

Beleidsplan 2025-2030



STICHTING
SPECIAL MEDIA

***Samen aan het script, de knoppen en in beeld
Jij maakt het verschil, achter en voor de schermen!***

Inhoudsopgave – Beleidsplan Stichting Special Media 2025–2030

Executive Summary	2
1. Algemene gegevens	4
2. Voorwoord	5
3. Inleiding	6
4. Naam en positionering Stichting Special Media	7
5. Doelgroep	8
6. Uitgangspunten	9
7. Missie en visie	10
8. Grondslag en kernwaarden	11
9. Strategische doelstellingen (2025–2030)	12
10. Kernactiviteiten	14
11. Activiteitenplan	16
12. Fasering activiteiten	18
13. Organisatie inrichting	19
14. Formatie en personeelsinzet	20
15. Samenwerkingen en partnerschappen	21
16. Financiën	23
17. Integriteitsbeleid	25
18. Evaluatie, impact en monitoring	27
19. Risicoanalyse	29
20. Tot slot	31
Bijlagen	
Bijlage 1. Bronnenlijst	32
Bijlage 2. Organogram	34
Bijlage 3. Functieomschrijvingen	35
Bijlage 4. Samenvatting beleidsplan	43

Executive Summary

Beleidsplan 2025–2030 Stichting Special Media

Maatschappelijke uitdaging

Mensen met een beperking zijn nauwelijks zichtbaar in nationale en regionale (audiovisuele) media en worden vaak digitaal buitengesloten en gepest via social media. Tegelijk groeit het besef dat inclusie in media onmisbaar is voor sociale gelijkheid. Toch blijft veel talent van mensen met een beperking onopgemerkt. Hun creativiteit en vaardigheden krijgen zelden een kans, en ook achter de schermen is samenwerking nog uitzonderlijk. Daarbij speelt nog een ander urgent probleem: veel mensen met een beperking beschikken niet over voldoende digitale vaardigheden en mediawijsheid. Dit vergroot de kans op online uitsluiting, misbruik en pesten, en belemmert hun mogelijkheden om sociale media positief te gebruiken voor zelfexpressie, verbinding en participatie. Stichting Special Media doorbreekt deze patronen met een unieke, creatieve en participatieve aanpak, waarbij talent wordt ontdekt, zichtbaar gemaakt en verbonden met de mediawereld.

Wij richten ons nadrukkelijk op het gehele medialandschap: radio, televisie, film, kranten, tijdschriften, streamingdiensten, podcasts én social media.

Echte inclusie betekent voor ons méér dan zichtbaarheid op het scherm. Het vraagt ook dat mensen met een beperking hun visie, creativiteit en vaardigheden achter de schermen kunnen inzetten als makers, redacteurs, adviseurs of partners. Want alleen door hun perspectief structureel mee te nemen in de productie en besluitvorming, kan het medialandschap werkelijk divers en inclusief worden.

Missie

Wij geloven dat iedereen recht heeft op representatie, talentontwikkeling en toegang tot de digitale samenleving. Stichting Special Media zet zich daarom in voor het versterken van zichtbaarheid, zeggenschap en deelname van mensen met een verstandelijke beperking in de media en digitale cultuur.

Visie

Wij bouwen aan een samenleving waarin ook mensen met een beperking verhalen kunnen maken, delen en laten zien wie ze zijn en over welke talenten zij beschikken als maker, expert en publiekssysteem. Wij maken ruimte voor media waarin iedereen telt.

Strategische doelen (2025–2030)

1. Versterken van de organisatie basis van de Stichting.
2. Zichtbaarheid en representatie in media vergroten van de primaire doelgroep.
3. Digitale drempels verlagen en mediawijsheid versterken van de primaire doelgroep.
4. Creatief talent ontwikkelen en participatie bevorderen van de primaire doelgroep.
5. Kennis delen en beleid beïnvloeden van partners.
6. Een inclusieve mediasector helpen bouwen met elkaar voor elkaar.

Kernactiviteiten

- Inclusieve mediaproducties met partners
- Special Media Awards (2026, 2028, 2030)
- Trainingen en leertrajecten voor partners, verwanten en mediamakers
- Toolkits en handreikingen voor partners, verwanten en mediamakers
- Participatief praktijkonderzoek rond mediawijsheid, inclusie en digitale vaardigheden
- Netwerkvorming en beleidsbeïnvloeding

Alle activiteiten worden mede vormgegeven met mensen met een verstandelijke beperking, ervaringsdeskundigen en partners uit zorg, media, onderwijs, gemeenten, cultuur en beleid.

Impact

Onze aanpak leidt tot:

- Meer zichtbaarheid van mensen met een beperking in de verschillende media
- Versterking van digitale vaardigheden en zelfvertrouwen de primaire doelgroep
- Creatieve en professionele kansen voor deelnemers
- Aanjagen van systeemverandering richting inclusie in media en beleid

Partners & samenwerking

Stichting Special Media werkt samen met ervaringsdeskundigen, zorgorganisaties, mediapartners, onderwijsinstellingen, fondsen en gemeenten. Wij geloven in duurzame samenwerking, wederkerigheid en gedeeld eigenaarschap.

Financiering

Voor de eerste jaren zal, naar verwachting, de omzet van de stichting ca. €250.000 bedragen.

1. Algemene gegevens

Statutaire naam	: Stichting Special Media
Organisatietype	: Stichting met Raad van Toezichtmodel
Opgericht	: 25 augustus 2025
KVK nummer	: 98127489
RSIN/Fiscaal nummer (ANBI)	: 868367436
Banknummer	: NL92TRIO0321159756
T.a.v.	: Stichting Special Media
Postadres	: Hogehilweg 19, Suite 103, 1101 CB Amsterdam
Website	: www.stichtingspecialmedia.nl
E-mailadres	: info@stichtingspecialmedia.nl
Werkgebied	: Regionaal en Landelijk
Doelgroep	: Mensen met een verstandelijke beperking, verwanten, (social) mediaprofessionals en gemeenten.
Directeur- Bestuurder	: Sonja Heijkamp- Lammers
Raad van Toezicht	: Paul Willems (Voorzitter) : Lenieke Velis : Hans de Heus

2. Voorwoord

Met trots presenteren wij het beleidsplan 2025–2030 van Stichting Special Media. Dit document vormt het fundament onder onze missie: bijdragen aan een digitale en gemedialiseerde samenleving waarin ook mensen met een verstandelijke beperking zichtbaar zijn, meetellen en mee kunnen maken.

Mensen met een beperking zijn in onze samenleving nog te vaak onzichtbaar, zeker in media. Ze worden nauwelijks gerepresenteerd, laat staan als creatieve kracht. De bestaande mediaruimte sluit lang niet altijd aan bij hun leefwereld, taalniveau of digitale vaardigheden. Dat moet anders. Stichting Special Media wil hierin blijvende verandering brengen; niet als goed doel, maar als maatschappelijke beweging.

We geloven in media als ruimte voor expressie, invloed, ontwikkeling, ontmoeting en representatie. Vanuit die overtuiging bouwen we bruggen tussen de zorg, het onderwijs, mediaorganisaties, beleidsmakers en de ervaringsdeskundigen zelf. Samen creëren we ruimte om te leren, te maken en in beeld te zijn op manieren die passen bij ieders talent en mogelijkheden. Wij richten ons nadrukkelijk op het gehele medialandschap: radio, televisie, film, kranten, tijdschriften, streamingdiensten, podcasts én social media.

Dit beleidsplan geeft richting aan onze ambities voor de komende vijf jaar. Het is een werkdocument, een uitnodiging én een statement: iedereen heeft recht op digitale zichtbaarheid, persoonlijke ontwikkeling, toegang tot media én een rol in het publieke verhaal.

Sonja Heijkamp
Directeur-Bestuurder Stichting Special Media
Utrecht
Oktober 2025

“Jij maakt het verschil; achter en voor de schermen”

3. Inleiding

In Nederland leven naar schatting [2,4 miljoen](#) mensen met een verstandelijke beperking. Zij vormen een diverse en groeiende groep, die in media en publieke communicatie structureel ondervertegenwoordigd is.

Uit [onderzoek](#) van het Commissariaat voor de Media (2023) blijkt dat minder dan 1% van de mensen op televisie een beperking heeft, terwijl dit in werkelijkheid ruim 12% van de bevolking is. En als mensen met een beperking wél in beeld komen, is dat vaak in stereotype rollen: als patiënt, held of slachtoffer. Ook in reclame en film blijven mensen met een beperking ondervertegenwoordigd of worden zij ingezet als ‘decorstuk’, in plaats van als volwaardige personages of makers ([Kantar/VIA/ReFrame, 2023](#); [Open Universiteit/Amerpoort, 2025](#)). Dit draagt bij aan stigma, sociale afstand en het ontbreken van rolmodellen.

Digitale uitsluiting

Mensen met een verstandelijke beperking willen meedoen, maar stuiten op drempels die hen uitsluiten in de media of juist verleiden tot overmatig of grenzeloos gedrag bij het gebruik van social media. Zij ondervinden onbegrip, pestgedrag, misbruik, taalbarrières, complexe content en angst om fouten te maken. Het onderzoek van [Vilans \(2022\)](#) toont aan dat mensen met een verstandelijke beperking wel degelijk gemotiveerd zijn om actief te zijn op internet, maar te vaak essentiële ondersteuning missen. Een gezamenlijke [studie](#) van het Nederlands Jeugdinstituut, Netwerk Mediawijsheid en VGN (2021) bevestigt dat ook zorgprofessionals handelingsverlegenheid ervaren bij het begeleiden van mediagebruik. Zonder passende begeleiding ontstaan er serieuze risico's voor welzijn, veiligheid en zelfbeeld en digitale uitsluiting. Deze risico's zijn vaak onzichtbaar in het beleid, maar hebben grote impact op het dagelijks leven van mensen met een beperking. Stichting Special Media benoemt deze risico's expliciet:

De verborgen risico's van digitale uitsluiting:

- **Onzichtbaarheid** versterkt stigma en isolatie
- **Digitale ongeletterdheid** belemmert zelfredzaamheid en ontwikkeling
- **Online kwetsbaarheid** neemt toe zonder bescherming of begeleiding
- **Negatief zelfbeeld** door stereotype of afwezige representatie
- **Uitsluiting van contentcreatie**; niet als maker, alleen als gebruiker

Deze uitsluiting is in strijd met het [VN-verdrag](#) inzake de rechten van personen met een handicap, dat overheden verplicht tot het bevorderen van inclusieve media, het tegengaan van stereotypen en het garanderen van toegang tot informatie en participatie in cultuur en media (artikelen 8, 21 en 30).

In een wereld die steeds medialer en digitaal wordt, is toegang tot een veilig internet en (social)media cruciaal voor sociale verbinding, informatievergaring en participatie. Voor mensen met een verstandelijke beperking geldt helaas vaak dat deze online mogelijkheden regelmatig buiten bereik blijven omdat systemen en (social) media nog te vaak uitgaan van ‘de gemiddelde gebruiker’, blijven waardevolle mogelijkheden buiten bereik voor wie ondersteuning nodig heeft.

Stichting Special Media werkt aan structurele oplossingen. Niet alleen door mensen met een beperking te begeleiden, maar door ruimte te creëren voor hun eigen verhalen, talenten en zichtbaarheid. We bouwen aan een inclusief medialandschap waarin iedereen zich kan uitdrukken en voor en achter de schermen een rol kan spelen.

4. Naam en positionering Stichting Special Media

De naam *Stichting Special Media* is bewust gekozen. “Special” verwijst naar de unieke kracht, verhalen en perspectieven van mensen met een verstandelijke beperking binnen het medialandschap. En mensen die vaak buiten beeld blijven, of slechts als doelgroep worden aangesproken, en zelden als maker, expert of publieksstem.

Wij gebruiken het woord **niet om te labelen of af te zonderen**, maar om te **erkennen dat anders zijn óók waardevol is**. Special staat in onze naam niet voor apart zetten, maar voor opvallen op een positieve manier. Voor ruimte maken. Voor gezien worden.

- **Versterkt de zichtbaarheid van een onderbelichte groep**
De term ‘Special’ richt zich op mensen die nog te weinig zichtbaar zijn in de media. Door deze groep te benoemen, geven we hen niet minder, maar juist méér plek aan tafel.
- **Aansluiting bij een bekend en positief merk**
De stichting bouwt voort op de kracht en bekendheid van de Special Media Awards. Deze naam is al stevig verankerd bij deelnemers, partners en het publiek. Door de naam door te trekken, zorgen we voor continuïteit en herkenning.
- **Special = uniek, niet minder**
In onze context staat ‘Special’ niet voor afwijkend of anders-zijn in negatieve zin, maar voor uniek, krachtig en waardevol. We werken samen aan het laten zien en vieren van talent, niet het uitsluiten ervan.
- **De naam daagt uit tot gesprek en bewustwording**
De keuze voor het woord ‘Special’ roept soms vragen op, en dat is waardevol. Het zet mensen aan het denken over inclusie, taalgebruik en beeldvorming. De naam opent het gesprek over waarom representatie nodig is, en laat zien dat woorden pas betekenis krijgen door wat je ermee doet.
- **Inclusie zit in het doen, niet in de naam**
Uiteindelijk zit inclusie niet in een woord, maar in hoe je werkt. Stichting Special Media is inclusief in haar aanpak: co-creatie, toegankelijke communicatie, gemengde teams en ruimte voor ieders stem. De naam opent een gesprek. Wat we doen bepalen we samen.

5. Doelgroep

Stichting Special Media richt zich op vier doelgroepen, elk met unieke behoeften en mogelijkheden binnen de context van onze doelen. Onze stichting opereert op het snijvlak van de zorg, media, creatieve industrie, cultuurparticipatie en cultuureducatie. Onze activiteiten zijn ontworpen om deze vier doelgroepen te versterken, te ondersteunen en te verbinden, zodat zij samen kunnen bijdragen aan een meer inclusieve en toegankelijke, gedigitaliseerde en gemedialiseerde samenleving;

1. Mensen met een verstandelijke beperking*/**

Bij Stichting Special Media staan mensen met een verstandelijke beperking voorop. We versterken hun stem in de media en helpen hen groeien als makers, presentatoren en verhalenvertellers. Met coaching op het gebied van mediawijsheid en digitale vaardigheden zorgen we dat zij volwaardig kunnen meedoen en zichtbaar zijn in de samenleving.

2. Begeleiders en verwanten

Begeleiders, verwanten en zorgprofessionals spelen een sleutelrol in het (social)mediagebruik van mensen met een verstandelijke beperking. Stichting Special Media ondersteunt hen met trainingen en praktische handvatten om mediawijsheid en digitale vaardigheden te versterken. Samen met experts uit de media dragen we bij aan een steunend netwerk, zodat iedereen volwaardig digitaal kan meedoen.

3. Mediaprofessionals en mediastudenten

Stichting Special Media werkt samen met media professionals en studenten van media-/AV-opleidingen, omroepen, mediaproductiebedrijven, kranten, radio, podcast, streamingdiensten, film en social media platforms. Zij hebben invloed op hoe mensen met een verstandelijke beperking zichtbaar zijn in de media en actief kunnen zijn achter de schermen. Door samen op te trekken, het debat aan te gaan en kennis en ervaringen te delen over inclusieve media en toegankelijke communicatie, vergroten we de impact en verkleinen we de handelingsverlegenheid.

4. Gemeenten

Gemeenten spelen een sleutelrol in het lokaal realiseren van inclusie, participatie en digitale toegankelijkheid. Stichting Special Media is een partner voor gemeenten die hun beleid rond media inclusie en participatie willen versterken. We bieden expertise, programma's en samenwerkingen die bijdragen aan een samenleving waarin alle inwoners, ook mensen met een verstandelijke beperking, kunnen meedoen en zichtbaar zijn, zowel online als offline.

**Stichting Special Media zet zich primair in voor mensen met een verstandelijke beperking. Hoewel onze activiteiten specifiek gericht zijn op deze doelgroep, staan wij open voor alle individuen die zich aangesproken voelen door onze missie, waaronder neurodiverse mensen.*

***Wij willen benadrukken dat deelname aan onze activiteiten altijd mogelijk is, ongeacht iemands achtergrond of diagnose. Tegelijkertijd vinden wij het belangrijk om transparant te zijn over mogelijke percepties vanuit de buitenwereld; deelname aan onze projecten kan in sommige gevallen leiden tot aannames over een verstandelijke beperking. Wij moedigen iedereen aan om dit mee te nemen in hun overweging, terwijl wij streven naar een inclusieve en respectvolle omgeving voor alle deelnemers.*

6. Onze uitgangspunten

Als stichting zetten wij ons in voor een inclusieve media -en digitale wereld, vanuit de overtuiging dat iedereen het recht heeft om volwaardig mee te doen. Onze aanpak is gebaseerd op zes belangrijke pijlers:

VN-verdrag inzake de rechten van personen met een handicap

Iedereen heeft recht op vrije meningsuiting, toegang tot informatie en deelname aan het publieke debat. Deze rechten vormen de basis van ons werk. Stichting Special Media zet zich in voor een media- en digitale wereld waarin ook mensen met een verstandelijke beperking volwaardig mee kunnen doen; zichtbaar en hoorbaar, online en offline, voor en achter de schermen. Het VN-verdrag bevestigt dat mensen met een beperking recht hebben op gelijke toegang tot informatie, communicatie en representatie in de media. Voor ons is dit meer dan een richtlijn, het is het fundament onder alles wat we doen. We werken aan inclusieve mediamakers praktijken, waarin mensen niet slechts onderwerp zijn, maar ook actief bijdragen aan het maken van media.

Governance Code Cultuur en Code Diversiteit & Inclusie

Wij werken volgens de Governance Code Cultuur, waarbij goed bestuur en transparantie centraal staan. Stichting Special Media zorgt voor een duidelijke taakverdeling tussen bestuur en uitvoering, verantwoordt haar keuzes open en eerlijk, en evalueert regelmatig of haar activiteiten bijdragen aan de missie. Zo borgen we vertrouwen en continuïteit in alles wat we doen. Diversiteit en inclusie zijn een vanzelfsprekend uitgangspunt. We stimuleren een organisatiecultuur waarin verschillende achtergronden en perspectieven worden gewaardeerd en actief worden betrokken. Door onze doelgroep en partners mee te laten denken en mee te laten doen, zorgen we voor een toegankelijke en rechtvaardige stichting waar mensen zich gezien en gehoord voelen.

Culturele Basisinfrastructuur (BIS)

Bij Stichting Special Media is inclusie geen bijzaak, maar de kern van onze missie: een mediasamenleving waarin iedereen zichtbaar en hoorbaar is. Mensen met een verstandelijke beperking zijn niet alleen onze doelgroep, maar mede vormgevers van onze projecten. We hanteren het principe “niets over ons, zonder ons” en werken samen met partners die deze visie delen. Inclusie, representatie en begrijpelijke communicatie zijn structurele uitgangspunten in ons beleid en dagelijks werk. Zo dragen wij actief bij aan een toegankelijke, inclusieve culturele infrastructuur.

Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO)

Wij geloven dat (social) media organisaties een verantwoordelijkheid dragen in het bouwen aan een inclusieve samenleving. Stichting Special Media helpt door middel van samenwerking en co-creatie deze organisaties bewust keuzes te maken rondom representatie, toegankelijkheid en participatie.

Social Return on Investment (SROI)

Wij stimuleren mediaorganisaties om social return structureel vorm te geven. We doen dit door samen op zoek te gaan hoe een mediaproductiebedrijf of zender ruimte kan maken voor mensen met een verstandelijke beperking in leerwerkplekken, productieprocessen en creatieve teams. Zelf bieden we binnen onze eigen evenementen en projecten plekken voor leren, oefenen en meedoen. We bouwen bruggen, verbinden en ondersteunen anderen om duurzame, inclusieve werkplekken mogelijk te maken.

7. Missie en visie

Missie

Stichting Special Media bevordert inclusie in de media door mensen met een verstandelijke beperking te ondersteunen in hun zichtbaarheid, digitale vaardigheden, mediawijsheid, talentontwikkeling en creatieve participatie. Wij maken ruimte voor eigen verhalen en perspectieven en dragen bij aan een samenleving waarin iedereen mee kan doen.

Visie

Wij geloven in een samenleving waarin ook mensen met een verstandelijke beperking voor en achter de schermen een actieve en gelijkwaardige rol spelen in media. Een samenleving waarin alle verhalen gehoord worden, alle perspectieven invloed hebben, en mensen zichtbaar bijdragen aan het publieke gesprek. Media zijn geen luxe, maar een bestaansrecht: wie niet in beeld is, telt niet mee.

Onze toekomstbeeld is een medialandschap waarin het normaal is dat mensen met een beperking podcasten, vloggen, regisseren, modereren, presenteren en de camera vasthouden. Niet als uitzondering, maar als vanzelfsprekend onderdeel van het geheel. Media zijn geen luxe, maar een bestaansrecht: wie niet in beeld is, telt niet mee, en wie het niet kan begrijpen, wordt alsnog buitengesloten."

8. Grondslag en kernwaarden

Stichting Special Media is opgericht om structureel verandering te brengen in een samenleving die gedigitaliseerd en gemedialiseerd is; om de verborgen risico's te verkleinen en blijvende verandering aan te brengen. Een (social) media en digitale wereld waarin mensen met een verstandelijke beperking zichzelf kunnen zijn, mee kunnen doen, zich kunnen uitdrukken en zichtbaar kunnen worden, op hún manier, vanuit hún perspectief. In een samenleving die vaak wordt gevormd door mensen zonder beperking, blijven juist deze stemmen te vaak ongehoord. Special Media wil daarin verandering brengen. Niet als vorm van liefdadigheid, maar vanuit de overtuiging dat een samenleving pas echt compleet is als álle mensen zichtbaar zijn en kunnen meedoen op hun eigen voorwaarden.

8.1 Grondslag:

Onze aanpak is geïnspireerd door de filosofie van Hannah Arendt, die het begrip *Amor Mundi*, liefde voor de wereld, centraal stelde. Dit betekent voor ons:

- **Liefde voor de wereld zoals die is**, met al haar imperfecties, kwetsbaarheid en verscheidenheid;
- **Verantwoordelijkheid nemen voor wat er is**, in plaats van weggijken of idealiseren;
- **Ruimte maken voor participatie**, ontmoeting en verandering, juist daar waar uitsluiting plaatsvindt;
- **Meedoen en anderen uitnodigen om mee te doen**, op basis van gelijkwaardigheid.

Vanuit deze houding bouwen wij aan een toekomst waarin mensen met een verstandelijke beperking zelf en op hun eigen manier media kunnen maken, presenteren, publiceren en beïnvloeden. Zij hun verhalen en perspectieven kunnen delen in de media, zonder betutteling of drempels en volwaardig kunnen deelnemen aan het publieke en digitale domein, als makers én als publiek.

8.2 Kernwaarden:

Inclusief en Respectvol

We werken vanuit respect, luisteren actief en creëren ruimte voor ieders stem.

Betrokken en Authentiek

We zijn oprecht en menselijk. Wat we doen, doen we samen met de mensen om wie het gaat.

Vasthoudend en Positief

We bouwen aan duurzame verandering met optimisme en vertrouwen in wat mogelijk is.

*“Een inclusieve samenleving begint bij wie we laten zien.
De tijd om dit te veranderen is niet morgen, maar nu”.*

9. Strategische doelstellingen

Stichting Special Media is in 2030 een spil en autoriteit op het gebied van inclusieve (social) media participatie, mediawijsheid, digitale vaardigheden, inclusie, talentontwikkeling en representatie van mensen met een verstandelijke beperking, hun netwerk en de mediasector.

Wij hebben een invloedrijk netwerk met landelijke dekking, creëren een zichtbare maatschappelijke beweging en zijn een drijvende kracht achter beleidsverandering. Ons werk heeft impact op individuele mediaprojecten, maar draagt ook bij aan structurele veranderingen in hoe mensen met een verstandelijke beperking worden vertegenwoordigd en ondersteund in de samenleving.

Wij werken de komende jaren aan zes strategische doelen die voortkomen uit onze missie en visie. Deze doelen vormen het kader voor al onze projecten, partnerschappen en keuzes:

1. Versterken van de organisatiebasis

Doel: In 2026 beschikt Stichting Special Media over een bestuur, een Raad van Toezicht, een jaarcyclus en een structurele fondsenbasis. Uiterlijk in 2028 hebben we drie langdurige partnerschappen gerealiseerd die gezamenlijk 60% van de structurele financiering dekken. Jaarlijks wordt het beleidsplan geëvalueerd en bijgesteld op basis van impact, draagvlak en continuïteit.

2. Versterken van zichtbaarheid en representatie in media

Doel: Tussen 2025 en 2030 worden jaarlijks minimaal 6 mediaproducties gepubliceerd waarin mensen met een verstandelijke beperking zichtbaar zijn als maker, presentator of redactielid. In 2026 start een makers collectief met minimaal 5 vaste deelnemers, dat in 2027 structureel wordt ingebed in de organisatie. Tweejaarlijks worden de Special Media Awards georganiseerd met minimaal 100 actieve deelnemers en landelijke media-aandacht.

3. Verlagen van digitale drempels en versterken van mediawijsheid

Doel: Tussen 2026 en 2030 volgen jaarlijks minimaal 30 deelnemers een training mediawijsheid en digitale vaardigheden. Vanaf 2027 is er een modulair leertraject met certificering beschikbaar, en zijn minimaal 50 zorgprofessionals bereikt via train-de-trainer programma's. In alle communicatie-uitingen wordt vanaf 2026 gewerkt met B1-taalniveau en worden tools getest op begrijpelijkheid in samenwerking met de doelgroep.

4. Ontwikkelen van creatief talent en participatiekansen

Doel: In de periode 2026–2030 faciliteert de stichting jaarlijks ten minste drie publieke momenten (zoals showcases, presentaties of expo's) waarin deelnemers hun talenten tonen. Minstens 10 makers worden begeleid in hun ontwikkeling als presentator, interviewer of creatief coach. Tegen 2028 heeft elke projectregio een eigen showcase of zichtbaarheidstraject, uitgevoerd in co-creatie met lokale partners.

5. Delen van kennis en beïnvloeden van het medialandschap

Doel: Vanaf 2026 publiceert Stichting Special Media jaarlijks minimaal één kennisproduct (zoals een handreiking, toolkit of position paper) op basis van participatief onderzoek of praktijkervaring. Minstens 3 keer per jaar is de stichting vertegenwoordigd op landelijke podia (zoals Mediawijsheid Week of INC Awards), en organiseert jaarlijks een beleidsbijeenkomst met minimaal 20 stakeholders uit zorg, beleid en media.

6. Bouwen aan een inclusieve mediasector

Doel: In 2030 beschikt Stichting Special Media over een actief netwerk van minimaal 60 samenwerkingspartners verspreid over zorg, media, gemeenten en onderwijs. In minimaal drie regio's zijn structurele samenwerkingen tot stand gebracht waarin deelnemers met een beperking meedoen als co-creator, trainee of adviseur. Twee keer per jaar levert de stichting een actieve bijdrage aan het publieke debat over inclusie in media via publicaties, opiniestukken of campagnes.

“van meedenken tot monteren; iedereen doet mee”

10. Kernactiviteiten

Om onze strategische doelen te realiseren, voeren we zes samenhangende kernactiviteiten uit. Deze vormen het hart van onze werkwijze en sluiten aan bij de praktijk, de doelgroep en het maatschappelijke debat.

1. Organisatieontwikkeling & Governance

Linkt aan: doelen 1 (organisatie basis), 5 (kennisdeling), 6 (inclusieve mediasector)

We bouwen aan een professionele, wendbare en duurzame stichting met duidelijke interne processen, betrokken bestuur, transparante verantwoording en een stevige financiële basis. We investeren in goed bestuur, structurele fondsenwerving, monitoring en verankering van onze missie in alle lagen van de organisatie.

Deze kernactiviteit legt het fundament voor ons werk en maakt groei en samenwerking mogelijk

2. Co-creatie, contentproductie & creatieve participatie

Linkt aan: doelen 2 (zichtbaarheid), 4 (talentontwikkeling), 6 (inclusieve mediasector)

We begeleiden inclusieve media projecten waarin mensen met een verstandelijke beperking, mediaprofessionals en studenten verbonden zijn en samenwerken aan video's, podcasts, social formats en campagnes. In co-creatieprocessen maken we ruimte voor zeggenschap, talent en nieuwe perspectieven; voor én achter de schermen.

We ontwikkelen formats, verhalen en campagnes waarin onze doelgroep als maker en verbinder centraal staat.

3. Educatie, training & talentontwikkeling

Linkt aan: doelen 3 (mediawijsheid), 4 (talentontwikkeling), 5 (kennisdeling)

We bieden toegankelijke trainingen, leertrajecten en train-de-trainer-programma's op het gebied van mediawijsheid, storytelling en digitale vaardigheden. Zowel deelnemers als begeleiders worden versterkt in hun rol. We stimuleren persoonlijke groei, eigenaarschap en de ontwikkeling van media-ambassadeurs met én zonder beperking.

Zo bouwen we aan een verbindende en inclusieve leeromgeving waar ieder talent tot bloei komt.

4. Digitale toegankelijkheid & begrijpelijke communicatie

Linkt aan: doelen 3 (mediawijsheid), 5 (kennisdeling), 6 (inclusieve mediasector)

Toegankelijkheid is essentieel voor digitale inclusie. We ontwikkelen formats en communicatiemiddelen die begrijpelijk en bruikbaar zijn voor mensen met diverse taalniveaus of cognitieve beperkingen. Dat doen we samen met ervaringsdeskundigen en experts.

Concreet betekent dit:

- Gebruik van B1-taalniveau en visuele ondersteuning waar mogelijk
- Testen van content op begrijpelijkheid en gebruiksvriendelijkheid
- Training van makers en begeleiders in inclusief taalgebruik en toegankelijke communicatie

Toegankelijkheid is geen bijzaak, maar een structureel kwaliteitskenmerk van al onze uitingen.

5. Kennisdeling, onderzoek en beleidsbeïnvloeding

Linkt aan: doelen 1 (organisatie basis), 5 (kennisdeling), 6 (inclusieve mediasector)

We verzamelen inzichten uit de praktijk en participatief onderzoek. Die vertalen we naar toegankelijke kennisproducten zoals handreikingen, Toolkits, infographics en position papers. We delen onze kennis actief met beleidsmakers, fondsen, mediaorganisaties en opleiders en dragen bij aan het publieke debat.

Zo maken we de opgedane kennis zichtbaar, bruikbaar en beleidsrelevant.

6. Netwerkvorming & systeemverandering

Linkt aan: doelen 1 (organisatiebasis), 5 (kennisdeling), 6 (inclusieve mediasector)

We bouwen aan sterke samenwerkingen met zorgorganisaties, gemeenten, mediapartners en het onderwijs. Via netwerkdagen, adviesraden, ambassadeurstrajecten en gezamenlijke projecten werken we aan een structureel inclusieve mediasector.

We verbinden mensen, organisaties en perspectieven om duurzame verandering mogelijk te maken.

11. Activiteitenplan 2025-2030

De beschreven activiteiten sluiten direct aan op onze zes strategische doelen en zijn onderverdeeld in onze zes kernactiviteiten. Zo zorgen we voor samenhang tussen wat we willen bereiken en wat we concreet doen, met een duidelijke focus op impact, inclusie en structurele verandering.

1. Organisatieopbouw & versterking

Linkt aan: doelen 1, 5, 6

1. **Bestuur en Governance (Q4 2025):** Formeel bestuur installeren, inclusief taakverdeling, jaarlijkse cyclus en overlegmomenten vastleggen in een bestuursreglement.
2. **Beleidsdocumenten vaststellen (Q4 2025):** Integriteitsbeleid, huishoudelijk reglement, gedragscode en vrijwilligersbeleid vaststellen en publiceren op de website.
3. **Fondsenwerving professionaliseren (2026–2028):** Minimaal 3 structurele fondsenrelaties opbouwen en per jaar 2 projectsubsidies indienen; eerste structurele partner voor Q2 2026.
4. **Organisatiemonitoring (jaarlijks vanaf 2026):** Jaarlijks een interne evaluatie uitvoeren m.b.t. Governance, financiële groei en samenwerkingsrelaties, met een verbeterplan voor het daaropvolgende jaar.

2. Co-creatie & mediaproductie

Linkt aan: doelen 2, 4, 6

1. **Inclusieve mediaproducties (2026–2030):** Jaarlijks minstens 2 professionele mediaproducties realiseren met elk minimaal 8 deelnemers met een verstandelijke beperking.
2. **Maker collectief opstarten (Q2 2026):** Een pilot draaien met 5 vaste makers en dit in 2027 uitbouwen tot een structurele werkvorm met coaching en vergoeding.
3. **Onderwijs samenwerking (Q4 2025 – 2027):** Format ontwikkelen voor co-creatie met studenten, met 2 aangesloten scholen binnen 2 jaar.
4. **Toolkit lancering (Q3 2028):** Publicatie van een praktische mediaproductie-toolkit voor begeleiders (digitaal), met input van deelnemers en praktijkpartners.

3. Educatie, training & mediawijsheid

Linkt aan: doelen 3, 4, 5

1. **Trainingsaanbod deelnemers (2026–2030):** Jaarlijks minimaal 3 trainingen mediawijsheid en digitale vaardigheden, verspreid over het land.
2. **Train-de-trainer traject (2026–2027):** 2 train-de-trainer trajecten voor begeleiders organiseren met als doel 30 professionals te bereiken in 2 jaar.
3. **Leertraject "Media & Jij" (2027):** Start modulair leertraject voor deelnemers met certificaten; eerste groep: 10 deelnemers
4. **Schoolprogramma (2028–2030):** Jaarlijks 2 gastlessen in het (v)so of mbo over digitale inclusie, mediawijsheid en ervaringsdeskundigheid.

4. Talentontwikkeling & participatie

Linkt aan: doelen 2, 4, 6

1. **Special Media Awards (tweejaarlijks vanaf Q4 2026):** landelijk evenement met minimaal 100 deelnemers uit 10 regio's als deelnemer of eventmedewerker, inclusief nominatie campagne en media-aandacht en 1000 bezoekers bij de uitreiking en 3000 live kijkers via YouTube.
2. **Regionale showcases (2027–2029):** Vanaf 2027 jaarlijks twee regionale events in samenwerking met lokale partners.
3. **Zichtbaarheid makers (doorlopend):** Jaarlijks minimaal 6 producties van deelnemers uitlichten via eigen social media en partnerkanalen.
4. **Reizende expositie (2027):** In 2027 een (digitale) expositie realiseren op een locatie, met werk van deelnemers uit heel Nederland.

5. Kennisontwikkeling & beleidsbeïnvloeding

Linkt aan: doelen 1, 5, 6

1. **Praktijkonderzoek (2026 & 2028):** Participatief praktijkonderzoek met hogeschool/kennispartner uitvoeren en publiceren, inclusief input van deelnemers.
2. **Jaarlijks kennisproduct (2027–2030):** Jaarlijks een publicatie ontwikkelen (bijv. infographics, handreiking, tool of position paper).
3. **Nationaal podium (2026–2029):** Jaarlijks deelnemen aan minstens 3 landelijke netwerk events (zoals Mediawijsheid Week, INC Awards, Week van de Digitalisering, Inclusie).
4. **Beleidsbijeenkomst (jaarlijks vanaf 2027):** Jaarlijks één bijeenkomst organiseren met beleidsmakers en fondsen waarin praktijkervaringen en inzichten worden gedeeld.

6. Netwerkvorming, samenwerking & agendering

Linkt aan: doelen 1, 5, 6

1. **Adviesraad (Q4 2025):** In 2025 een raad oprichten (5–7 deelnemers), met minimaal 2 tot 4 bijeenkomsten per jaar.
2. **Landelijke netwerkvorming (jaarlijks):** Tweejaarlijkse een netwerkdag organiseren met minimaal 40 deelnemers uit zorg, media, overheid en onderwijs.
3. **Regionale samenwerking (2027–2028):** In drie regio's langdurige samenwerking opzetten met zorginstellingen of gemeenten.
4. **Publiek debat (2026–2030):** Minimaal 2 keer per jaar zichtbaar agenderen in het publieke debat (via opiniestuk, podcast, presentatie of campagne).

12. Fasering Stichting Special Media 2025–2030

Fase 1: Fundament en pilotfase (Q4 2025 – 2026)

Focus: organisatieopbouw, eerste activiteiten, leren & positioneren

Kernacties:

- Installatie bestuur en Raad van Toezicht
- Vaststelling beleidsdocumenten (integriteit, Governance)
- Oprichting adviesraad
- Start eerste structurele fondsenrelaties
- Eerste mediaproductie + pilot maker collectief
- Deelname aan publieke events (zoals Week van de Mediawijsheid)
- Onderzoek verkenning met kennispartner

Fase 2: Uitbouw en regionale spreiding (2027–2028)

Focus: landelijke zichtbaarheid, regionale partnerschappen en aanbod verbreden

Kernacties:

- Structureel draaien van makers collectief
- Jaarlijks 2 professionele mediaproducties
- Jaarlijkse trainingstrajecten en eerste “Media & Jij” leertraject
- Lancering schoolprogramma en 2 gastlessen per jaar
- Twee regionale showcases + reizende expositie
- Eerste participatief praktijkonderzoek
- Minstens 3 netwerkevents per jaar + beleidsbijeenkomst
- Uitbouw regionale samenwerking met zorg en gemeenten

Fase 3: Borging en schaalvergroting (2029–2030)

Focus: structurele verankering, beleidsbeïnvloeding en duurzaam netwerk

Kernacties:

- Special Media Awards als landelijke vaste waarde (2e editie)
- Structureel leertraject voor deelnemers met certificering
- Publicatie van mediaproductie-toolkit
- Jaarlijkse kennisproducten (tools, handreikingen)
- Structurele financieringsmix (project + structureel)
- Brede zichtbaarheid van makers via media en partners
- Netwerkdag met minstens 50 deelnemers
- Doorontwikkeling adviesraad en ambassadeursgroep

Doorlopende bouwstenen (2025–2030)

Deze activiteiten lopen continu door:

- Zichtbaar agenderen in publieke debat (opiniestukken, presentaties)
- Ondersteuning en verbinden van deelnemers als makers/trainers
- Online zichtbaarheid (6 producties per jaar gedeeld)
- Jaarlijkse monitoring, evaluatie en bijstelling beleid

13. Organisatie-inrichting

Stichting Special Media heeft een organisatiestructuur die gericht is op transparantie, samenwerking en maatschappelijke impact. De organisatie wordt aangestuurd door een directeur-bestuurder, onder toezicht van een onafhankelijke Raad van Toezicht. Daarnaast wordt de stichting inhoudelijk en organisatorisch ondersteund door verschillende raden, projectleiders, vrijwilligers en betrokken professionals.

Iedere functionaris binnen de stichting levert, vanuit een eigen rol en expertise, een bijdrage aan de missie: het bevorderen van mediawijsheid en het stimuleren van inclusieve media voor en door mensen met een (verstandelijke) beperking. De inrichting van de stichting waarborgt dat beleid, uitvoering en controle gescheiden en professioneel zijn ingericht, met oog voor inclusie, betrokkenheid en kwaliteit.

In het onderstaande overzicht worden de verschillende rollen en hun verantwoordelijkheden binnen de stichting toegelicht. Het gaat hierbij om formele organen zoals de Raad van Toezicht en de directeur-bestuurder, maar ook om inhoudelijke gremia zoals de adviesraad, het redactieteam en onderzoeksteam. Daarnaast spelen vrijwilligers, projectleiders en ‘partners van de stichting’ een belangrijke rol bij de uitvoering van activiteiten en de verbinding met de doelgroep.

Raad van Toezicht (voorzitter):	Paul Willems
Raad van Toezicht:	Lenieke Velis
Raad van Toezicht:	Hans de Heus
Directeur/Bestuurder:	Sonja Heijkamp
Adviesraad (8-10 leden)	In ontwikkeling
Partners van de stichting	In ontwikkeling
Redactieteam (4-8 leden)	In ontwikkeling
Onderzoeksteam (2-4 leden)	In ontwikkeling
Projectleiders	In ontwikkeling
Vrijwilligers	+/- 50 (juni 2025)
Financieel adviseur:	Jan Schreuder
Administratief medewerker:	Solange Jacobsen
Boekhouder:	André van Loenhout
Accountant:	
Vertrouwenspersoon:	

14. Formatie en personeelsinzet

Stichting Special Media werkt met een kleine, flexibele kernformatie en een netwerk van betrokken makers, trainers en vrijwilligers. Voor de uitvoering van onze strategische doelen is een inzet van gemiddeld 3.000 tot 3.500 uur per jaar nodig (ca. 1,7 à 2 fte). De directeur vormt de spil van de organisatie (0,6 fte) en is verantwoordelijk voor strategische ontwikkeling, aansturing, fondsenwerving en externe relaties. Daarnaast worden per project krachten ingezet zoals projectleiders, trainers en communicatiemedewerkers. We streven naar een mix van verloning, vrijwilligers en freelance inzet, afhankelijk van financiering en expertise. We werken inclusief: mensen met een beperking worden structureel ingezet als ervaringsdeskundige, trainer of maker, met passende begeleiding. Het formatieplan wordt jaarlijks geëvalueerd en bijgesteld op basis van financiering, uitvoeringscapaciteit en impact. Het formatieplan is een groeimodel: in de eerste twee jaar (2025–2026) ligt de nadruk op organisatieopbouw en het project Special Media Awards 2026. Vanaf 2027 wordt waar nodig en mogelijk de formatie opgeschaald op basis van afstemming over de activiteiten en structurele financiering.

15. Samenwerking en partnerschappen

Stichting Special Media gelooft in de kracht van samenwerking. Inclusieve media maak je niet alleen, dat doe je samen. Met mensen die leven met een beperking, hun netwerken, zorgprofessionals, mediapartners, onderwijsinstellingen, culturele organisaties en beleidsmakers. We zoeken actief verbinding met partners die, net als wij, geloven dat zichtbaarheid, representatie en zeggenschap ertoe doen.

Waarom samenwerking?

Samenwerkingen versterken onze maatschappelijke impact. Door kennis, perspectieven en middelen te bundelen, kunnen we meer bereiken, vernieuwender werken en beter aansluiten bij wat er leeft in de samenleving. Samenwerking helpt ons ook om blinde vlekken te voorkomen. Want inclusie begint bij het luisteren naar perspectieven die anders zijn dan je eigen.

Samenwerken stelt ons in staat om:

- Onze doelgroep op betekenisvolle wijze te betrekken in beleid, productie en reflectie
- Kwaliteit en bereik te vergroten door expertise van buiten in te brengen
- Systemische verandering te beïnvloeden in de samenleving

Hoe we samenwerken

Onze manier van samenwerken is open, gelijkwaardig en betrokken. We werken graag met partners die ruimte maken voor actieve participatie van mensen met een verstandelijke beperking. Dat doen we bij voorkeur in alle fases van een project: van idee en co-creatie tot evaluatie en verspreiding.

We hechten aan duurzame relaties, waarbij wederkerigheid centraal staat: iedereen brengt iets in én haalt er iets uit.

Met wie we samenwerken

We bouwen en onderhouden partnerschappen in vijf domeinen:

1. **Zorg, welzijn en sociaal domein**
 - Voor toegang tot deelnemers, begeleiding, expertise en praktijkkennis.
 - Samenwerking met zorginstellingen, begeleiders en belangenorganisaties.
2. **Onderwijs en kennisinstellingen**
 - Voor onderzoek, verdieping, talentontwikkeling en stageplaatsen.
 - Samenwerking met hogescholen, Mbo's en onderzoeksinstituten.
3. **Media, cultuur en creatieve sector**
 - Voor coproductie, zichtbaarheid, publieksbereik en representatie.
 - Samenwerking met festivals, mediaplatforms, redacties en ontwerpers.
4. **Beleidsmakers, gemeenten en fondsen**
 - Voor structurele verankering, beleidsimpact en gezamenlijke financiering.
 - Samenwerking met lokale overheden, VWS, OCW, fondsen en koepels.
5. **Netwerken van ervaringsdeskundigen**
 - Voor gedeelde zeggenschap, participatie en als klankbord.
 - Structurele samenwerking met mensen met een beperking, in diverse rollen.

Soorten partnerschappen

We onderscheiden drie typen samenwerking:

- **Structurele partners:** langdurige samenwerkingen op meerdere niveaus (bijv. zorginstellingen, kennispartners)
- **Projectpartners:** betrokken bij specifieke trajecten of co-creaties
- **Netwerkpartners:** gericht op kennisdeling, agendering of gezamenlijke zichtbaarheid

Samen met onze partners realiseren we onze strategische doelen: van het versterken van mediawijsheid, tot het agenderen van inclusie in beleid. Onze bestaande netwerken zijn opgebouwd rond de Special Media Awards, en worden verder uitgebreid via co-creaties, talenttrajecten, onderzoek en beleidsbijeenkomsten.

Positionering in het veld

Stichting Special Media werkt actief samen met landelijke en regionale netwerken. We zien onszelf als brug tussen **ervaringskennis, creativiteit en beleid**, een rol die in het veld nog vaak ontbreekt.

Onze huidige, opgebouwde samenwerkingsverbanden middels de geschiedenis van de Special Media Awards; Amerpoort, Pluryn, Hostnet, 's Heeren Loo, NEP, ASVZ, MediaLab, Philadelphia, Netwerk Mediawijsheid, Beeld en Geluid, Mediajungle, Radar, Kijkwijzer, Regionale Publieke Omroep, Inclusie.NL, Humanitas, Mediapark Hilversum, Prokkel, Possibilize, Voxcast, Severinus, Bijzonder Media, Koraal Media, Cordaan, INC Awards, Estinea, Bureau Jeugd en Media, Pameijer e.v.a.

We geloven dat samenwerking de motor is van verandering. Daarom staan we altijd open voor nieuwe verbindingen. We nodigen organisaties van harte uit om met ons mee te bouwen aan media die ruimte maken voor ieders verhaal.

16. Financiën

Stichting Special Media heeft geen winstoogmerk en is afhankelijk van bijdragen van anderen. Deze inkomsten worden gegenereerd door een gezonde en transparante financieringsmix, bestaande uit:

Subsidies en fondsen

Wij dienen aanvragen bij overheden, fondsen en maatschappelijke organisaties die inclusie, mediawijsheid, digitale vaardigheden en/of cultuur ondersteunen. Voor specifieke projecten, zoals evenementen, trainingen of campagnes, zoeken wij passende fondsen en subsidieregelingen.

Sponsoring en partnerschappen

Wij werken samen met bedrijven en organisaties die zich willen verbinden aan onze missie. In ruil voor financiële of materiële steun bieden wij zichtbaarheid, maatschappelijke impact en mogelijkheden tot samenwerking bij specifieke producten of duurzame impactvolle samenwerkingen.

Donaties en giften

Wij ontvangen steun van particulieren en organisaties via donaties, giften en structurele bijdragen. Als stichting zonder winstoogmerk komt elke bijdrage direct ten goede aan onze activiteiten. Ook kunnen wij opgenomen worden in een nalatenschap, bijvoorbeeld via een legaat.

Eigen inkomsten uit activiteiten

Bij sommige projecten of evenementen vragen wij een kleine bijdrage van deelnemers of werken we met kaartverkoop. Ook ontwikkelen we in samenwerking met anderen op termijn aan eigen (digitale) producten voor de verschillende doelgroepen; zoals lesmateriaal of workshops, waarvoor een vergoeding of donatie gevraagd kan worden.

Crowdfunding en campagnes

Voor bijzondere projecten zetten wij soms een crowdfundingactie op, waarbij we het publiek betrekken bij onze missie en vragen om een concrete bijdrage.

Wij vinden het belangrijk om open te zijn over onze inkomsten en uitgaven. Jaarlijks publiceren wij daarom een financieel overzicht, zodat onze partners, donateurs en het publiek kunnen zien hoe wij met onze middelen omgaan.

Beheer en besteding van het vermogen

Beheer van het vermogen

Het vermogen van Stichting Special Media bestaat uit subsidies, donaties, sponsorbijdragen, giften, opbrengsten uit activiteiten en overige baten. Het beheer van dit vermogen ligt bij het bestuur, dat toezicht houdt op een transparante en zorgvuldige besteding van middelen. De dagelijkse financiële uitvoering ligt bij de directeur, die hierbij wordt ondersteund door een financieel adviseur, een boekhouder en een onafhankelijke accountant.

Besteding van het vermogen

De beschikbare middelen worden volledig ingezet voor de verwezenlijking van de doelstellingen van de stichting. Bestuursleden ontvangen geen beloning voor hun werkzaamheden; zij kunnen uitsluitend een vergoeding krijgen voor aantoonbaar gemaakte onkosten. De directeur heeft als enige een betaalde functie binnen de stichting.

Eventuele positieve jaarresultaten worden toegevoegd aan de bestemmingsreserve. Deze reserve dient ter waarborging van de continuïteit van de activiteiten en om toekomstige projecten te realiseren. Het vermogen wordt niet opgepot, maar doelgericht aangewend voor de missie van de stichting.

Transparantie en verantwoording

De stichting legt jaarlijks verantwoording af door middel van een jaarrekening en een activiteitenverslag, opgesteld door de boekhouder en gecontroleerd door de accountant. Deze documenten worden gepubliceerd op de website, conform de wettelijke ANBI-transparantie-eisen.

17. Integriteitsbeleid

Stichting Special Media werkt met en voor mensen in een kwetsbare positie. Daarom vinden wij het belangrijk om een veilige, transparante en integere organisatiecultuur te waarborgen. Ons integriteitsbeleid helpt om zorgvuldig te handelen, dilemma's bespreekbaar te maken en duidelijkheid te bieden aan iedereen die bij ons betrokken is. We hanteren de volgende instrumenten:

Gedragscode

In de gedragscode staan de uitgangspunten voor respectvol, professioneel en veilig gedrag binnen en namens de Stichting. Deze geldt voor iedereen: bestuur, medewerkers, vrijwilligers, ervaringsdeskundigen en partners. Bij aanvang van de samenwerking ondertekent iedereen deze code. Het bestuur evalueert jaarlijks de code en past deze waar nodig aan.

Beleid belangenverstrengeling en belangenregister

Is opgenomen in de gedragscode. We voorkomen en benoemen belangenverstrengeling openlijk binnen het bestuur en met de betrokken partners. Bestuursleden en medewerkers maken mogelijke belangenconflicten vooraf bespreekbaar. Bij besluitvorming wordt dit standaard meegenomen en vastgelegd in notulen en het belangenregister bij de Stichting.

Huishoudelijk reglement

Waar de gedragscode richtlijnen geeft voor professioneel en respectvol gedrag, bevat het huishoudelijk reglement praktische afspraken over taken, vergaderingen, besluitvorming en samenwerking binnen de stichting. Samen zorgen deze documenten voor duidelijkheid, structuur en integriteit in ons dagelijks handelen.

Privacybeleid

Wij gaan zorgvuldig en volgens de AVG om met persoonsgegevens van deelnemers, medewerkers en andere betrokkenen. Alleen bevoegde personen hebben toegang tot deze gegevens. Ons privacy beleid is terug te vinden op onze website.

Meldregeling Grensoverschrijdend Gedrag en Klokkenluidersprocedure

Bij signalen of klachten over grensoverschrijdend gedrag biedt onze meldregeling duidelijke stappen en waarborgen, waaronder vertrouwelijkheid en zorgvuldige opvolging. Er is een externe vertrouwenspersoon beschikbaar voor iedereen die iets wil melden of bespreken rond ongewenst gedrag, integriteit of veiligheid. Wil of kan iemand om wat voor reden dan ook geen contact opnemen met de eigen (externe) vertrouwenspersoon van de organisatie, dan is er de mogelijkheid om uit te reiken naar steun- en adviespunt Mores. Contactgegevens hiervan worden vermeld in de gedragscode.

Juridische en ethische kaders rond participatie.

Stichting Special Media betreft mensen met een verstandelijke beperking actief bij haar activiteiten als maker, presentator, redactielid, trainer of ambassadeur. We zijn ons bewust van de juridische en ethische verantwoordelijkheid die hiermee gepaard gaat. Om de rechten, veiligheid en integriteit van alle betrokkenen te borgen, hanteren wij de volgende uitgangspunten:

1. Aansprakelijkheid en veiligheid

- Deelnemers worden begeleid door een vaste begeleider of contactpersoon vanuit de zorginstelling of hun netwerk.
- Bij deelname aan producties, evenementen of optredens zorgen wij voor heldere afspraken over begeleiding, veiligheid en bereikbaarheid.
- Stichting Special Media sluit voor risicovolle activiteiten (zoals reizen, optreden op locaties) een passende vrijwilligersverzekering of projectverzekering af.

2. Toestemming en portretrecht

- Voor het gebruik van beeld- en geluidsmateriaal wordt altijd expliciete toestemming gevraagd via een toestemmingsformulier, afgestemd op de doelgroep.
- Bij twijfel of wanneer een deelnemer wil intrekken, respecteren wij dat en halen we materiaal offline.
- Deelnemers hebben recht op inzage in wat met hun beeldmateriaal gebeurt.

3. Eigenaarschap van creatief werk

- Creatief werk dat in co-creatie tot stand komt, wordt gedeeld onder de naam van de makers.
- Er wordt duidelijk gecommuniceerd over het doel en gebruik van het werk (bijv. tentoonstelling, online publicatie).
- Stichting Special Media draagt zorg voor eerlijke credit en stemt gebruik van het materiaal af met de makers of hun vertegenwoordigers.

4. Vergoedingen en participatie

- Deelnemers ontvangen geen loon, maar kunnen wél een vrijwilligersvergoeding krijgen of een passende blijk van waardering (bijv. cadeaubon, onkostenvergoeding).
- Bij langdurige betrokkenheid (bijvoorbeeld in een makerscollectief) wordt in overleg met begeleiders gezocht naar passende vergoedingsvormen, met oog op behoud van uitkering en ondersteuning.

5. Grenzen en autonomie

- Deelname is altijd vrijwillig. Er is ruimte om grenzen aan te geven en mee te beslissen.
- We trainen begeleiders en projectleiders in het voeren van gesprekken over verwachtingen, druk en autonomie.
- Deelnemers mogen op elk moment stoppen of zich terugtrekken uit projecten, zonder nadelige gevolgen.

6. Ethiek en respect

- We hanteren de gedragscode en maken ethische dilemma's bespreekbaar.
- We toetsen communicatie en inhoud op stereotypering, framing en beeldvorming, samen met de doelgroep.
- We reflecteren jaarlijks op onze werkwijze en passen deze aan waar nodig.

18. Evaluatie, impact en monitoring

Stichting Special Media is een lerende en reflectieve organisatie. We vinden het belangrijk om niet alleen dingen te doen, maar ook voortdurend te toetsen wat het oplevert, voor wie, en wat beter kan. Daarom zijn evaluatie, monitoring en impactmeting structureel verankerd in onze werkwijze.

Ontwikkeling impactmodel

Vanaf 2026 ontwikkelt de stichting samen met een kennispartner (zoals een hogeschool of onderzoeksinstelling) een participatief impactmodel. Dit model beschrijft gewenste veranderingen op drie niveaus:

- **Microniveau** – impact op individueel niveau (deelnemers, begeleiders)
- **Mesoniveau** – impact op organisaties (media, zorg, onderwijs)
- **Macroniveau** – impact op het bredere medialandschap en beleid

Voor elk niveau formuleren we meetbare indicatoren die ons helpen om voortgang en effect te monitoren over de jaren heen. Ook wordt in 2026 een **nulmeting** uitgevoerd, als vertrekpunt voor latere evaluaties.

Indicatoren per niveau

1. Organisatieniveau

Jaarlijks bespreekt het bestuur of onze koers en werkwijze nog aansluiten bij de missie en strategische doelen. Op basis daarvan passen we waar nodig ons beleid of werkwijze aan.

Indicatoren:

- Uitvoering en beoordeling van jaarplannen
- Stabiliteit van financiering (min. 60% structureel in 2030)
- Groei in netwerkpartners en samenwerkingen
- Uitvoering jaarlijkse interne reflectie en verbetercyclus

2. Projectniveau

Na afloop van projecten of evenementen evalueren we samen met deelnemers, partners en het team. We verzamelen feedback en trekken lessen voor de toekomst.

Indicatoren:

- Aantal deelnemers per activiteit (per regio, per doelgroep)
- Tevredenheid deelnemers (feedbackformulieren, groepsinterviews)
- Herhaalde deelname of langdurige betrokkenheid (retentie)
- Evaluatie-inzichten toegepast in jaarplannen

3. Microniveau (individueel)

We kijken naar persoonlijke ontwikkeling, zelfvertrouwen, mediavaardigheden en zichtbaarheid van deelnemers.

Indicatoren:

- Groei in digitale vaardigheden (voor/nametingen, zelfrapportage)
- Aantal deelnemers dat een training of leertraject afrondt
- Verandering in zelfbeeld (via interviews of dagboekmethodes)
- Aantal deelnemers dat doorstroomt naar vervolgprojecten of rollen

4. Mesoniveau (organisaties)

We meten of organisaties (zoals zorginstellingen of mediahuizen) inclusiever zijn gaan werken.

Indicatoren:

- Aantal organisaties dat Toolkits/trainingen inzet
- Aantal organisaties dat structureel samenwerkt aan co-creatie
- Beoordeling van samenwerking (middels feedback en netwerkreflectie)

5. Macroniveau (maatschappij en beleid)

We meten of de beeldvorming over mensen met een verstandelijke beperking verandert en of beleid inclusiever wordt.

Indicatoren:

- Aantal keer zichtbaarheid in landelijke media
- Aantal beleidsstukken of campagnes waarin de doelgroep zichtbaar wordt
- Vermelding van Stichting Special Media in externe beleidsdocumenten
- Positieve verandering in publieke perceptie (bijv. via publiekspeiling of campagne-impact)

Nulmeting en doorontwikkeling

De nulmeting in 2026 geeft inzicht in de startsituatie op alle drie niveaus. Deze vormt het ijkpunt voor jaarlijkse evaluatie en monitoring tot 2030. We streven ernaar de inzichten uit deze metingen toegankelijk te delen in de vorm van publieksrapporten, visuele infographics of korte video's, in lijn met onze inclusieve communicatieprincipes.

19. Risicoanalyse

Stichting Special Media werkt met een kwetsbare doelgroep en heeft een ambitieuze maatschappelijke missie. Daarom is het belangrijk om bewust te zijn van mogelijke risico's, zodat we tijdig kunnen bijsturen en de continuïteit van ons werk waarborgen.

We onderscheiden vijf categorieën risico's:

1. Financiële risico's

- **Afhankelijkheid van projectsubsidies:** De organisatie is voor een groot deel afhankelijk van incidentele financiering, waardoor structurele inzet (bijv. personeel) onder druk kan komen te staan.
- **Tegenvallende fondsenwerving:** Bij onvoldoende toekenning van subsidies of sponsoring kunnen projecten vertraagd of afgeschaald worden.

Maatregelen:

- Werken aan een gezonde mix van structurele en projectgebonden inkomsten.
- Minimaal 12 maanden vooruit plannen voor grotere projecten.
- Jaarlijks twee nieuwe fondsen of financiers aanboren.

2. Organisatorische risico's

- **Capaciteitsdruk op een klein team:** De stichting draait op een compacte organisatie. Bij uitval van de directeur of projectleiders ontstaat kwetsbaarheid.
- **Te snelle groei:** Door toenemende vraag of succes kan de uitvoeringscapaciteit onder druk komen te staan.

Maatregelen:

- Minimaal 1 keer per jaar capaciteitsplanning en rolverdeling evalueren.
- Structureel investeren in opleiding, samenwerking en overdraagbaarheid van kennis.
- Flexibele schil opbouwen met freelance experts, makers en trainers.

3. Reputatierisico's en ethiek

- **Beeldvorming en taalgebruik:** De stichting werkt met mensen in een kwetsbare positie. Onbedoelde stereotypering, framing of publieke kritiek op terminologie (zoals 'Special') kan reputatieschade veroorzaken.
- **Vertegenwoordiging:** Het risico bestaat dat deelnemers zich niet gehoord of correct gerepresenteerd voelen.

Maatregelen:

- Inclusieve communicatieformats ontwikkelen en continu afstemmen met de doelgroep.
- Structurele betrokkenheid van ervaringsdeskundigen in redactie, adviesraad en monitoring.
- Actief omgaan met feedback via transparante communicatie en herstel.

4. Samenwerkingsrisico's

- **Afhankelijke relaties:** Een te grote afhankelijkheid van enkele partners kan de autonomie onder druk zetten.
- **Vershil in tempo of visie:** Verschillen in cultuur, werkwijze of ambitie kunnen samenwerking vertragen.

Maatregelen:

- Heldere samenwerkingsafspraken vastleggen (intentieverklaringen, samenwerkingsafspraken)
- Actief samenwerken met meerdere verschillende partners.
- Jaarlijkse evaluatie van partnerschappen.

5. Digitale en privacy risico's

- **Beveiliging van persoonsgegevens:** Onzorgvuldige omgang met foto's, video's en data van deelnemers kan leiden tot schending van de AVG.
- **Onbedoelde blootstelling online:** Kwetsbare content kan op verkeerde manieren gedeeld of verkeerd begrepen worden.

Maatregelen:

- Privacybeleid en toestemmingsformulieren zijn verplicht bij elke activiteit.
- Begeleiders, deelnemers en partners worden getraind in privacy bewust werken.
- Gebruik van gesloten platforms waar nodig (bijv. voor trainingsmateriaal).

Conclusie

Risico's zijn onlosmakelijk verbonden met maatschappelijk pionieren. Stichting Special Media kiest voor **transparantie, zorgvuldigheid en wendbaarheid** als belangrijkste instrumenten om risico's beheersbaar te houden. We nemen risico's serieus, zonder dat ze onze creativiteit, inclusiviteit of missie belemmeren.

20. Tot slot

Wij zijn als stichting dankbaar voor het vertrouwen en de energie van iedereen die bijdraagt aan onze missie. Dit beleidsplan geeft richting, maar onze ware kracht ligt in de gezamenlijke reis: het voortdurend zoeken naar nieuwe manieren om, in gezamenlijkheid met elkaar, media inclusiever en toegankelijker te maken voor iedereen.

We zien volop kansen om te groeien in mediawijsheid, representatie en samenwerking. Ieder perspectief brengt ons verder, en juist dát maakt deze zoektocht zo waardevol.

Met betrokkenheid, creativiteit en plezier blijven we bouwen aan een wereld waarin iedereen meetelt én meedoet; online, digitaal en in de media. Daarbij worden wij gesteund door een zeer betrokken Raad van Toezicht, die onze missie onderschrijft en ons kritisch en constructief begeleidt.

We nodigen iedereen uit om met ons mee te doen, ideeën te delen en samen een inclusieve digitale samenleving te realiseren.

Heb je vragen over dit beleidsplan, wil je meer weten over onze projecten, zoals de Special Media Awards, of wil je op een andere manier betrokken raken bij Stichting Special Media? Neem gerust contact met ons op. Samen maken we het verschil.



Bijlage 1 Bronnen

Commissariaat voor de Media (2023)

Minder dan 1% van de personen op tv heeft een zichtbare beperking, terwijl dit 12% van de bevolking betreft; vaak zijn ze enkel te zien als patiënt of onderwerp, en zelden als deskundige
<https://nos.nl/artikel/2543623-nog-altijd-veel-minder-vrouwen-en-mensen-met-een-beperking-op-televisie>
<https://www.nnp.nl/nieuws/algemeen/18287/commissariaat-voor-de-media-roept-op-tot-echte-representatie->

Kantar / VIA / ReFrame (2022–2023)

Onderzoek naar diversiteit en stereotypering in tv-reclame: mensen met een beperking blijven sterk ondervertegenwoordigd en worden vaak stereotype afgebeeld; initiatieven komen langzaam op gang, maar structurele verbetering ontbreekt
<https://www.kantar.com/nl/campaigns/onderzoek-inclusie-en-diversiteit-reclamewereld-2022>

Kennisplein gehandicaptenzorg (2024)

Toelichtingen over de vormen van verstandelijke beperking, NAH (niet aangeboren hersenletsel) en aantallen
<https://www.kennispleingehandicaptensector.nl/thema-s/vakmanschap/wat-is-de-gehandicaptenzorg?>

Open Universiteit / Amerpoort (2025)

Inclusief onderzoek naar representatie in films: veel films gebruiken beperking als decorstuk, niet als authentiek personage; inclusieve participatie door ervaringsdeskundigen wordt gemist
<https://www.ou.nl/-/inclusieve-blik-op-film-onderzoek-naar-de-representatie-van-mensen-met-een-beperking-in-films>

Movisie (2023)

“Inclusief communiceren over mensen met een beperking”: acht evidence-based tips gericht op mediawijsheid, taalgebruik en vermijden van stereotype framing
<https://www.movisie.nl/artikel/inclusief-communiceren-over-mensen-beperking-8-tips>

Nederlands Jeugdinstituut / VGN / Netwerk Mediawijsheid (2021)

Driekwart van zorgprofessionals signaleert te weinig digitale mediavaardigheid bij mensen met (lichte) verstandelijke beperking; zonder adequate begeleiding ontstaan risico's, terwijl betere mediawijsheid participatie sterk bevordert
<https://www.nji.nl/nieuws/meer-inzicht-nodig-in-mediagebruik-bij-beperking>

Stichting KLEUR / DSP-groep (2023)

Rapport 'Je kunt niet zijn wat je niet kunt zien' onderzoekt inclusie in de AV-sector: ethische diversiteit en representatie van etnische minderheden, maar ook aandacht voor zichtbaarheid in beeld en verhaalstructuur
<https://www.vrouweninbeeld.nl/onderzoek/>

Sociale technologie en verstandelijke beperking (Tilburg University, lopend, 2025)

Promotieonderzoek van Van Alem, Frielink & Embregts. Bevat systematische review van kwalitatieve studies over internetgebruik onder mensen met een verstandelijke beperking. Focus op motivaties, barrières en gebruiksmotieven op sociale platforms
<https://www.awvb.nl/onderzoek/sociale-media-en-verstandelijke-beperking/>

Beroepskrachten over het mediagebruik van jeugdigen met een beperking (Netwerk Mediawijsheid / NJi / VGN, 2021)

Onder meer: drie op de vier zorgprofessionals merkt dat jongeren met beperking vaak vaardiger zijn in mediagebruik dan henzelf, maar gebrek aan begeleiding remt kansen. Ruim 50% van jongeren ervaart moeite met content begrijpen

<https://netwerkmediawijsheid.nl/onderzoek/mediagebruik-jeugdigen-beperking/>

LVB & Digitale inclusie (Kenniscentrum LVB, lopend overzicht)

Bevat inzichten over mediagebruik door mensen met LVB – inclusief trends in social media gebruik zoals Instagram, YouTube en WhatsApp – en de uitdagingen voor begrip, impulscontrole en online veiligheid <https://www.kenniscentrumlvb.nl/digitale-inclusie/>

Validisme bij mensen met een verstandelijke beperking (Movisie 2022)

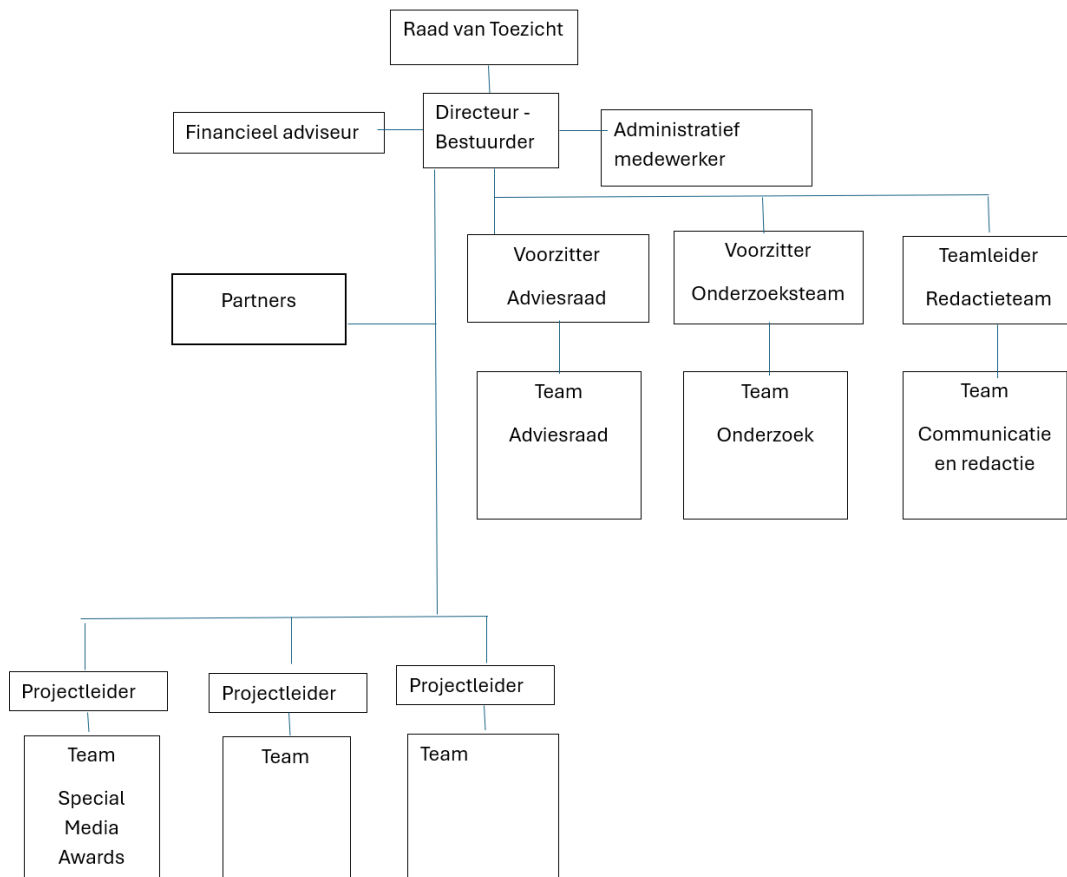
Movisie bekeek meer dan 100 wetenschappelijke studies naar Validisme en schreef een publicatie;

”Validisme aanpakken ten aanzien van mensen met een verstandelijke beperking

<https://www.movisie.nl/publicatie/stigma-discriminatie-verstandelijke-beperking-verminderen-5-tips-uit-wetenschap>

Bijlage 2 Organogram

De stichting werkt met een compacte en flexibele organisatiestructuur waarin samenwerking en gedeelde verantwoordelijkheid centraal staan. Het organogram geeft een overzicht van de formele rolverdeling, zonder de informele samenwerking uit het oog te verliezen.



Bijlage 3 Functieomschrijvingen

Raad van toezicht

De Raad van Toezicht houdt toezicht op het beleid en de uitvoering door de directeur-bestuurder en bewaakt de algemene gang van zaken binnen Stichting Special Media. Zij ziet toe op de realisatie van de doelstellingen, de financiële continuïteit en de integriteit van de organisatie. Transparantie, onafhankelijkheid en kritische reflectie staan daarbij centraal, waarbij belangenverstrengeling wordt voorkomen. Daarnaast fungeert de Raad als klankbord voor de directeur-bestuurder en keurt hij belangrijke besluiten goed, zoals het jaarverslag, de begroting en het strategisch beleid. De Raad bestaat uit diverse leden met relevante expertise en draagt ook zorg voor het naleven van wet- en regelgeving. Als werkgever van de directeur-bestuurder is de Raad verantwoordelijk voor benoeming, beoordeling en begeleiding van het bestuur. Zo waarborgt de Raad een stabiele en duurzame ontwikkeling van de stichting.

1. Toezicht houden op het bestuur

- Controleert of het bestuur handelt volgens de statuten en beleidsplannen.
- Bewaken van de strategie en doelstellingen van de stichting.
- Toezien op naleving van wet- en regelgeving.

2. Werkgeversfunctie

- Benoemen, beoordelen en eventueel ontslaan van de directeur-bestuurder.
- Vaststellen van het beloningsbeleid voor het bestuur en de raad van toezicht.
- Fungeren als klankbord en adviseur voor het bestuur.

3. Financieel toezicht

- Goedkeuren van de begroting en jaarrekening.
- Toezien op een doelmatige besteding van middelen.
- Bewaken van financiële risico's en interne controlemechanismen.

4. Strategisch advies

- Adviseren bij belangrijke beleidskeuzes.
- Beoordelen van de lange termijnstrategie en risico's.

5. Samenstelling en werkwijze

- Zorgdragen voor een diverse en deskundige samenstelling van de raad.
- Vaststellen van een rooster van aftreden en herbenoeming van leden.
- Periodieke evaluatie van het functioneren van de raad.
- Leden van de Raad van Toezicht zijn onbezoldigd en kunnen aanspraak maken op de wettelijke onkostenvergoeding.

De Directeur-bestuurder

is eindverantwoordelijk voor de dagelijkse leiding van Stichting Special Media en voor de uitvoering van het vastgestelde beleid. Vanuit de missie en doelstellingen van de stichting worden strategische plannen ontwikkeld en vertaald naar concrete activiteiten, met oog voor voortgang, kwaliteit en samenhang.

1. Strategisch en inhoudelijk leiderschap

- Ontwikkelt en implementeert het strategisch beleid en vertaalt de missie van Stichting Special Media naar uitvoerbare plannen.
- Draagt zorg voor de ontwikkeling, uitvoering en evaluatie van jaarplannen en beleidslijnen.
- Bewaakt het integriteitsbeleid en andere interne richtlijnen.
- Signaleert risico's en doet voorstellen voor bijsturing van beleid en organisatie.

2. Organisatorische en personele aansturing

- Geeft leiding aan de dagelijkse operatie van de stichting.
- Stuurt medewerkers, vrijwilligers en projectteams aan.
- Versterkt een professionele, inclusieve werkcultuur waarin ieders talent tot zijn recht komt.

3. Externe vertegenwoordiging en netwerken

- Vertegenwoordigt de stichting in netwerken, bij overheden, fondsen, samenwerkingspartners en op nationale podia.
- Treedt op als woordvoerder en spreekbuis in media, publieke optredens en bij evenementen.
- Bouwt aan duurzame relaties binnen de sector zorg, media, cultuur en onderwijs.

4. Financieel en organisatorisch beheer

- Is eindverantwoordelijk voor het opstellen, bewaken en verantwoorden van de begroting, jaarrekening en financiële rapportages.
- Werkt nauw samen met de penningmeester, accountant en Raad van Toezicht.
- Stuurt de fondsenwerving en het subsidiemanagement aan, inclusief de ontwikkeling van projectaanvragen.

5. Communicatie, PR en verantwoording

- Heeft de regie over de externe communicatie van de stichting.
- Coördineert persrelaties, media-uitingen, campagnes en de algemene zichtbaarheid van de organisatie.
- Bereidt beleidsstukken, jaarverslagen en verantwoordingsdocumenten voor richting de Raad van Toezicht en externe partijen.

Salaris

De functie van directeur binnen Stichting Special Media is een betaalde functie. De Raad van Toezicht is verantwoordelijk voor de vaststelling van het beloningsbeleid.

Adviesraad

De Adviesraad bestaat uit experts met relevante ervaring of deskundigheid op het gebied van inclusie, mediawijsheid, technologie, cultuur of zorg. De raad adviseert de directeur-bestuurder en, indien gewenst, de Raad van Toezicht, op inhoudelijke en strategische thema's. De leden van de Adviesraad denken op verzoek mee over kansen, dilemma's, positionering en ontwikkeling van de stichting. Met hun kennis, ervaring en netwerk zetten zij zich in om de stichting te versterken in haar missie: het bevorderen van mediawijsheid, inclusie en representatie van mensen met een verstandelijke beperking.

Taken en verantwoordelijkheden

- Strategisch advies geven over de koers, visie en activiteiten van de stichting.
- Meedenken over inhoudelijke thema's, programma's en maatschappelijke ontwikkelingen.
- Nieuwe kansen signaleren voor samenwerkingen, fondsenwerving en maatschappelijke impact.
- Netwerk en expertise inzetten ten behoeve van de stichting.
- Als klankbord dienen voor het bestuur belangrijke beslissingen of (nieuwe) projecten.
- Ambassadeurschap: de missie van Stichting Special Media actief uitdragen.

Werkwijze

- De bijeenkomsten worden voorbereid door de directeur en de voorzitter van de adviesraad.
- De leden geven daarnaast op afroep (en op vrijwillige basis) incidenteel advies of ondersteuning.
- De leden ontvangen een jaarverslag en worden uitgenodigd voor evenementen van de stichting, zoals de Special Media Awards.

Samenstelling

- De adviesraad valt onder de directeur.
- De adviesraad heeft een voorzitter voor de bijeenkomsten.
- De adviesraad bestaat uit 8-10 leden met verschillende achtergronden (bijvoorbeeld: media, zorg, onderwijs, ervaringsdeskundigheid, inclusie, fondsenwerving).
- Leden worden benoemd voor een termijn van 2 jaar, met mogelijkheid tot verlenging
- Er wordt gestreefd naar diversiteit in kennis, ervaring en perspectief.

Beschikbaarheid en commitment

Leden van de adviesraad denken mee over de inhoud van activiteiten, dragen bij aan activiteiten en onderzoek, nemen **3x per jaar** deel aan overleggen, hebben een netwerk en fungeren als ambassadeurs voor de stichting. Het zijn mensen met verschillende expertise, ervaringsdeskundigheid en achtergronden, maar met een gedeelde interesse naar inclusieve media.

Honorarium

Leden van de adviesraad kunnen aanspraak maken op een vrijwilligersvergoeding, conform de geldende regels en binnen de beschikbare budgetten.

Onderscheid ten opzichte van andere rollen:

De Adviesraad heeft een adviserend karakter zonder bestuurlijke of uitvoerende verantwoordelijkheid. Zij denken actief en inhoudelijk mee op strategisch niveau; 'Partners van de stichting' ondersteunen meer op actieve, informele en communicatieve wijze.

Redactieteam

De redactie van Stichting Special Media ondersteunt het bestuur en alle raden met redactionele activiteiten ten behoeve van de missie van Stichting Special Media. Mensen met en zonder beperking werken samen aan media en verhalen. De redactie maakt content voor de website en promotie doeleinden, die laagdrempelig, eerlijk en herkenbaar is voor een brede doelgroep en dragen zorg voor inclusieve communicatie waarin iedereen zich gezien voelt. Het redactieteam bestaat uit een wisselende groep makers, ervaringsdeskundigen en professionals die meedenken over de inhoud en toon van de mediaproducties en -uitingen van de stichting. Zij geven feedback op plannen, beoordelen formats, zorgen voor representatie en inclusie in media-uitingen, en dragen ideeën aan voor nieuwe content.

Taken en verantwoordelijkheden

bestaan uit het maken van content, zoals foto's of video's tijdens evenementen, het afnemen van interviews met bezoekers, deelnemers of artiesten, en het maken van korte filmpjes voor platforms als Instagram, TikTok of YouTube. Ook het opstellen van berichten voor social media (inclusief tekst en beeld) en meewerken aan bijvoorbeeld een nieuwsbrief valt hieronder. Daarnaast kunnen betrokkenen korte teksten schrijven over evenementen of projecten, blogs of ervaringsverhalen maken (eventueel met ondersteuning), meedenken over het gebruik van duidelijke taal of B1-niveau, en helpen bij het controleren van teksten op toegankelijkheid of begrijpelijkheid. Tot slot hoort het meedenken en plannen erbij, zoals input geven voor onderwerpen op social media of in de nieuwsbrief, en het aandragen van tips over wat belangrijk is voor de doelgroep.

Werkwijze

- De redactie komt **eens per maand** samen (live of online).
- Tussendoor is er contact via WhatsApp of e-mail.
- Iedereen werkt in zijn of haar eigen tempo en krijgt duidelijke uitleg.
- Deelnemers worden goed begeleid door eigen begeleiders.
- Er is ruimte voor vragen en oefenen.
- Leden worden uitgenodigd voor publieke events, zoals de Special Media Awards

Samenstelling

- Het team bestaat uit 5 tot 8 leden met verschillende expertise
- Redactie heeft een vaste begeleider werkzaam bij een zorgorganisatie
- Het redactieteam valt onder de directeur.

Beschikbaarheid en commitment

Leden van het redactieteam hebben expertise op het maken van content voor de stichting en de activiteiten. Zij werken **+/- 8 uur per maand** onder begeleiding van een vaste begeleider aan content die gebruikt kan worden op de website, bij projecten en evenementen.

Vergoeding

De begeleider en de redactieleden vervullen deze functie vrijwillig of worden verloond via de werkgever/zorgorganisatie.

Onderscheid ten opzichte van andere rollen:

Het redactieteam richt zich specifiek op inhoudelijke kwaliteit en inclusieve representatie in media. In tegenstelling tot de Adviesraad (breder strategisch advies), denkt het redactieteam inhoudelijk mee over media en communicatie, vaak vanuit creatieve of ervaringsdeskundige invalshoek.

Onderzoeksteam

De Onderzoeksteam van Stichting Special Media bestaat uit onderzoekers, mediaprofessionals, studenten en ervaringsdeskundigen. Zij zijn betrokken bij onderzoek dat aansluit bij de doelstellingen van de stichting en dragen bij aan de missie: het bevorderen van mediawijsheid, digitale vaardigheden, inclusie en representatie van mensen met een verstandelijke beperking. De raad adviseert over onderzoeksopzetten, waarborgt de kwaliteit en integriteit van projecten en verbindt praktijk, beleid en wetenschap. Ook ondersteunt de onderzoeksteam het bestuur, het redactieteam en projectteams bij het verzamelen, interpreteren en toegankelijk maken van kennis. De leden zetten praktijkgericht onderzoek op, monitoren impact, stimuleren kennisdeling en onderhouden contacten met kennisinstellingen. Ze begeleiden of voeren onderzoek uit, verzamelen data en vertalen kennis naar de praktijk.

Taken en verantwoordelijkheden

De onderzoeksteam initieert of begeleidt onderzoek naar mediawijsheid, digitale vaardigheden, inclusie, representatie en de impact van de projecten van de stichting. De opgedane inzichten worden vertaald naar de praktijk, zodat de resultaten bijdragen aan betere ondersteuning van de verschillende doelgroepen en aan verbetering van de projecten. Daarnaast werkt de raad samen met hogescholen, universiteiten en kenniscentra, bijvoorbeeld door studenten te begeleiden of gezamenlijke publicaties op te stellen. Ook adviseert de onderzoeksteam het bestuur bij vragen over monitoring, evaluatie en verantwoording van impact. Tot slot wordt kennis actief gedeeld via artikelen, bijeenkomsten of factsheets, onder meer in samenwerking met het redactieteam.

Werkwijze

- De onderzoeksteam komt minimaal **twee keer per jaar** bij elkaar.
- Tussendoor werken leden aan specifieke onderzoeksvragen of deelprojecten, bijvoorbeeld in samenwerking met studenten of stagiairs.
- Bij grotere projecten is het mogelijk om onderzoeksleden tijdelijk in te zetten op projectbasis (via een offerte of samenwerkingsovereenkomst).
- Leden worden uitgenodigd voor publieke events, zoals de Special Media Awards, en delen daar indien gewenst kennis of inzichten.

Samenstelling

- valt direct onder de directeur. Vooralsnog is er geen voorzittersrol.
- bestaat uit **4-6 leden** met een achtergrond in praktijkgericht onderzoek, mediawijsheid, inclusie, ervaringsdeskundigheid, digitalisering of gedragswetenschappen.
- voorkeur voor samenwerking lectoren, promovendi, docenten-onderzoekers en studenten.
- Leden worden benoemd voor een **periode van 2 jaar**, met mogelijkheid tot verlenging.
- Er wordt gestreefd naar een mix van praktijkkennis en wetenschappelijke expertise

Vergoeding

Leden van het onderzoeksteam vervullen deze functie vrijwillig of worden verloned door de onderwijsinstelling, zorgorganisatie of werkgever.

Onderscheid ten opzichte van andere rollen:

De onderzoeksteam richt zich op de verbinding tussen praktijk en kennis. In tegenstelling tot de adviesraad (strategisch-inhoudelijk breed) en het redactieteam (media-inhoudelijk), focust de onderzoeksteam op onderzoeksvragen, kennisdeling en impactmeting.

Partners van de stichting

‘Partners van de stichting’ zijn betrokkenen die Stichting Special Media een warm hart toedragen, maar geen formele of structurele taak vervullen. Zij dragen bij door mee te denken, deuren te openen, de stichting onder de aandacht te brengen of incidenteel te ondersteunen. Ze vormen een informeel netwerk van ambassadeurs die onze missie onderschrijven. Deze groep vormt een waardevolle aanvulling op het bestuur, het team en de vrijwilligers.

Taken en verantwoordelijkheden

Partners van de stichting hebben geen formele functie of vaste taken, maar dragen op vrijwillige en flexibele wijze bij aan het werk van de stichting. Hun inzet varieert en kan bestaan uit het uitdragen van de missie en waarden binnen hun eigen netwerk, het bieden van incidentele ondersteuning bij activiteiten of evenementen zoals de Special Media Awards, het meedenken over projecten of plannen in de vorm van een klankbord of feedbackronde, het beschikbaar stellen van relevante kennis, contacten, materialen of faciliteiten, of het leveren van een (kleine) financiële bijdrage of ondersteuning in natura. Partners worden niet structureel ingezet, maar zijn op afroep beschikbaar binnen hun eigen mogelijkheden.

Werkwijze

De stichting onderhoudt op laagdrempelige wijze contact met de partners. Dit gebeurt onder meer via periodieke e-mailupdates (ongeveer drie tot vier keer per jaar) met nieuws, uitnodigingen en oproepen. Daarnaast kunnen partners gericht benaderd worden met verzoeken om hulp of deelname aan specifieke activiteiten. De inzet van partners is altijd vrijblijvend en gebaseerd op wederzijds vertrouwen; zij bepalen zelf op welke manier en in welke mate ze betrokken willen zijn.

Samenstelling

De partners van de stichting vormen een diverse groep met uiteenlopende achtergronden en expertise, waaronder oud-deelnemers en hun familieleden, betrokken professionals uit de zorg, het onderwijs en de media, (oud-)vrijwilligers, ambassadeurs, samenwerkingspartners en andere geïnteresseerden die zich verbonden voelen met de missie van de stichting. Iedere partner draagt op zijn of haar eigen manier bij. Deze diversiteit versterkt het draagvlak en ondersteunt een inclusieve manier van werken.

Tijdsinvestering en betrokkenheid

Partners van Stichting Special Media verbinden zich op een informele en vrijblijvende manier aan onze missie. De tijdsinvestering is beperkt: we verwachten geen vaste taken of structurele inzet. Wel vinden we het waardevol als ‘Partners’ actief meedenken, aanwezig zijn bij (een van) onze bijeenkomsten of evenementen, en onze activiteiten onder de aandacht brengen in hun netwerk. We sturen een paar keer per jaar een update of uitnodiging, en waarderen het als je, waar mogelijk, betrokken blijft bij de ontwikkeling van de stichting. Of dat nu is door interesse te tonen, ideeën te delen of af en toe aanwezig te zijn: elke vorm van betrokkenheid telt.

Onderscheid ten opzichte van andere rollen:

In tegenstelling tot vrijwilligers en de adviesraad zijn partners van de stichting niet structureel uitvoerend actief in projecten. Hun bijdrage is adviserend, verbindend of symbolisch, en is niet gebonden aan een vaste taak of tijdsinvestering.

Vrijwilligers

Vrijwilligers dragen bij aan activiteiten van de stichting, zoals ondersteuning bij evenementen, communicatie, redactie, begeleiding van deelnemers of andere uitvoerende taken. Zij worden betrokken op basis van interesse, beschikbaarheid en vaardigheden, en werken onder begeleiding van een projectleider of de directeur. Vrijwilligers zorgen ervoor dat tijdens een evenement alles soepel verloopt, dat deelnemers zich welkom voelen, en dat het project toegankelijk en inclusief is voor iedereen. Vrijwilligers zijn onmisbaar; zij zorgen voor extra handen, ogen en hart bij de uitvoering van onze missie.

Taken en verantwoordelijkheden

De taken van vrijwilligers variëren afhankelijk van het soort project of evenement. Ze kunnen inhoudelijke ondersteuning bieden, zoals het maken van planningen voor deeltaken, helpen met overzichten en planningen, en het regelen van print- en drukwerk. Praktisch ondersteunen ze bij de op- en afbouw van ruimtes of activiteiten, ontvangen ze mensen en wijzen de weg, zetten spullen klaar, ruimen op, en helpen mee met goodiebags, materialen of techniek. Daarnaast kunnen vrijwilligers deelnemers begeleiden, vragen van bezoekers beantwoorden, erop toezien dat iedereen zich welkom voelt, en ondersteunen bij workshops of andere activiteiten.

Werkwijze en begeleiding

- Vrijwilligers krijgen vooraf een duidelijke uitleg over de taak.
- Er is altijd een aanspreekpunt van Stichting Special Media aanwezig.
- Taken worden afgestemd op wat iemand kan en leuk vindt om te doen.
- Er is ruimte voor vragen, inbreng en eigen initiatief.
- Observaties delen over wat goed ging of beter kan.

Vergoeding

Vrijwilligers vervullen hun werkzaamheden onbezoldigd. Zij kunnen aanspraak maken op een vrijwilligersvergoeding, conform de geldende regels en binnen de beschikbare budgetten.

Onderscheid ten opzichte van andere rollen:

Vrijwilligers vervullen een uitvoerende of ondersteunende rol. In tegenstelling tot partners van de stichting zijn vrijwilligers actief betrokken bij de uitvoerende werkzaamheden van de stichting bij projecten.

Projectleiders

Projectleiders zijn verantwoordelijk voor de voorbereiding, uitvoering en evaluatie van specifieke projecten binnen de stichting. Zij stellen projectplannen op, bewaken de voortgang, sturen betrokkenen aan en zorgen voor rapportage en communicatie. Projectleiders werken in opdracht van de directeur-bestuurder en stemmen regelmatig af over voortgang, knelpunten en resultaten.

Taken en verantwoordelijkheden

De projectvoorbereiding omvat overleg met de directeur over doelen en aanpak, het maken van een projectplanning en een overzicht van taken, het inschatten van benodigde mensen, middelen en tijd, en het betrekken van vrijwilligers en andere betrokkenen. Indien nodig wordt afgestemd met partners, locaties of leveranciers. Tijdens de uitvoering worden vrijwilligers aangestuurd, gezorgd voor een duidelijke taakverdeling en begeleiding, en wordt contact gehouden met deelnemers, sprekers, artiesten en andere betrokkenen. Praktische of inhoudelijke knelpunten worden opgelost, met aandacht voor een veilige, toegankelijke en positieve sfeer. Communicatie en samenwerking verlopen in afstemming met de directeur, en zo nodig met het bestuur of de adviesraad. Daarnaast is er samenwerking met de redactiegroep voor zichtbaarheid en verslaglegging, waarbij duidelijk wordt gecommuniceerd over wie wat, wanneer en hoe doet. Na afloop wordt een evaluatie georganiseerd met het team en/of vrijwilligers, waarin successen en leerpunten worden benoemd, bevindingen kort worden teruggekoppeld aan de directeur of het bestuur, en ideeën voor verbetering of vervolg worden aangedragen.

Wat vragen we van een projectleider?

- Sterke organisatorische vaardigheden
- Affiniteit met inclusie, diversiteit en mediawijsheid
- Ervaring met aansturen van (vrijwillige) teams is een pré
- Flexibiliteit en probleemoplossend vermogen
- Goede communicatie en afstemming met diverse partijen
- Betrokkenheid bij de missie van Stichting Special Media

Vergoeding

Projectleiders werken op basis van persoonlijke afspraken als vrijwilliger, verloond via hun werkgever of worden ingehuurd als ZZP'er.

Bijlage 4 Samenvatting Beleidsplan Stichting Special Media (2025–2030)

Missie & Visie

Stichting Special Media maakt ruimte voor de creatieve kracht, zichtbaarheid en participatie van mensen met een (verstandelijke) beperking in media en digitale cultuur. We geloven dat iedereen recht heeft op mediarepresentatie, talentontwikkeling, zeggenschap en toegang tot digitale middelen om zich te ontwikkelen, te verbinden en mee te doen. Wij bouwen aan een inclusieve mediasector waarin mensen met een beperking niet alleen onderwerp zijn, maar ook **makers, experts en verhalenvertellers**.

"Niets over ons, zonder ons, ook in de media."

Maatschappelijke urgentie

Mensen met een beperking worden nog te vaak uitgesloten van volwaardige deelname aan media. Uit onderzoek blijkt:

- Slechts 1% van de mensen op tv heeft een beperking.
- 65% van de mensen met een verstandelijke beperking gebruikt sociale media, maar vaak zonder passende begeleiding.
- Digitale uitsluiting vergroot sociale ongelijkheid.

Tegelijk groeit het besef in beleid, media en onderwijs dat inclusie niet vanzelf ontstaat. Stichting Special Media speelt hierop in met een concrete, creatieve en inclusieve aanpak.

Strategische doelen (2025–2030)

1. **Organisatiebasis versterken** – duurzame, integere en professionele stichting neerzetten
2. **Zichtbaarheid & representatie vergroten** – via media, events en coproductie
3. **Digitale vaardigheden & mediawijsheid versterken** – door trainingen, educatie en co-creatie
4. **Talentontwikkeling stimuleren** – mensen met een beperking ondersteunen als makers
5. **Kennis delen & beleid beïnvloeden** – via onderzoek, publicaties en beleidsdialogen
6. **Netwerk & samenwerking uitbouwen** – met zorg, media, onderwijs en overheid

Kernactiviteiten

Mediaproducties: jaarlijks minstens 2 professionele co-creaties met deelnemers

Special Media Awards: tweejaarlijks inclusief mediafestival

Training & educatie: Mediawijsheidtrainingen, train-de-trainer en schoolprogramma

Toolkits & formats: praktische materialen voor begeleiders en instellingen

Onderzoek & kennisdeling: praktijkonderzoek, publicaties en beleidsadviezen

Netwerkvorming & agendering: adviesraad, landelijke en regionale partnerschappen

Doelgroepen

- Mensen met een (verstandelijke) beperking
- Zorgprofessionals en begeleiders
- Mediabedrijven, onderwijsinstellingen en beleidsmakers
- Culturele instellingen en belangenorganisaties

We werken **inclusief en participatief**: deelnemers denken en doen actief mee als maker, trainer of adviseur.

Organisatie & werkwijze

- Stichting opgericht in 2025, met bestuur en directeur in loondienst
- Raad van Toezicht en Adviesraad actief betrokken
- Professionele projectleiding en inzet van freelancers, ervaringsdeskundigen en vrijwilligers
- Samenwerking met hogescholen, zorginstellingen, cultuurpartners en media

Evaluatie & monitoring

We monitoren op 3 niveaus:

- **Organisatie:** jaarlijkse evaluatie door bestuur & RvT
- **Projecten:** evaluaties met deelnemers en partners
- **Impact:** bereikcijfers, feedback en ervaringsverhalen

Kernindicatoren worden gemonitord en gedeeld met partners, fondsen en deelnemers.

Contact

www.stichtingspecialmedia.nl
info@stichtingspecialmedia.nl

Stichting Special Media maakt verschil op het snijvlak van media, inclusie en participatie. Met een klein team, sterke visie en betrokken netwerk creëren we duurzame impact. We nodigen fondsen uit om met ons samen te bouwen aan een samenleving waarin ook in de media alle mensen zichtbaar mogen zijn.