

hello gorgeous



**schaamteloos
over hiv**

Beleidskader 2019 – 2022

Inleiding

Stichting hello gorgeous werkt aan het normaliseren van hiv. Het begon met een magazine, daarna kwamen er publiekscampagnes en innovatieve projecten, zoals de *Stigma Experience*. Dit plan geeft vorm aan de producten, diensten en aandachtspunten, waar we de komende jaren aan zullen werken.

Missie

De missie van onze stichting is het normaliseren van leven met hiv door de aanpak van stigma en zelfstigma.

Aandachtspunten voor de komende tijd

- We laten ons meer gelden in het publiek domein en het Nederlandse hiv-veld. Men weet ons te vinden als het gaat om een opinie of verhaal van een rolmodel met hiv en zijn minder bescheiden over ons aandeel in het normaliseren van hiv door de aanpak van (zelf)stigma;
- We zoeken meer samenwerking met partners, waaronder een samenwerkingspact met de Hiv Vereniging over wat ons bindt en onderscheidt;
- We gaan nadenken over de mate waarin onze organisatie kan groeien, zonder onze daadkracht te verliezen;
- We werken aan meer diversiteit, met name in het bestuur;
- In 2022 vieren we ons tienjarig bestaan.

Activiteiten nationaal

hello gorgeous magazine

Het magazine blijft het hart van onze stichting, ook de komende jaren. Om meer te weten te komen over wat onze lezers van het magazine vinden, organiseren wij in 2019 voor de tweede keer een groot lezersonderzoek. Met de uitkomsten kunnen we nog beter onze strategie met

het magazine bepalen. We geven het tijdschrift vier keer per jaar uit met elk jaar een speciale editie in de winter. Deze speciale edities zullen voor een deel gericht zijn op het algemene publiek of een bepaald segment hiervan. De komende jaren zullen alle voorgaande edities online worden gezet.

Community campagne

Na het succes van onze hiv-zichtbaarheidscampagnes met de Hiv Vereniging, willen wij ook de komende periode minimaal één anti-stigma campagne voeren. Deze community campagnes hebben in het verleden veel betekend voor mensen met hiv die zichzelf zagen vertegenwoordigd in het publieke domein. Voor een komende campagne zullen we ook weer willen samenwerken met de Hiv Vereniging.

Stigma Experience

Tijdens AIDS 2018 presenteerden wij een innovatieve manier om mensen stigma te laten ervaren. De reacties van de bezoekers van deze *Stigma Experience* waren unaniem positief. Dit inspireert ons om hier verder mee te gaan. Zo gaan wij de mogelijkheden onderzoeken voor een *virtual reality* vorm van dit unieke project. En mogelijk komt er nog een 2.0 versie van de *experience*, die tourt door het land.

Zelfstigma interventie

Samen met de Open Universiteit en het hiv-team van het OLVG ontwikkelen we een interventie om zelfstigma bij mensen met hiv te verminderen. In 2019 voeren wij dertig diepte-interviews met mensen met hiv over het zelfstigma dat zij ervaren. Uiteindelijk zal er in 2020/21 een interventie zijn ontwikkeld, die wij mede hebben opgezet en uitgevoerd.

Donateurscampagne

Wij hebben de ANBI-status verkregen en sinds vorig jaar kunnen mensen donateur van onze stichting worden. Deze mogelijkheid zal de komende jaren in de vorm van een campagne meer voor het voetlicht worden gebracht. Ook gaan wij de mogelijkheid voor schenkingen en legaten beter communiceren met onze achterban. Een idee is een jaarlijkse speciale dag voor al onze donateurs te organiseren, die we combineren met een inzamelingsactie of *crowdfunding*.

Activiteiten internationaal

hello gorgeous hello world

In 2018 hebben we twee internationale edities van ons magazine gemaakt: de Engelstalige AIDS 2018 editie en de Surinaamse *hallo gudu*. De komende jaren gaan we onderzoeken of het mogelijk is om nog meer internationale nummers te kunnen maken. Te denken valt aan een Antilliaanse en Zuid-Afrikaanse editie. Deze zullen samen met lokale partners en mensen met hiv worden gemaakt.

Advies en ondersteuning hiv-zichtbaarheidscampagnes

Op basis van onze ervaring met het opzetten van campagnes waarmee we hiv en mensen met hiv meer zichtbaar maakten in het publieke domein, zullen we op vraag lokale partners in een aantal bepaalde landen advies en ondersteuning bieden bij het opzetten van een dergelijke campagne in hun context.

Stigma Experience

Internationaal is er ook aandacht voor de *experience*. Mocht het buitenland interesse tonen in het ontwikkelen van de *experience*, kunnen zij het concept kopen en een franchise beginnen. Daarbij wordt samengewerkt met lokale organisaties en acteurs/vrijwilligers. Ook gaan we kijken hoe we een *virtual reality* versie van de *experience* in het buitenland kunnen inzetten.