

# Lotgenootcontact als wapen tegen eenzaamheid

venturecapital.nl • <https://venturecapital.nl/lotgenootcontact-als-wapen-tegen-eenzaamheid/>



|                               |                                                                                   |
|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| Type Klant                    | B2C                                                                               |
| Gewenst Type Investeerder     | Angel Investor, Venture Capital, Incubator-Accelerator, Strategische-Investeerder |
| Benodigd Kapitaal             | € 250.000,-                                                                       |
| Reeds toegezegde financiering | € 0,-                                                                             |

|                                            |                  |
|--------------------------------------------|------------------|
| <b>Minimale Ticketsize</b>                 | € 0,-            |
| <b>Sector</b>                              | Health, Platform |
| <b>Bedrijfsfase</b>                        | Pre-Seed         |
| <b>Aantal Founders</b>                     | 2                |
| <b>Aantal Huidige Werknemers</b>           | 0                |
| <b>Maandelijkse Omzet</b>                  | € 0,-            |
| <b>Omzet (prognose) komende 12 maanden</b> | € 0,-            |
| <b>Omzet (prognose) maand 13 - 24</b>      | € 12.000,-       |
| <b>Huidige Kosten (maandelijks)</b>        | € 0,-            |

## Bedrijfsbeschrijving

Wij, twee jonge en ambitieuze ondernemers, zijn bezig met een bedrijf op te zetten met een ambitieuze maatschappelijke doelstelling met tevens een potentieel erg interessante return-on-investment ratio. Onze doelstelling is het bestrijden van de eenzaamheidproblematiek die onder andere in Nederland heerst.

Er is een toename te zien in het percentage Nederlanders dat zich eenzaam voelt. Vóór corona voelde 8.7% van de Nederlanders boven de 15 jaar oud zich sterk eenzaam, en nog eens 25.7% zich enigszins eenzaam. In 2021 voelde zelfs 11% van de Nederlanders van boven de 15 jaar oud zich sterk eenzaam. Grofweg berekend gaat het om ruim 4.4 miljoen Nederlanders die dan dus te maken hebben met een zekere mate van een gevoel van eenzaamheid.

Mede door onze eigen ervaringen met eenzaamheid, kwamen wij met het idee voor een nieuw soort Social Media. Wij kennen niet één platform wat zijn technieken en algoritme gebruikt om de gebruiker met mensen met diepgaande overeenkomsten in contact te brengen. Zo heb je in Bumble de BFF modus. Dit betreft een modus die je in de gelegenheid stelt om vriendschappen op te doen. Er zijn miljoenen mensen die deze modus gebruiken, maar toch blijft het ook hier erg oppervlakkig met keuzes die 'jou' zouden moeten definiëren als persoon, zoals *creatief, net getrouwd, vind concerten leuk, doe graag drankjes*, et cetera,

Hierin willen wij met ons plan het onderscheid gaan maken. Wij willen Social Media inzetten om mensen écht in goed maar bovendien passend gezelschap te brengen, en verrijkt te voelen met de contacten die zij hiermee kunnen opdoen.

Zo kan er gedacht worden aan twee zeer ambitieuze mensen met elkaar in contact brengen, die anders in hun eigen omgeving niemand zouden hebben om deze gevoelens en ideeën mee te delen. Maar, denk ook aan het met elkaar in contact brengen van mensen met een stoornis die zich in het dagelijkse leven niet begrepen voelen door anderen. Wat nou als bijvoorbeeld twee mensen met PDD-NOS, die beide moeite hebben met sociale contacten opdoen, met elkaar in contact worden gebracht? Dan hebben ze niet enkel sociaal contact maar ook iemand die daadwerkelijk begrijpt hoe hij of zij zich voelt. Of, bijvoorbeeld twee mensen met een overeenkomstige trauma die dit proberen te verwerken?

Een dergelijke vorm van contact tussen mensen wordt ook wel lotgenotencontact genoemd. PGO-support onderzocht de maatschappelijke meerwaarde van lotgenotencontact, volgens de internationaal erkende methode van Social Return On Investment, ook wel afgekort tot SROI. Daarbij komen de maatschappelijke investeringen (tijd en geld) en opbrengsten voor alle belanghebbenden in beeld, uitgedrukt in euro's. Uit het onderzoek bleek dat iedere geïnvesteerde euro in alle vormen van lotgenotencontact, waaronder via online platformen, ruim €4,50 opleverde, met een bandbreedte van +

of - €1,50, geschat over een periode van 5 jaar en zonder invloed van corona. Lotgenotencontact is dus niet alleen sociaal-maatschappelijk gezien interessant, ook financieel gezien is het erg interessant.

## **Business Model**

- Reclame inkomsten.
  - Via tussenkomst van Google kunnen advertenties hun weg vinden in de applicatie. Dit zijn de initiële inkomsten.
- Abonnementsvormen.
  - Wij hechten ook grote waarde aan de gebruiker en zijn of haar ervaring. Om die reden hebben wij drie abonnementsvormen, variërend van het uitsluiten van reclame en bescherming van de gebruikersgegevens, tot aan meer functionaliteiten en een bijdrage aan goede doelen. Wij willen deze abonnementen scherp prijzen, en tevens dient het niet-afsluiten van een abonnement niet ten koste te gaan van de basisfunctie van de applicatie.

## USP's

- Volledige anonimiteit;
  - Door de applicatie volledig anoniem te maken, waarbij de naam, profielfoto, en overige persoonlijke informatie volledig afgeschermd is, wordt dan ook puur gematcht op basis van de kern-karakteristieken. Ofwel, dát wat op een specifiek moment in het leven van een persoon écht belangrijk is voor die persoon, of hem of haar definieert. Door deze anonimiteit waarborg je ook dat mensen zich niet beter voor hoeven te doen dan ze zijn. Pas nadat er een match is, die vervolgd wordt door een gesprek, kan ervoor worden gekozen je profiel openbaar te maken voor je match. Dit, dus met wederzijdse goedkeuring.
- Diepgaandere kern-karakteristieken;
  - Door mensen te matchen op basis van diepgaande kern-karakteristieken ten opzichte van oppervlakkige interesses breng je mensen daadwerkelijk dichterbij elkaar. We hebben allemaal tientallen interesses, maar toch zijn er maar enkele zaken die ons dagelijks écht bezig houden. Om een echte connectie te creëren en dus eenzaamheid tegen te gaan willen wij ons op focussen op hetgeen wat er echt toe doet.
- Voor ieder wat wils;
  - Ongeacht wie je bent en waar je naar opzoek bent. Wij bieden een platform waar je terecht kan in een zoektocht naar de persoon die weet en begrijpt hoe jij je voelt omdat hij of zij zich in dezelfde situatie bevindt.. Het maakt niet uit of je vrolijk, moe, lusteloos, opgewekt, spontaan, depressief bent. Omdat het niet specifiek gemaakt is voor de gezelligheid maar puur voor het vinden van jezelf in een ander, kan iedereen ongeacht je gevoel hier dus naartoe. Je gaat niet een app als 'Tinder' downloaden als je ambitieuze vrienden wil vinden of als je een vorm van autisme hebt wanneer alles wat je wil is iemand vinden die jou begrijpt.

## Investeringsbehoefte

De applicatie kost om en nabij €120.000. Daarnaast denken wij ongeveer €100.000 nodig te hebben voor slimme en creatieve marketing. De overige €30.000 willen wij als reserve hebben voor onderhoud aan de applicatie.

## Ervaring Founder(s)

Beide ondernemers zijn ervaren in het ondernemerschap. De één heeft een goedlopend bedrijf als importeur van gereedschappen en machines, en de ander is ondernemer in het havengebied. Deze twee al bestaande organisaties zijn echter financieel gedreven, en daar willen wij het nu juist met deze startup anders gaan doen: het maatschappelijke doel éérst, de financiële voordelen als tweede.

## Overige Relevante Informatie

Wij hebben momenteel een businessplan klaar, alsmede een offerte van een welbekende applicatieontwikkelaar. De geschatte kosten voor de applicatie liggen rond de €120.000.

## Samenvatting

**Datum:** 4 October 2023

**URL:** <https://venturecapital.nl/lotgenootcontact-als-wapen-tegen-eenzaamheid/>

## Contact & Site