

# MUZIEK VOOR DE ZORG



# Inhoudsopgave

1	Inleiding	3
2	Organisatie	4
3	Muziek voor de Zorg	6
3.1	<i>Aanleiding</i>	6
3.2	<i>Waarom muziek?</i>	6
3.3	<i>Doelstelling</i>	7
3.4	<i>Doelgroepen</i>	7
3.5	<i>Kwaliteit</i>	7
3.6	<i>Muzikale inhoud</i>	7
3.7	<i>Praktisch</i>	8
3.8	<i>Waardebonnen</i>	8
4	Financiën	10
5	Toekomst	11
5.1	<i>Ambities</i>	11
5.2	<i>Markt</i>	11
6	Marketing	13
7	Tot slot	17

## 1 Inleiding

Het levensgeluk voor mensen die in zorgcentra leven, zit vaak in kleine dingen. Een beetje extra persoonlijke aandacht, iets lekkers bij de koffie, een wandeling met de rolstoel - waarbij intimiteit en fysieke nabijheid ontzettend belangrijk zijn. Toen de zorgcentra gesloten werden tijdens de Corona-crisis, bleek weer eens hoe lastig het is om contact te maken als we elkaar niet vast kunnen houden, elkaar niet kunnen aanraken. Hartverscheurend zijn sommige verhalen over dat gemis.

Naast het fysieke aanraken en verwennen, is er voor veel mensen in de verpleeghuizen maar één ander middel dat echt 'binnenkomt' en ze raakt: dat is muziek. De liedjes en melodieën van vroeger beroeren nog altijd, zelfs de mensen met vergaande dementieklachten. Dit positieve effect van muziek op het welbevinden van mensen wordt ook wetenschappelijk bevestigd. Alleen al door te luisteren naar muziek worden tal van hersengebieden geactiveerd waardoor de interne communicatie tussen die verschillende hersengebieden wordt bevorderd.

Muziek maakt niet alleen gelukkig. Muziek heeft ook een therapeutische waarde, juist voor ouderen. Het is eigenlijk een vorm van belevingsgerichte zorg. Muziek prikkelt de hersenen én zingen is voor ouderen een geweldige manier om fysiek de longen en het hart te trainen. Daarbij vermindert het luisteren naar muziek gedragsproblemen en onrust bij ouderen en mensen met dementie. Het horen van bekende liedjes van vroeger bevestigt daarnaast de eigen identiteit en heeft bij ouderen met geheugenproblemen een reminiscerend effect: het helpt bij het ophalen van herinneringen. *Last but not least*, muziek en vooral het samen (mee)zingen heeft een enorme verbindende kracht.<sup>1</sup>

Samen naar muziek luisteren en samen zingen zijn dus van onschatbare waarde voor de gezondheid en het welbevinden van oudere mensen, vooral van ouderen met dementie. *Stichting Muziek voor de Zorg* zet zich in voor het bieden van muzikale programma's, die speciaal toegesneden zijn op de ouderen. De programma's bieden kwalitatief hoogstaande muziek aan bewoners van woonzorgcentra. Er wordt gewerkt met doordachte programma's, goede zangers en mensen die weten om te gaan met deze speciale doelgroep en contact kunnen leggen met mensen die dat zelf niet meer kunnen. Op deze wijze wordt er echt een bijdrage geleverd aan het welzijn van kwetsbare ouderen.

*Muziek voor de Zorg* is momenteel actief in de provincie Brabant en wil uitgroeien tot een landelijk netwerk en platform dat speciaal voor de zorg hoogwaardige muzikale programma's brengt. Voor de productie van nieuwe muziekprogramma's, de uitbreiding van het netwerk en bijbehorende logistiek is extra geld nodig dat *Muziek voor de Zorg*

---

<sup>1</sup> Volgens neuroloog Prof. Dr. Erik Scherder is muziek dat 'een geweldige prikkel, een geweldige verrijking voor het brein' wat komt door de aanmaak van oxytocine. Hij stelt: "Dit knuffelhormoon komt ook vrij als je in groepen met elkaar zingt en voedt een soort gemeenschappelijke kracht die ervoor zorgt dat je wilt meedoen of je beter en sterker voelt." Uit:

<https://www.speakersacademy.com/nl/samen-zingen-activeert-ons-brein/>.

aanvraagt door middel van fondsen- en subsidieaanvragen. Een ANBI-status kan succesvolle fondsenwerving bevorderen en particulieren aanmoedigen om te schenken.

## 2 Organisatie

Stichting Muziek voor de Zorg is in 2020 opgericht.

Het bestuur bestaat uit drie bestuursleden.

Momenteel zijn dit:

Voorzitter: Joris Ivens, specialist ouderengeneeskunde bij Stichting Schakelring

Secretaris: Nicole van Gastel, GZ-psycholoog bij gGzE

Penningmeester: Wouter van der Horst, productmanager bij ASML

Initiatiefnemers van *Muziek voor de Zorg* zijn Bart van Loon en Hans van Heiningen. Hans van Heiningen is klassiek geschoold zanger (bariton) en Bart van Loon is zanger en verpleegkundige met ouderenervaring. Zij kwamen elkaar bij toeval tegen tijdens een optreden in een zorginstelling en deelden hun kennis en ervaringen. Inmiddels verzorgen zij samen zo'n 200 optredens per jaar in diverse zorginstellingen voor ouderen met dementie. Deze optredens worden door de bewoners, het verzorgend personeel en de activiteitenbegeleidende teams zeer goed ontvangen. Beide zangers weten hun muzikaal talent te combineren met een gave om juist voor deze doelgroep op te treden en contact te kunnen maken met mensen die vaak eenzaam en passief zijn en opgesloten in een eigen wereld leven. De muziekprogramma's geven deze mensen vaak troost, verlichting en een paar momenten van geluk.

In de evaluatiegesprekken met activiteitenbegeleiders van zorginstellingen en andere verantwoordelijken voor het welzijn van dementerende ouderen, zijn Van Loon en Van Heiningen tot de conclusie gekomen dat er vraag is vanuit de zorgsector naar een platform waar een diversiteit aan muziekprogramma's wordt aangeboden die worden uitgevoerd door professionele muzikanten die affiniteit hebben met de zorg. Uiteraard steken activiteitenbegeleiders en verzorgend personeel liever hun tijd in de bewoners, dan in het uitzoeken, boeken, organiseren en financieel afwikkelen van geschikte muzikanten. Zo is *Stichting Muziek voor de Zorg* ontstaan.

### **Bart van Loon**

De zang- en acteercarrière van Bart van Loon begon in de Efteling. Door zijn mooie stem en uitzonderlijk talent als entertainer viel hij op bij de TROS Sterren Talentenjacht, waar hij tot beste van de 650 deelnemers werd uitgeroepen. Inmiddels zingt hij veel en graag op bruiloften en partijen waar hij nog steeds enorm gewaardeerd wordt om zijn stem en zijn gave om een echt feest te maken voor alle genodigden. Keer op keer weet hij perfect op de situatie en het publiek in te spelen. Voor Bart zelf heeft het zingen voor ouderen echter een streepje voor. In deze optredens koppelt hij zijn artistieke energie aan het kleine en het menselijke: Bart het podiumbeest en Bart de verpleegkundige komen in deze optredens optimaal samen.

### **Hans van Heiningen**

Hans van Heiningen is klassiek geschoold zanger en zangpedagoog. Hij studeerde aan het Sweelinck Conservatorium te Amsterdam en vervolgde zijn studie in Utrecht bij Udo Reinemann. Hij volgde meesterkursussen bij Elisabeth Schwarzkoph, Robert Holl en Vera Rosza. Ervaring met opera deed hij op door deel uit te maken van de Operastudio. Naast opera zingt hij in zeer uiteenlopende genres als concerten, musicals en muziektheater. Hij heeft gastrollen vervuld bij verschillende toneelgezelschappen, bedrijfs- en promotiefilms. Hij zong voor Koningin Beatrix en zingt met zijn prachtige volle stem met veel liefde voor ouderen.

Hans van Heiningen en Bart van Loon bundelen hun persoonlijk succes in *Stichting Muziek voor de Zorg* en willen zo de kwaliteit van het muzikale aanbod in de zorg bewaken en borgen.

## 3 Muziek voor de Zorg

### 3.1 Aanleiding

Het overheidsbeleid is erop gericht oudere mensen zo lang mogelijk zelfstandig en in eigen huis te laten wonen. Dit heeft als gevolg dat de zorgbehoefte van mensen in woonzorgcentra aanzienlijk is toegenomen. Het aloude bejaardenhuis met zelfstandig opererende ouderen die genoten van de bingo-en bridgeavonden, de handwerkclub en uitstapjes bestaat eigenlijk niet meer.

De bewoners van de huidige woonzorgcentra zijn mensen die veelal volledige zorg nodig hebben. Hierdoor heeft het personeel in de praktijk steeds minder tijd voor 'extra' welzijnsactiviteiten, dat wil zeggen voor het noodzakelijke vermaak en ontspanning en de broodnodige afleiding en activatie. Een professionele helpende hand bij het kwalitatief invullen van activiteiten is meer dan welkom. Daarom biedt *Muziek voor de Zorg* zorgvuldig geselecteerde professionele muziekprogramma's aan, specifiek voor ouderen in de zorginstellingen die natuurlijk ook voor de 'zelfstandig' wonende ouderen daarbuiten ingezet kunnen worden.

### 3.2 Waarom muziek?

Muziek heeft meer dan wat voor activiteit dan ook een sterk positief effect op het welzijn van deze kwetsbare doelgroep. Steeds meer wetenschappelijke onderzoeken komen tot deze conclusie. De zangstem is bij uitstek het instrument dat muziek naar binnen brengt bij deze doelgroep.

Er zijn dan ook vele antwoorden op de vraag 'Waarom muziek?'

- Muziekbeleving blijft tot het laatste moment intact in het brein.
- Muziek zorgt ervoor dat de mist in het brein even weg trekt.
- Muziek haalt herinneringen en emoties op, muziek brengt mensen tot leven.
- Muziek geeft troost, maakt vrolijk
- Muziek ontspant het lichaam en de geest.
- Muziek brengt welzijn en kwaliteit van leven bij mensen die langdurige zorg nodig hebben.
- Muziek versterkt het contact en de verbinding tussen kwetsbare mensen, familie en zorgmedewerkers.
- Muziek zorgt voor interactie, waardoor verlichting, en het gevoel van geluk ontstaat.

Dáárom maakt *Muziek voor de Zorg* muzikale programma's voor de oudere doelgroep, voert de programma's uit, coördineert optredens en leidt zangers en zangeressen op om voor de ouderen op te treden. Zowel in de muziekkeuze als in de uitvoeringswijze van de programma's wordt de ouderendoelgroep als uitgangspunt en maatstaf genomen.

### 3.3 Doelstelling

*Stichting Muziek voor de Zorg* beoogt zorgvuldig geselecteerde, gevarieerde en kwalitatief hoogstaande muzikale programma's aan te bieden voor de zorg. De stichting richt zich daarbij met name op - vaak eenzame en dementerende - ouderen die in woonzorgcentra leven maar ook op zelfstandig wonende ouderen.

Op deze wijze streeft *Muziek voor de Zorg* naar de verbetering van de kwaliteit van leven van ouderen en de bevordering van de sociale cohesie in woonzorgcentra tussen bewoners onderling alsook tussen bewoners, personeel, familie, vrijwilligers en overige betrokkenen.

### 3.4 Doelgroepen

De primaire doelgroep van *Stichting Muziek voor de Zorg* bestaat uit de oudere bewoners van woonzorgcentra, dat zijn zowel de open als gesloten afdelingen van grote instellingen en de kleinschalige centra voor dementerende ouderen. Daarnaast richten de programma's van *Muziek voor de Zorg* zich ook op 'zelfstandig wonende' ouderen. Er is geen leeftijdsgrens aan deze doelgroep verbonden.

Secundair wordt er aandacht besteed aan bewoners met een migratieachtergrond die in meer of mindere mate behoefte hebben aan liedjes in de taal en muziekstijl waarmee zij zijn opgegroeid.

### 3.5 Kwaliteit

*Muziek voor de Zorg* borgt de kwaliteit van het programma zowel in vorm als in inhoud. Het muzikale aanbod wordt zorgvuldig voor de doelgroep geselecteerd en veelal thematisch aangeboden: zo zijn er speciale programma's rondom de jaargetijden, de feestdagen of voor verjaardagen samengesteld.

De zangers en zangeressen die de programma's presenteren worden allen geselecteerd op basis van hun muzikale kwaliteiten in combinatie met een uitgesproken affiniteit en juiste omgang met de doelgroep. Zangers en zangeressen moeten een stem hebben die kan ontroeren en in staat zijn een voorstelling te dragen. Uiteraard moeten ze thuis zijn in het repertoire voor de doelgroep en er wordt gevraagd naar een grote empathische gave. De zangers en zangeressen moeten tijdens het zingen op een natuurlijke manier van dichtbij non-verbaal contact maken met hun publiek.

*Muziek voor de Zorg* heeft een selectieworkshop ontwikkeld voor potentiële zangkandidaten. In deze workshop wordt gekeken en geluisterd of de kandidaat past bij *Muziek voor de Zorg*. Potentieel geschikte kandidaten worden begeleid op muzikaal gebied, bij geluidsversterking en het contact maken met bewoners.

### 3.6 Muzikale inhoud

Een muzikaal optreden duurt ongeveer 1,5 uur. Het repertoire bestaat uit lichte tot klassieke muziek en kan voor ieder optreden in samenspraak met de activiteitenbegeleiders samengesteld worden. Op het repertoire staan bijvoorbeeld Heintje's 'Mama', 'Ave Verum', 'Edelweiss' uit de Sound of Music, 'Ik heb eerbied voor jouw grijze haren' maar ook liedjes van Elvis, The Beatles, Aznavour en bekende

klassieke operahits.

Samen met de bewoners worden er liedjes uit de oude doos gezongen, zoals, 'De Twee motten' van Dorus, 'Aan de Amsterdamse grachten' en 'Ik hou van Holland' of een plaatje van Vader Abraham. Soms komt er een oude Philips Pick-up aan te pas om plaatjes te draaien.

Voor bewoners met een migratieachtergrond zullen er liedjes worden vertolkt in de taal en in muziekgenres waarmee zij zijn opgegroeid. Muziek voor de Zorg zal specifiek zangers en zangeressen opleiden voor het optreden voor doelgroepen met een niet-Nederlandse achtergrond met repertoire dat daarop aansluit.

Na ieder optreden wordt er met de begeleiders geëvalueerd hoe het optreden bij de bewoners is overgekomen.

### 3.7 Praktisch

De zangers en zangeressen van *Stichting Muziek voor de Zorg* werken in principe zelfstandig en alleen. Ze zijn in staat om zelf naar optredens te rijden en maken bij hun optreden gebruik van begeleidingsbanden.

*Muziek voor de Zorg* levert techniek op maat. Volume en geluidskwaliteit van de optredens zijn erg belangrijk. De muziek mag niet te hard zijn maar moet wel voldoende versterking hebben en dat is voor iedere ruimte en voor ieder optreden weer anders. Per optreden en locatie wordt dat geregeld met eigen geluidsversterking en aangepaste begeleidingsbanden. Zodat er een optimaal geluid tot stand wordt gebracht voor de bewoners, ook voor mensen die gebruik maken van gehoorapparaten.

Steeds vaker kunnen ouderen overweg met een tablet. Als aanvulling op de live muziekbeleving wordt er daarom een YouTube kanaal opgezet waar elke maand een nieuwe video (van circa een uur) van de optredens verschijnt. Hiervoor worden er film- en geluidsopnames gemaakt van de concerten en van korte gesprekken met ouderen over de beleving ervan. Zo kunnen ouderen later nog eens nagenieten van de optredens op een moment dat het hen uitkomt.

### 3.8 Waardebonnen

*Stichting Muziek voor de Zorg* hanteert voor haar optredens een tarief van 250 euro. Dit bedrag wordt door de zorgcentra betaald maar kan ook door particulieren of verenigingen worden opgebracht door de aankoop van een **Nationale Muziek voor de Zorg Bon**. Met deze cadeaubon kan iedereen een persoonlijk optreden van een professionele artiest cadeau geven. Bijvoorbeeld aan de afdeling of huiskamer waar opa of oma, vader of moeder woont, of aan een afdeling van een verpleeghuis om de hoek of als privé-optreden voor een tachtigjarige verjaardag.

Terwijl voor veel zorgcentra het activiteitenbudget beperkt is, is het netwerk van betrokken familieleden, vrijwilligers en werknemers vaak juist erg groot. Zorgcentra verdienen en krijgen veel goodwill. Deze bonnen vormen een uniek en laagdrempelig middel voor lokale verenigingen, groepen of particulieren om ouderen in hun eigen



omgeving op een muzikaal genoeg te trakteren. Daarom is de **Nationale Muziek voor de Zorg Bon** ook een gouden idee en een groot succes.

## 4 Financiën

Een optreden kost gemiddeld 400 euro (met doorrekening van de ontwikkelkosten en overhead), waarvan 250 euro door zorgcentra of cadeaubonnen wordt gedekt.

Daarom is er behoefte aan extra geld voor de dekking van de ontwikkeling van programma's, de aanschaf van apparatuur, de opleiding en begeleiding van zangers en zangeressen en de overhead zoals het onderhouden van het digitale platform.

Een ANBI-status zal het eenvoudiger en laagdrempeliger maken voor potentiële donateurs en fondsen om te schenken aan *Stichting Muziek voor de Zorg*.

## 5 Toekomst

Het aantal ouderen neemt steeds verder toe in Nederland. In 2012 waren er 686.227 mensen van 80 jaar of ouder, in 2040 zijn dat er 1.554.742.

Door beperkte budgetten en een tekort aan personeel staat de (intramurale) zorg voor deze ouderen onder druk. Met name de welzijnsactiviteiten dreigen hierdoor op te drogen. Verzorgend personeel heeft zelf geen tijd om nieuwe initiatieven te bespreken of de benodigde vrijwilligers te werven voor het begeleiden van de activiteiten, laat staan deze zelf uit te voeren.

*Stichting Muziek voor de Zorg* maakt het voor zorginstellingen mogelijk om met weinig financiële middelen een kwalitatief hoogwaardig en inhoudelijk divers muzikaal programma voor ouderen aan te bieden. Muziek voor de Zorg borgt de kwaliteit en een gevarieerd aanbod voor de ouderen.

### 5.1 Ambities

Stichting Muziek voor de Zorg wordt vertegenwoordigd door programmamakers, organisatoren en uitvoerend artiesten Hans van Heiningen en Bart van Loon. *Muziek voor de Zorg* is op dit moment vooral actief in Brabant en haar grensprovincies Limburg, Gelderland en Zuid-Holland. De stichting wil haar activiteiten de komende jaren zowel kwalitatief en kwantitatief uitbreiden. *Muziek voor de Zorg* wil de programma's ook aanbieden in de rest van Nederland en de programma's blijvend vernieuwen en passend maken voor andere doelgroepen. Zo is er tot nu toe alleen aanbod voor Nederlandse ouderen en is er ook behoefte aan programma's voor ouderen van Turkse, Marokkaanse en Surinaamse afkomst bijvoorbeeld. De inzet is om geschikte jonge zangers en zangeressen op te leiden voor, en te coachen bij, optredens voor de diverse ouderen doelgroep.

### 5.2 Markt

*Stichting Muziek voor de Zorg* is niet de enige of eerste stichting die muzikaal vermaak biedt voor kwetsbare ouderen. Er zijn verschillende organisaties actief met een vergelijkbare doelstelling, elk met een eigen benadering.

[De Vrolijke Noot](#) is vooral gericht op contact tussen jonge en oudere mensen;  
[All that swing](#) maakt samen muziek, het orkest bestaat uit ouderen uit woonzorgcentra;  
[Appeltaartconcerten](#) voorzien in klassieke muziek;  
[Gouwe Ouden](#) staat voor een deejay met video;  
[Het Danspaleis](#) organiseert dansfeesten;  
[De Tijdmachine](#) gaat over wat het leven nu nog zinvol maakt;  
[De Vreugdefabriek](#) biedt muziek en entertainment door en voor mensen met een beperking;  
[Diva Dichtbij](#) maakt gebruik van verschillende kunstvormen en richt zich op (terminaal) zieke mensen.

*Muziek voor de Zorg* is onderscheidend doordat de ervaring en kennis uit de ouderenzorg gecombineerd wordt met klassiek geschoolde zang danwel professionele zangers en zangeressen. De kennis en ervaring in de ouderenzorg is verkregen door de honderden optredens in de laatste jaren en de vele (evaluatie)gesprekken op de vloer met activiteitenbegeleiders. Zo is duidelijk geworden wat de bewoners goed doet en welk repertoire het beste werkt om een muzikaal doel te bereiken.

Ook onderscheid *Muziek voor de Zorg* zich door de programma's die ontwikkeld gaan worden voor mensen met een andere culturele achtergrond.

De toetsing van de kwaliteit van de programma's vindt continu plaats: is het programma van goede muzikale kwaliteit én is het programma in vorm en inhoud geschikt voor ouderen – weet het de ouderen daadwerkelijk te raken?

## 6 Marketing

Muziek voor de Zorg biedt een live muziekservice voor cliënten van zorginstellingen om voor vermaak, troost, afleiding en plezier te zorgen.

In tegenstelling tot de concurrenten zijn onze zangers en zangeressen muziekprofessionals die ook ervaring in de zorg hebben.

### Marketingdoelstellingen

Het primaire doel van de marketing is het werven van gelden om de continuïteit en uitbreiding van de activiteiten te financieren.

Het daaraan verbonden secundaire marketingdoel is het verwerven van bekendheid onder doelgroepen die beslissen over het beschikbare activiteitenbudget.

Als derde marketingdoel is er het genereren van bekendheid voor de Nationale Muziek voor de Zorg-bon.

### Doelgroepen

#### *Activiteitenbegeleiders en Zorgdirecties*

De doelgroep waar de marketing zich op richt bestaat uit degenen die bepalen hoe het beschikbare activiteitenbudget wordt besteed. Dat zijn veelal de activiteitenbegeleiders zelf, die uiteraard weer afhankelijk zijn van beslissers hogerop in de organisatie, de besturen en directies van woon-zorgorganisaties en koepelinstellingen.

#### *Lokale Rotary's en andere weldoeners*

Voor de verkoop van de bonnen richten we ons op lokale Rotary's en andere lokale en regionale verenigingen die zich bezighouden met schenkingen aan goede doelen.

#### *Informeel netwerk zorggebruikers*

Daarnaast behoren familieleden, naasten en bekenden van mensen die verblijven in een zorginstelling tot de doelgroep. Zij zien hoe weinig tijd er is bij de zorgmedewerkers voor de extra aandacht en creatieve activiteiten. *Muziek voor de Zorg* biedt een eenvoudig aan te schaffen, origineel cadeau om met de hele afdeling en de hele familie nog lang op terug te kunnen kijken.

### Marketingmiddelen

#### *Online*

- Social media
- Website
- Nieuwsbrieven
- Gerichte e-mailings
- Persbericht
- Video-impresies van optredens van ca. een uur lang op YouTube

## Offline

- Folder en brochure
- Mailings per post (brief + flyer)
- Advertenties in vakbladen
- Advertorials in landelijke bladen
- Foto-impresies van optredens
- Nieuwsberichten in lokale en regionale media

## Unique Selling Points

De Nationale Muziek voor de Zorg-bon is:

- Een origineel geschenk
- Eenvoudig aan te schaffen en leuk om te geven
- Sympathiek
- Gemakkelijk te personaliseren (thema-optreden)
- Leuk om te delen (niet alleen je oma, maar haar hele woonkamer kan meegenieten)

## Strategie

De marketingmix bestaat uit online en offline middelen. Op social media ligt de nadruk op Facebook met als goede tweede Instagram. Met Facebook en Instagram promoties worden de juiste doelgroepen gevonden. De website zal goed vindbaar zijn door een goede Search Engine Optimization en door het gebruik van Google Ads.

Via gepersonaliseerde E-mailings worden zorginstellingen en Rotary's aangeschreven. Herhaling is key, dus met papieren brieven en meegestuurde folders en brochures schrijven we (medewerkers van) zorginstellingen aan, met het verzoek dit initiatief met collega's te bespreken en een folder in de personeelskantine te leggen of het aan leidinggevenden te tippen.

In alle bovenstaande middelen wordt naar de website en sociale media verwezen, waar meer foto's, korte impressievideo's en langere video's van optredens en gesprekken met ouderen te zien zijn.

## Kernwaarden

In de marketingstrategie focussen we ons op een kernwaarde die voor de betreffende doelgroep het meest van belang is. In de communicatie wordt deze waarde als basis gebruikt voor alle uitingen:

*Activiteitenbegeleiders en Zorgdirecties – Gemak, Kwaliteit en Betaalbaarheid –*  
“Onze muziekprogramma's komen met een professionele zanger of zangeres die ervaring en affiniteit heeft met de zorg. *Muziek voor de Zorg* brengt mensen troost, plezier, verlichting en afleiding, samen met de afdeling en bezoekende familieleden. *Muziek voor de Zorg* biedt uw instelling gemak, kwaliteit en betaalbaarheid bij het bieden van momenten van geluk aan uw cliënten.”

*Lokale Rotary's en andere weldoeners – Muziek voor bewoners van zorginstellingen –*

“Een *Muziek voor de Zorg-cadeaubon* maakt een optreden van een zanger of zangeres in zorginstellingen mogelijk. Ouderen die dementeren, maar ook jongeren en volwassenen die voor langere tijd in een zorginstelling verblijven, voor een behandeling of revalidatie, ervaren met popklassiekers, klassieke muziek of herkenbare liedjes uit de oude doos troost, plezier, verlichting en afleiding.”

*Informeel netwerk zorggebruikers* – Samen Beleven –

“Met de *Muziek voor de Zorg-cadeaubon* geef je niet alleen je vriend of familielid een cadeau, het is tegelijkertijd een onvergetelijke ervaring voor de andere zorggebruikers om je geliefde heen: de mensen waar hij of zij voor langere of kortere tijd mee samenleeft. Je geeft dus eigenlijk een mini-feestje cadeau, waar nog lang over nagepraat kan worden. Creëer samen met je familie een unieke herinnering die je nog lang zult heugen.”

### Pers en media

Met op de regio aangepaste persberichten en foto's schrijven we lokale en regionale media aan, zoals RTV omroepen, regionale dagbladen, stadskranten en huis-aan-huisbladen. Het doel is plaatsing hiervan in hun medium, of aandacht voor de *Muziek voor de Zorg* in de lokale RTV. Lezers, luisteraars en kijkers van deze media worden zo op de hoogte gebracht van het bestaan van de **Muziek voor de Zorg Cadeaubon**.

In populaire landelijke week- en maandbladen zoals Margriet, Libelle en de LINDA plaatsen we eenmalig advertorials: een mix van betaalde content en een redactioneel artikel, waarin de ervaring van een **Muziek voor de Zorg Cadeaubon** in beeld wordt gebracht. Op een andere plek in hetzelfde blad plaatsen we een advertentie.

### Landelijke themadagen

Daarnaast zullen we met de campagne inspelen op landelijke themadagen. In de aanloop naar deze data wordt een sociale media-campagne ingericht die toewerkt naar de betreffende dag. Doelgroepen worden hierin geënthousiasmeerd om op de themadag met de *Muziek voor de Zorg*-bon aandacht te besteden aan hun cliënten of aan hun geliefde vriend of familielid die in een zorginstelling verblijft. Met Facebook promoties worden doelgroepen getarget op leeftijd (18+), regio en belangstelling.

- Vaderdag (3e zondag in juni)
- Moederdag (2e zondag van mei)
- Valentijnsdag (14 februari)
- Open Dag van Zorg en Welzijn (3e zaterdag van maart)
- Ontdek de Zorg en Welzijnweek (16 t/m 21 maart)
- Week van de Klassieken (26 maart)
- Wereld Gezondheidsdag (7 april)
- Werelddag van de Stem (16 april)
- Dag van de Verpleging (12 mei)
- Internationale Dag van het Gezin (15 mei)
- Internationale Dag van de Jeugd (12 augustus)
- Wereld Alzheimer Dag (21 augustus)
- Nederland Luistert Maand (1 september)

- Internationale Dag van de Liefdadigheid (05 september)
- Nationale Ziekendag (13 september)
- Week Tegen Eenzaamheid (1 t/m 8 oktober)
- Internationale Muziekdag (1 oktober)
- Week van de Chronisch Zieken (9 t/m 16 november)
- Nationale Zwaaien voor een Glimlach Dag (26 augustus 2020)

### Klantenbinding

Het zorgen voor een positieve ervaring met *Muziek voor de Zorg* is van essentieel belang. Niet in de laatste plaats om klanten te stimuleren vaker de cadeaubon aan te schaffen en om hun netwerk erover te vertellen. Om dit te ondersteunen roepen we een unieke hashtag in het leven en enthousiasmeren we de kopers van een cadeaubon om een foto, citaat of video te delen op sociale media. Dit doen wij in de servicemail bij de aankoop en opnieuw in een afterservice-mail een dag na het optreden. Hierbij vragen we ook om *Muziek voor de Zorg* op sociale media te volgen.

### Effectmeeting

Er zal een evaluatie van de marketingcampagne worden uitgevoerd na een jaar. Hierbij wordt een enquête verstuurd naar alle mensen die een *Muziek voor de Zorg-bon* hebben aangeschaft. In de vraagstelling wordt aandacht besteed aan de marketingmiddelen: Via welke medium is de klant overgegaan op aanschaf? Wanneer (hoe ver voor aanschaf) heeft de klant deze uiting voorbij zien komen? Hoe vaak had diegene toen al een communicatie-uiting van *Muziek voor de Zorg* opgemerkt? Natuurlijk wordt ook gevraagd naar de kwalitatieve beoordeling van het optreden.



## 7 Tot slot

Er is niets mooiers dan mee te maken hoe oudere mensen - waarvan de geest nog slechts als een waakvlammetje flakkert - opbloeien of 'wakker worden' tijdens muzikale optredens. Het leven keert een beetje terug in de ogen van mensen die al zoveel hebben gezien en hun lippen vormen automatisch de woorden van de tekst. Handen en voeten bewegen lekker mee met het ritme. Bekende liedjes en melodieën op een goede manier gebracht bieden ouderen met of zonder dementie domweg een stukje geluk. Muziek brengt plezier en afleiding en draagt zelfs bij aan hun gezondheid. Muziek is ook een uitstekend smeermiddel voor het onderlinge contact tussen bewoners, personeel, familie, vrijwilligers en overige betrokkenen.

*Stichting Muziek voor de Zorg* gunt de ouderen deze ervaring om weer even echt tot leven te komen. Door muziek te combineren met het actief bouwen aan interactie, met eenvoudige elementen als meezingen, meeklappen, energizers etc. wordt de unieke werking van muziek op het brein voor de volle honderd procent benut. *Stichting Muziek voor de Zorg* hoopt haar intenties voor een groeiende groep ouderen mogelijk te maken en te verwezenlijken.