naar aanleiding van het beleidsplan

Voor de realisatie van bovenstaande zaken zijn twee punten van groot belang:

- Financiën.

Als inloophuis is ons financieel beleid gericht op een solide bedrijfsvoering waarbij de inkomsten en uitgaven in balans dienen te zijn. Daarnaast dient het inloophuis over een dusdanige reserve te beschikken die even groot is als de helft van de begroting voor het lopende jaar. Een deel van de plannen kosten extra geld. De huidige begroting biedt geen ruimte voor extra uitgaven. Om extra inkomsten te genereren zijn de volgende zaken benoemd:

 - Werving nieuwe participanten
 - Aanvragen extra collecten aan participanten en niet-participanten. Hierbij kan een beamer-presentatie worden getoond.
 - Binnenloper (nieuwsbrief) gebruiken voor P.R. en bijv. bij ingang kerken neerleggen. De binnenloper kan worden gevuld met advertenties om drukkosten eruit te halen
 - Actief werven donateurs
- Medewerkers.

De hierboven geschetste ideeën zullen nader moeten worden ingevuld en uitgevoerd door onze medewerkers. Als bestuur hebben we er daarom voor gekozen om het punt 'hoe gaan we dit realiseren' samen met de medewerkers invulling te geven. Het concept-beleidsplan is besproken in de medewerkersvergadering van 7 mei 2014. De input van die bespreking is verwerkt in de huidige versie van het beleidsplan.

Aldus vastgesteld in de vergadering van het Algemeen Bestuur van de Stichting de Zevensprong d.d. 15 juli 2014.

Gewijzigd in de vergadering van 5 juli 2016.