

**Strategisch plan SH-Jong
2019-2022**

Contents

Inleiding	2
Missie	2
Visie	3
Strategie	3
Organisatie	5

Inleiding

SH-Jong is de landelijke patiëntenvereniging voor slechthorende jongeren en werd opgericht in 2010.

In 2015 ging SH-Jong een federatie aan met de NVVS en de FOSS. De NVVS richtte zich op diverse doelgroepen, namelijk: tinnitus, ménière, brughoektumor, hyperacusis en slechthorenden. De FOSS was en is er voor ouders met slechthorende kinderen en kinderen met een taalontwikkelingsstoornis (TOS).

Onder de naam Stichting Hoormij hebben de partijen drie jaar lang samen gewerkt, met de intentie om ooit te fuseren. De organisatieculturen- en structuren bleven intact en kwamen niet dichterbij elkaar. Tevens wilde de NVVS vanwege financiële redenen zich meer richten op preventie en wetenschappelijk onderzoek. Eerst moest geld binnengehaald worden, daarna zou er ruimte zijn om te spreken over een missie en visie. Voor SH-Jong reden om zich terug te trekken als deelnemer uit de federatie.

Tijd om een nieuwe weg in te slaan. Daar hoort een beleidsplan bij, met een duidelijke missie en visie van een patiëntenvereniging voor slechthorende jongeren. Juist in deze tijd, waarin steeds meer slechthorende jongeren naar het regulier onderwijs gaan en er meer aandacht is dan ooit voor participatie van mensen met een arbeidsbeperking op de arbeidsmarkt, is het belangrijk dat er specifieke aandacht is om de groep jongeren met slechthorendheid te voorzien van de juiste tools en het zelfvertrouwen om mee te doen in de maatschappij.

Uit onderzoek blijkt dat contact met lotgenoten niet vanzelfsprekend is. Afstand, verschillen in communicatiecode en angst voor stigmatisering zijn de belangrijkste redenen die dit contact lijken te verhinderen (Isarin, 2006, 2008). Zoals Piso, Knoors & Vervloed (Van Horen Zeggen, 2009) stellen is het bevorderen van contacten met andere slechthorende jongeren van belang voor een groter sociaal netwerk en kwalitatief betere vriendschappen. Ook bepleiten zij gerichte aandacht voor het bewerkstelligen van zelfstandigheid en zelfredzaamheid en dus autonomie van slechthorende jongeren in het regulier onderwijs.

De huidige kracht van SH-Jong zit met name in het organiseren van activiteiten voor lotgenoten en het enthousiasme waarmee een groep ervaringsdeskundigen dit als vrijwilligers oppakt. Veel patiëntenverenigingen kampen met vergrijzing, SH-Jong daarentegen heeft een grote aantrekkingskracht op jongeren.

Jonge mensen brengen enthousiasme, creativiteit en flexibiliteit. Gecombineerd met een specifieke doelgroep is SH-Jong een vereniging met veel potentie. Zwakkere punten zijn de afhankelijkheid van een kleine groep vrijwilligers en het grote gebied dat SH-Jong met haar activiteiten wil bestrijken. Dit beleidsplan formuleert een strategie om de sterke punten te benutten en de zwakke punten te ondervangen.

Missie

SH-Jong is er om te zorgen dat slechthorende jongeren met zelfvertrouwen en toekomstperspectief in de maatschappij staan en het gevoel hebben dat ze 'erbij horen'. SH-Jong zet daarom in op een maatschappij waarin jongeren met slechthorendheid gelijke kansen hebben als hun 'goedhorende' leeftijdsgenoten en zorgt ervoor dat zij daarnaast een plek hebben waar hun slechthorendheid niet 'anders' is. Het motto van SH-Jong is: 'Geloof in je droom! Ook als slechthorende kun je alles bereiken!'

Visie

De missie van SH-Jong wordt vertaald in de volgende visie (visie geeft aan op welke wijze SH-Jong invulling wil geven aan de geformuleerde missie).

Vóór en door slechthorende jongeren...

SH-Jong is er van overtuigd dat het bereiken van onze missie enkel kan wanneer de jongeren zelf aan het roer staan. Zij weten immers waar de doelgroep behoefte aan heeft. Door jongeren zelf de kernactiviteiten te laten organiseren én te laten besturen, kunnen zij bovendien waardevolle (werk)ervaring op doen.

Slechthorendheid als identiteit

Opgroeien met slechthorendheid, maakt dat slechter horen een deel is van wie jij bent. Het is essentieel om je slechthorendheid te accepteren. Wanneer je open bent over jouw (on)mogelijkheden, kunnen anderen hier rekening mee houden. Door het niet te zien als iets wat jou zwak maakt, maar als iets dat jou uniek maakt, zet je het in als een kracht. Daarbij maak je het onderdeel van wie je bent. Slechthorendheid is ook wat de leden van SH-Jong als groep verbindt.

Breed perspectief op communicatie

De doelgroep van SH-Jong is zeer divers in gehoorverlies. De meeste jongeren uit de doelgroep hebben ondersteuning nodig bij communicatie. SH-Jong gelooft niet in een 'one-size-fits-all'-benadering en streeft naar een situatie waarin jongeren breed worden voorgelicht over de verschillende communicatiemogelijkheden voor doven en slechthorenden, waaruit ze eigen keuzes kunnen maken.

Ambitie stimuleren

SH-Jong stimuleert de doelgroep om het maximale uit zichzelf te halen, door breed te kijken naar mogelijkheden. Daarvoor is het belangrijk om voorbeelden te laten zien van mensen die hun dromen waargemaakt hebben.

Aandacht voor bewustwording

Hoewel 10% van de Nederlandse bevolking slechthorend is, weten maar weinig mensen hoe je daar het beste mee om kunt gaan. Daarom ziet SH-Jong het als een belangrijke taak om mensen bewust te maken van de impact die slechthorendheid heeft en op welke manier je rekening kunt houden in de communicatie met mensen die slechthorend zijn.

Strategie

Om de missie en visie te bereiken heeft SH-Jong de volgende strategische doelen geformuleerd.

SH-Jong organiseert haar lotgenotencontact regionaal

SH-Jong is een landelijke organisatie, waarvan de vrijwilligers voor lotgenotencontact regionaal met elkaar samenwerken om op lokaal/regionaal gebied activiteiten te organiseren. Deze regionale/lokale activiteiten kenmerken zich door kleinschaligheid, eenvoudig in organisatie en betaalbaar.

Ondersteunende processen worden ondergebracht bij betaalde krachten

Om een professionele organisatie te worden, heeft SH-Jong ondersteuning nodig voor betaalde krachten voor taken waar de expertise niet onder vrijwilligers ondergebracht is. Zie ook organisatie.

Onderscheiden van verschillende subdoelgroepen

SH-Jong is er voor kinderen van 12-18 jaar en 18-30 jaar. Deze doelgroepen zitten elk in een eigen specifieke levensfase en hebben andere behoeften. De strategie van SH-Jong is om (op termijn) voor elk van deze groepen voldoende activiteiten te bieden en op te komen voor belangen van deze specifieke doelgroepen naast de overkoepelende belangen.

Relatie met donateurs opbouwen

SH-Jong heeft een bepaald aantal leden/donateurs nodig om de instellingssubsidie te behouden en eventueel extra activiteiten te kunnen uitvoeren. Omdat de jonge doelgroep vaak minder vermogend is, zal er specifiek gericht worden op donateurs in de omgeving van de doelgroep: bijvoorbeeld ouders, familieleden, maar ook professionals.

Lobby en advies vanuit ervaringsdeskundigheid

Om de kwaliteit van onderwijs(ondersteuning), zorg en hulpmiddelen te verbeteren, is de input van ervaringsdeskundigen belangrijk. Zij kunnen immers het beste de knelpunten en de kansen vanuit het perspectief van de doelgroep benoemen. Niet alleen omdat ze hier zelf ervaring mee hebben, maar ook omdat ze in direct contact staan met anderen en hun ervaringen. Bestuursleden en vrijwilligers van SH-Jong zijn daarom een klankbord voor het werkveld.

SH-Jong richt zich op samenwerking

SH-Jong is een kleine organisatie die bouwt op vrijwilligers. De overtuiging daarom is dat SH-Jong niet in staat is om alléén de missie te volbrengen. Daarom richt SH-Jong zich op strategische partners, die gedeeltelijk hetzelfde doel en dezelfde doelgroep voor ogen hebben. SH-Jong investeert in relaties met relevante stakeholders en voert projecten altijd in samenwerking met andere partners uit.

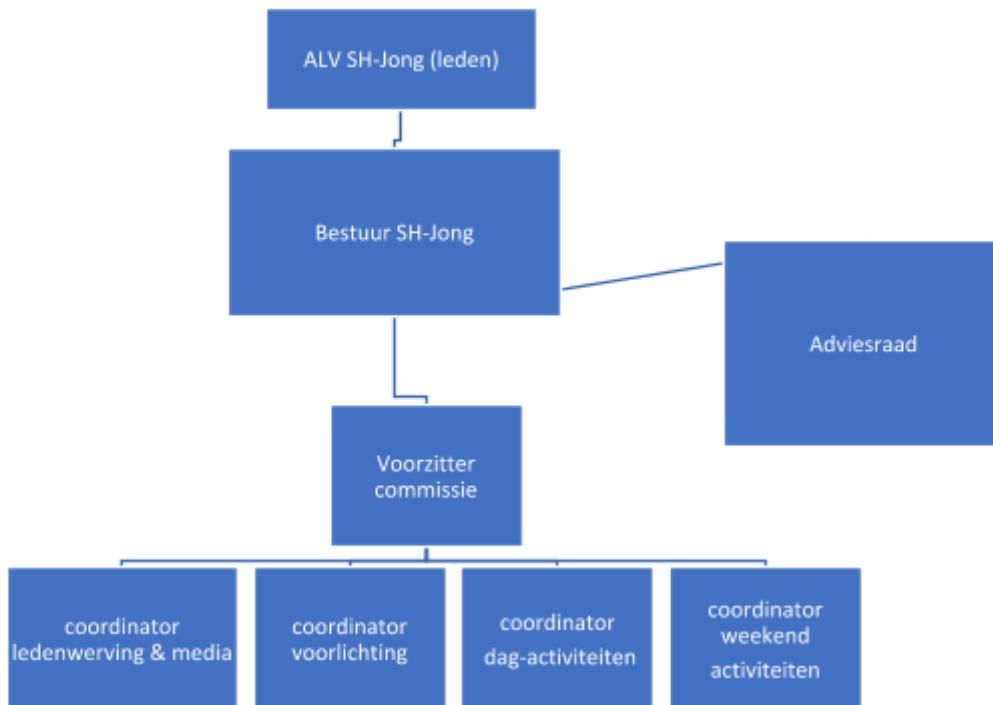
Processen stroomlijnen

SH-Jong is een jonge, dynamische en flexibele organisatie, maar wel effectief. Door het stroomlijnen van processen, met een helder beleid en projectplannen die aansluiten bij de missie en visie, is SH-Jong een effectieve organisatie die investeert in datgene wat direct bijdraagt aan empowerment van slechthorende jongeren.

Investeren in vrijwilligers

Het is van groot belang dat er een goede doorstroom van vrijwilligers is, en dat er een continue instroom van nieuwe vrijwilligers is. Zij moeten een ontwikkeltraject doormaken en de kans krijgen om nieuwe vaardigheden op te doen en bestaande competenties te ontwikkelen. Scholing is daarin een groot goed.

Organisatie



Bestuur

Bestaande uit ten minste: voorzitter, penningmeester en secretaris. Verantwoordelijk voor beleid en strategie, en voor ledenadministratie, financiën en subsidieverantwoording. Ook onderhouden zij externe contacten.

Raad van Advies

Geeft advies aan het bestuur over subsidieverantwoording, begrotingen en jaarplannen. Heeft geen beslissingsbevoegdheid.

Algemene Ledenvergadering

SH-Jong komt 2x per jaar bij elkaar voor een algemene ledenvergadering: in mei voor het goedkeuren van de jaarrekening en (bij aflopende termijnen of vertrekkende bestuursleden) de instemming van nieuwe bestuursleden.

Coördinatoren

SH-Jong heeft enkele werkgroepen, te weten: media & ledenwerving, voorlichting, dagactiviteiten en weekendactiviteiten. Elke werkgroep heeft een coördinator, die verantwoordelijk is voor het aansturen van die specifieke werkgroep. Deze coördinatoren worden aangestuurd door de voorzitter van de commissie.

Vrijwilligers

De vrijwilligers van SH-Jong verrichten taken in één of meerdere werkgroepen.

Externe ondersteuning

SH-Jong wordt extern ondersteund bij ledenadministratie en declaratieverwerking. Daarnaast ook externe ondersteuning waar nodig, bijvoorbeeld voor ledenwerving & communicatie/media. Projecten worden eveneens door professionals gecoördineerd of uitgevoerd. SH-Jong heeft geen mensen in dienst, maar werkt met freelance professionals of professionals in dienst van samenwerkingspartners.