



Jaarverslag/beleid Stichting Niet Blind 2024

Algemeen

In 2024 is het eerder in gang gezette beleid voortgezet. Dat is in het jaarverslag 2023 ook zo aangekondigd. In 2025 gaan wij de concrete acties in gang zetten, gebaseerd op de uitgangspunten die in dit verslag nog eens uiteen worden gezet.

Investerings in Communicatie

Vanaf de oprichting heeft NietBlind zich gericht op de boodschap dat er meer research moet komen om de situatie rond slechtziendheid en blindheid te verbeteren en te voorkomen. En dat er een balans zou moeten zijn tussen de investeringen in hulpmiddelen en die in research. Een valide keuze maar na ruim 7 jaar hebben we geconstateerd dat deze route Nederland niet wakker schudt rond de urgente situatie van slechtziend- en blindheid. Terwijl de urgentie jaarlijks groeit door de vergrijzing van de bevolking en het urenlange gestaar op smartphone en PC schermen door jongeren.

Merken expert Marc Oosterhout heeft ons geholpen met een analyse van de status quo en met workshops over de nieuwe positionering van NietBlind.

Dit alles heeft geresulteerd in het nieuwe communicatieconcept:

Je ogen zijn je leven.

De essentie:

Je ogen zijn je belangrijkste orgaan. Ze zijn je kompas in je leven. Met je ogen maak je contact met anderen. Je ogen verbinden je met de wereld om je heen. En geven je de mogelijkheid om in alle vrijheid te leven zoals jij wilt. Dat is van onschatbare waarde.

Dit concept heeft geleid tot de investering in een compleet nieuwe huisstijl en website.

Nieuw inzicht

In de zoektocht waarom Nederland slechthoortheid en blindheid niet hoog op zijn of haar breinpositie heeft staan hebben we diverse gesprekken en interviews afgenomen met de doelgroep en die getoetst bij blinden en slechthoorders.

Samenvattend is de uitkomst:

De doelgroep: “Ik kom zelden een blind iemand tegen in het dagelijks leven en als er een tv item is over dit onderwerp valt mij op dat ze altijd enorm positief zijn over hun situatie en leven. Blijkbaar dus geen groot probleem”.

Dat je blinden niet veel ziet is te verklaren. Velen leven in een isolement en de groep die wel de deur uit gaat, gaat vaak onder begeleiding omdat ze een stok of hond willen vermijden. Dat heeft te maken met een vorm van schaamte.

Die schaamte blijkt ook de reden te zijn voor hun positiviteit. Ze voelen zich anders in onze maatschappij waar perfectie een grote rol speelt. Dat anders voelen ervaren zij heel sterk . De reactie daarop is: “Ik wil niet dat anderen mij zielig vinden”. Het is een masker.

Ons nieuwe inzicht is dat deze geëtalende positieve houding Nederland weerhoudt om slechthoortheid en blindheid als een majeur probleem te zien.

En daar wil NietBlind verandering in brengen. Wij hebben een aantal slechthoorders en blinden gevraagd om hun werkelijke levensverhaal en problemen te vertellen. Dat heeft geresulteerd in een serie heel impactvolle filmpjes die laten zien hoe zwaar hun leven vaak is , waar ze in beperkt zijn, wat ze missen, welke keuzes ze niet hebben en wat hun ultieme wensen zijn.

De filmpjes gaan we in 2025 verspreiden met een olievlekeffect via social media, netwerken, TikTok en in combinatie met traditionele media als TV en radio.

Terugwinnen van donateurs

Onze opbrengsten komen voor het grootste deel uit donateurs die we bij de start van NietBlind hebben geworven met straatwerving. Deze werving is destijds gefinancierd met een lening. De lening is volledig afgelost en NietBlind

heeft daar een heel gezond rendement op gemaakt. Een verstandige en verantwoorde keuze dus.

Donateurs heb je niet voor altijd is de realiteit. Mensen zeggen naar verloop van tijd op.

We hebben in 2023 een begin gemaakt met, via telemarketing, terugwinnen van opzeggers. De resultaten zijn heel bemoedigend dus we blijven deze actie ook in 2025 doorzetten.