Evaluatie 2025 NietBlind

Finance:

De inkomsten komen nog steeds voor 90% uit vaste donateurs, het totaal is 8% lager dan 2024 en dit komt opzeggingen.

De wervingskosten zijn hoger dan 2024 door de inzet van een nieuwe campagne in 2025. Dit zijn vooral mediakosten.

Door de investeringen in de campagne is de netto bijdrage in 2025 heel bescheiden. Een bewuste en goede keuze omdat we in beeldvorming nog steeds een uitdaging hebben.

Nieuwe campagne.

Na een evaluatie van onze campagne: Ik wil geen hond, busje of cavia maar ik wil zien , zijn we tot de conclusie gekomen dat deze insteek Nederland niet wakker schudt. En dat was en is wel ons doel.

In de zoektocht naar een nieuw concept stuitten we op het aspect positiviteit. In bijna alle gevallen dat een blinde of slechtziende in de media wordt geïnterviewd is er positiviteit. “Met mij hoef je geen medelijden te hebben” is de grondhouding.” Ik kan wel zitten mokken maar dat brengt me niet verder. Ik heb mijn vrienden, hobby’s of gezin en sta goed in het leven.” Deze positiviteit geeft een beeld bij het publiek van: zo`n probleem is blindheid dus blijkbaar niet.

Reden om een kwalitatief onderzoek te doen onder blinden en slechtzienden hoe het zit met die positiviteit. De resultaten waren eensluidend en verrassend.

Samenvattend: “Mijn positiviteit is geboren vanuit schaamte. We leven in een wereld van perfectie, status en succes en als ik mij niet als een sterk mens presenteer dan tel ik niet mee. En wordt ik behandeld als een zielig en kansloos geval. Ik heb het al zwaar genoeg en moet ook nog eens op mijn tenen lopen voor de buitenwereld”.

Met een van de deelnemers uit het onderzoek, Sannie Bijlsma, hebben we een zevental filmpjes opgenomen onder de noemer: **De impact is dramatisch!**

De filmpjes behandelen alledaagse aspecten en vragen die mensen als Sannie hebben:

Na een avond op een feestje moet ik boeten met 3 dagen zonder prikkels in het donker.

Mag ik wel moeder worden?

Ik ben altijd afhankelijk van anderen.

Ik zie de hele dag lichtflitsen, alsof ik in een disco sta.

Met zicht had ik een fantastische carrière en toekomst gehad.

De filmpjes zijn als een online campagne bij Google, Facebook en STER Direct ingezet.

Het effect van de campagne hebben we kunnen aflezen aan de bezoeken op NietBlind.nl

Normaal heeft de site rond de 50 bezoeken per week. Gedurende de campagne waren de bezoeken gemiddeld 2250 per week!!

Dit geeft aan dat deze aanpak heel impactvol is.

Onderzoek:

Wij hebben in samenspraak met het Oogfonds een informele toezegging gedaan voor een mogelijke co financiering van het Cornea Eye moonshot onderzoek dat gecoördineerd wordt door het Oncode institute en een kernproject is van RegMed XB.

Dit project maakt onderdeel uit van een 4 tal moonshots waar financiering voor wordt gevraagd. In 2026 is de Eye moonshot vanwege beperking van budget een jaar on hold gezet. Dit houdt gelukkig niet in dat het feitelijke onderzoek is stil gezet. Door een externe partij is funding beschikbaar gesteld voor de continuïteit. Wij wachten het bericht over de voortgang voor 2027 af.

Via het Oogfonds bekijken we ook de mogelijkheden van onderzoeken die via de stichting Uitzicht beschikbaar komen.

De contacten met het Oogfonds gaan verder dan onderzoek. Afstemming vindt ook plaats op het gebied van communicatie en fondsenwerving om te bepalen of er geen overlappingen zijn bij campagnes.

Organisatie:

Momenteel bestaat de organisatie uit 4 vrijwilligers:

Frits Hirschstein Oprichter van KiKa

Nicky Wormhoudt UMC Utrecht

Brigitte Mesman Ditmeijers Groep

Arnoud de Roy van Zuydewijn Bestuurder

NietBlind heeft geen eigen pand, bijeenkomsten vinden plaats op locaties van de vrijwilligers.