



Ministerie van Volksgezondheid,
Welzijn en Sport

Eén tegen eenzaamheid met ondernemers

*Handreiking voor gemeenten over het betrekken van
ondernemers bij de aanpak van eenzaamheid*

Voorwoord

Eenzaamheid is een grote maatschappelijke opgave. Een gevoel waar iedereen weleens mee te maken heeft. Iedereen kan ook iets doen om eenzaamheid te voorkomen of te verminderen: familie, burens, de wijkzorg, de gemeente. Maar ook natuurlijk de supermarkt waar mensen hun dagelijkse boodschappen doen, de kapper waar mensen graag een praatje maken of de postbezorger die de pakketjes brengt bij mensen thuis. Het oplossen van eenzaamheid lukt het best als we het samen doen. Overheid én bedrijfsleven.

In de praktijk zien we ook al dat steeds meer (plaatselijke) ondernemers iets doen tegen eenzaamheid. Er ontstaan overal in Nederland vormen van samenwerking tussen ondernemers en gemeenten. Deze handreiking is bedoeld voor gemeenten die deze vormen van publiek-private samenwerking om eenzaamheid tegen te gaan willen uitbreiden en versterken. De handreiking biedt praktische stappen om te komen tot samenwerking en bevat daarnaast allerlei voorbeelden uit gemeenten.

De handreiking is geschreven vóór en mét gemeenten. Zo hebben Een tegen eenzaamheid-gemeenten Dronten en Vlaardingen meegelezen op dit document en zijn voorbeelden uit andere gemeenten opgenomen ter inspiratie. Het is ook een 'levende' handreiking geworden die in de toekomst verder kan worden uitgebreid met voorbeelden van samenwerking tussen ondernemers en gemeenten. Ik hoop dan ook dat we in de toekomst vele voorbeelden uit het hele land kunnen opnemen, om daarmee weer andere gemeenten en ondernemers te inspireren.

Arnout Hagens

Eén tegen eenzaamheid

PS: als u als gemeente bent aangesloten bij het actieprogramma Eén tegen eenzaamheid van het ministerie van VWS, dan kunt u kosteloos gebruikmaken van een deskundige adviseur. Natuurlijk ook om deze handreiking bij u in de praktijk te brengen! Is uw gemeente nog niet aangesloten? Zet het [hier](#) meteen in gang.

Inhoudsopgave

	Voorwoord	3
1.	Introductie	5
2.	Eenzaamheid en ondernemers: een plaatsbepaling	7
3.	Aan de slag: ondernemers betrekken	12
4.	Tot slot	19
	Handige hulpmiddelen	20
	Voorbeeldmail betrekken collega's	20
	Gespreksstarter	20
	Voorbeeldmail om lokale ondernemers te betrekken	21
	Oefening met ambtelijke collega's (fase: voorbereiden)	22
	Opzet inspiratiebijeenkomst ondernemers (fase: verbinden)	23
	Werksessie met partners van de lokale coalitie (fase: verleiden)	23

1. Introductie

Steeds meer aandacht voor eenzaamheid

Nog nooit is er zoveel aandacht voor eenzaamheid geweest als nu. Steeds meer burgers, vrijwilligers, organisaties, bedrijven en gemeenten zetten zich in om eenzaamheid in hun eigen omgeving te voorkomen en tegen te gaan. Dat is belangrijk en prachtig tegelijk, want meer dan 40% van alle volwassenen [geeft aan](#) zich eenzaam te voelen. 10% voelt zich ernstig of zeer ernstig eenzaam.

Actieprogramma Een tegen eenzaamheid helpt

Met het nationale [Actieprogramma Eén tegen eenzaamheid](#) wil de overheid de trend van eenzaamheid in Nederland doorbreken. Dit kan door eenzaamheid eerder te signaleren en bespreekbaar te maken. En vervolgens een duurzame aanpak te ontwikkelen.

164 gemeenten hebben zich inmiddels aangesloten bij het Actieprogramma (stand per 1 juni 2020).

Breed lokaal netwerk nodig

Een duurzame, effectieve aanpak van eenzaamheid kan op lokaal niveau alleen plaatsvinden als geleidelijk alle relevante domeinen betrokken worden. Daarbij gaat het om ervaringsdeskundigen, bewonersorganisaties, de gemeente, zorg- en welzijnsorganisaties. Ook kunst & cultuur, het onderwijs, geloofsgemeenschappen, sportorganisaties en woningcorporaties kunnen een belangrijke bijdrage leveren, net als organisaties rond schulden, armoede en integratie en vermogensfondsen.

Ondernemers steeds vaker betrokken

Ook ondernemers kunnen een belangrijke bijdrage leveren aan het voorkomen en tegengaan van eenzaamheid. Zij zijn vaak zeer betrokken bij de lokale samenleving en komen op een laagdrempelige manier in contact met de doelgroep. Ze kunnen zich inzetten door bijvoorbeeld extra gastvrij te zijn, eenzaamheid te signaleren, activiteiten te organiseren of door het bieden van kennis, menskracht, netwerken of sponsoring in natura.

Gemeenten: hoe kunnen wij ondernemers betrekken?

Eenzaamheid is een opgave voor ons allemaal. Bedrijven, maatschappelijke organisaties en gemeenten. In de praktijk blijken gemeenten nog vaak zoekend te zijn om ondernemers (duurzaam) te betrekken. Ze hebben vragen zoals:

- Wat kunnen ondernemers betekenen?
- Welke ondernemers zijn het meest relevant?
- Hoe kunnen we ondernemers betrekken?
- Wat werkt goed, wat zijn ervaringen, wat zijn voorbeelden?
- Hoe kunnen we hen ondersteunen?

Handreiking helpt

Deze handreiking is gemaakt om gemeenten te helpen bij het betrekken van het lokale bedrijfsleven bij de aanpak van eenzaamheid. De handreiking biedt inspiratie, voorbeelden, achtergronden, handvatten en stappen om dit op te pakken. De handreiking is vooral bedoeld voor gemeenteambtenaren die actief betrokken zijn bij de lokale aanpak van eenzaamheid. Daarnaast is de handreiking interessant voor collega-ambtenaren van andere afdelingen, wethouders en andere betrokkenen.

Verantwoording

De handreiking is gebaseerd op de ervaring binnen het Actieprogramma Eén tegen eenzaamheid. De informatie, kennis en inzichten zijn opgedaan door de adviseurs van het programma, ook in contact met lokale netwerken en ondernemers. De handreiking presenteert nadrukkelijk de tussenstand op hoofdlijnen, is niet gebaseerd op wetenschappelijk onderzoek en wordt aangepast met nieuwe informatie. Dit document gaat níet over de inkoop van diensten bij bedrijven (al dan niet in combinatie met Social Return on Investment), maar alleen over de vrijwillige inzet van ondernemers om eenzaamheid in hun eigen omgeving te voorkomen of tegen te gaan.

Met ‘ondernemers’ of ‘het bedrijfsleven’ zijn alle organisaties bedoeld die (ook) een expliciet winstoogmerk hebben, dus: sociaal ondernemers met een maatschappelijk doel voor ogen, ondernemers met een mvo-programma en commerciële ondernemingen.

Oproep

Graag horen we hoe het u op lokaal niveau vergaat met het betrekken van ondernemers bij de aanpak van eenzaamheid. Hoe helpt deze handreiking? Hoe gaat het in úw praktijk? We staan ook open voor aanvullingen, correcties, nieuwe voorbeelden en andere kennis en ervaringen die u wilt delen. Want alleen samen kunnen we een volgende versie van de handreiking nóg beter maken. U kunt uw reactie sturen naar bestrijdeneenzaamheid@minvws.nl. Bij voorbaat dank!

2. Eenzaamheid en ondernemers: een plaatsbepaling

De basisinformatie over het onderwerp eenzaamheid vindt u op de website www.eentegeneenzaamheid.nl

Daar vindt u:

- Eenzaamheidcijfers in uw gemeente ([te raadplegen via het RIVM](#))
- Kenmerken van eenzaamheid
- Risicogroepen
- Het '[Wat werkt](#)' dossier van Movisie

Lokale aanpak van eenzaamheid

Eenzaamheid kan vooral op lokaal niveau worden aangepakt. Want dáár wonen en leven mensen en zijn andere mensen en organisaties om hen te ondersteunen. Eenzaamheid raakt veel mensen, die bovendien allemaal maatwerk vragen. Daarom is het zo belangrijk om op lokaal niveau samen te werken met alle domeinen: zelforganisaties, de gemeente, zorg, welzijn, kunst & cultuur, geloofsgemeenschappen, integratie, armoede, sport en bewegen, integratie, ruimte en wonen, vermogensfondsen en -inderdaad- ook ondernemers. De aanpak van eenzaamheid is bovendien een taaie opgave; daarom is een duurzame inzet van alle partijen nodig.

Ondernemers betrekken: waarom?

Wat kan het lokale bedrijfsleven gemeenten bieden bij de aanpak van eenzaamheid?

- Ondernemers kunnen in natuurlijke en dagelijkse contactmomenten veel meer mensen signaleren die (mogelijk) eenzaam zijn. Zo zijn in Den Haag medewerkers van [Albert Heijn](#) filialen getraind in het signaleren van eenzaamheid en kunnen zij deze signalen doorgeven aan de wijkteams. En zo breidt [Jumbo](#) het aantal klets-kassa's uit naar dertig tot veertig winkels. Bezoekers met wat meer tijd, die om een praatje verlegen zitten, kunnen er aanschuiven.
- Ondernemers hebben vaak specifieke expertise, menskracht, materiële middelen en diensten die u mogelijk kunt aanboren, zoals vormgeving, websitebouw en juridische ondersteuning. [Active Health Center Leidschenveen](#) organiseert bijvoorbeeld meer dan sportlessen. Door klaverjas- en yachtzeemiddagen ontstaan er veel nieuwe vriendschappen. Zo wordt de sportschool een levendige huiskamer waar iedereen welkom is en eenzaamheid geen kans krijgt.
- Ondernemers zijn vaak sneller, concreter en innovatiever. Deze kracht kunt u benutten bij uw lokale aanpak.

“What’s in it for me?” vraagt de ondernemer

Ondernemers hebben verschillende motieven om zich in te zetten voor de aanpak van eenzaamheid, die met elkaar samenhangen en elkaar kunnen versterken.

- Persoonlijk: soms zijn ondernemers gemotiveerd omdat ze geraakt zijn door persoonlijke verhalen over eenzaamheid en ze hier zelf of in hun eigen omgeving ervaring mee hebben
- Maatschappelijk: de inzet kan bijdragen aan de doelstellingen die steeds meer ondernemers hebben op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen (mvo), maatschappelijk betrokken ondernemen (mbo) of het toepassen van de principes van ‘people, planet, profit’ of ‘iets terug willen doen voor de samenleving’. De lokale betrokkenheid bij de samenleving kan een ondernemer concreet maken als deze zich inzet tegen eenzaamheid.
- Organisatorisch: de inzet bij eenzaamheid kan voordelen opleveren voor de organisatie van het bedrijf, doordat het de betrokkenheid en motivatie van medewerkers en management verhoogt. Dit kan positieve gevolgen hebben voor de prestaties en binding van medewerkers en de werving van nieuw personeel.
- Commercieel: de inzet kan bijdragen aan commerciële doelstellingen, via het versterken van de naamsbekendheid, het netwerk en reputatie, doordat de inzet bekend wordt via eigen of andere media, zoals de vermelding op campagnewebsites en events. Ook kan de inzet leiden tot nieuwe contacten en netwerken, en daarmee tot nieuwe markten, klantenbinding en omzet.

Waarom doe ik mee? Omdat ik iets voel bij het onderwerp! Er is een beetje commitment en ondersteuning nodig vanuit de gemeente, maar vooral ruimte laten aan ondernemers en burgers voor initiatief. Geld volgt een goed idee! En niet andersom.

De winst van Maatschappelijk betrokken ondernemen

MVO Nederland geeft aan dat maatschappelijk betrokken ondernemen kansen biedt voor bedrijven: de organisatie krijgt aanzien, de individuele medewerkers kunnen zich ontwikkelen en de onderlinge samenwerking wordt sterker. Hier staan alle voordelen op een rij.

Voor de organisatie

- Waardering door de omgeving: de samenleving doet een appèl op het bedrijfsleven om zich maatschappelijk in te zetten en rekent bedrijven hierop af. Onderzoek van CSR Europe toont aan dat 80% van de Nederlandse consumenten het belangrijk vindt dat bedrijven hun maatschappelijke verantwoordelijkheid nemen.
- Goed imago: de perceptie van het bedrijf door stakeholders en maatschappij wordt er positief door beïnvloed.
- Grotere naamsbekendheid
- Onderscheiding van concurrenten
- Uitbreiding netwerk
- Strategische samenwerking met externe partijen
- Toegang tot nieuwe markten
- Toegang tot nieuwe kennis
- Voedingsbodem voor nieuwe producten en / of diensten
- Aantrekkelijke werkgever voor (nieuwe) werknemers
- Hogere omzet als gevolg van bovengenoemde effecten

Voor het team

- Gemeenschappelijke cultuur: normen en waarden binnen het team worden versterkt.
- Teambuilding: maatschappelijke activiteiten versterken de teamgeest tussen medewerkers.
- Samenwerking: maatschappelijke activiteiten versoepelen de onderlinge communicatie tussen medewerkers.

Voor de medewerker

- Trots: medewerkers zijn trots omdat hun werkgever zich inzet voor de samenleving.
- Betrokkenheid: medewerkers raken meer persoonlijk betrokken bij de organisatie waar ze werken, omdat deze hun de kans biedt om zich in te zetten voor anderen. Ze worden aangesproken als mens i.p.v. als werknemer.
- Persoonlijke ontwikkeling: medewerkers leren, omdat zij hun competenties toepassen in een andere context.
- Talentontwikkeling: onalledaagse activiteiten brengen onvermoede talenten in mensen naar boven.
- Zingeving: medewerkers vinden maatschappelijke activiteiten zinvol.
- Nieuwe ontmoetingen, netwerken
- Doorbreken van routine
- Blikverruiming, waardering voor anderen
- Inspiratie
- Plezier

Bron: [MVO Nederland](#), zoals getoond op 19 februari 2019.

Wat kunnen ondernemers doen?

Ondernemers kunnen op veel verschillende manieren helpen om eenzaamheid te voorkomen en tegen te gaan. In essentie gaat het daarbij om het volgende:

- Signaleren, bespreekbaar maken en melden van eenzaamheid vanuit klantcontact. Ondernemers kunnen hun medewerkers trainingen laten volgen. [Apotheek Pillen en Praten](#) in Den Haag zet bijvoorbeeld actief in op persoonlijk contact met klanten, bijvoorbeeld bij de bezorging van medicijnen en in de apotheek. Daardoor is signalering goed mogelijk.
- Informatie: neerleggen/verspreiden van informatie van welzijnsaanbieders en andere initiatieven tegen eenzaamheid.
- Bijdragen aan een 'community' in de omgeving: bijvoorbeeld in overleg met andere winkeliers en organisaties in het eigen werkgebied.
- Organiseren van aanvullende activiteiten: bijvoorbeeld koffiemomenten of lunches in een supermarkt of winkelcentrum. [Leo's Koffiehuis](#) biedt bijvoorbeeld een maaltijdservice. Vandaar dat er nu ook elke week samen wordt gegeten in het koffiehuis. En voor wie de deur niet uit kan of wil, wordt de heerlijke maaltijd gewoon aan huis gebracht. Of wat te denken van [Schoonheidsspecialist Nubifera](#), die samen met anderen beautydagen voor Loosduiners organiseert die wel wat extra aandacht verdienen.
- Gastvrij en vriendelijk zijn: extra aandacht en service geven klanten ook het gevoel 'erbij te horen'. Het Kletscafé bijvoorbeeld wordt aangeboden door Bakkertje Deeg, een nostalgisch ingerichte lunchroom in Heusden. Hier beleven zo'n 40 kwetsbare senioren maandelijks een leuke avond. Bijvoorbeeld met een muzikale noot en herkenbare meezingers, die bezoekers onder het genot van een hapje en een drankje uit volle borst kunnen meezingen.
- Medewerkers beschikbaar stellen voor (vrijwilligers)organisaties: zoals buddynetwerken.
- Materiële ondersteuning: bijvoorbeeld door het beschikbaar stellen van ruimten, promotiemateriaal of expertise.

Magazine Haagse Community tegen Eenzaamheid

Aan welke ondernemers kunt u denken en wat doen zij? Goede voorbeelden leest u in de magazines van de Haagse Community tegen Eenzaamheid. [Lees hier editie 2.](#)

De inzet kent mogelijkheden en grenzen

Gemeenten kunnen ondernemers betrekken bij de aanpak van eenzaamheid. Dit zal altijd op basis van vrijwilligheid plaatsvinden. Het werkt daarbij goed als gemeenten zich verdiepen in de belangen van bedrijven en hoe deze zich verhouden tot maatschappelijke doelen. [En door meer te denken](#) vanuit maatschappelijke doelen dan te werken vanuit de vaste rol van controleur, handhaver, bestuurder of beleidsmaker. De gemeente kan het volgende doen:

- Motiveren en inspireren: de gemeente kan bedrijven stimuleren 'het goede' te doen.
- Verbinden: de gemeente kan bedrijven in verbinding stellen met andere bedrijven en maatschappelijke organisaties.
- Informeren: de gemeente kan bedrijven informeren over financiële of andere mogelijkheden die de gemeente, andere overheden, fondsen of andere partijen beschikbaar hebben.
- Bekendheid geven: de gemeente kan bedrijven een beperkte vorm van exposure aanbieden.

Criteria om als gemeentelijke overheid met bedrijven samen te werken zullen nooit helemaal zwart-wit zijn. Er zal in sommige gevallen ook een eigen persoonlijke of ethische afweging gemaakt moeten worden. Daarbij kunnen de volgende basisprincipes houvast bieden:

- Altijd helder maken dat samenwerking geheel vrijwillig is en geen voordeel biedt bij inkoop of aanbesteding door de gemeentelijke overheid.
- Samenwerking van gemeenten met het bedrijfsleven mag nooit exclusief zijn, en - dus - altijd ook open staan voor andere bedrijven.
- Bedrijven verdienen een gelijke behandeling.
- Het is belangrijk om transparant te zijn over de samenwerking.
- Financiële steun van bedrijven in de vorm van donaties of sponsorgelden aan sociaal beleid van de gemeente is uitgesloten.
- Samenwerking kan alleen plaatsvinden als er geen vraagtekens bij gezet kunnen worden. Bij twijfel is dus het devies: niet doen.

Als inspiratie kunt u ook gebruik maken van de randvoorwaarden die het programma Jongeren op Gezond Gewicht (JOGG) gebruikt in de samenwerking met het bedrijfsleven.

Kijk op [Jongerenopgezondgewicht.nl/standpunten](https://jongerenopgezondgewicht.nl/standpunten).

3. Aan de slag: ondernemers betrekken

Vooraf

Soms komen bedrijven bij gemeenten met een aanbod en komt de samenwerking als vanzelf op uw pad. Misschien bent u al bedrijven aan het verbinden aan de aanpak van eenzaamheid. ‘Gewoon’ ergens beginnen is een prima strategie; stenen gaan vanzelf rollen.

U kunt ook kiezen voor een gestructureerde aanpak via een aantal stappen, gericht op een duurzame, effectieve inzet rond eenzaamheid. De 5 stappen hoeven niet in deze volgorde genomen te worden. Een evaluatie van de huidige situatie en werkwijze kan bijvoorbeeld leiden naar het opnieuw doordenken van de bedoeling. Hoe logisch de stappen ook lijken, de realiteit is altijd anders.

Gebruik dit hoofdstuk daarom vooral om uw eigen situatie, wensen en mogelijkheden te beoordelen en naar eigen inzicht toe te passen. Uiteindelijk, zo kan gezegd worden, is het betrekken van ondernemers ook een ‘kunst’. En houd ook oog voor initiatieven die u kunt inspireren om ondernemers te betrekken bij de aanpak van eenzaamheid.



Stap 1 – Voorbereiden

Voordat u ondernemers bij de aanpak van eenzaamheid gaat betrekken, is het belangrijk het nodige voorwerk te doen. U kunt het volgende doen:

- Stel inwoners centraal: voor wie wilt u het verschil maken?
- Doordenk het doel: wat wilt u in uw gemeente bereiken met het betrekken van ondernemers? Waarom is dat in uw gemeente relevant? Wat is de toegevoegde waarde? En wat gaat een inwoner daarvan merken?
- Verken uw motieven: het is aan te bevelen niet zozeer in ‘prestaties en tegenprestaties’ te denken. Maar in plaats daarvan uit te gaan van maatschappelijke doelen, gemeenschappelijke belangen, het benutten van de corebusiness van bedrijven, de intrinsieke motivatie van bedrijven en hun mvo-beleid.
- Krijg voorwaarden en kader helder: weet u welke en hoeveel menskracht u beschikbaar hebt om het bedrijfsleven te betrekken, welke ruimte de gemeente u biedt en voor welke termijn deze randvoorwaarden beschikbaar zijn?
- Bemensing regelen: degene die de relatie met ondernemers aangaat moet goed met hen kunnen schakelen. Het is iemand die zichtbaar, bereikbaar en beschikbaar is, die concreet kan zijn, die kan inspireren en aanjagen, die snel kan schakelen en communiceren, die afspraken nakomt en vertrouwen kan opbouwen.
- Propositie kennen: weet u wat u van ondernemers vraagt, en wat u hen kunt bieden? Ondernemers zijn vaak ‘doeners’ en zeggen dan: “Vertel me wat ik moet doen, dan doe ik dat”.

- Lokale ondernemers identificeren: voor de aanpak van eenzaamheid zijn vooral ondernemers interessant die frequent en persoonlijk contact hebben met mensen die (mogelijk) eenzaam zijn. Denk daarbij aan:
 - detailhandel, inclusief supermarkten, gemakswinkels en kringloopwinkels;
 - bedrijven die bij mensen over de vloer komen, zoals installatiebedrijven, nutsbedrijven (gas, water, elektra, rtv, internet), post- en pakketbezorgers;
 - ondernemers, zoals notarissen, advocaten, restaurants, dierenartsen, rijsscholen en sportscholen;
 - verenigde bedrijven via een lokale MKB-afdeling, winkeliersvereniging of samenwerkende ondernemers in bedrijfsinvesteringszones;
 - beoefenaren van persoonlijke dienstverlening of (para)medische zorg, zoals apotheken, kappers, opticiens, audiciens, diëtisten en pedicures;
 - grotere gemeenten, zoals Utrecht, hebben de 'Utrechtse Uitdaging'; een stichting die de samenwerking tussen ondernemers en sociale doelen en organisaties stimuleert. Veel gemeenten organiseren een beursvloer.

Voorbeeldpropositie

Wat kan een gemeente 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
- Toegang tot Signaalpunt

Drogist

Drogist Wim Schmale heeft samen met de andere winkeliers van winkeliersvereniging Moerwijk een leegstaand pand van de woningcorporatie Staedion in bruikleen gekregen om hier een buurtontmoetingscentrum (Bij Betje) op te zetten. Bij Betje ben je altijd welkom voor een bakkie koffie (of thee) met een praatje. De vrijwilligers organiseren allerlei activiteiten, zoals spelletjesmiddagen voor ouderen, breien & haken, schilderles, deeldiner en lunch.

Kapper

Kapper Frank in Den Haag is een sociale kapper die met zijn klanten praat, zoals elke kapper doet, maar hen ook opbelt als zij een tijdje niet geweest zijn. Hij stuurt de mensen een berichtje op hun verjaardag, maakt een praatje op straat en informeert naar hun fysieke en mentale gezondheid.

Schoenmaker

Schoenmaker Harry van Oosterom van de winkeliersvereniging Leyenburg organiseert extra activiteiten in de decemberperiode zoals een klein presentje voor ouderen in de buurt, een extra vriendelijk woordje en een briefkaart thuis.

Boekhandel

Fabian Paagman van boekhandel Paagman ontwikkelt zijn winkel als de huiskamer van het Haagse Statenkwartier. Ontmoetingen zijn georganiseerd waarbij muziek en literatuur leidend zijn, koffie & thee kan worden gedronken en (samen) kan worden gegeten.

Snoephuis

Robert 't Hart van het Haagsch Snoephuis zet zich in door het winkelcentrum De Fred gastvrijer te maken, ouderen in de kerstperiode een kaartje te sturen en bankjes op straat te plaatsen.

Supermarkt

Johan Roodenrijs, AH-filiaalmanager Wateringseveld, stimuleert en faciliteert alle Haagse AH-supermarktinitiatieven op het gebied van lokale maatschappelijke betrokkenheid. Niet alleen binnen de vier muren van de supermarkt, maar ook in de buurt in van de winkel. Zelf organiseerde hij lunches voor oudere buurtbewoners in zijn supermarkt.

U kunt uw huidige samenwerkingspartners bij de aanpak van eenzaamheid raadplegen bij het samenstellen van de longlist: welke contacten hebben zij? Vergeet ook de wethouder(s) niet, net zomin als de contacten van uw collega's, zoals die bij de afdeling Economische Zaken. U kunt uw collega's betrekken via een inspiratiesessie ([zie voorbeelduitnodiging in de bijlagen](#)), en met hen nagaan welke netwerken er al zijn. Denk bijvoorbeeld aan het werkgeversservicepunt of het werkgeversplein.

Van een longlist kunt u tot een shortlist komen op basis van bijvoorbeeld:

- Eerdere ervaringen van de gemeente met samenwerking met deze partijen
- Bestaande netwerken of contacten waarop voortgebouwd kan worden
- Lidmaatschap van de [Nationale Coalitie tegen Eenzaamheid](#) van het hoofdkantoor en/of de overkoepelende organisatie
- Persoonlijke contacten van gemeenteambtenaren of de wethouder
- Verwijzingen door anderen
- De mogelijke keuze om te beginnen in een kern, wijk of stadsdeel

Afhankelijk van de werkwijze in uw gemeente, kunt u de resultaten van deze eerste stap in een notitie verwoorden en bespreken met de relevante stakeholders. Het belang daarvan is: kwaliteit en draagvlak. Zodat uw vervolgstappen kunnen rekenen op goede keuzes en de benodigde steun.

Bedrijfsleden van de Nationale Coalitie tegen Eenzaamheid

Met de Nationale Coalitie tegen Eenzaamheid slaan landelijke bedrijven, maatschappelijke organisaties en overheidsinstellingen de handen ineen om eenzaamheid onder ouderen te verminderen. [Vertegenwoordigers van bedrijven](#) zijn aangesloten bij de Nationale Coalitie en staan via hun leden/afdelingen in contact met ouderen.

Met aansluiting bij de Nationale Coalitie tegen Eenzaamheid geven deze (vertegenwoordigers van) ondernemers aan zich te willen inzetten om eenzaamheid onder ouderen te verminderen. Daarvoor willen ze hun organisatie (laten) inspireren, het landelijke netwerk helpen vormgeven en hun (lokale) vestigingen stimuleren om deel te nemen aan lokale coalities tegen eenzaamheid én ouderen, hun familie en buurtbewoners betrekken bij hun aanpak.

Lokale vestigingen, leden of afdelingen van genoemde bedrijven kunt u actief benaderen voor aansluiting bij een lokale coalitie tegen eenzaamheid. Lukt dat niet? Neem dan contact op met eenzaamheid@minvws.nl.

Denk bij het zoeken van betrokken ondernemers aan de dagelijkse routes die bewoners lopen: mensen doen boodschappen, sporten, gaan naar de kapper, halen hun recept bij de apotheek.



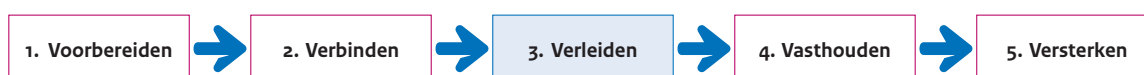
Stap 2: Verbinden

De ervaring leert dat u de beste kans van slagen hebt wanneer u persoonlijk contact zoekt. Door 'gewoon' langs te gaan bij de betreffende ondernemer en uw verhaal te doen. Dit betekent daadwerkelijk: 'erop af': pak de telefoon, stap op de fiets of neem de auto. En laat u zien en horen, houd vol en houd vast en geef niet op. Bereid een verhaal voor met daarin: concrete vraag en de rol die u voor zich ziet. Het liefst zo specifiek mogelijk. ([Zie ook de gespreksleidraad en een voorbeeldmail in de bijlagen.](#))

Als na een goede introductie en een eerste gesprek een ondernemer twijfelt, dan is het advies: steek er voorlopig geen energie in. Het werkt veel beter om met mensen te werken die wél echt zelf willen.

Een andere manier om ondernemers te benaderen is de groepsgewijze aanpak. U kunt bijvoorbeeld een inspiratiesessie organiseren ([zie bijlage](#)), een ondernemersontbijt of wellicht aanschuiven bij netwerkevents van de lokale MKB-afdeling of aansluiten bij de ondernemersvereniging.

Tip: Soms blijkt een telefoontje van een wethouder wonderen te doen om ondernemers te betrekken!



Stap 3: Verleiden

Vanuit de verbinding in de vorige stap, is het zaak de ondernemer tot daadwerkelijke inzet te verleiden, stimuleren of faciliteren, als dat nodig is. Immers: 'van praten over eenzaamheid is nog nooit iemand minder eenzaam geworden'. Deze verleiding zal u vanuit het contact met de individuele ondernemer moeten vormgeven. Hierbij gaat het altijd om maatwerk. Onderdelen van dit maatwerk kunnen zijn:

- Het aanreiken van voorbeelden, om ondernemers te laten zien hoe anderen hen zijn voorgegaan.
- Het in verbinding brengen met andere ondernemers en/of maatschappelijke organisaties. Als een ondernemer bijvoorbeeld iets wil doen voor eenzame ouderen, dan is het nuttig als de ondernemer in contact komt met het lokale welzijnswerk, die de eenzame ouderen kent.
- Het aanbieden van deskundigheidsbevordering, zoals het verzorgen van een [training 'signaleren van eenzaamheid'](#).
- Het aanbieden van promotiemiddelen, passend bij de mogelijkheden van de gemeente. Als de gemeente een nieuwsbrief eenzaamheid heeft, dan zou de gemeente expliciet aandacht kunnen geven aan het initiatief van de ondernemer. Of de wethouder kan bij publieke optredens of in raadsbrieven de ondernemer expliciet noemen.

Kinderopvang Partou

Kinderopvang Partou besteedt veel aandacht aan sociale vaardigheden en vriendschappen. Daarom heeft deze commerciële kinderopvangorganisatie een draaiboek ontwikkeld om de eigen opvanglocaties en collega-organisaties tips en handvatten te geven om jong en oud samen te brengen. Van het advies hoe je een goede samenwerking met een verzorgingshuis opzet, tot het sturen van kaartjes. Een draaiboek waarmee elke organisatie, die met kinderen werkt, aan de slag kan. [Bekijk het draaiboek](#).

In de fase van verleiding gaat het om luisteren, meedenken en creatief in actie komen om eventuele obstakels weg te nemen. U zult moeten balanceren tussen enerzijds concrete vragen stellen of suggesties doen, en anderzijds de eigen energie en ideeën van een ondernemer laten groeien. Besef dat sommige ondernemers alleen gemotiveerd zijn om vanuit hun corebusiness bij te dragen, terwijl andere soms ook extra, aanvullende of nieuwe zaken willen oppakken. Het is ook belangrijk om de verwachtingen van ondernemers goed te managen, om teleurstellingen te voorkomen: wat kan de gemeente wél en niet doen (zie ook het vorige hoofdstuk). En: het is heel goed om 'klein' te beginnen.

Nieuwsbrief

Een goed voorbeeld is de gemeente Oegstgeest die voor het netwerk van bedrijven en organisaties een nieuwsbrief uitbrengt.

Tip: Elk jaar start in de eerste week van oktober de [Week tegen Eenzaamheid](#). U kunt dit moment goed gebruiken bij het werven en enthousiasmeren van ondernemers.



Stap 4: Vasthouden

Een eenmalige actie of inzet door een ondernemer is prachtig. Maar het is nog beter als de ondernemer de betrokkenheid bij de aanpak van eenzaamheid structureel voortzet. Daarvoor is het belangrijk dat u blijvend en oprecht aandacht besteedt aan deze ondernemer, en blijvend meedenkt en -werkt om nieuwe initiatieven mogelijk te maken. Hierbij gaat het om 'accounthouderschap' en het blijven investeren in de relatie met elke betrokken ondernemer. Het is belangrijk om mijlpalen en successen te vieren en te communiceren. Daar wordt iedereen blij van, en het motiveert bestaande en nieuwe ondernemers om zich in te zetten.

Tip: De relatie met ondernemers kunt u ook ondersteunen door hen bij elkaar te brengen: onderling en/of in verbinding met andere maatschappelijke partners. Het motiveert als ze andere mensen ontmoeten die bezig zijn met dezelfde opgave. Ook kunnen ze van anderen leren, contacten opdoen voor gezamenlijke inzet en samen problemen oplossen of kansen verzilveren.



Stap 5: Versterken

De laatste stap in het betrekken van ondernemers bij de aanpak van eenzaamheid is de gezamenlijke inzet van ondernemers verder te ontwikkelen en te versterken. Door méér ondernemers te betrekken of hen uit te dagen om andere activiteiten op te zetten. Uiteraard is elke ondernemer die 'iets' tegen eenzaamheid doet, goed bezig. Om te komen van eenmalige, sympathieke initiatieven naar structurele, effectieve inzet, kunt u voortbouwen op uw relaties met ondernemers, door uw kennis en inzichten te delen. Zo versterkt u de voortdurende verdere ontwikkeling van uw ondernemersaanpak.

Een specifieke manier om de aanpak van ondernemers te verduurzamen en te versterken is het (laten) oprichten van een apart netwerk, stichting of coalitie van ondernemers tegen eenzaamheid. Sprekend voorbeeld is de [Haagse Community tegen Eenzaamheid](#). Dit is een netwerk van ondernemers die zich inzetten tegen eenzaamheid. Het netwerk is inmiddels een aparte stichting en is voortgekomen vanuit eerdere ondersteuning door de gemeente Den Haag. Voor zo'n netwerk is het belangrijk om 'ambassadeurs' te hebben: ondernemers die het thema eenzaamheid helemaal omarmen, en ervoor willen gaan om ook andere ondernemers erbij te betrekken. Ook in [Zoetermeer](#) hebben ondernemers, en vertegenwoordigers van zorg en welzijn, horeca, sport, kunst en cultuur zich verenigd in een community.

Uiteraard kunt u (een vertegenwoordiging van) ondernemers ook laten deelnemen aan een brede lokale coalitie tegen eenzaamheid, waar ook andere maatschappelijke partners aan deelnemen. Tot slot: het lijkt vooralsnog niet aan te bevelen om de inzet van ondernemers te formaliseren in officiële afspraken. Immers: alles gebeurt op basis van vrijwilligheid en het maken van afspraken leidt al snel tot het weglekken van energie. Alleen als de gemeentelijke aanpakken van eenzaamheid in een nieuwe fase komen die omvattend en effectief zijn, kan zo'n formalisering op enig moment gepast zijn.

Tip: Een aparte stichting kan ook een goede manier zijn om vanuit de gemeente tóch ondernemers te kunnen subsidiëren om hen goede dingen te laten doen voor de strijd tegen eenzaamheid. U kunt de stichting een subsidie verlenen, zodat deze stichting de middelen ter beschikking kan stellen van aangesloten bedrijven.

4. Tot slot

Deze handreiking is een eerste poging om de inzet van gemeenten bij de aanpak van eenzaamheid zichtbaar te maken en praktisch te ondersteunen. De ervaringen in het land zijn mooi en inspirerend, maar vaak ook nog relatief bescheiden. We hopen dat de handreiking een bijdrage levert om de inzet van het bedrijfsleven bij de aanpak van eenzaamheid naar een hoger plan te tillen. Zodat ook het bedrijfsleven een passende, duurzame, effectieve en substantiële bijdrage aan het voorkomen en tegengaan van eenzaamheid kan leveren. Overal in Nederland.

Zoals eerder gezegd: we zijn heel benieuwd naar uw ervaringen. Hoe helpt deze handreiking? Hoe gaat het in úw praktijk? We staan ook open voor aanvullingen, correcties, nieuwe voorbeelden en andere kennis en ervaringen die u wilt delen. Want alleen samen kunnen we een volgende versie van de handreiking nóg beter maken. U kunt uw reactie sturen naar bestrijdeneenzaamheid@minvws.nl. Bij voorbaat dank!

Handige hulpmiddelen

Voorbeeldmail betrekken collega's

Beste collega's,

Het team [naam] gaat stappen zetten in het betrekken van bedrijven bij de aanpak Eén tegen eenzaamheid in [gemeentenaam]! Er is een plan van aanpak, we hebben actieve en betrokken maatschappelijke organisaties en zeer veel vrijwilligers die zich willen inzetten voor eenzame ouderen.

Eenzaamheid is niet alleen een opgave voor het sociaal domein, maar leent zich juist goed om het fysieke en economische domein te verbinden. Er zijn elders in het land talloze inspirerende voorbeelden van bedrijven die gezegd hebben: wij doen mee.

Graag willen we jullie uitnodigen jullie kennis en netwerken in te brengen. Denk aan bedrijven waarmee de gemeente een relatie heeft in het Werkgeversservicepunt of Werkgeversplein of bedrijven actief op de Beursvloer. Welke netwerken hebben jullie die we kunnen verbinden aan de aanpak tegen eenzaamheid?

Op [datum] houden we een inspiratiesessie voor collega's waarvoor je van harte uitgenodigd bent. De ervaring leert dat je in gesprek vaak meer mogelijkheden ontdekt dan vanachter je bureau. We gaan dan met elkaar verkennen welke mogelijkheden en kansen er liggen in onze gemeente.

Bel me gerust voor meer informatie, graag tot binnenkort,

Met vriendelijke groet,

Lees meer over de Beursvloer op [Beursvloer.com](https://www.beursvloer.com).

Gespreksstarter

- 1. Maak contact:** met de eigenaar of bedrijfsleider en vraag of het een goed moment is. Vertel iets over Eén tegen eenzaamheid in de gemeente.
- 2. Doelgroep:** merkt deze ondernemer iets van eenzaamheid bij klanten? Licht voorbeelden toe: bewoners die meer dan 1x per dag een boodschap doen, klanten die behoefte hebben aan een praatje, klanten die hun persoonlijke verhaal vertellen bij de kapper. Welke doelgroep ziet de ondernemer? Waarom zou hij of zij aandacht willen besteden aan eenzaamheid? Wat motiveert hem of haar?
- 3. Rol:** licht succesvolle praktijkvoorbeelden van lokale bedrijven uit. Welke rol ziet deze ondernemer voor zichzelf? Wat zou toegevoegde waarde kunnen zijn?
- 4. Propositie:** geef inspiratie en ideeën aan lokale bedrijven om aan de slag te gaan met de aanpak tegen eenzaamheid. Kijk naar voorbeelden uit andere gemeenten. Welke activiteit past bij zijn kernactiviteiten? Wat zijn kosten en baten voor de ondernemer?
- 5. Concrete actie:** onderzoek met elkaar wat deze ondernemer extra kan betekenen voor haar klantgroep en eigen medewerkers. Welke activiteiten horen bij zijn of haar rol? Wat heeft de ondernemer nodig om tot actie over te gaan?

Voorbeeldmail om lokale ondernemers te betrekken

Geachte/beste [aanhef],

[Introductieparagraaf hoe u aan de contactgegevens bent gekomen en vanuit welke rol u mailt.]

[Presenteer een relevant compliment, zoals '[naam organisatie] is altijd actief in wijk X' of '[naam organisatie] staat bekend om']

Namens de gemeente [naam] wil ik u daarom vragen of u met ons in gesprek wilt om te verkennen of [naam organisatie] een rol kan spelen bij de aanpak van eenzaamheid in onze gemeente. Heel concreet zouden we willen verkennen of -uiteraard geheel in samenspraak en stap voor stap - het mogelijk is om [hier de concrete vraag/suggestie]. Graag licht ik dit verder toe.

Aanpak eenzaamheid in gemeente [naam]

[Vertel de essentie van uw aanpak]

[De concrete vraag]

[Licht toe hoe u, vanuit de vorige paragraaf, bij de vraag/suggestie komt voor. Verwijs eventueel naar relevante voorbeelden elders in het land.]

De mogelijkheden verkennen?

De vraag is: staat u ervoor open om te verkennen of u en [naam organisatie en vraag/suggestie]. Uiteraard is hier veel meer over te vertellen. Meer informatie over de gemeentelijke aanpak vindt u hier [url naar website]. Graag kom ik binnenkort een keer naar u toe om persoonlijk kennis te maken en verder te spreken over ons verzoek.

Ik hoor graag van u,

Naam

Functie

Contactgegevens

Meer introductie

Hieronder worden 3 soorten bijeenkomsten beschreven die in de verschillende fasen gebruikt kunnen worden. Geen 'must' maar misschien handige hulpmiddelen.

Oefening met ambtelijke collega's (fase: voorbereiden)

Bij de start van de aanpak is het handig om zo veel mogelijk collega's uit verschillende domeinen te betrekken in het gesprek en te peilen welke bijdrage zij kunnen leveren om ondernemers te betrekken.

Doel: helder krijgen wat de gemeente meer kan bereiken wanneer ondernemers betrokken worden.

Doelgroep: collega-ambtenaren vanuit economisch, sociaal en ruimtelijk domein.

Deelnemers: 8

Duur: 1 uur

Vraagstelling: bij welke maatschappelijke ambities of eenzaamheidsdoelen in de gemeente hebben we voor de realisatie partnerships nodig?

- Specificeer naar publieke en private partners. Wees zo scherp en concreet mogelijk!
 - maatschappelijke partners in gemeente of wijk;
 - wat kun je lokaal met landelijke bedrijven uit de nationale coalitie, die actief zijn in de gemeente;
 - welke lokale ondernemers ken je al die actief zijn.
- Maak een longlist van ondernemers.
- Trechter naar een shortlist van ondernemers die je op korte termijn kunt benaderen. Na het verzamelen van mogelijke partners op een longlist, maak je gebruik van de volgende methode om tot een shortlist te komen. Met de bedrijven die de meeste kruisjes hebben, maak je afspraken en leg je uw proposities voor. Meestal doe je deze slag samen met de leden van het kernteam of projectgroep, zo mogelijk in nauwe afstemming met de wethouder(s) en de afdeling economische zaken/bedrijfscontactfunctionaris.

Bedrijf	Sector?	Imago ok?	Mvo bekend?	Past bij Eenzaamheidsdoelen?	Eerdere samenwerking?	Warm contact?

- Bespreek de toegevoegde waarde.

Opbrengst: een overzicht van potentiële partners. Helder wat de toegevoegde waarde is op het gebied van 5 M's:

Mensen: ondernemers kennen veel mensen: hun werknemers, andere ondernemers.

Middelen: ondernemers beschikken over ruimten, spullen.

Massa: ondernemers maken onderdeel uit van netwerken, zij kunnen massa maken.

Media: ondernemers hebben toegang tot media.

Munten: ondernemers beschikken over geld.

Opzet inspiratiebijeenkomst ondernemers (fase: verbinden)

Een inspiratiesessie biedt ruimte aan ondernemers om te laten zien wat zij al doen. Met elkaar kan worden gebrainstormd over nieuwe mogelijkheden. Niemand hoeft zich nog vast te leggen, maar inspiratie en goede voorbeelden verleiden tot DOEN.

Doel: Helder krijgen wat ondernemers in een gemeente rond eenzaamheid kunnen doen aan activiteiten of initiatieven die aansluiten bij hun corebusiness.

Doelgroep: Vertegenwoordigers van bedrijven en organisaties uit de publieke, private en maatschappelijke sector uit de gemeente en regio: directieleden, HR-managers, leden OR, mvo-specialisten, projectleiders vitaliteit of langer thuis, gezondheidsmanagement en anderen die binnen een bedrijf of organisatie betrokken zijn bij het thema.

Deelnemers: 20 tot 30 deelnemers.

Duur: 2 tot 3 uur.

Thema: Wat wordt de kern van de propositie in de gemeente: wat kan aan ondernemers gevraagd worden, en hoe kan dat gefaciliteerd worden?

Werksessie met partners van de lokale coalitie (fase: verleiden)

Deze werksessie helpt de verschillende partners om in elkaars schoenen te staan en van elkaar te begrijpen wat ieders bijdrage is.

Werkwijze

Verdeel de deelnemers in groepen aan een verschillende gesprekstafel. Nodig elke tafel uit om in de schoenen te gaan staan van een van de volgende partijen: een sportschool, een winkeliersvereniging, een actieve ouderengroep en de lokale welzijnsorganisatie.

De casus Samenstad ligt op tafel

De twee wethouders hebben om de tafel gezeten met de beleidsadviseur. Gezamenlijk is besproken hoe zij verder willen met Eén tegen eenzaamheid. Samenstad doet al veel op het gebied van eenzaamheid en kent veel partijen die hier een bijdrage aan leveren. Zo is er een ambassadeursnetwerk van 25 organisaties (zorg, cultuur, welzijn, ouderenorganisatie). Bedrijven participeren nog niet in het netwerk. De vraag van de wethouder is nu: 'Hoe breid ik het ambassadeursnetwerk uit met bedrijven zoals de sportschool, de apotheek, het visrestaurant en de supermarkt, zodat zij partner worden in de aanpak? Waar te beginnen? Hoe zorg ik dat het een levendig netwerk wordt?'

Opdracht Sportschool

Je runt een sportschool in Samenstad met de ambitie om een inclusieve sportschool in de wijk te zijn. Je wilt ruimte creëren en programma's organiseren voor senioren, bewoners met een beperking en bewoners met een chronische aandoening zoals Parkinson. Je weet: het zijn deze groepen die een verhoogd risico hebben om eenzaam thuis te zitten.

- Hoe benader jij je doelgroep?
- Met welke partijen kan je samenwerken?
- Wat vraag je aan de gemeente om bewegen bij kwetsbare groepen te stimuleren?

Opdracht: maak een poster en presenteer aan de groep je plannen.

Opdracht Welzijnsorganisatie

Je ben een welzijnsorganisatie met de opdracht tot wijkgericht werken. De aandacht voor eenzaamheid zit vanzelfsprekend in je opdracht: signaleren, bespreekbaar maken en via maatwerk proberen eenzaamheid bij bewoners te doorbreken.

Je ziet de meerwaarde van het lokale bedrijfsleven; zij kunnen ontmoeting mogelijk maken via bijvoorbeeld de sportschool of koffie in de supermarkt. Ook kunnen ze eenzaamheid signaleren, bijvoorbeeld de lokale schoonheidsspecialiste tijdens haar behandelingen.

- Wat hebben jullie ondernemers (en medewerkers van) te bieden bij het signaleren of melden van eenzaamheid?
- Wat hebben jullie te ondernemers te bieden bij het ontwikkelen van activiteiten voor eenzame mensen?
- Hoe ontwikkel je de samenwerking met bijvoorbeeld de sportschool of lokale schoonheidsspecialiste? Wat ga je doen?

Opdracht: maak een poster en presenteer aan de groep je plannen.

Opdracht actieve ouderen groep

Jullie zijn een groep actieve ouderen en zitten in de haarvaten van de wijk. Jullie weten heel goed wie eenzaam is en wat ouderen nodig hebben. Bewegen, samen eten, ontmoeten, een luisterend oor, persoonlijk contact, en aansluiten bij de wensen en mogelijkheden van elk individu; dat is wat mensen uit hun eenzaamheid helpt.

Om dat te realiseren organiseren jullie veel. Maar je kan het niet alleen. Jullie willen ondernemers betrekken en hen om support vragen. Zij hebben faciliteiten waar mensen elkaar kunnen ontmoeten, bijvoorbeeld in de sportschool en mogelijkheden voor contact via groepslessen en personal training. Ook hebben ze bijvoorbeeld kennis over voeding en gezond eten.

- Welke ondernemers ken je in je eigen buurt of stad?
- Wat zouden deze ondernemers voor jullie programma en activiteiten kunnen betekenen?
- Wat hebben jullie te bieden aan deze ondernemers?
- Hoe stap je op hen af?

Opdracht: maak een poster en presenteer aan de groep je plannen.

Opdracht Winkeliersvereniging

Winkelcentra hebben een belangrijke functie voor ouderen. Zij komen er vaak voor boodschappen, ontmoeting en een praatje. Boodschappen doen wordt steeds efficiënter. Klanten kunnen alles zelf scannen en afrekenen. Dat werkt echter minder goed voor ouderen. Niet voor niets heeft de Jumbo de klets-kassa ingericht waar de kassière ruimte heeft voor een praatje. Je ziet als winkeliersvereniging het belang van de groeiende groep ouderen; jullie beraden je op wat je kan doen aan het binden van ouderen en het signaleren van hun kwetsbaarheid zoals eenzaamheid.

- Hoe kunnen jullie het winkelcentrum gastvrij maken voor ouderen?
- Wat kan je extra doen in jouw bedrijf voor de YEP's (Young Elderly Persons)?
- Welke aanvullende activiteiten kunnen jullie organiseren op het plein, de markt rondom?

Opdracht: maak een poster en presenteer aan de groep je plannen.

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

juni 2020