



STICHTING
PRACHTMENS

Beleidsplan Stichting Prachtmens 2016-2018

Meer verbondenheid en minder stigmatisering,
door middel van fotoprojecten.

Inhoud

1. Organisatie	4
Bestuur	4
Initiatiefnemer en fotograaf.....	4
Samenwerkingen	4
Prachthelden	4
2. Missie en visie	4
3. Doelen	5
Projecten	5
4. SWOT analyse	5
5. Strategische aandachtspunten	6
Aandachtspunten op basis van zwakke punten	6
Aandachtspunten op basis van sterktes.....	6

1. Organisatie

Bestuur

Het bestuur van Stichting Prachtmens bestaat uit drie personen. Het bestuur heeft de leiding over de stichting en komt regelmatig bijeen.

Voorzitter: Kirsten Kievit kirsten@stichtingprachtmens.nl

Penningmeester: Pim Klop pim@stichtingprachtmens.nl

Secretaris: Elly Hamstra elly@stichtingprachtmens.nl

Initiatiefnemer en fotograaf

De initiatiefnemer en tevens fotografe van Stichting Prachtmens is verantwoordelijk voor de dagelijkse gang van zaken en de invulling van de projecten.

Martine Sollie martine@stichtingprachtmens.nl

Samenwerkingen

Stichting Prachtmens wordt bijgestaan door vrijwilligers (sponsors), ambassadeurs en partners. Zij dragen Stichting Prachtmens een warm hart toe en zetten zich in wanneer nodig.

De ambassadeur van Stichting Prachtmens is Fred van Zwieten, voorzitter van de Optimistenbond in Nederland en Executive Director van BNI Den Haag.

De partners waarmee Stichting Prachtmens samenwerkt verschillen per project en onderwerp.

Prachthelden

Prachthelden zijn mensen die deel hebben genomen aan een fotoserie, en de moed hebben gehad zichzelf helemaal te laten zien. Dit zijn de mensen die het mogelijk maken voor Stichting Prachtmens de missie te verwezelijken. Daarom hebben zij de status van Prachtheld binnen de stichting.

2. Missie en visie

Stichting Prachtmens heeft als missie om meer verbondenheid en minder stigmatisering tussen mensen te bewerkstelligen in de maatschappij.

Er zijn twee dingen onmisbaar in het leven: Zelfliefde en verbondenheid met andere mensen. Verbondenheid kan gecreëerd worden als je jezelf helemaal laat zien, inclusief je kwetsbare kanten. Dat vraagt om zelfliefde en moed. Kwetsbaarheid wordt in onze maatschappij vaak als zwakte gezien, maar is in de visie van Stichting Prachtmens een kracht.

Door menselijkheid (letterlijk) te laten zien zal er meer openheid en begrip komen, en kan verbinding gemaakt worden. Daardoor zal stigmatisering en veroordeling verminderen.

3. Doelen

Het doel van Stichting Prachtmens is om, door middel van fotoprojecten, een bepaalde doelgroep te laten zien. Deze doelgroep lijdt aan iets of heeft iets mee gemaakt wat van buiten niet zichtbaar lijkt, maar wat wel een stempel op het leven drukt.

Deze projecten helpen de deelnemers aan de series. En daarbij zal hun verhaal en foto's anderen (lotgenoten, behandelaars, naasten etc.) inspireren, helpen en sterken.

Concreet mondt dit uit in fotoboeken, exposities, presentaties en aanverwante zaken. Het streven is één fotoproject per jaar te realiseren.

Projecten

Het project voor 2016-2017 zal gaan over depressie.

Voor het project voor 2017-2018 zal gekozen worden uit de volgende doelgroepen:

- Mensen die gepest zijn, of op dit moment gepest worden
- Ex-gedetineerden
- Mensen die ongewenst kinderloos zijn, danwel een kind hebben verloren
- Mensen die aangerand/misbruikt zijn
- Mensen met een aandoening aan hun zintuigen
- Veteranen
- Mensen met PTSS

4. SWOT analyse

Sterk

S1 - Concrete beeldende projecten, met duidelijk begin en eind

S2 - Samenwerking met andere partijen per doelgroep

S3 - Enthousiast bestuur met expertise en drive

S4 - Groot netwerk wat we hebben

Zwak

Z1 - Organisatie is niet fulltime

Z2 - Naamsbekendheid is nog klein

Z3 - Er zijn weinig financiële middelen

Z4 - Er is weinig kennis van de subsidie/fondsen wereld

Kansen

K1 - Samenwerkingen met andere partijen en overheid

K2 - Grote behoefte aan concrete aandacht per doelgroep

K3 - Verandering van de maatschappij naar meer menselijkheid en openheid

Bedreigingen

B1 - Deelnemers die mogelijk uitvallen of terug trekken

B2 - Te weinig/wegvallen sponsors, fondsen en subsidies

B3 - Lange doorlooptijd aanvraag fondsen en subsidies

B4 - Uitvallen initiatiefnemer

5. Strategische aandachtspunten

Op basis van de Confrontatiematrix (op basis van de SWOT analyse) zijn er strategische aandachtspunten geformuleerd voor 2016-2018.

	Bedreigingen				Kansen		
	B1 - Deelnemers die uitvallen	B2 - Wegvallen sponsors, fondsen	B3 - Lange doorlooptijd aanvraag fondsen	B4 - Uitvallen initiatiefnemer	K1 - Samenwerking overheid / andere partijen	K2 - Behoeftte aan concrete aandacht in doelgroep	K3 - Tendens meer menselijkheid in maatschappij
Sterktes							
S1 - Concrete projecten				+	3	+	+
S2 - Samenwerking met andere partijen				+	?	4	+
S3 - Enthousiast bestuur							+
S4 - Netwerk	+	+		+	5	+	
Zwakke punten							
Z1 - Organisatie is parttime		+	+		+		
Z2 - Naamsbekendheid		+			+		
Z3 - Weinig financiële middelen		2		+		+	
Z4 - Kennis van subsidiewereld		1	+		+		

Figuur 1: Confrontatiematrix

Aandachtspunten op basis van zwakke punten

1. We moeten de juiste kennis in huis halen van fondsen, subsidies en sponsoring
2. We moeten zorgen dat de financiële middelen verhogen

Aandachtspunten op basis van sterktes

3. De juiste partijen bij de doelgroepen/ projecten zoeken is essentieel (zoals Depressie Vereniging bij serie over depressie)
4. Er zijn veel partijen die zich inzetten voor een speciale doelgroep, onze andere (kunstzinnige) benadering is een aanvulling hierop.
5. We hebben een groot netwerk, waar we veel uit kunnen halen. Deze moeten we optimaal benutten.