

Dit
keer ook
online

**yarden.nl/
sociaal
jaarverslag
2013**



*Van
iedereen
voor
iedereen*

YARDEN

“Klanten als ambassadeurs, dat is wat we willen. Een klant wordt ambassadeur als deze zo tevreden is dat hij of zij ons waardeert met een cijfer dat hoger is dan een 9. Onze mensen proberen daarom voortdurend verwachtingen te overtreffen.”

–Ton Broekhuis, manager P&O

Inhoud

4

Organisatie

Het provisieverbod, de voorgenomen fusie met Monuta, nieuwe producten, een hogere concurrentiedruk... het is slechts een greep uit de gebeurtenissen van 2013. Daarnaast hebben we de werkprocessen en de klanttevredenheid opnieuw verbeterd.

8

Leden & Klanten

Als dé afscheidsspecialist van Nederland was Yarden er voor iedereen, tijdens verschillende fasen rond het afscheid.

12

Medewerkers

Onze mensen werkten in workshops, opleidingen en programma's aan het verhogen van de kwaliteit van dienstverlening. Ook gaven we talent de ruimte om zich verder te ontwikkelen. Zo inspireerden we medewerkers het beste uit zichzelf te halen.

16

Vereniging

We organiseerden het symposium en vele andere activiteiten waarmee we onze leden ondersteunden en voorlichtten.



+



=

Sociaal
jaarverslag
2013

yarden.nl/sociaaljaarverslag2013

2013...

was een jaar met verrassende wendingen en ingrijpende gebeurtenissen. Desondanks leidden de innovatiekracht en de toewijding van onze mensen tot veel mooie resultaten en bijzondere momenten. We willen het allemaal met u delen.

We vinden het daarnaast belangrijk dat het sociaal jaarverslag voor iedereen interessant is en dat het alle belanghebbenden goed vertegenwoordigt.

Daarom heeft het Sociaal Jaarverslag 2013 een nieuwe vorm. Het bestaat uit het boekje dat u nu in handen heeft en uit een online versie. In dit boekje vindt u per onderwerp een overzicht van de belangrijkste gebeurtenissen uit 2013. Op www.yarden.nl/sociaaljaarverslag2013 vindt u op een heel andere manier een overzicht van 2013. Zo is er een filmpje te zien waarin verschillende Yardeniers vertellen wat 2013 voor hen betekende. Ook vindt u er achtergrondinformatie, kengetallen, links en nog veel meer. Zo bepaalt u zelf hoe u terugkijkt op Yarden 2013.

Ik wens u veel lees- en onlineplezier!

Ton Broekhuis, manager P&O



Stappen zetten in een turbulente tijd

Wie fit wil zijn, moet voldoende bewegen. Zo blijven we in conditie. 2013 was een veelbewogen jaar.

Het was een jaar dat direct spannend begon. Op 1 januari 2013 ging het provisieverbod in. Dat verbod vereiste een geheel nieuwe manier van werken voor de divisie Uitvaartverzekeringen. 2013 was ook het jaar van de voorgenomen fusie met Monuta, die – naar later zou blijken – niet doorging. Ten slotte hadden we te maken met een snel veranderende markt, toenemende concurrentiedruk en de effecten van de trend dat consumenten steeds meer online shoppen.

We hebben niet alleen goed ingespeeld op al deze ontwikkelingen, we hebben ook grote stappen gezet op weg naar een leidende positie in de uitvaartbranche. Een positie waarin we toonaangevend zijn en bekend staan om de hoogste klanttevredenheid.

Want hoe turbulent de omgeving ook is, we blijven altijd werken aan onze ambitie om voor iedereen een goed en waardig afscheid bereikbaar te maken.

1 Het provisieverbod voor financiële dienstverleners in Nederland werd 1 januari 2013 van kracht. Dit verbod houdt in dat de kosten voor advies en distributie van een verzekeringsproduct direct in rekening moeten worden gebracht. Dit had voor de divisie Uitvaartverzekeringen behoorlijk wat voeten in aarde. We introduceerden een nieuw product, een nieuw facturatiesysteem en een gefaseerde gespreksmethode. Het gesprek bestaat nu uit een kosteloze oriëntatiefase en een adviesfase. In de oriëntatiefase inventariseren we de wensen en maken we een globale berekening. In de adviesfase geven we de consument advies over het soort verzekering, het te verzekeren kapitaal en de looptijd. Voor het adviesgesprek zijn we verplicht advieskosten in rekening te brengen. Ook als de consument geen verzekering afsluit. Een verzekering kan uiteraard ook online worden afgesloten. In dat geval betalen klanten slechts de distributiekosten.

2 De hoogst mogelijke kwaliteit, dat is waar we voor gaan. Bij de divisie Uitvaartverzorging streven we naar een 9+ voor de kwaliteit van dienstverlening. Bij de divisie Uitvaartverzekeringen stellen we de klant centraal, willen we binnen enkele jaren toonaangevend zijn op het gebied van financiële oplossingen rond begraven en cremieren en bekend staan om ons hoge serviceniveau. Om deze ambities waar te maken, investeren we doorlopend in onze medewerkers. Zo organiseerden we voor alle medewerkers van Uitvaartverzorging het programma 'Typisch Yarden, dat ben ik' en hadden we bij Uitvaartverzekeringen het programma 'De Klant Centraal'.



“Top Employer word je alleen met Top Employees die in goede conditie zijn!”

–Ron Bavelaar, directievoorzitter



lees verder op pag. 6

3 De fusieplannen met Monuta waren landelijk in het nieuws in februari. Door te fuseren zouden we samen een sterkere speler in de markt worden met een geweldige geografische spreiding. Daarbij zouden we sterker en efficiënter worden en bovendien een betere kapitaalbasis krijgen. Het zou een historische stap in de geschiedenis van Yarden zijn geweest. De drukte en opwindning waren dan ook duidelijk merkbaar in de wandelgangen. Er was

intensief beraad op hoog niveau en er waren werkgroepen. Het was een spannende periode waarin we met enthousiasme hebben gewerkt aan de voorgenomen plannen. Toch werd eind augustus de fusie afgeblazen. Het verschil van inzicht over de onderlinge waardering van de bedrijven was hiervan de oorzaak. Natuurlijk vonden we het jammer dat de fusie niet doorging. Maar onze ambitie, energie, talenten en bezieling zijn er niet minder om. We zien de toekomst vol vertrouwen tegemoet.

vervolg van pag. 4

Met deze abri's kondigden we de Herinneringsweken aan. Tijdens deze weken werden op alle vestigingen activiteiten rondom het thema herinneren en gedenken georganiseerd. De campagne bestond verder uit een radiocommercial, abri's en online communicatie zoals bannering, landingspagina's en veel lokale communicatie zoals advertenties en persberichten.



4 We hadden 27 franchisenemers in 2013. Dat is een flink aantal als je bedenkt dat pas in 2008 de eerste franchisenemer onder contract kwam. We willen dicht bij onze klanten staan. Dat nemen we ook letterlijk. In de gebieden waar Yarden nog niet vertegenwoordigd is, zijn we daarom op zoek gegaan naar geschikte franchisenemers. Daar zijn we heel blij mee. We hebben nu bijna een landelijke dekking. Bovendien hebben onze franchisenemers mooie scores op het gebied van omzet en klanttevredenheid.



5 Wendbaar blijven, dat is nodig om adequaat in te spelen op de snel veranderende wereld om ons heen. Daarom hebben we ook in 2013 de organisatie op onderdelen anders vormgegeven. Het betrof Klachtencoördinatie, Telesales, Retentie, Marketing en Cluster Midden. De wijzigingen in de organisatie zijn na overleg met de Ondernemingsraad tot stand gekomen. Bij Uitvaartverzekeringen is in de loop van 2013 de bezetting substantieel teruggebracht door een verminderde inzet van uitzendkrachten, het niet verlengen van contracten voor bepaalde tijd en het niet vervullen van vacatures die zijn ontstaan door natuurlijk verloop.

6 Online zaken regelen is voor steeds meer mensen de normaalste zaak van de wereld. Dat is bij het laatste afscheid niet anders. Yarden heeft daarom in 2013 opnieuw geïnvesteerd in online marketing. We willen dat iedereen die behoefte heeft aan meer informatie over het afscheid, ons kan vinden op het internet. Niet alleen om binnen enkele seconden de premie te berekenen of om een verzekering af te sluiten. Maar ook voor voorlichting, inspiratie en ondersteuning bij de verliesverwerking. We hebben daarom onder meer gewerkt aan zoekmachine-optimalisatie, advertenties geplaatst op andere websites en www.yarden.nl aangescherpt. Natuurlijk hebben we daarnaast volop getwitterd en gepost op Facebook over alles wat met ons specialisme, het afscheid, te maken heeft.



7 De UitvaartKeuze Verzekering was nieuw in 2013. Sinds 11 november 2013 hebben we de vernieuwde Yarden UitvaartNaarWens-verzekering geïntroduceerd. We bieden nu twee verschillende producten aan. De Yarden UitvaartNaarWens-verzekering met de scherpste maandpremie en de Yarden UitvaartKeuze verzekering. Deze laatste is de voordeligste in totaal betaalde premies.



Yarden
Leden &
Klanten

Specialist op het gebied van afscheid

In 2013 hebben we ons gepositioneerd als specialist op het gebied van het afscheid. Dat doen we niet zomaar. We houden ons al bijna honderd jaar bezig met bewustwording, voorlichting en dienstverlening rond het laatste afscheid.

Yarden vindt haar oorsprong in 1919 bij de oprichting van de AVVL, de Arbeiders Vereeniging Voor Lijkverbranding. Destijds was cremen kostbaar en bovendien verboden. De AVVL maakte cremen bespreekbaar en daarnaast betaalbaar door het aanbieden van een verzekering. Zo werd cremen voor iedereen een optie. Toen cremen in 1968 wettelijk gelijk werd gesteld aan begraven, werd het ideaal van de AVVL een passend en waardig afscheid voor iedereen.

In 2001 ontstond Yarden uit de fusie tussen de AVVL en de NUVA, de Nederlandse Uitvaart en Verzekeringsassociatie. De NUVA is een samenvoeging van vooral regionale verenigingen. Eén ding hadden deze verenigingen gemeen: de waarden *toewijding* en *begrip* voor elkaars wensen.

Deze waarden zijn tijdloos gebleken. We geven er elk jaar met nieuwe inspiratie en vol bezieling invulling aan.

*We noemen
ons niet zomaar dé
afscheidsspecialist
van Nederland.*

1 Hoe wilt u een uitvaartverzekering afsluiten? De één wil een persoonlijk advies onder het genot van een kopje koffie, de ander regelt de uitvaartverzekering liever zelf via het internet, een derde heeft behoefte aan een combinatie van beide. Wij bieden de klant de keuze door middel van het zogeheten 'omnichannel-scenario'. Dat is het scenario waarbij de klant via verschillende verkoopkanalen met ons communiceert. We hebben in 2013 hard gewerkt om de werkprocessen van de verschillende verkoopkanalen op elkaar af te stemmen en verder te optimaliseren. Natuurlijk spelen onze medewerkers een hoofdrol bij het centraal stellen van de klant. Zij luisteren naar de klant, pikken signalen op en zetten deze om naar acties.

lees verder op pag. 10

2 In juli startte onze nieuwe campagne 'Een goed afscheid helpt je verder'. Zes woorden die omschrijven waarvoor we het doen. We geven voorlichting, inspireren en ondersteunen bij de plechtigheid, we maken het afscheid betaalbaar en bieden steun bij rouw en de verwerking van het verlies. Dat hebben we heel Nederland laten weten met een radiocommercial, grote posters op reclamemasten en abri's en met de bestickering van de achterkant van 42 bussen. Ook online hebben we campagne gevoerd, en met succes. Het aantal bezoekers op **www.yarden.nl** is met tienduizenden toegenomen en onze naamsbekendheid was de hoogste ooit.

3 Net dat beetje extra. De verwachtingen overtreffen, dat is het streven. En vaak is er meer mogelijk dan mensen in eerste instantie denken. Daarom kijken en luisteren we goed. Zodat we net dat beetje extra bieden, precies waar dat nodig is.

Als we bijvoorbeeld horen dat de overledene een bepaalde passie of hobby had, denken we na over



hoe we die kunnen laten terugkomen bij het afscheid. Zo stond er in 2013 bij een begrafenis een radiografisch bestuurbaar modelvliegtuig van twee meter op de kist. Het verschil kan in alles zitten, een uitgebreide uitleg en rondleiding vooraf, een bemoedigend woord, het sussen van een kind, naast iemand gaan staan, vragen hoe het met iemand gaat na afloop. Het is – naast onze professionaliteit – net dat beetje extra aandacht, zorg en menselijkheid dat maakt dat nabestaanden later met een goed gevoel kunnen terugkijken op het afscheid.

vervolg van pag. 9

5 We kregen een hoge waardering van onze klanten. Onze medewerkers maken het verschil. Ook in 2013 is het gelukt om op een hoog niveau te presteren. Vanuit de kernwaarden *betrokken, professioneel en waarde-toevoegend* hebben onze medewerkers de klanten met raad en daad terzijde gestaan.



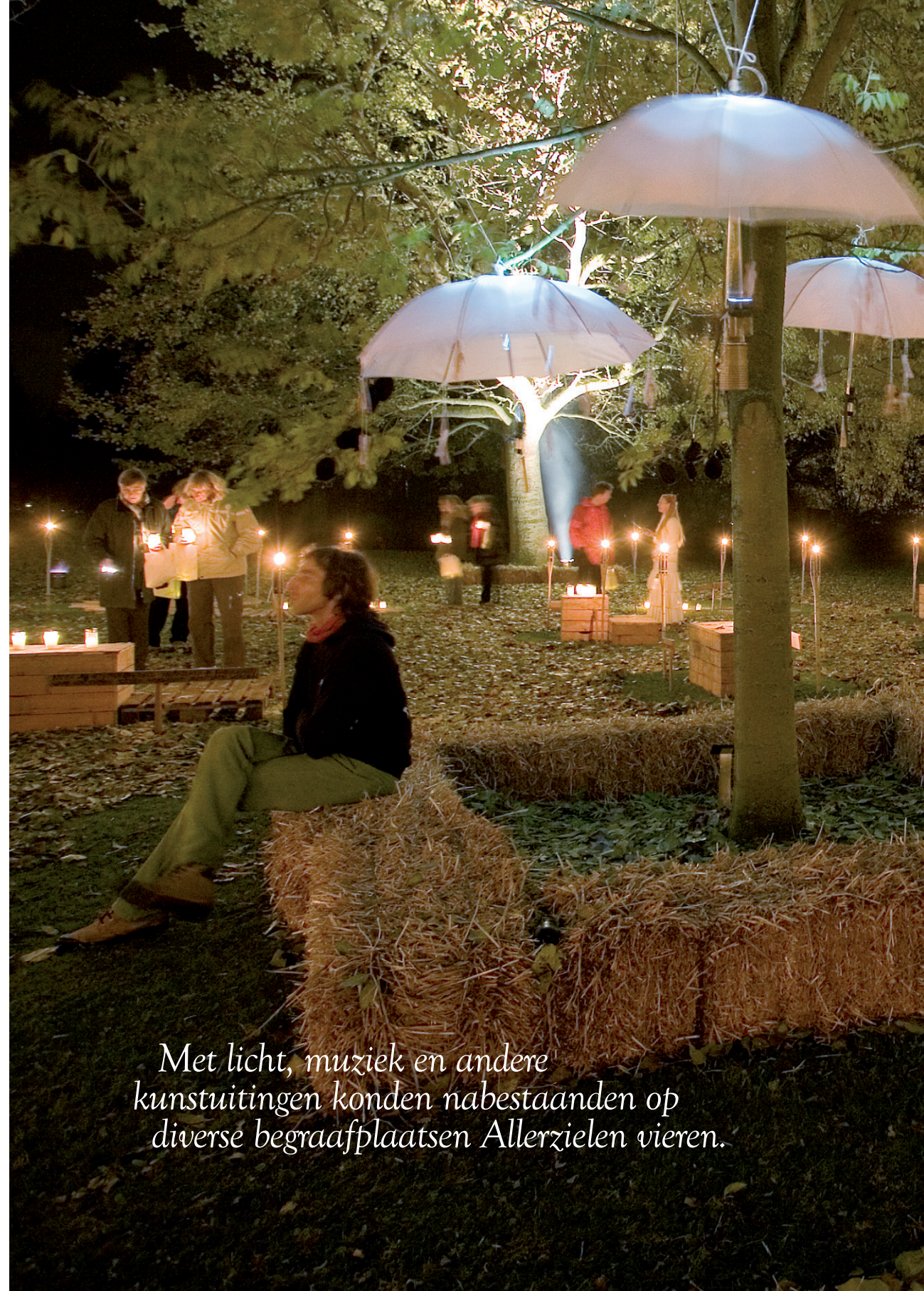
8,9

4 En de Gouden Oor Erkenning gaat naar...

Yarden! We zijn als eerste uitvaartorganisatie onderscheiden met een Gouden Oor Erkenning. We kregen deze onderscheiding in juli voor ons vermogen om goed te luisteren naar onze klanten. Daar zijn we trots op. Het Gouden Oor is het bewijs dat we effectief omgaan met klachten en feedback. De organisatie van het Gouden Oor heeft hiervoor een uitgebreide standaard met tal van principes en eisen. Het gaat er daarbij uiteindelijk om dat de relatie met klanten zo open is, dat het leidt tot verbetering van de organisatie. Ons klachtenmanagement heeft inmiddels tot veel inzichten en verbetering geleid. Dat is de werkelijke beloning.

6 We plaatsten de eerste gedenkmonumenten bij de verzamelgraven op onze begraafplaatsen. Een verzamelgraf is de laatste rustplaats voor de stoffelijke resten uit graven die verlopen zijn. We plaatsen gedenkmonumenten om de laatste rustplaats herkenbaar te maken. Op 26 augustus werd het eerste gedenkmonument onthuld op begraafplaats Steenbrugge. Later in 2013 kregen ook onze begraafplaatsen in Gouda, Schiedam en Den Haag gedenkmonumenten.

7 Zoals elk jaar organiseerden we de Herinneringsweek rond Allerzielen. In 2013 waren het twee weken. Van 26 oktober tot en met 9 november waren op alle vestigingen van Yarden herdenkingsbijeenkomsten. Deze bijeenkomsten hebben afgelopen jaar een bijzonder thema meegekregen: 'Heimwee met een glimlach'. De pijn en het verdriet van het verlies van een dierbare voelt als heimwee. En wij als afscheidsspecialist begrijpen dat als geen ander. De meeste vestigingen organiseerden tijdens de Herinneringsweken avonden met mooie muziek, lichtjes en de gelegenheid een kaarsje aan te steken voor een dierbare.



Met licht, muziek en andere kunstuitingen konden nabestaanden op diverse begraafplaatsen Allerzielen vieren.



Plezier en trots

1 Top Employer 2013, in maart ontving Yarden voor de eerste keer dit keurmerk. Het wordt alleen toegekend aan organisaties die voldoen aan de hoogste normen op het gebied van personeelsbeleid. Het keurmerk is gebaseerd op onafhankelijk onderzoek waarbij wordt gelet op de arbeidsomstandigheden, de arbeidsvoorwaarden, de loopbaanmogelijkheden, training en ontwikkeling en de organisatiecultuur. Volgens het Top Employers Institute is ons personeelsbeleid toonaangevend. We zijn geweldig blij met en trots op dit keurmerk!

Als werkgever willen we graag dat medewerkers met plezier en trots het beste uit zichzelf halen voor de klant.

2013 vroeg veel van onze medewerkers: veranderingen, toenemende concurrentiedruk en hoge verwachtingen van klanten. Onze medewerkers hebben zich ook in het afgelopen jaar ingespannen om de klanten zo goed mogelijk van dienst te zijn. Eind 2013 noteerden we bovendien een score van 7,6 voor de medewerkerstevredenheid. Het was de hoogste score ooit voor medewerkerstevredenheid. Fijn dat mensen hun talent energiek inzetten en daar zelf een goed gevoel bij hebben!

Dat Yarden bruist van de energie en het talent bleek ook tijdens vele workshops. Onze kernwaarden zijn: *betrokken, professioneel en waardetoevoegend*. In workshops zoeken we naar manieren om hieraan nog beter invulling te geven. We weten tenslotte waarvoor we het doen; een goed afscheid helpt nabestaanden verder. Ondanks de hectiek hebben onze mensen hard gewerkt aan deze ambitie. Daar zijn we dankbaar voor en trots op!

lees verder op pag. 14

2 De Verzekeringsdag in mei stond in het teken van 'de klant centraal'. De markt verandert snel. Om onze doelen te realiseren zetten we alle zeilen bij. Dat begint met een goed product tegen een scherpe premie en weten wat de klant wil. Maar onze mensen maken het verschil. Hoe stellen zij in het dagelijkse werk de klant centraal? Hoe leveren ze een hoge kwaliteit

van werken? Bij deze vragen hebben we uitgebreid stilgestaan tijdens de Verzekeringsdag in ons crematorium in Lelystad. Medewerkers hebben in mei concreet gemaakt met welke houding en gedrag zij invulling geven aan het centraal stellen van de klant. Dat er zoveel talent en energie aanwezig is, geeft vertrouwen in de toekomst.



*“Een sfeervolle omgeving biedt vaak troost.
Dat ik in zo’n omgeving mensen mag
begeleiden, zie ik als een groot voorrecht.”*

–Corine de Ridder, uitvaartverzorger



3 Het pensioen ligt voor velen ver weg maar het moet wel goed geregeld zijn. In 2013 hebben we in nauw en constructief overleg met de Ondernemingsraad afspraken gemaakt over herziening van onze pensioenregeling. De herziening was nodig om het pensioen betaalbaar en toekomstbestendig te houden. Wat is er gewijzigd?

- Het opbouwpercentage is verlaagd van 1,85% naar 1,75%.
- Het loon waarover geen pensioen wordt opgebouwd, de franchise, is verhoogd van € 13.062 naar € 14.500.
- De teruggaveregelings van de deelnemersbijdragen voor deelnemers die voor 1 juli 2006 in dienst waren, is omgezet in een gegarandeerde uitkering van 60% van de premie voor de duur van tien jaar vanaf 2013.
- Vanaf 2014 wordt de indexatie van het pensioen afhankelijk van de financiële ruimte daarvoor.
- Vanaf 2014 wordt de pensioengerechtigde leeftijd verhoogd van 65 naar 67 jaar.

Met deze aanpassingen is het mogelijk om, onder normale omstandigheden, een bepaalde pensioenuitkomst te garanderen. Onze pensioenregeling is dus nog steeds een prima regeling met een verantwoord kostenniveau. We zijn blij met het goede en constructieve overleg dat we hierover met de OR hebben gehad.

4 Het programma 'Typisch Yarden, dat ben ik' heeft een heldere doelstelling. Namelijk een klanttevredenheidsscore van 9+ voor de dienstverlening van Zorg en Faciliteiten. Verwachtingen overtreffen. We vinden goed niet goed genoeg. Het is niet eenvoudig om van een toch al hoge klantwaardering een 9+ te maken. Maar het is wel van groot belang, want pas bij een 9+ worden klanten ambassadeur! Het programma 'Typisch Yarden, dat ben ik' bestaat uit vijf workshops en drie trainingen. De eerste workshop betrof onze kernwaarden; *betrokken, professioneel en waarde toevoegend*. De tweede workshop had 'veranderen' als thema.

Bij de derde workshop deelden medewerkers inspiratie met elkaar. Bij de vierde workshop oefenden de deelnemers met acteurs hun houding en gedrag. De vijfde workshop stond in het teken van samenwerking. Dan was er nog een training over samenwerken en een training waarin we inzoomden op hoe medewerkers in hun rol het verschil kunnen maken. De derde training ging over klachten en complimenten. Ten slotte stimuleren managers medewerkers om in hun dagelijks werk het beste uit zichzelf te halen. Het was geweldig om op deze manier samen te werken aan het verbeteren van de dienstverlening!

9+

vervolg van pag. 12



5 Op www.werkenbijyarden.nl staan onze vacatures. Deze nieuwe website is ontwikkeld door de afdelingen P&O en Marketing. Op www.werkenbijyarden.nl staan ook verhalen van Yardeniers, video's en een mensvaardigheidstest. Wie deze test doet, krijgt binnen enkele minuten een goed beeld van wat werken bij Yarden inhoudt. En wat nodig is om Yardenier te worden.

6 De Stichting Werk&Mantelzorg erkende ons in augustus als mantelzorgvriendelijke organisatie. Van mantelzorg is sprake als iemand een chronisch zieke, gehandicapte of hulpbehoevende naaste verzorgt. Soms is dat lastig te combineren met een baan. Daarom besteedt Yarden aandacht aan mantelzorgers en hebben we daar richtlijnen voor opgesteld.

Ziekteverzuim 2013

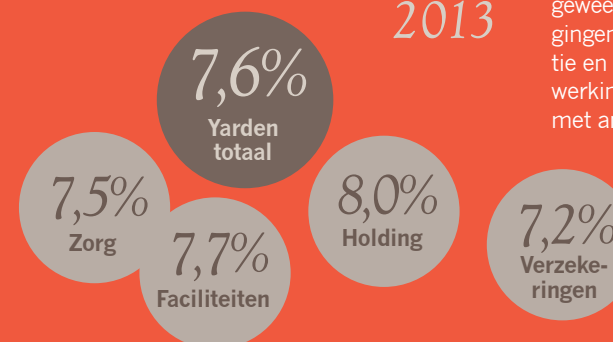


7 Bij Verzekeringen werd er hard gestudeerd in 2013. De eisen die de Wet Financieel Toezicht stelt zijn pittig. Per 1 januari 2015 moet iedereen die financieel advies geeft het diploma Wft-Basis en het diploma Wft-Vermogen hebben. Bovendien hebben onze adviseurs de verplichting om in het kader van de permanente educatie elke drie jaar een examen af te leggen en moeten zij voortdurend op de hoogte blijven van relevante actuele ontwikkelingen. Uiteraard wordt dit traject actief ondersteund vanuit Yarden.

8 Het ziekteverzuimpercentage was 4,5%. Dat is het laagste percentage in de geschiedenis van Yarden, voor zover we konden nagaan. We investeren voortdurend in de arbeidsomstandigheden en als medewerkers arbeidsongeschikt worden, krijgen ze volop aandacht en begeleiding gericht op herstel. Deze inspanningen leidden ertoe dat het ziekteverzuim van 4,7% in 2012 verder zakte naar 4,5% in 2013.

9 De ondernemingsraad was van grote toegevoegde waarde voor mens en organisatie. Juist doordat de leden van de OR een ander perspectief hebben dan een bestuurder, is de samenwerking zo vruchtbaar. In 2013 stonden verschillende onderwerpen op de agenda. De OR heeft met de bestuurder gewerkt aan een nieuwe pensioenregeling. Er is overleg geweest over de wijzigingen in de organisatie en over samenwerkingsverbanden met andere ondernemingen. Daarnaast bespraken de OR en de bestuurder de medewerkerstevredenheid, het ziekteverzuim en de arbeidsomstandigheden. Natuurlijk was de OR ook in een vroeg stadium betrokken bij de voorgenomen fusie met Monuta. Ten slotte deelde de OR de signalen die zij uit de organisatie opving. We kijken terug op een jaar met constructief overleg en met een vruchtbare samenwerking tussen OR en bestuurder.

Medewerkerstevredenheid 2013



Samen meer betekenen voor onze leden

In 2013 werkten vereniging en bedrijf intensiever met elkaar samen. Zo kunnen we nog meer betekenen voor onze één miljoen leden.

Yarden is een maatschappelijke ledenorganisatie zonder winstbejag. Winst maken is wel nodig maar niet ons primaire doel. Onze vereniging telt 150 actieve vrijwilligers. Zij geven voorlichting over de dood en denken mee over uitvaartwensen. Vrijwilligers bieden nabestaanden ondersteuning bij het rouwproces en ze organiseren door het hele land diverse activiteiten zoals lezingen, herdenkingsbijeenkomsten, filmvoorstellingen, lichtjesceremonies, open dagen, wandelingen en nog veel meer.

Werknemers en vrijwilligers kunnen elkaar versterken. Als zij hun krachten bundelen, kunnen ze nog meer betekenen voor onze leden en nabestaanden. Op de volgende pagina's ziet u hoe we dat in 2013 hebben gedaan.

1 Een uniek pilotproject, **Verenigde Krachten**, startte in 2013. In dit project werden vrijwilligers voor het eerst ingezet om de dienstverlening van Yarden aan te vullen. De periode rondom een afscheid is een moeilijke tijd waarbij veel geregeld moet worden. Extra steun en aandacht bovenop de bestaande dienstverlening is juist dan bijzonder waardevol. Voor het pilotproject zijn nieuwe vrijwilligers geworven, geselecteerd en opgeleid. Zij helpen in drie gebieden (Groningen, Noordoostpolder en Rotterdam) met verschillende taken. Zo zijn er vrijwilligers die bezoekers verwelkomen en uitgeleide doen, het verkeer in goede banen leiden op het terrein, rondleidingen geven bij crematoria en uitvaartcentra, helpen met het schrijven van adressen voor de rouwpost of helpen door uitvaartwensen te bespreken. Door er belangeloos voor een ander te zijn op momenten waar dat nodig is, bieden deze vrijwilligers extra toegevoegde waarde voor de klant. Het pilotproject was absoluut een succes en krijgt een vervolg op andere locaties.

lees verder op pag. 18

Wat wilt u dat er met de as gebeurt? Als vereniging geven we voorlichting en denken we mee.



2 In juni lanceerden we Mijn Memorial. Dat is een app waarop alle mooie momenten, lievelingsliedjes, foto's, interesses en hoogtepunten verzameld worden die iemand deelt op social media. Zo ontstaat een digitale herdenkingsplaats. Daarnaast kunnen mensen vrienden selecteren die de controle krijgen over hun online erfenis. In mei hebben we laten onderzoeken hoe Nederlanders omgaan met de digitale erfenis. Het bleek dat negen op de tien Nederlanders



nergens heeft aangegeven wat er met hun social media-account moet gebeuren na het overlijden. Toch wil 66% zelf bepalen wat er dan met hun social media-accounts gebeurt. Mijn Memorial voorziet in deze behoefte. Het biedt mensen de mogelijkheid om op social media herdacht te worden zoals ze waren. Met Mijn Memorial willen we ook mensen stimuleren om alles rondom hun overlijden goed door te denken en voor te bereiden.

4 Yarden en Natuurmonumenten organiseerden voor de leden van Yarden in juni gratis natuurwandelingen onder begeleiding van een boswachter. 'Dit moet ik vaker doen', is een veelvoorkomende gedachte als we in de natuur zijn geweest. Natuur heeft een positieve invloed op lichaam en geest. Dit geldt nog meer in een periode van rouw en neerslachtigheid. Daarom hebben we met Natuurmonumenten contact opgenomen om te kijken hoe we mensen konden verleiden weer eens uitgebreid de natuur in te gaan.

5 Er waren maar liefst 102 inzendingen voor de Yardenprijs voor nieuwe initiatieven rond het overlijden. Gelukkig maar dat er dit jaar drie categorieën waren. Hieronder presenteren we de winnaars:

- **Ingrid Beckers** met haar onderzoek 'Doodgewoon bespreekbaar' over het bespreken van de dood in de zorg;
- **Dr. Jorien Holsappel-Brons** en **drs. Josée Netten** van Stichting Impact met hun voorlichtingsprogramma 'Herdenken na een ramp';
- **José Janssen** met haar product 'Ik ben verdrietig', een werkmethode voor kinderen om te leren praten over de dood.

Met de Yardenprijs willen we bewustwording over zaken rond de dood bevorderen. De winnaars kregen een geldbedrag en support om hun product, scriptie of onderzoek verder te ontwikkelen.

6 We waren hoofdsponsor van de theatervoorstelling **Eindeloos** van de groep Spiriet. Een familiedrama met een lach en een traan over zelfdoding. We sponsorden deze voorstelling vanwege het controversiële onderwerp. Een voorstelling helpt om zelfdoding meer bespreekbaar te maken zodat mensen die zoiets meemaken hun verhaal beter kwijt kunnen en niet het gevoel hebben er alleen voor te staan.

vervolg van pag. 17

3 Het uitverkochte Yarden Symposium 'Afscheid na een niet-natuurlijke dood' was een groot succes. Het symposium gaf inzicht in het rouwproces na een niet-natuurlijke dood. We kozen voor dit thema omdat we zagen dat het voor veel mensen lastig is om iemand te benaderen die op zo'n manier een dierbare heeft verloren. Het symposium vond plaats op 14 november in het Hart van Holland te Nijkerk en werd gepresenteerd door Marit van Bohemen. Het programma was veelzijdig en compleet. Er waren lezingen, workshops, muziek en

een fragment van de theatervoorstelling Spiriet. Jolanda Kleiss, de moeder van de in het jaar 2000 vermoorde 10-jarige Nienke (Schiedammer Parkmoord), vertelde voor het eerst haar verhaal aan het publiek. Het maakte diepe indruk op alle aanwezigen. Tijdens drie praktische workshops gingen mensen in gesprek over hoe je met een plotselinge dood omgaat in het gezin, op school en op het werk. Dat het symposium in een behoefte voorziet, bleek al snel omdat het volledig uitverkocht was. Maar het werd pas echt goed duidelijk op de dag van het symposium zelf. De driehonderd bezoekers waren geboeid en geraakt van het begin tot het eind. De reacties waren overweldigend.



Meer 2013?

Online vindt u nog veel meer mooie momenten en bijzondere verhalen uit 2013. Bekijk de film van de medewerkers, ontdek hoe onze campagne tot stand is gekomen, test uw kennis, of surf door de links. We ontmoeten u graag online!

**yarden.nl/
sociaal
jaarverslag
2013**





Ook
online
te
lezen!


**yarden.nl/
sociaal
jaarverslag
2013**

YARDEN

Colofon

Ontwerp en vormgeving Sanna Terpstra (Twin Media b.v.)

Teksten Marijke Tolboom (5Beaufort) **Redactie** Ton
Broekhuis, Elise van Ee, Monique Orriëns (Yarden)

Foto's www.ballonverstrooiing.nl (omslag),
Frank Jansen (pag. 3) en Vincent Boon (pag.5)

Yarden Uitvaartorganisatie

Postbus 10118
1301 AC Almere

T 0800 1292
www.yarden.nl