

uitgebracht aan
Stichting De Buurt
te Amsterdam
inzake
jaarbericht 2022

INHOUDSOPGAVE

Pagina

JAARBERICHT

1	Algemeen	3
---	----------	---

JAARREKENING

1	Balans per 31 december 2022	5
2	Staat van baten en lasten over 2022	6
3	Grondslagen voor waardering en resultaatbepaling	7
4	Toelichting op de balans per 31 december 2022	9
5	Toelichting op de staat van baten en lasten over 2022	14
6	Jaarverslag Bestuur	17
7	Model toelichting bestedingen st De Buurt 2022	60
8	Controleverklaring accountant	61

Aan de Raad van Toezicht van
Stichting De Buurt
Cabralstraat 1
1057 CD Amsterdam

datum	kenmerk
5 juni 2023	115355/dke/ndo

Geachte bestuursleden,

Hierbij brengen wij verslag uit over boekjaar 2022 met betrekking tot uw stichting.

Algemeen

Bedrijfsgegevens

Stichting De Buurt heeft ten doel:

- Het samen brengen en laten komen van mensen in hun eigen buurt door middel van een buurtcamping of soortgelijk initiatief in hun eigen buurt;
- Het stimuleren van ontmoetingen tussen mensen uit verschillende geledingen van de bevolking, die elkaar normaliter niet zo snel zouden ontmoeten;
- Mensen die normaal niet op vakantie kunnen toch een vakantie geven en die mensen in hun kracht te zetten, alsmede, het aanvaarden van erfstellingen onder het voorrecht van boedelbeschrijving en voorts al hetgeen in de ruimste zin met één en ander verband houdt, daartoe behoort en/of daartoe bevorderlijk kan zijn.

Hiermee draagt de Stichting bij aan de volgende maatschappelijke ontwikkelingen: versterking van sociale cohesie, integratie, participatie, armoedebestrijding, eenzaamheidsbestrijding, bevordering van de groenbeleving, veiligheid, democratische vernieuwing en de lokale buurteconomie.

Kamer van Koophandel nummer: 58053980
Omzetbelastingnummer: NL8528.52.319.B.01

Beloning bestuur (tot en met 31 mei 2002), Raad van Toezicht (vanaf 1 juni 2022)

Het bestuur en de leden van de Raad van Toezicht hebben voor hun werkzaamheden geen vergoeding gekregen.

Bezoldiging Directie

De bezoldiging voor de uitvoering van de directietaken van de directeur-bestuurder kan als volgt worden samengevat:

Bruto loon, inclusief vakantiegeld € 65.564

Belastbare vergoedingen € 11.636

Pensioenbijdrage € 7.144

Totaal bezoldiging 2022 € 84.344

Aan het directielid zijn geen leningen, voorschotten of garanties verstrekt. In verband met de Regeling Beloning Directeuren van Goede doelen Organisaties heeft stichting De Buurt ook de BSD Score van directeur/bestuurder berekend. De totale BSD score bedraagt 400 punten, met functiegroep H. Het maximale salaris in functiegroep H bedraagt € 91.313,60,- (80% van € 124.142,-).

Verandering structuur in 2022

In mei 2022 is er bij Stichting De Buurt een Raad van Toezicht (RvT) ingesteld. De RvT houdt toezicht op het beleid en het bestuur.

Inrichtingseisen

De jaarrekening is opgesteld in overeenstemming Richtlijn RJ 650 voor de jaarverslaggeving. Activa en passiva worden in het algemeen gewaardeerd tegen de verkrijgings- of vervaardigingsprijs of de actuele waarde. Indien geen specifieke waarderingsgrondslag is vermeld vindt waardering plaats tegen de verkrijgingsprijs

1 Balans per 31 december 2022

(voor resultaatbestemming)

		31 december 2022		31 december 2021	
		€	€	€	€
Activa					
<i>Vaste activa</i>					
Immateriële vaste activa	(1)	6.000		-	
Materiële vaste activa	(2)	4.480		6.818	
			10.480		6.818
<i>Vlottende activa</i>					
Vorderingen	(3)	247.328		77.570	
Liquide middelen	(4)	80.282		290.663	
			327.610		368.233
			338.090		375.051
Passiva					
<i>Stichtingsvermogen</i>	(5)		96.083		37.242
<i>Langlopende schulden</i>	(6)		2.437		4.158
<i>Kortlopende schulden</i>	(7)		239.570		333.651
			338.090		375.051

2 Staat van baten en lasten over 2022

		Realisatie 2022	Begroting 2022	Realisatie 2021
		€	€	€
<i>Baten</i>				
Baten van particulieren en giften van instanties	(8)	297	3.500	1.750
Baten van andere organisaties zonder winststreven	(9)	598.827	541.500	283.338
Som van de geworven baten		599.124	545.000	285.088
Baten als tegenprestatie voor de levering van producten en/of diensten	(10)	207.834	181.200	104.590
Overige baten	(11)	6.301	6.750	1.017
Som der baten		813.259	732.950	390.695
<i>Lasten</i>				
Besteed aan de doelstellingen				
Ondersteuning Buurtcampings	(12)	533.747	552.519	259.585
Projectkosten (interne) Buurtcampings	(13)	144.894	67.500	45.101
Buurtbankjes	(14)	14.145	36.121	18.035
		692.786	656.140	322.721
Wervingslasten				
Lasten fondsverwerving	(15)	33.180	35.000	46.504
Afschrijvingen immateriële vaste activa	(17)	1.500	150	-
Afschrijvingen materiële vaste activa	(18)	617	600	150
Kosten van beheer en administratie	(19)	26.335	23.000	9.395
		28.452	23.750	9.545
Saldo		58.841	18.060	11.925

3 Grondslagen voor waardering en resultaatbepaling

Algemene grondslagen voor de opstelling van de jaarrekening

De jaarrekening is opgesteld in overeenstemming Richtlijn RJ 650 voor de jaarverslaggeving.

De jaarrekening is opgemaakt op basis van historische kostprijs. De waardering van activa en passiva geschiedt, voor zover niet anders is vermeld, tegen nominale waarde.

Baten worden toegerekend aan de periode waarin ze zijn gerealiseerd. Lasten worden verantwoord in het jaar waarin ze voorzienbaar zijn.

Baten en lasten worden toegerekend aan het jaar waarop ze betrekking hebben. Winsten worden slechts opgenomen voor zover zij op balansdatum zijn gerealiseerd. Verplichtingen en mogelijke verliezen die hun oorsprong vinden voor het einde van het verslagjaar, worden in acht genomen indien zij voor het opmaken van de jaarrekening bekend zijn geworden.

Materiële vaste activa

Materiële vaste activa worden gewaardeerd tegen verkrijgings- of vervaardigingsprijs inclusief direct toerekenbare kosten, onder aftrek van lineaire afschrijvingen gedurende de verwachte toekomstige gebruiksduur en bijzondere waardeverminderingen.

Afschrijving

Actief	%
Materiaal	20
Inventaris	20

Grondslagen voor de bepaling van het resultaat

Algemeen

Het resultaat (saldo) wordt bepaald als het verschil tussen het totaal der baten en het totaal der lasten. Ontvangsten en uitgaven worden in de staat van baten en lasten toegerekend aan de periode waarop ze betrekking hebben. Bij de toerekening wordt een bestendige gedragslijn gevolgd. Dit houdt in dat rekening wordt gehouden met de aan een periode toe te rekenen bedragen die in een andere periode zijn of worden ontvangen, dan wel betaald.

Baten waarvoor een bijzondere bestemming is aangewezen, worden afzonderlijk in de (toelichting op de) staat van baten en lasten verwerkt onder vermelding van de aard van de bestemming; indien deze baten in het verslagjaar niet volledig zijn besteed, worden de nog niet bestede gelden gereserveerd in de desbetreffende bestemmingsreserve(s) respectievelijk Bestemmingsfonds(en). Een onttrekking aan bestemmingsreserve respectievelijk -fonds wordt als besteding (last) verwerkt in de staat van baten en lasten.

Binnen de baten van particulieren is het gehele bedrag opgehaald door donaties en giften.

Indien aan bestemmingsreserve(s) respectievelijk bestemmingsfonds(en) wordt gedoteerd dan wel daaruit wordt geput wordt deze mutatie op de volgende wijze verwerkt: het saldo van de staat van baten en lasten wordt bepaald inclusief het overschot of tekort dat is ontstaan uit hoofde van de baten en lasten met een bijzondere bestemming. Onder de staat van baten en lasten wordt vervolgens een specificatie opgenomen van de verwerking van dit saldo in de onderscheiden posten van het eigen vermogen.

Baten van particulieren en giften van instanties

Onder baten van particulieren wordt verstaan de algemene donaties voor de stichting.

Baten van andere organisaties zonder winststreven

Hieronder wordt verstaan zowel subsidies van gemeenten, provincies als van het rijk.

Overheidssubsidies

Exploitatiesubsidies worden ten gunste van de staat van baten en lasten gebracht in het jaar ten laste waarvan de gesubsidieerde uitgaven komen/waarin de opbrengsten zijn gederfd/waarin het exploitatietekort zich heeft voorgedaan.

Bestedingen doelstellingen

De bestedingen in het kader van de doelstellingen worden verantwoord in het jaar dat zij zijn toegezegd of, voor zover dit niet bij toezegging het geval is, in het jaar dat de omvang van de verplichting betrouwbaar kan worden vastgesteld. Voorwaardelijke verplichtingen worden verantwoord in het jaar waarin vast komt te staan dat aan de voorwaarden zal worden voldaan.

Schattingen

Om de grondslagen en regels voor het opstellen van de jaarrekening te kunnen toepassen, is het nodig dat het bestuur van Stichting De Buurt zich over verschillende zaken een oordeel vormt, en dat het bestuur schattingen maakt die essentieel kunnen zijn voor de in de jaarrekening opgenomen bedragen. Indien het voor het geven van het in artikel 2:362 lid 1 BW vereiste inzicht noodzakelijk is, is de aard van deze oordelen en schattingen inclusief de bijbehorende veronderstellingen opgenomen bij de toelichting op de betreffende jaarrekeningposten.

4 Toelichting op de balans per 31 december 2022

Activa

Vaste activa

	<u>31-12-2022</u>	<u>31-12-2021</u>
	€	€
<i>1. Immateriële vaste activa</i>		
Zwaaiesteel intellectueel eigendom	6.000	-
	<u>6.000</u>	<u>-</u>
		Zwaaiesteel intellectueel eigendom
		€
<i>Boekwaarde per 1 januari 2022</i>		
Verkrijgingsprijs		-
Cumulatieve afschrijvingen en overige waardeverminderingen		-
		<u>-</u>
		<u>-</u>
<i>Mutaties</i>		
Investeringen		7.500
Afschrijvingen		-1.500
		<u>6.000</u>
		<u>6.000</u>
<i>Boekwaarde per 31 december 2022</i>		
Verkrijgingsprijs		7.500
Cumulatieve afschrijvingen en overige waardeverminderingen		-1.500
		<u>6.000</u>
		<u>6.000</u>

2. Materiële vaste activa

	Materiaal	Inventaris	Totaal
	€	€	€
<i>Boekwaarde per 1 januari 2022</i>			
Aanschaffingswaarde	8.604	3.085	11.689
Cumulatieve afschrijvingen en waardeverminderingen	-4.446	-425	-4.871
	<u>4.158</u>	<u>2.660</u>	<u>6.818</u>
<i>Mutaties</i>			
Afschrijvingen	-1.721	-617	-2.338
<i>Boekwaarde per 31 december 2022</i>			
Aanschaffingswaarde	8.604	3.085	11.689
Cumulatieve afschrijvingen en waardeverminderingen	-6.167	-1.042	-7.209
Boekwaarde per 31 december 2022	<u>2.437</u>	<u>2.043</u>	<u>4.480</u>
<i>Afschrijvingspercentages</i>			
			%
Materiaal			20
Inventaris			20

Vlottende activa

	31-12-2022	31-12-2021
	€	€
<i>3. Vorderingen</i>		
Debiteuren	201.090	53.548
Omzetbelasting	11.992	17.418
Overige vorderingen en overlopende activa	34.246	6.604
	<u>247.328</u>	<u>77.570</u>
<i>Debiteuren</i>		
Debiteuren	<u>201.090</u>	<u>53.548</u>

	<u>31-12-2022</u>	<u>31-12-2021</u>
	€	€
<i>Omzetbelasting</i>		
Omzetbelasting	<u>11.992</u>	<u>17.418</u>
<i>Overlopende activa</i>		
Voorschotten campings	29.389	-
Nog te ontvangen bedragen	1.000	2.000
Waarborgsommen	2.578	2.553
Vooruit betaalde kosten	1.279	2.051
	<u>34.246</u>	<u>6.604</u>
 <i>4. Liquide middelen</i>		
Rabobank	<u>80.282</u>	<u>290.663</u>

Passiva

	31-12-2022	31-12-2021
	€	€
5. Reserves en fondsen		
Stichtingsvermogen	96.083	37.242
	<u>2022</u>	<u>2021</u>
	€	€
Stichtingsvermogen		
Stand per 1 januari	37.242	25.317
Verdeeld resultaat boekjaar	58.841	11.925
Stand per 31 december	<u>96.083</u>	<u>37.242</u>
	<u>31-12-2022</u>	<u>31-12-2021</u>
	€	€
6. Langlopende schulden		
Investeringssubsidie	2.437	4.158
	<u>2022</u>	<u>2021</u>
	€	€
<i>Subsidie investering Tenten</i>		
Stand per 1 januari	4.158	5.879
Vrijval boekjaar	-1.721	-1.721
Stand per 31 december	<u>2.437</u>	<u>4.158</u>

7. Kortlopende schulden

	31-12-2022	31-12-2021
	€	€
Crediteuren		
Crediteuren	42.380	54.631
<i>Overlopende passiva</i>		
Administratie- en accountantskosten	-	5.350
Vooruitontvangen bedragen	122.215	253.107
Overige nog te betalen posten	74.909	20.563
	<u>197.124</u>	<u>279.020</u>

Niet in de balans opgenomen verplichtingen

Meerjarige financiële verplichtingen

Huur

Met betrekking tot de kantoorruimte is een huurverplichting aangegaan die loopt tot en met 1 april 2023 . De overeenkomst wordt stilzwijgend voor een jaar verlengd, als deze niet wordt beëindigd. De huurprijs (exclusief servicekosten) bedraagt met ingang van 1 april 2022 € 11.128 op jaarbasis. De huur wordt jaarlijks per 1 april aangepast.

Meerjarige subsidies / schenkingen

Er is in 2021 een overeenkomst gesloten voor een meerjarige subsidie van de Nationale Postcodeloterij van € 300.000 in totaal. De looptijd van deze overeenkomst is van 2021 tot en met 2023.

Er is in 2021 een bevestiging ontvangen van Stichtng Hartwig Foundation voor een schenking van € 450.000,- verdeeld over drie tranches van € 150.000 in de jaren 2021 tot en met 2023.

5 Toelichting op de staat van baten en lasten over 2022

	Realisatie 2022	Realisatie 2021
	€	€
8. Baten van particulieren en giften van instanties		
Ontvangen giften	297	1.750
9. Baten van andere organisaties zonder winststreven		
VSB Fonds	22.500	10.050
Subsidie Oranje Fonds	17.212	11.713
Subsidie Nationale Postcode Loterij	150.000	75.000
Subsidie Hartwig Foundation	150.000	150.000
Subsidie Zorg van de Zaak Foundation	5.000	10.000
Theodora Boasson	9.000	2.475
Zorg en zekerheid subsidie	18.950	19.000
Sponsoring Univé Buurtfonds	150.000	-
Subsidie Univé voor Buurtcamping	22.050	-
Subsidie Lokaal voor Buurtcamping	14.500	-
Donaties lokaal voor Buurtcamping	1.115	-
Overige subsidies	38.500	5.100
	<u>598.827</u>	<u>283.338</u>
10. Baten als tegenprestatie voor de levering van producten en/of diensten		
Doorberekende kosten Campings	1.956	3.907
Licentie bijdragen Campings	108.295	28.050
Verkopen gemeentepakketten	84.346	70.079
Kaartverkoop campings	3.913	2.554
Inkomsten Regiobeheer Limburg	8.000	-
Overige	1.324	-
	<u>207.834</u>	<u>104.590</u>
11. Overige baten		
Inkomsten karavaan	6.301	1.017

Besteed aan de doelstellingen

	Realisatie 2022	Realisatie 2021
	€	€
12. Ondersteuning Buurtcampings		
Personeelslasten en uitbesteed werk	302.299	185.601
Projectkosten	69.581	30.108
Marketing en Communicatie	114.910	15.404
Beheer en Administratie	34.017	19.531
Overige	12.940	8.941
	<u>533.747</u>	<u>259.585</u>
13. Projectkosten (interne) Buurtcampings		
Projectkosten Buurtcampings	81.132	29.929
Vrijwilligersvergoedingen beheerders	18.500	14.700
Catering activiteiten	2.262	-
Vrijwilligersvergoedingen lokale Camping	5.055	-
Proces Manager	36.199	-
Overige	1.746	472
	<u>144.894</u>	<u>45.101</u>
14. Buurtbankjes		
Projectkosten activiteiten - Buurtbankjes	4.211	5.896
PR en Marketing	7.434	12.065
Kantoorlasten	-	74
Vrijwilligers Buurtbankjes	2.500	-
	<u>14.145</u>	<u>18.035</u>
Wervingslasten		
15. Lasten fondsverwerving		
Lasten fondsverwerving	<u>33.180</u>	<u>46.504</u>
16. Personeelslasten		
Lonen en salarissen	77.491	-
Sociale lasten	10.456	-
Pensioenlasten	6.928	-
Doorberekende kosten	-94.875	-
	<u>-</u>	<u>-</u>

Afschrijvingen

	Realisatie 2022	Realisatie 2021
	€	€
<i>17. Afschrijvingen immateriële vaste activa</i>		
Zwaaiesteel intellectueel eigendom	1.500	-
<i>18. Afschrijvingen materiële vaste activa</i>		
Materiaal	1.721	1.721
Inventaris	617	150
	2.338	1.871
Vrijval egaliseringsreserve	-1.721	-1.721
	617	150
Kosten Beheer en administratie		
<i>19. Kosten van beheer en administratie</i>		
Administratie- en accountantskosten	17.280	9.395
Financial Controller	9.055	-
	26.335	9.395

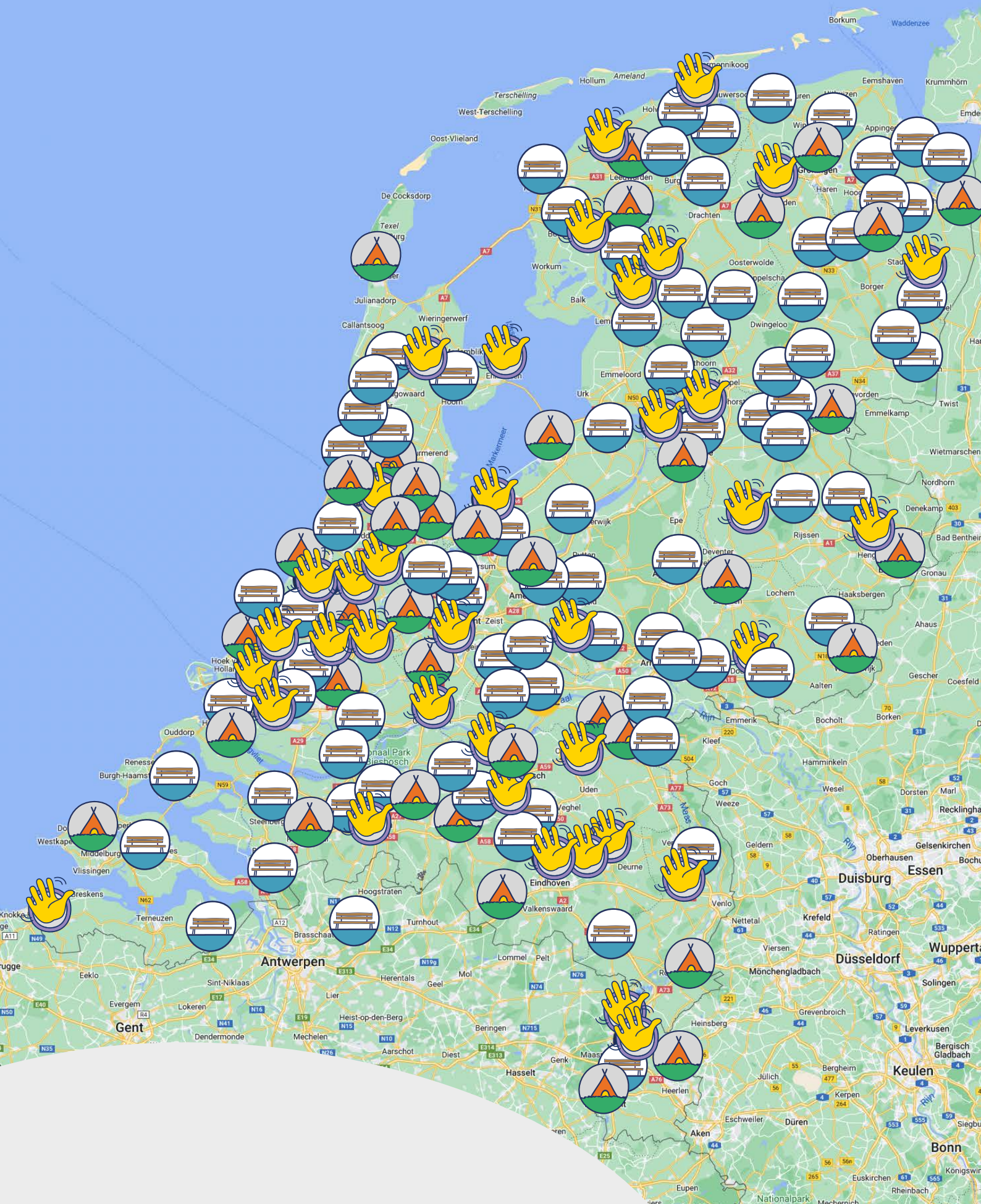


DE BUURT

JAARVERSLAG 2022

Algemeen Nut
Beoogende Instelling
ANBI





Wat hebben een praatje bij de bakker, een compliment aan een voorbijganger, of een praatje met de buurvrouw met elkaar gemeen? Het zijn momenten van onderling contact die ervoor zorgen dat jij je onderdeel van de samenleving voelt. Sterker nog: uit onderzoek blijkt dat het hebben van contact één van de grootste indicatoren is om 100 te worden.

Toch lijken we elkaar minder op te zoeken en meer te ontlopen. We kijken liever op onze telefoons dan dat we oogcontact maken. Ook lijken we *online* hard te roepen, terwijl we *live* slecht naar elkaar luisteren. Het lijkt nou eenmaal makkelijker om het oneens met elkaar te zijn, dan op zoek te gaan naar de verbindende factor.

Het is jammer dat we elkaar slecht weten te vinden in een tijd waarin we elkaar juist zo hard nodig hebben. We hebben namelijk heel wat **economische en maatschappelijke uitdagingen** met elkaar op te lossen.

Gelukkig kan jij zelf een kleine bijdrage leveren aan de oplossing. **Om polarisatie tegen te gaan** moeten we namelijk mensen ontmoeten die niet op ons lijken. Zo ontdek je dat je helemaal niet zoveel verschilt van 'de ander'. Er ontstaat ruimte voor een nieuwe gemeenschappelijke grond. Bekend maakt beminde zullen we maar zeggen.



Om 'die ander' te ontmoeten moet je wel even uit je comfort-zone. Het is dan ook belangrijk dat er een tijd, plaats en context is waar je deze 'andere' mensen ontmoet. Daarom organiseren wij samen met buurtbewoners vrolijke en verbindende activiteiten waar je elkaar leert kennen. Zo hebben we in 2022 gezorgd voor **één miljoen ontmoetingen** tussen uiteenlopende buurtbewoners.

Die ontmoetingen vonden plaats op één van de 53 **Buurtcampings**, 461 nieuwe **BuurtBankjes** of bij de 600 **Zwaaistenen**, verspreid door het hele land, georganiseerd voor en door buurtbewoners. Zo werken wij samen aan buurten waarin je op elkaar kunt rekenen en vertrouwen. En daar zijn we maar wat trots op en dankbaar voor.

In dit jaarverslag lees je de highlights van een vrolijk, ondernemend en verbindend 2022. Ik wens je veel leesplezier!

Maarten Hupkes

Directeur-bestuurder Stichting De Buurt

Inhoud

Het jaar in vogelvlucht	6
De Buurt	7
Buurtactiviteiten	10
Buurtcamping	10
<i>Wat hebben we bereikt?</i>	10
<i>Hoe hebben we dit resultaat bereikt?</i>	11
<i>Wat ging goed en wat kan beter?</i>	13
De BuurtBankjes	15
<i>Wat hebben we bereikt?</i>	15
<i>Hoe hebben we dit resultaat bereikt?</i>	16
<i>Wat ging goed en wat kan beter?</i>	16
Zwaaisteen	18
<i>Wat hebben we bereikt?</i>	18
<i>Wat ging goed en wat kan beter?</i>	19
Marketing en Communicatie	21
Organisatie	28
<i>Van bestuur naar Raad van Toezicht</i>	28
<i>Veilige werkomgeving</i>	28
<i>De Buurt brengt burensamen</i>	28
<i>ICT / CRM</i>	29
<i>Haalbaarheidsmatrix</i>	29
<i>Kernteam</i>	30
Risico's en maatregelen	33
Financiën	35
<i>Inkomsten</i>	35
<i>Bestedingen</i>	36
<i>Reflectie op financiën</i>	37
Bestuursverslag	39
Vooruitblik	40
<i>Strategie 2023</i>	40
<i>Begroting 2023</i>	41
Dankwoord	42



2022 in vogelvlucht



Dankzij onze geweldige hoofdparters **Univé Buurtfonds, Nationale Postcode Loterij** en **Hartwig Foundation** hebben we een miljoen ontmoetingen tussen buurtbewoners mogelijk gemaakt.



We lanceren een nieuwe naam voor onze koepel: **De Buurt**. Daarbij presenteren we een nieuwe website, boordevol inspirerende verhalen van Buurtmakers door heel het land.



Tijdens de **Week Tegen Eenzaamheid** voeren we campagne om zoveel mogelijk ontmoetingen tussen burens te stimuleren.



We realiseren een **recordaantal van 53 Buurtcampings**. En we doen onafhankelijk en professioneel onderzoek waar indrukwekkende resultaten uitkomen: 88% van de deelnemers voelt zich na afloop meer thuis in de buurt.



Ons team breidt zich uit met een **Team Marketing en Communicatie**, dat in 2022 maar liefst **16 miljoen views** weet te behalen door inspirerende verhalen te delen via verschillende mediakanalen.



We vieren het **tienjarig bestaan van De Buurtcamping** in een bomvol Oosterpark. *‘Eindelijk een initiatief dat er echt in slaagt om een dwarsdoorsnede van de bevolking te bereiken’* schreef Het Parool over deze bijzondere avond.



Er zijn **461 BuurtBankjes** door heel het land geopend die samen zorgen voor heel veel gezellige momenten tussen burens. We vieren een uitzinnige BuurtBankjesDag met een rondreizende Karavaan en organiseren op drie plekken in het land een BuurtBankjes Timmerdag.



Ons derde buurtproject, **Zwaaisteen**, wordt geïntroduceerd. Een vrolijke stoeptegels die aanmoedigt tot contact. Met hulp van **Fonds Sluyterman en van Loo** mogen we honderd Zwaaistenen weggeven aan verzorgingshuizen.



Met ons opleidingstraject **Buurtcampus** begeleiden we afgelopen jaar 134 camping-beheerders. In totaal hebben er ruim 1.300 vrijwilligers aan De Buurtcamping gewerkt, die zich nu blijvend inzetten voor een betere buurt.



Het voormalig bestuur wordt **Raad van Toezicht**, en onze directeur wordt directeur-bestuurder. Een mooie stap in de slagkracht van de stichting!

De Buurt

In de zomer van 2022 presenteerden we onze nieuwe naam: **De Buurt**. Onze groeiambitie en het uitbreiden van ons activiteitenportfolio met **BuurtBankjes** en **Zwaaienstein** vroeg om een duidelijke, overkoepelende naam met een bijpassende merkidentiteit. Onder deze nieuwe koepel zetten we ons in om zoveel mogelijk ontmoetingen tussen uiteenlopende buurtbewoners mogelijk te maken.

WAAROM BESTAAT DE BUURT?

Er gaat iets mis in Nederland. Door onderlinge verdeeldheid dreigen we elkaar te verliezen, terwijl we elkaar juist nodig hebben om alle crises op te lossen. De kansengelijkheid, het asielbeleid en de klimaatcrisis gaan we niet oplossen door elkaar uit de weg te gaan, maar door op zoek te gaan naar een gemeenschappelijke grond. Gelukkig kunnen we iets dichtbij huis doen, dat veel oplevert: mensen ontmoeten die niet op ons lijken¹.

HOE DOEN WE DAT?

Met onze vrolijke en verbindende buurtactiviteiten creëren we laagdrempelige ontmoetingsplekken voor buurtbewoners uit verschillende 'bubbels'. Een neutrale plek in de buurt waar je jezelf kan zijn en anderen kan ontmoeten. Hiermee dragen we bij aan **saamhorige, sociale en gezonde buurten** waarin buurtbewoners elkaar kunnen vinden en op elkaar kunnen rekenen.



WAT DOEN WE DAN PRECIES?

We begeleiden buurtbewoners bij het organiseren van een **Buurtcamping** een **BuurtBankje** of het leggen van een **Zwaaienstein**. Dit doen we middels ons opleidingstraject **De Buurtcampus** en een online naslagwerk **De CampingGids**, hulp van experts, toegang tot financieringsbronnen en sponsoring, impactonderzoek en communicatiemiddelen. Daarnaast enthousiasmeren we zoveel mogelijk buurtbewoners om ook een verbindende buurtactiviteit te organiseren.

VOOR WIE DOEN WE DAT?

Wij zijn er in eerste plaats voor **buurtbewoners** die iets willen organiseren voor hun buurtgenoten. Onze activiteiten zijn toegankelijk voor **alle** Nederlanders. Maar we hebben speciale aandacht voor mensen die betrokken zijn bij de buurt, aangewezen zijn op de buurt of nieuw zijn in de buurt. Zo is een derde van onze kampeerplekken gereserveerd voor minima.

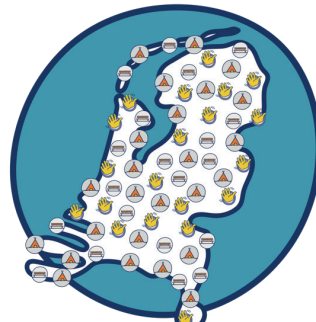
OVER DE STICHTING

De statutaire doelstellingen van onze stichting zijn in te zien via [deze link](#) op pagina 2. De Buurt is een Erkend Goed Doel (CBF), heeft een ANBI status en is een Social Enterprise.

¹De Verdeelde Nederlanden, Sjoerd Beugelsdijk, 2021

Impact De Buurt

De Buurt brengt burensamen...



**MAATSCHAPPELIJKE
PROBLEMEN**

INTERVENTIE

BEREIK

EFFECT

Kloof tussen arm en rijk groeit

53 Buurtcampings

1 miljoen ontmoetingen

83% voelt zich **meer thuis** in de buurt

Polarisatie neemt toe

900 BuurtBankjes

16 miljoen views

78% van de deelnemers wil **actiever worden** in de buurt

Eenzaamheid neemt toe

600 Zwaaištenen

2.800 actieve buurtmakers

75% ontmoet mensen die ze **normaal niet snel zouden spreken**

Vertrouwen in instituties neemt af

Buurtcampus

Actief in 1500 straten en 53 parken

33% van de campingbezoekers **voelt zich** 6 weken na de Buurtcamping **gelukkiger**

Ontmoetingsplekken nemen af

We zijn er voor iedereen: 26% heeft een migratie achtergrond



Buurtactiviteiten

De Buurt werkt aan buurten waarin je elkaar groet, kent en helpt. Dit doen wij door samen met buurtbewoners door het hele land vrolijke en verbindende buurtactiviteiten te organiseren. Zoals De Buurtcamping (een pop-up camping in eigen stadspark), De BuurtBankjes (een netwerk van openbare ontmoetingsplekken in de buurt) en Zwaaisteen (een vrolijk stoeptegel die je uitnodigt om te groeten op straat).



Op De Buurtcamping ontmoeten buurtbewoners elkaar tijdens een ontspannen vakantie in eigen stadspark. Op deze manier dicht en verbinden we allerlei soorten mensen met elkaar. Dat vinden wij belangrijk omdat mensen steeds meer langs elkaar heen leven. Met alle gevolgen van dien.

Op de camping is iedereen gelijk en ontstaan gemakkelijk ontmoetingen. Het park verandert drie dagen lang in een gemoedelijk dorpje midden in de stad, bewoond door alle mensen die de stad rijk is. 'De ideale samenleving in het klein' zoals het Parool ons noemde.

In de zomer van 2022 vierden we de 10e editie van De Buurtcamping samen met campingbeheerders en bezoekers. Op de plek waar het allemaal begon - het Amsterdamse Oosterpark - traptten we het kampeerseizoen af dat tot diep in de herfst zou duren. We vierden een feestje met onze campingbeheerders, met een gezamenlijke barbecue en een leuke bingo waarbij beheerders prijzen konden winnen voor hun Buurtcamping, zoals een karaokeset, een bingospel, of een vip-arrangement bij een voetbalclub.

WAT HEBBEN WE BEREIKT?

In 2022 vierden we de 10e editie van de Buurtcamping met 53 campings verspreid door heel het land (in 2021 waren dit er 9 vanwege corona). Hiermee hebben we meer dan 17.600 buurtbewoners bereikt waardoor er bijna 800.000 ontmoetingen tussen buurtbewoners hebben plaatsgevonden.

Afgelopen seizoen hebben wij in samenwerking met het **onafhankelijke onderzoeksbureau** Cigarbox een representatief kwantitatief impactonderzoek uitgevoerd, bestaande uit een vragenlijst direct na de camping én een impactvragenlijst zes weken na afloop. Er hebben maar liefst 773 respondenten gereageerd.



De Buurtcamping...

...IS VOOR IEDEREEN

- 29% van de deelnemers geeft aan buiten De Buurtcamping **niet** op vakantie te gaan
- 94% kan volledig **zichzelf zijn** op De Buurtcamping
- 88% voelt zich **onderdeel van** de camping

...IS EEN PLEK VOOR NIEUWE ONTMOETINGEN

Op de Buurtcamping heeft men **gemiddeld met 21 mensen gesproken**

- 75% geeft aan mensen gesproken te hebben die ze **normaal niet snel zouden spreken**

...ZORGT VOOR EEN ACTIEVE BUURT

- 37% van de deelnemers wil **actiever worden in de buurt** na deelname aan de Buurtcamping
- 45% van de vrijwilligers heeft **kennis/ vaardigheden** opgedaan
- 26% van de deelnemers heeft sinds de Buurtcamping iets **ondernomen** met burens
- 14% van de deelnemers wil vaker **iets doen voor de burens**.

...ZORGT VOOR EEN SOCIALE, GELUKKIGE EN FIJNERE BUURT

- 30% voelt zich over het algemeen **gelukkiger**
- 44% heeft **meer oog voor de burens** door De Buurtcamping
- 57% voelt zich **meer betrokken** bij de buurt
- 46% heeft **nieuwe vriendschappen** gesloten
- 25% voelt zich **minder alleen** na De Buurtcamping
- 23% heeft meer **zelfvertrouwen**
- 47% vind de **buurt aantrekkelijker**
- 23% voelt zich **veiliger**
- 38% heeft **meer vertrouwen** in de burens



HOE HEBBEN WE DIT RESULTAAT BEREIKT?

Werving

Eén van onze kerntaken is het werven van campingbeheerders. Veelal melden enthousiaste buurtbewoners zich bij ons om een Buurtcamping in hun buurt te organiseren. Zij nemen contact op omdat ze zelf op een Buurtcamping zijn geweest, onze wervingscampagne voor campingbeheerders hebben gezien of omdat ze enthousiast zijn geworden door verhalen van anderen. Daarnaast maken wij ieder jaar zoveel mogelijk gemeenten enthousiast om een Buurtcamping in één of meerdere van hun buurten te organiseren. Mocht een gemeente enthousiast zijn, dan volgt een intensief samenwerkingstraject met betrokken ambtenaren. Vervolgens wordt er door ons team ter plekke een geschikt beheerdersteam geworven. In een team van campingbeheerders moeten verschillende soorten eigenschappen en competenties aanwezig zijn. Het kernteam van onze stichting besteedt daarom veel tijd en aandacht aan de werving en selectie van campingbeheerders.

Begeleiding

Als de beheerders eenmaal aan boord zijn, beginnen we met het mondeling toelichten van onze samenwerkingsovereenkomst. Als iedereen er klaar voor is, start de eerste sessie van ons opleidingstraject **De Buurtcampus**, waarbij we alle campingbeheerders in een zestal sessies van kop tot staart meenemen in het organiseren van een Buurtcamping. Deelnemers worden opgeleid tot sociaal ondernemer in eigen buurt met De Buurtcamping als casus.



Sociaal ondernemer in eigen buurt

Een mooie bijvangst is dat de campingbeheerders de opgedane kennis ook inzetten bij andere projecten die zij organiseren in de buurt. Zo zijn er al heel veel uit Buurtcampings ontstaan: buurtverenigingen, wandelclubs, kookavonden, sportactiviteiten en opruimacties. In 2022 gaven campingbeheerders bij de evaluatie aan dat ze meer aandacht willen voor teamsamenstelling en vrijwilligerswerving en -beleid. Hiertoe hebben we afgelopen jaren workshop teambuilding georganiseerd, en in 2023 zoomen we hier verder op in met professionals. Daarnaast organiseren we in 2023 fysieke workshops op het gebied van veiligheid, fondsaanvragen en marketing en communicatie (als toevoeging op de andere onderwerpen zoals placemaking, ticketing, vergunningsaanvragen en sponsoring). In 2023 richten we ook specifieke leerlijnen voor meerderejaars-campings in. In deze sessies verdiepen we hun kennis onder andere over veiligheid en governance. We vinden het namelijk belangrijk om hen up-to-date te houden, maar ook dat ze een zekere groei (leercurve) bij ons door kunnen maken.

Naast de Buurtcampus kunnen campingbeheerders te allen tijde gebruik maken van ons handige online naslagwerk **De CampingGids**. Deze tool updaten wij continu met relevante informatie.

Naast de meer gestandaardiseerde vorm van begeleiding, heeft het kernteam ook intensief **één-op-één-contact** met de verschillende teams. Deze persoonlijke begeleiding is in sommige gevallen hard nodig, bijvoorbeeld als er hiaten in het proces zitten.

Dit varieert van hulp bij het afrekenen van fondsen tot het aanvragen van de juiste vergunning. Verder ontvangen onze campingbeheerders minstens één keer per maand een update in hun mailbox, met daarin belangrijke informatie gekoppeld aan de fase waarin ze zitten.

Kwaliteitsbewaking

Bij de totstandkoming en uitvoering van de campings ziet het kernteam er op toe of campings blijven voldoen aan onze randvoorwaarden. Dit is belangrijk omdat we zodoende kunnen garanderen dat een Buurtcamping het gewenste effect heeft. In het kort zijn deze randvoorwaarden:

- Is 1/3e van de kampeerplekken gereserveerd en ingevuld door minima?
- Vinden er voldoende verbindende activiteiten plaats en sluiten deze niemand uit?
- Wordt er voldaan aan de plaatselijke vergunningsvereisten?
- Kennen de vrijwilligers de gedragsregels en wat doen ze eraan om dit te waarborgen?

Bovenstaande doelen worden op verschillende momenten gemonitord:

- Tijdens de persoonlijke begeleiding
- Tijdens de Buurtcampus
- Onderzoek (impactmeting)
- Evaluaties
- Het wordt contractueel vastgelegd in de samenwerkingsovereenkomst



WAT GING GOED EN WAT KAN BETER?

Ieder jaar voeren we een stevige evaluatie uit, bestaande uit een impactonderzoek bij bezoekers en campingbeheerders, stakeholderonderzoek, persoonlijke evaluaties en kwartaal evaluaties met het kernteam. Hier zijn de volgende punten uitgekomen:

Sterke punten:

- + Kernteam is uitgebreid en taken zijn beter verdeeld.
- + Procesoptimalisatie door middel van een CRM-systeem.
- + Recordaantal campings, op professionele manier begeleid.
- + Nieuwe ideeën worden eerst langs haalbaarheidsmatrix gelegd.
- + Lovende reacties van bezoekers en campingbeheerders.
- + Meer focus op communitymanagement meerderejaars campingbeheerders.
- + Geprofessionaliseerde Buurtcampus wordt gewaardeerd en werpt vruchten af.

Verbeterpunten:

- ~ Elkaar bij drukte niet uit het oog verliezen: op vaste momenten (live) blijven afspreken.
- ~ Afrekenproces met fondsen beter of anders inrichten in 2023.
- ~ Ervoor zorgen dat nieuwe projecten van De Buurt ook aandacht krijgen van het Buurtcamping-team.
- ~ Meer aandacht besteden aan de toegankelijkheid en aansluiting op lager opgeleide doelgroep.
- ~ In 2022 was er een landelijk tekort aan wc's en douches. Bezoekers die het sanitair met lager dan een 8 beoordelen zijn minder snel geneigd terug te komen. Dus sanitair moet eerder in het jaar worden gereserveerd.
- ~ Het uitlenen van spullen door de organisatie en een heel vol programma hebben een negatief effect op het aantal ontmoetingen. Hier moeten we aandacht aan besteden in de Buurtcampus.
- ~ De Buurtcampus moeten wij interessanter maken voor meerderejaars campings.





DEBUURTBANKJES



Op een BuurtBankje klets je bij met de buren. Het is een bankje op de stoep dat buurtbewoners zelf plaatsen en dat door alle buurtbewoners gebruikt mag worden. Hierdoor leer je de buren kennen, voelen mensen zich meer thuis in de buurt, en kijkt iedereen wat meer naar elkaar om. Meedoen is simpel en gratis: mensen zetten een bankje neer, melden zich aan en ontvangen leuke spullen om het bankje te versieren en hun buren uit te nodigen. We geven ook tips over hoe je de buurt betreft bij je bankje.

Oorspronkelijk opgezet als BankjesCollectief, besloten wij het project in 2021 nieuw leven in te blazen. En met succes! Sinds de overname zijn er zijn ruim 600 bankjes geopend door het hele land. Dit kwam onder andere door onze BuurtBankjesDag in mei, onze najaarsactie tijdens De Week Tegen Eenzaamheid en drie Timmer-Je-Bankje-dagen verspreid door het land.



WAT HEBBEN WE BEREIKT?

In 2022 hebben er 461 buurtbewoners een bankje geopend, dat zijn er 61 meer dan ons doel. Sinds de start van het nieuwe jaar (2023), worden er zelfs gemiddeld **vier nieuwe bankjes per dag geopend**. Gemiddeld vinden er 12 ontmoetingen per maand plaats op een bankje. In 2022 hebben we dus samen met buurtbewoners minstens 122.000 ontmoetingen mogelijk gemaakt. Dit is een voorzichtige berekening omdat het aantal ontmoetingen in de wintermaanden is gepeild. Deze en onderstaande resultaten komen uit een doorlopend representatief impactonderzoek dat beantwoord is door 114 Bankjeshosts. Gemiddeld geven respondenten een rapportcijfer van een 8 en 29% van de deelnemers heeft een migratie-achtergrond (dat is boven het landelijk gemiddelde).

Op een Buurtbankje²...

...LEER JE JE BUREN KENNEN

Gemiddeld zegt men **10** keer per maand **gedag** vanaf een BuurtBankje

7 keer per maand wordt er een praatje gemaakt

5 keer vindt er een **langer gesprek** plaats

De helft heeft mensen ontmoet die ze normaal **niet snel zouden spreken**

74% ziet nu **vaker bekenden** in de buurt

...ONTSTAAT EEN SOCIALE EN BETROKKEN BUURT

76% heeft **meer oog** voor de buren

77% voelt zich **meer thuis** in de buurt

74% heeft nu **beter contact** met de buren

75% is van plan om **vaker af te spreken**

72% groet vaker mensen

...ONTSTAAT EEN ACTIEVE BUURT

74% is van plan nu **vaker iets te gaan doen** voor de buurt

69% **bespreekt nieuwe ideeën** voor de buurt

² Doorlopend Impactonderzoek BuurtBankjes 2022, n=114

HOE HEBBEN WE DIT RESULTAAT BEREIKT?

Na een succesvolle overname en eerste BuurtBankjesDag in september 2021, hebben we in 2022 de zinnen gezet op het verbeteren van het project en het bereiken van een bredere doelgroep. Gezien alle enthousiaste reacties van deelnemers, partners en fondsen wisten we dat we iets moois zijn gestart. Toch waren we nog ontevreden over het bereik van het project.

HERPOSITIONERING

In het begin van het jaar hebben we een copywriter in de hand genomen, die ons heeft geholpen bij de treffende *taglines* zoals: 'Een fijne buurt begint op een BuurtBankje'. Ook hebben we met onze vormgever stappen gezet in het opfrissen van de huisstijl. De belangrijkste aanpassing is waarschijnlijk de website geweest. De vorige website stamde al uit de begintijd van BankjesCollectief en was niet gebruiksvriendelijk meer. Op basis van gebruikersonderzoek hebben we de

nieuwe website ingericht, waarbij we de drempel om je aan te melden zo laag mogelijk hebben gemaakt. Ook hebben we een slimme *paid-ad* campagne gevoerd op onze sociale mediakanalen.

SAMENWERKINGEN

In 2022 hebben we ook voor het eerst samengewerkt met externe partijen om het project BuurtBankjes in hun gemeenten te laten landen: in Breda en Rijen. Wij hebben hier in opdracht van een gemeente en woningbouwcorporatie het BuurtBankjes project lokaal tot een succes gebracht. Dit hebben we gedaan door twee vrijwilligers lokaal op te leiden tot ambassadeurs, die vervolgens andere buurtbewoners enthousiasmeerden en faciliteerden om een BuurtBankje te openen. Hierdoor zijn er in totaal 19 bankjes geopend in deze gemeenten. In 2023 gaan we eenzelfde samenwerking opzetten met o.a. de gemeente Zaanstad.



WAT GING GOED EN WAT KAN BETER?

Net als bij De Buurtcamping voeren we bij BuurtBankjes verschillende evaluaties uit: extern in de vorm van een doorlopende vragenlijst en intern door periodieke evaluaties. Hier kwamen de volgende belangrijke punten uit:

Sterke punten:

- ⊕ De herpositionering (bestaande uit nieuwe copy, huisstijl, website en paid-ad campagne) was een groot succes.
- ⊕ Wensen van doelgroep zijn goed vertaald en toegepast.
- ⊕ Groot resultaat behaald met een klein team.
- ⊕ Doorontwikkeling van welkomstpakketten (per post) is een slimme zet geweest.
- ⊕ Alle Buurtcampings hebben een BuurtBankje ontvangen om campingbeheerders te betrekken bij de doorontwikkeling van De Buurt.
- ⊕ Timmer-Je-BuurtBankje-Dagen waren een succes.
- ⊕ We hebben een Bankjespartner in de arm genomen: MaximaVida!
- ⊕ Netwerk van 50 BuurtBankjes besteld door onze partner Univé. Maar liefst 50 Univé-winkels krijgen een BuurtBankje voor de deur.

Verbeterpunten:

- ⊖ Minder pers aandacht dan voorgaande jaren, dat kan door de inhoud van de persberichten komen.
- ⊖ De verkoop van bankjes van onze bankjespartner via onze website loopt nog niet goed.
- ⊖ In 2023 meer focus op community-management: 'wat gebeurt er in het land, op de bankjes' en het werven van ambassadeurs.
- ⊖ Drukwerk voor de BuurtBankjesDag moet eerder binnen zijn, zodat het eerder verspreid kan worden onder onze ambassadeurs.





'Mensen groeten elkaar niet meer op straat' is een veelgehoorde klacht als je vraagt naar hoe het leven in de buurt bevalt. Deze opmerking is niet alleen een nostalgische hang naar het verleden. Er schuilt een verlangen in naar een verbonden en betrokken buurt. Een plek waar mensen naar elkaar omkijken en op elkaar kunnen vertrouwen. Daarom is de Zwaaisteen in het leven geroepen: een vrolijke stoeptegel die mensen aanmoedigt om even contact te maken met elkaar. Er liggen er 600 verspreid door Nederland. Zwaaien is een klein gebaar, maar kan een groot verschil maken voor mensen die weinig contact hebben.

Zwaaisteen is in 2019 in Zwolle opgericht door Corinne Tijsseling, en groeide al snel uit tot een succes: inmiddels liggen er 600 Zwaaistenen verspreid door heel Nederland die elke dag weer zorgen voor spontane momenten tussen buurtbewoners. In 2022 heeft De Buurt het project overgenomen, omdat Corinne het niet meer naast haar baan kon doen.

WAT HEBBEN WE BEREIKT?

In de zomer van 2022 vond de overname van het project plaats. Vanaf dat moment zijn wij aan de slag gegaan met een nieuwe passende huisstijl, het inrichten van een website en webshop, het opstellen van vragenlijsten en het inrichten van het bestelproces. In januari 2023 hebben we het project voor de buitenwereld gelanceerd.

100 gratis Zwaaistenen voor zorginstellingen

In 2023 mogen we 100 Zwaaistenen weggeven aan zorginstellingen voor ouderen, door een bijdrage van het ouderenfonds Fonds Sluyterman en van Loo. Hiertoe zijn we een actie gestart om zoveel mogelijk verzorgingshuizen te enthousiasmeren voor een gratis Zwaaisteen.

Ook hebben we een eerste kleinschalig doelgroeponderzoek³ gedaan, waar de volgende (positieve) resultaten uit voort kwamen:

...LEER JE JE BUREN KENNEN

75% heeft een Zwaaisteen omdat het de buurt en straat **een leukere plek** maakt

Gemiddeld heeft men **25 ontmoetingen per maand** door Zwaaisteen

De helft van de respondenten heeft mensen ontmoet die ze **normaal niet snel zouden ontmoeten**

63% voelt zich **meer thuis in de buurt** door Zwaaisteen

75% ziet **vaker bekende gezichten**

75% heeft **beter contact**

63% voelt zich **veiliger** in de buurt

Het onderzoek is niet representatief, omdat wij de mailadressen van de 'oude' Zwaaisteen-leggers niet hebben ontvangen bij de overname. Vanaf nu krijgt iedere legger van een nieuwe Zwaaisteen een vragenlijst toegestuurd.



³Doelgroeponderzoek Zwaaisteen (n=8), 2022



WAT GING GOED EN WAT KAN BETER?

Hoewel we het project nog 'eigen' aan het maken zijn, nemen we volgende aandachtspunten alvast mee naar het komende jaar:

Aandachtspunten

- 💡 De werkdruk van een derde project niet onderschatten
- 💡 Representatief impactonderzoek doen onder Zwaaisteen-leggers; dit verbetert ons beleid en kennis over doelgroep
- 💡 Uitvoeren van paid-campagnes op sociale media
- 💡 Het project meer onder de aandacht brengen bij een professionele doelgroep
- 💡 Een interne evaluatie uitvoeren over de resultaten van het project na een jaar





Marketing & Communicatie

Het marketing en communicatiebeleid is vanaf 2022 gebaseerd op het: See, Think, Do en Care-model. We hebben in 2022 een transformatie ingezet van ad hoc marketing activiteiten naar *customer journey*-denken. Met als belangrijkste doel om buurtbewoners te inspireren tot deelname aan onze vrolijke buurtactiviteiten.

We zijn trots op de resultaten die we tot nu toe hebben behaald. Naast dat we in 2022 op meerdere fronten een stevige basis hebben gelegd voor de lange termijn, hebben we op korte termijn (dit jaar) al de vruchten kunnen plukken van deze aanpak. Wel moeten we er scherp op blijven dat de (marketing)activiteiten die we uitzetten ons resultaat opleveren en we niet vol enthousiasme onszelf in ieder goed idee storten. We zijn een klein team dus moeten onze prioriteiten steeds goed voor ogen houden.

HOE ZIET DIE CUSTOMER JOURNEY ER UIT?

Buurtbewoners die met onze initiatieven in aanraking komen, inspireren we om deel te nemen aan onze activiteiten (See & Think). Vervolgens tonen we het effect aan van de activiteiten, dit is onze bewijslast dat wat we doen ook écht werkt (Think & Do). Enthousiaste buurtbewoners nemen we in de laatste fase aan de hand om zelf de handschoen op te pakken (Do & Care).

Door op deze manier te denken én te werken worden we ons ook bewuster van de ROI (welke investering doen we en wat levert ons dit vervolgens op?). Een belangrijke toevoeging is dat we hiermee ook toewerken naar een jaarrond marketingprogramma.

Zo blijven we voor buurtbewoners en buurtmakers jaarrond relevant. Dat brengt rust en maakt de campagne pieken minder zwaar (zowel qua tijd als geld) omdat we daar over langere tijd naartoe werken.

VOOR WIE?

Wij zijn er voor de buurtbewoners met een hart voor de buurt en die iets willen organiseren in hun buurt. Oftewel: vrijwilligers en buurtbewoners die willen deelnemen aan een vrolijke buurtactiviteit. Op landelijk niveau voeren we voornamelijk marketing en communicatie uit ten behoeve van deze (regionale) doelgroep.



VANUIT WELK DOEL?

Per fase werken we aan andere marketing-doelstellingen.

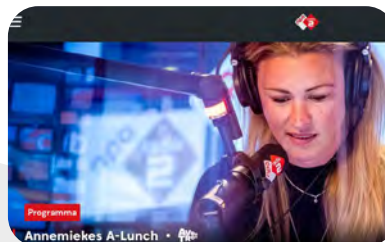
ALGEMENE NAAMSBEKENDHEID (*See en Think*)

Via het landelijke en regionale PR beleid bereikten we in 2022 meer dan *16 miljoen* views via kranten, radio én televisie. We bereikten meer dan *1,2 miljoen* mensen online. **Gezamenlijk is dit goed voor een mediawaarde van: €130.000,00.**

We hebben in 2022, anders dan voorgaande jaren, bewust gekozen voor (ook) een regionale PR aanpak. Hiermee hebben we voor en soms ook mét lokale

campingbeheerders op maat gemaakte persberichten gemaakt die bijdroegen aan de lokale zichtbaarheid. In die persberichten hebben we de journalisten ook de mogelijkheid gegeven om contact op te nemen met de campingbeheerders. Dit resulteerde in veel zichtbaarheid in regionale kranten en radio en televisie. Hiermee hebben we onze verwachtingen qua bereik ruimschoots overtroffen.

Anders dan voorgaande jaren werken we sinds 2022 met een tool genaamd 360ANP. Hiermee monitoren we alle regionale en landelijke plaatsingen. We weten dus precies welke persberichten effect hebben. Naast het bereik meten we hier ook de mediawaarde (het bedrag wat we voor de plaatsingen hadden betaald als het advertenties waren geweest).



Via eigen content productie en distributie via social media (en i.s.m. *Buurtcamping Podcast*) bereikten we in Q3 en Q4 van 2022 meer dan 30.000 accounts en met social media reels bereikten we in Q3 en Q4 van 2022 meer dan 17.000 accounts op Instagram. In 2023 gaan we flink inzetten op de groei van onze kanalen (in volgers) op Facebook, Instagram en LinkedIn.

We zien dat de organische groei achterblijft op het enorme bereik wat we realiseren met de *paid advertising*. Wel hebben we grote stappen gezet in de realisatie van de organische content. Op alle vlakken: de tone of voice van de posts sluit goed aan bij wat we willen uitstralen met De Buurtcamping, De Buurt en BuurtBankjes. De inhoud van de posts heeft meer diepgang en nodigt uit tot doorklikken naar de website. Ook de visuele weergave van de posts (grafische vormgeving, fotografie en aanvulling in video) heeft een grote sprong voorwaarts gemaakt ten opzichte van 2021.

WERVING (*Think en Do*)

In 2022 hebben we meerdere *paid advertising* campagnes gedraaid om campingbeheerders te werven en om BuurtBankjes te openen. Overkoepelend bereikten we de volgende resultaten:

De Buurtcamping

Met twee campagnes hebben we in Q1 2022 74.000 mensen bereikt (middels dubbele aantal weergaves). Dat zijn geen slechte cijfers in de wetenschap dat we campagnes draaien met een lage CPC (Cost Per Click) en minimale media-inkoop. Echter halen we hier nog onvoldoende concrete inschrijvingen uit van mensen die interesse hebben in een rol als campingbeheerder.

In **Q2 2022** hebben we mede daarom een doorontwikkeling van de campagne gerealiseerd en specifieke campagnes gedraaid gebaseerd op locatie (plaatsen waar we nog hard opzoek waren naar campingbeheerders). Per plaats hebben we hier gemiddeld 8.000 mensen bereikt.

Eind **Q4 2022** (in de laatste weken van december) hebben we een geheel nieuwe aanpak gelanceerd rondom werving van campingbeheerders. Met succes: op het moment van schrijven zitten we op **115** aanmeldingen voor potentiële beheerders.

Dit heeft uiteindelijk geresulteerd in 31 inschrijvingen op de landingspagina.

Deze resultaten zijn nog niet waar we op doelen. Dat ligt met name aan het ontbreken van flexibiliteit in de

ontwikkeling van de *paid* campagnes. We werken nu intensief samen met een freelancer (specialist in *paid advertising*) waardoor we een betere balans creëren tussen media-inkoop en uren die nodig zijn om de campagnes uit te denken en te realiseren.

BuurtBankjes

Met BuurtBankjes hebben we een flinke transformatie doorgemaakt in een jaar tijd. Ondanks dat we voor zowel de Timmerdagen als de BuurtBankjesDag via *paid* advertenties behoorlijk wat mensen wisten te bereiken, bleven nieuwe BuurtBankjes uit en haalden we ons target niet.



Tijd voor een nieuwe aanpak in Q3 en Q4 van 2022. We hebben de insteek van de campagne omgegooid, de website van BuurtBankjes vernieuwd en de *paid* advertenties opgepakt met een nieuwe partij. **Met succes: tot op de dag van vandaag (vanaf het najaar 2022) openen we gemiddeld vier nieuwe BuurtBankjes per dag.**

COMMUNITY BUILDING (Care)

De volgende stap (in 2023) is verdieping aan te brengen in de grote community die we om ons heen hebben verzameld, zodat licht geactiveerde buurtbewoners ook daadwerkelijk een actief BuurtBankje hosten, een Buurtcamping organiseren of een Zwaaisteen plaatsen. Onder andere cross-sell tussen de verschillende initiatieven zal in 2023 een belangrijke rol spelen.

De Buurt

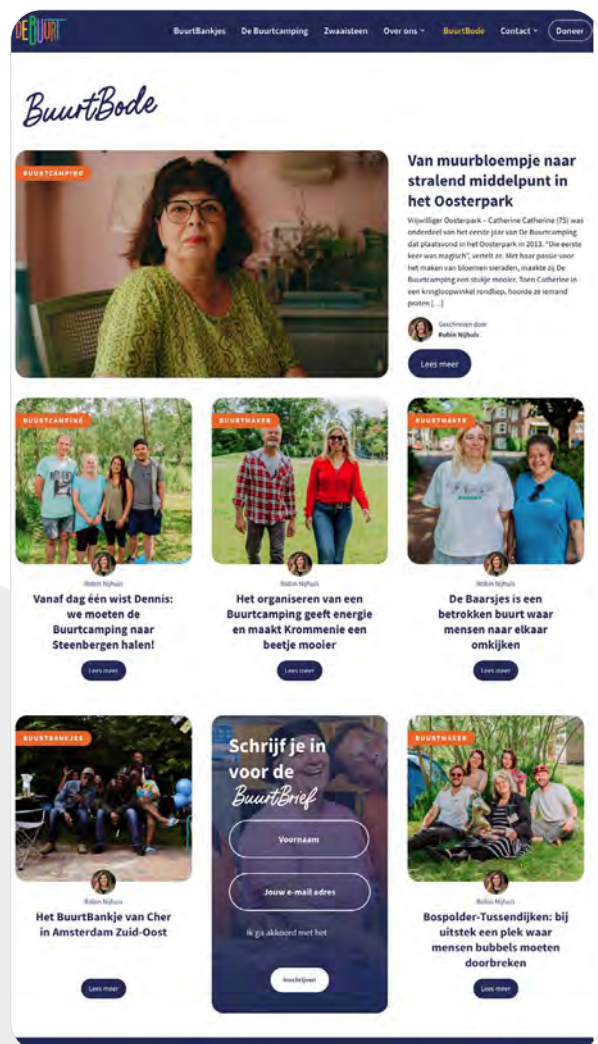
Het afgelopen jaar stond voor marketing en communicatie ook in het teken van een soft lancering van Stichting De Buurt: een nieuw overkoepelend merk, met een geheel nieuwe en eigentijdse huisstijl en een (toekomstvast) online platform.

De ambitie van De Buurt vanuit marketing en communicatie oogpunt is tweedelig: De Buurt is de plek waar we het effect van de ontmoetingen (en dus de vrolijke en verbindende activiteiten) middels (wetenschappelijk) onderzoek onderbouwen. We zijn expert en mogen dit ook extern beter uitdragen. Daarnaast moeten we aantonen dat De Buurt lokaal is en tot in de haarvaten van de Nederlandse buurten zit. We gaan daarom met fotograaf en audio-apparatuur zoveel mogelijk buurten in om verhalen op te halen van Buurtmakers. Deze verhalen onderbouwen we vervolgens met onderzoeksresultaten. Dit zien we als inspirerende storytelling met bewijslast. Om online een zo breed mogelijke ervaring aan te bieden, werken we met mooie fotografie aangevuld met audio interviews. Je kunt de verhalen zowel lezen als bekijken. Hiermee hebben we in 2022 ook gewerkt aan een nieuwe vorm van content produceren.



Samenwerking met nieuw digitaal bureau

We hebben een digitaal bureau aangehaakt dat onze ambities voor De Buurt goed kon vertalen naar een website. Zij hebben niet alleen de website ontwikkeld voor De Buurt, maar ook de nieuwe website voor BuurtBankjes en Zwaaisteen. In Q1 2023 pakten we ook de Buurtcampingwebsite aan.



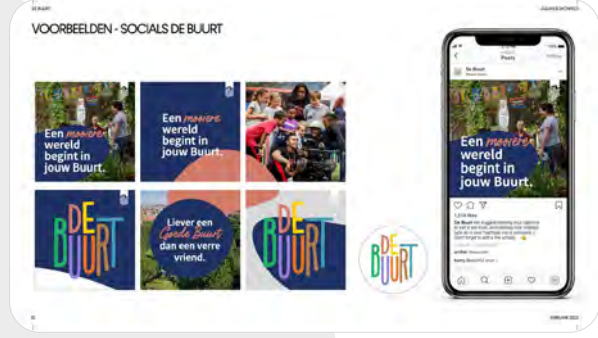
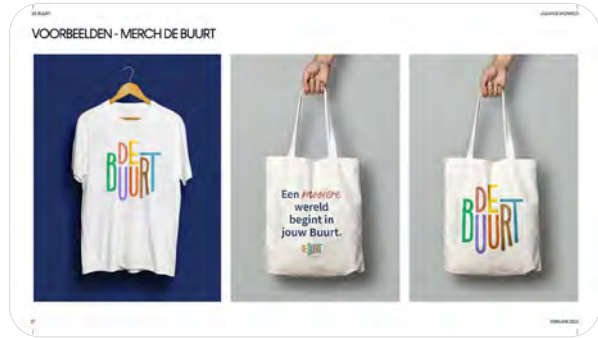
De Buurt zal in 2023 meer zichtbaarheid krijgen. Bij de soft launch in het Oosterpark hebben we een expositie ontwikkeld met de fotografie die we hebben gemaakt in de verschillende buurten met campingbeheerders en BankjesHosts.



Huisstijlontwikkeling

We hebben in 2022 enorme stappen gezet in ontwikkeling en beheer van een uniforme stijl voor alle initiatieven. Het is een herkenbare stijl geworden over de hele linie, maar de verschillende initiatieven hebben wel een eigen karakter meegekregen. In samenwerking met de grafisch ontwerper die al jaren betrokken is, hebben we voor De Buurt een nieuwe huisstijl ontwikkeld en de andere initiatieven visueel daarop aangesloten. Vooral voor De Buurtcamping heeft dit grote impact, die wordt aangepakt in Q1 2023.

De uniforme nieuwe stijl moest worden doorgevoerd op alle online en offline middelen en alle kanalen. We werken sinds 2022 vanuit een design system in de ontwerptool Figma om consistentie te garanderen in de online uitingen. Offline uitingen worden bewaakt door de grafisch ontwerper.



Fotografie en het verhaal van De Buurtcamping

Voorheen gebruikten we voor alle marketing en communicatiemiddelen een (enigszins beperkte) set van foto's. Het Buurtcamping seizoen van 2022 hebben we ingezet om die set van een enorme uitbreiding te

voorzien, zowel in hoeveelheid als in diversiteit. We hebben een team van fotografen gebriefd en door heel het land op pad gestuurd. Dit heeft prachtig beeldmateriaal opgeleverd waar o.a. in dit jaarverslag van genoten kan worden.





Organisatie

De afgelopen jaren is onze stichting flink gegroeid. In 2021 hebben we de fundering gelegd voor een professionele doorgroei van de organisatie. In 2022 hebben we de ontwikkeling verder geperfectioneerd. In dit hoofdstuk zoomen we in op de belangrijkste ontwikkelingen.

VAN BESTUUR NAAR RAAD VAN TOEZICHT

Met de verdere professionalisering en groei van onze organisatie heeft de voormalige Raad van Bestuur besloten de directeur te benoemen tot directeur-bestuurder en zelf plaats te nemen in de Raad van Toezicht. Naast de naamsverandering hebben er dus ook belangrijke statutaire wijzigingen plaatsgevonden. Kort gezegd is de directeur-

bestuurder eindverantwoordelijk voor de belangrijkste organisatorische, inhoudelijke en financiële besluiten van de stichting. De driekoppige Raad van Toezicht houdt toezicht op het functioneren van de directeur-bestuurder, het beleid, strategie, financiën en de algemene zaken bij De Buurt. In onze statuten hebben wij belangrijke interne regels vastgelegd.

De Raad van Toezicht bestond in 2022 uit:



Jeroen Plemp

Jeroen is voorzitter van de Raad van Toezicht. Daarnaast is hij Directeur van I Care Producties en eigenaar van Free Wheely Amsterdam, Hollandse Bakfietsen en Steppenwinkel.



Stella de Swart

Stella is Raad van Toezichtlid en expert Armoede en Schulden. Ze is tevens auteur van het boek 'Armoede krijg je gratis'.



Dominik Lynen

Dominik is Raad van Toezichtlid en manager Forensic en Financial Crime bij Deloitte, daarnaast is hij ondernemer en adviseur bij Crealosophy IT.

VEILIGE WERKOMGEVING

Wij werken jaarlijks met meer dan 1.500 vrijwilligers en meer dan 20.000 bezoekers op onze activiteiten. Er is daarom veel aandacht voor veiligheid en integriteit. Ons *integriteitsbeleid* vat samen wat wij verstaan onder integer handelen en wat wij doen om dit te waarborgen; zowel voor onszelf als voor de mensen en organisaties met wie we samenwerken. Het beleid is een aanvulling op de al bestaande *gedragsregels*, het *vrijwilligersbeleid* en ons *klachtenprotocol*. De normen die in het beleid worden gesteld worden zowel in ons eigen team, als bij de mensen met wie wij werken, regelmatig onder de aandacht gebracht en geëvalueerd. In 2022 zijn er geen integriteitsschendingen gemeld.

DE BUURT BRENGT BUREN SAMEN

De Buurt was tot 2022 vooral een idee op papier. Het leek ons een mooie manier om al onze projecten op een duidelijke, herkenbare manier te bundelen, maar ook een plek waarin we al onze dromen en ambities met en voor Nederlandse buurten kwijt konden. Afgelopen jaar hebben we een aantal strategische sessies georganiseerd waarin we dieper in zijn gegaan op de missie en visie van de organisatie. Hier is een overzichtelijk en begrijpelijk kompas uitgekomen die we inzetten bij alle strategische keuzes die we maken. Daarnaast hebben we samen met het team een meerjarenstrategie opgesteld, die we in een overzichtelijk model hebben opgemaakt. Deze strategie geeft de organisatie richting, sturing, focus en een heldere ambitie.

Buurtkompas



Why	Wij willen dat iedereen zich thuisvoelt in de buurt.	Beleving DEBUURTMAKER	<ul style="list-style-type: none"> • Empowered • Gezien & gehoord worden • Trots
How	Daarom werken wij aan buurten waarin je elkaar groet, kent en helpt.	Gedrag ORGANISATIE	<ul style="list-style-type: none"> • Doen wat we beloven • Persoonlijk • 1 stap voor
What	Met vrolijke, verbindende activiteiten dichtbij huis.	Optimale WERKOMGEVING	<ul style="list-style-type: none"> • Saamhorig • Oplossingsgericht • Creatief
Who	Georganiseerd voor en door buurtbewoners.	Optimaal LEIDERSCHAP	<ul style="list-style-type: none"> • Faciliterend • Verbindend • Duidelijk

ICT EN CRM

In 2022 hebben we verdere stappen ondernomen om onze cloud-technieken veiliger in te richten volgens de privacywetgeving. Ook hebben we veel tijd gestoken in het inrichten van een CRM-systeem met behulp van een CRM-expert. Dit systeem is nu in gebruik door alle teamleden. Het systeem gaat ervoor zorgen dat wij verder kunnen groeien als organisatie.

Haalbaarheidsmatrix

Een andere belangrijke ontwikkeling in 2022 is de haalbaarheidsmatrix. Deze matrix helpt ons bij het maken van keuzes. Omdat wij ons bezig houden met Buurtactiviteiten komen er wekelijks veel ideeën op ons af. Aangezien we enthousiaste mensen zijn die graag maatschappelijke impact maken, is het belangrijk dat we onze projecten wel blijven toetsen op haalbaarheidsniveau.

	LEREN		IMPACT		ZICHTBAARHEID	
	<i>Laag</i>	<i>Hoog</i>	<i>Laag</i>	<i>Hoog</i>	<i>Laag</i>	<i>Hoog</i>
GELD						
<i>Laag</i>	TWIJFEL	DOEN	DOEN	DOEN	TWIJFEL	DOEN
<i>Hoog</i>	NIET	TWIJFEL	NIET	DOEN	TWIJFEL	TWIJFEL
TIJD						
<i>Laag</i>	DOEN	DOEN	DOEN	DOEN	DOEN	DOEN
<i>Hoog</i>	NIET	TWIJFEL	NIET	DOEN	NIET	DOEN

KERNTTEAM

Het kernteam van de stichting stimuleert, faciliteert en begeleidt buurtbewoners bij het organiseren van laagdrempelige, vrolijke buurtactiviteiten. Daarnaast houdt het kernteam zich bezig met het werven van inkomsten, het aangaan van impactvolle maatschappelijke samenwerking, impactmetingen, missie- en visiebewaking, beleid, administratie en marketing en communicatie.

Het kernteam is in 2022 verder uitgebreid: van 5,2 fte in 2021 naar 6,6 fte in 2022. Ook hebben we ingezet op professionalisering van marketing en communicatie en office management. Dit was nodig om onze ambities op een gedegen manier waar te maken. Daarnaast hebben we onze financiële afdeling 'verzwaard' met een

Financial Controller en hebben we de afgelopen jaren geïnvesteerd in een betere vertegenwoordiging van onze doelgroepen in ons team, onze Raad van Toezicht en de vrijwilligers waarmee we werken. Tot slot hebben wij advies ingewonnen bij de Sociaal Economische Raad - Charter Diversiteit, die oordeelde dat wij met onze huidige omvang ruim voldoen aan de diversiteit adviezen.

Wijzigingen in kernteam

Ons team is in 2022 uitgebreid met een Chef Marketing en Communicatie, Contentmedewerker, een Office- en Procesmanager, Financial Controller en er is een Projectleider Buurtcampings vervangen. Ook de Raad van Toezicht kent een wijziging: oud bestuurslid Anita Groenink maakte plaats voor Stella de Swart.



IN 2022 BESTOND HET KERNTTEAM UIT:

Maarten Hupkes	<i>Directeur-bestuurder</i>
Anne de Man	<i>Chef Marketing en Communicatie / Adjunct-directeur</i>
Paula Terpstra	<i>Chef Buurtcampings</i>
Anke van Hage	<i>Projectleider Buurtcampings</i>
Vanessa Longuet	<i>Projectleider Buurtcampings</i>
Renet Ponsen	<i>Communitymanager/ Ambassadeur Buurtcamping</i>
Robin Nijhuis	<i>Content medewerker</i>
Julian Schönfeld	<i>Art director</i>
Myrthe Peek	<i>Marketing en communicatie medewerker BuurtBankjes</i>

Tim Spekkens	<i>Office- en Procesmanager</i>
Arsalan Salim	<i>Financial Controller</i>
Jeroen Pieterse	<i>Financieel adviseur Buurtcampings</i>

DE OPRICHTERS VAN DE BUURTCAMPING zijn verantwoordelijk voor de missie- en visiebewaking, conceptontwikkeling, fondsenwerving, theoretische onderbouwing en partnerships:

Roderik Schaepman	<i>Initiatiefnemer</i>
Katusha Sol	<i>Mede-initiatiefnemer</i>

**HET CENTRALE TEAM IS OP PROJECTBASIS
ONDERSTEUND DOOR:**

Van Ons	<i>Web-development</i>
Mark de Goede	<i>Copywriter</i>
Martijn de Vreeze	<i>Copywriter</i>
Jeffrey den Drijver	<i>IT / ICT</i>
Barbara Hoogland	<i>Jurist</i>
Birgit Zuurveld	<i>Sociale Media Strategie</i>
Tycho Hellinga	<i>Programmamaker</i>
	<i>BuurtBankjes</i>

Verder werd het kernteam op **vrijwillige basis** ondersteund door:

Sanne te Lintelo	<i>Projectondersteuner</i>
Luna Ridderhof	<i>Vertrouwenspersoon</i>
Carola Post	<i>BuurtBankjes Ambassadeur</i>
Anja Wierckx	<i>BuurtBankjes Ambassadeur</i>

Tot slot de **Regiobeheerders:**

Mara Joy Elfring	<i>Buurtcampings Amsterdam</i>
Flip Roncken	<i>Buurtcampings Utrecht</i>
Julius van Batenburg	<i>Buurtcampings Utrecht</i>
Shanti van Hout	<i>Buurtcampings Limburg</i>

Het merendeel van de teamleden werkt op ZZZP-basis, er is één personeelslid. We volgen de CAO Zorg en Welzijn. Er is afgelopen jaar geïnvesteerd in *empowerment* van het kernteam: verschillende teamleden volgden verdiepende cursussen en er is literatuur aangeschaft.





Risico's & Maatregelen

RISICO'S	BEHEERSMAATREGEL
De inkomsten zijn te instabiel voor de groeiambitie.	Balans in begroting brengen die flexibiliteit gedurende het jaar mogelijk maakt, continuïteitsreserve opbouwen en eigen inkomsten vergroten.
De organisatie kan de groei van activiteiten niet aan.	Investeren in coaching en opleiding van het team, jaarplan en strategie invullen en gaandeweg het jaar evalueren met het team. Gebruik maken van de haalbaarheidsmatrix.
Campings die zich niet aan de gemaakte afspraken houden (financiën, sponsoring e.d.).	Heldere, juridisch dekkende samenwerkingsovereenkomsten op tijd delen en laten tekenen, en op tijd ingrijpen wanneer nodig.
Sociale veiligheid en integriteit wordt door de groei van vrijwilligers lokaal uit het oog verloren.	Een uitgebreid integriteitsbeleid en gedragsregels worden doorgesproken met vrijwilligers, en moeten ook ondertekend worden. Er is veel aandacht voor tijdens De Buurtcampus, en meerdere vertrouwenspersonen zijn aangesteld.
Door gemeentelijke verkiezingen kan lokaal beleid veranderen waardoor projecten van De Buurt opeens meer of minder aandacht krijgen van de gemeente.	In gesprek blijven met gemeenten, veranderingen voor proberen te zijn, maatschappelijke noodzaak blijven benadrukken en in sommige gevallen lobbyen.
Langlopende offertetrajecten bij gemeenten en partners.	Cyclus eerder starten en zorgen dat we bij de juiste persoon aan tafel komen.
Sponsorinkomsten blijven achter.	Professionele partnerstrategie ontwikkelen, gericht op maatschappelijke uitdagingen en oplossingen.
Inkomsten uit licentiefee's blijven achter doordat campings hun eigen weg gaan.	Analyse, evaluatie en verbetering van diensten die het kernteam aanbiedt, gericht op de wensen van de meerderejaarscampings en de oprichting van een klankbordgroep.
Vergunningsaanvragen en bijbehorende verantwoordelijkheden.	Een vergunningspecialist opnemen in het Centrale Team en investeren in intensieve begeleiding van lokale teams.
Letsel aan kampeerders, vrijwilligers of beheerders.	Gedekt in verzekeringen. Veiligheidsplan opstellen en correct naleven.
Niet goed nakomen van levering van diensten door centrale team aan licentienemers (campings).	Evaluatiecyclus onder campingbeheerders instellen, ons als team lerend opstellen, een interne kwartaalevaluatie houden, actiepunten omzetten in beleid en inspraak-avonden campingbeheerders organiseren (Buurtschap).

Schade aan verhuur van middelen die centraal ingekocht zijn.	Gedekt in verzekeringen. Veiligheidsplan opstellen en correct naleven.
Het hebben van personeel en inhuren van derden.	Kernteam aanstellen op basis van beschikbare inkomsten, flexibele schil per project tijdelijk aanstellen.
Ontevreden gemeenten.	Accuraat stakeholdermanagement.



Financiën

INKOMSTEN

Onze organisatie heeft vijf inkomstenstromen: 1) vermogensfondsen en loterijen, 2) verkoop van services en dienstverlening, 3) sponsoring en partnerships, 4) donaties en 5) kaartverkoop. Deze inkomsten worden gebruikt om de activiteiten (gericht op de maatschappelijke doelstellingen van de stichting) te financieren.

Vermogensfondsen en loterijen

De vermogensfondsen en loterijen worden ieder jaar geworven door een intern team; er worden dus geen externen ingehuurd voor het verwerven van inkomsten. Fondsen op lokaal niveau worden daar waar mogelijk door lokale teams geworven, landelijke vermogensfondsen worden door het landelijke team geworven. In 2022 kregen we het geweldige nieuws dat het **Univé Buurtfonds** ons de komende vijf jaar met €150.000 ondersteunt en dat alle Buurtcampings een aanvraag bij Univé mogen doen.

In samenspraak met de **Nationale Postcode Loterij** hebben we besloten om hun eenmalige schenking van €300.000 te spreiden over drie, in plaats van twee jaar. Door corona moesten wij in 2021 een pas op de plaats maken, waardoor we hand op de knip konden houden. In 2022 hebben we de helft van de totale bijdrage gebruikt om belangrijke investeringen te doen om onze groeiambitie waar te maken. In 2023 zetten we het laatste deel van de schenking in.

In 2022 is er gebruikgemaakt van de tweede tranche van de **Hartwig Foundation**. Op landelijk niveau zijn we het afgelopen jaar verder ondersteund door Zorg van de Zaak, Theodora Boasson, Zorg & Zekerheid, Fonds ZOZ en het Steunfonds voor Sociale Initiatieven.

Verder zijn wij in gesprek gegaan met Oranje Fonds, VSBfonds en Univé Buurtfonds. Zij ondersteunen de lokale Buurtcampings. Omdat het aantal Buurtcampings jaarlijks groeit, –in 2023 verwachten we er 75 – groeit ook de werkdruk op de teams van de genoemde fondsen. De vraag rees of we het proces van aanvragen en afrekeningen niet efficiënter in kunnen richten. Hiertoe hebben we gezamenlijk plannen gemaakt, die naar alle waarschijnlijkheid in 2023 uitgevoerd gaan worden. In het kort kan dit betekenen dat alle Buurtcampings één aanvraag kunnen doen bij De Buurt voor alle drie de fondsen. Dit maakt het proces leuker, makkelijker en sneller, waardoor beheerders meer tijd overhouden om hun buurt te verbinden.



Verkoop van services en diensten

Wij verkopen zogenaamde **gemeentepakketten** aan gemeenten die graag een Buurtcamping in hun gemeente zien verrijzen. Wij zetten vervolgens alles in werk om een camping in een door hen aangewezen buurt van de grond te krijgen. In 2022 maakten in totaal 18 gemeenten gebruik van onze services en diensten (pakketten) tegenover zeven pakketten in 2021. Daarbij levert de stichting ook diensten aan de lokale campings met het aanbieden van ons opleidingstraject de Buurtcampus, begeleiding, advies en het gebruik van communicatiemiddelen. Hier betalen de lokale campings een afdracht voor.

Daarnaast zijn we gestart met de verkoop van **BuurtBankjesPakketten** aan gemeenten en woningbouwcorporaties, waarbij wij lokale ambassadeurs werven en trainen. Deze ambassadeurs zetten zich in om zoveel mogelijk burens mee te laten doen aan BuurtBankjes, zodat er zoveel mogelijk ontmoetingen tussen buurtbewoners ontstaan. Daarnaast voorzien wij hen van communicatiematerialen en doen wij een impactonderzoek in de desbetreffende gemeente naar het effect van de bankjes. In 2022 hebben we twee van deze pakketten verkocht.



Partnerships

Ten derde betrekken wij bedrijven bij onze activiteiten. Dit levert naast een grote maatschappelijke impact ook sponsor- en partnerinkomsten op. De partners en sponsors worden geworven en geselecteerd op basis van hun maatschappelijke beleid. Er is contact gelegd met 31 organisaties, we hebben 18 afwijzingen moeten incasseren, maar zijn hoopvol over de andere 13. Het onderzoeken van partnerships blijkt opnieuw een intensief proces met veel verschillende factoren die van invloed kunnen zijn op het eindresultaat.

Donaties

Ook stellen wij mensen in staat te doneren aan de landelijke stichting via onze website. Hier werven we nog niet actief op, maar dit willen we in 2023 wel gaan doen door bezoekers van Buurtcampings na afloop een donatie-link te sturen zodat ze de bezochte Buurtcamping kunnen steunen.

Kaartverkoop

Tot slot vallen er een aantal campings onder onze stichting. Deze campings verkopen kaarten aan hun bezoekers. De inkomsten uit deze kaartverkoop komen in zijn geheel ten goede van de desbetreffende camping.

BESTEDINGEN

De besteding van gelden gebeurt op basis van een zorgvuldig van tevoren opgestelde begroting die aan het begin van het jaar goedgekeurd wordt door de Raad van Toezicht. Door middel van een kwartaalrapportage voorziet het financieel management en de directie de Raad van Toezicht van belangrijke informatie over de financiële staat van de stichting. In 2021 hebben we een financieel management beleid opgesteld waarin precies is vastgelegd welke personen binnen de organisatie betrokken zijn bij de financiën en de administratie en welke middelen en programma's er worden ingezet voor het uitvoeren van de administratie.

Als norm voor de verhouding wervingskosten en inkomsten uit werving hanteert onze stichting een percentage van 10% tot 15%. Dit percentage geldt ook voor de kosten voor beheer en administratie. Ons beleid is erop gericht het percentage besteed aan doelstellingen zo hoog mogelijk te laten zijn.

De jaarrekening en het jaarverslag zijn opgesteld aan de hand van Richtlijn 650 voor fondsenwervende instellingen. Na controle door een erkende accountant (NAHV) wordt de goedkeurende verklaring afgegeven. Dat zal dit jaar vóór 1 juli gebeuren.

Besteed aan de doelstellingen
t.o.v. het totaal van de lasten:

84%

Besteed aan fondsenwerving
t.o.v. het totaal van de lasten:

9,2%

Besteed aan beheer en administratie
t.o.v. het totaal van de lasten:

6,8%

**Indicatie, cijfers kunnen afwijken na publicatie jaarcijfers.*



REFLECTIE OP DE FINANCIËN

In 2022 zijn onze inkomsten t.o.v. het jaar ervoor bijna verdubbeld van € 394.000 naar € 874.000. Deze verhoging is te danken aan: het partnerschap met Univé, aanwending van de helft van de eenmalige schenking van de Nationale Postcode Loterij, de sterke groei in campings, de verkoop van BuurtBankjes Pakketten en de afwezigheid van covid (alles kon doorgaan). Daarnaast bestaat een deel van het budget uit inkomsten die doorbelast worden naar lokale campings. Het gaat hierbij om voorschotten van vermogensfondsen.

In 2022 hebben we een aantal belangrijke investeringen gedaan om onze stichting te verstevigen om zodoende toekomstige ambities waar te kunnen maken.

Bijvoorbeeld: het optuigen van een CRM-systeem, de lancering van een nieuw merk en website van De Buurt, juridische advieskosten, doorontwikkeling van Buurtcampus en BuurtBankjes, slimme inrichting van onze marketing en communicatietak om onze groei te bevorderen, het optimaliseren van bedrijfsprocessen en natuurlijk de groei van ons team. Het positieve resultaat van 2022 is bestemd voor de continuïteitsreserve, die opgebouwd moet worden om eventuele toekomstige tegenvallers op te vangen.

- De inkomsten uit gemeentepakketten en licentieafdrachten zijn **verdubbeld**
- De wervingsinkomsten stegen in 2022 met **95%**





Bestuursverslag

Om polarisatie tegen te gaan, moeten we ons best doen mensen te ontmoeten die niet op ons lijken⁴. Alleen dan kunnen we als samenleving kloven dichten en weer dichtert tot elkaar komen. In 2022 hielp De Buurt tienduizenden buurtbewoners bij het ontmoeten van ‘een ander’ op één van de vele Buurtcampings, BuurtBankjes of Zwaaištenen.

Elkaar ontmoeten was harder nodig dan ooit na twee beperkende corona-jaren. Daarom waren we extra verheugd dat afgelopen jaar al onze activiteiten door konden gaan en we onze tiende verjaardag in een bomvol Oosterpark konden vieren. Op deze feestelijke avond werden een aantal ambitieuze ontwikkelingen gepresenteerd. Onze nieuwe naam De Buurt (inclusief fris uiterlijk), de lancering van ons nieuwe verbindende initiatief Zwaaištenen, de uitbreiding van ons BuurtBankjes-netwerk, maar er was ook ruimte voor het ophalen van herinneringen met vrijwilligers van het eerste uur. ‘Eindelijk een initiatief dat er echt in slaagt om een dwarsdoorsnede van de bevolking te bereiken’ schreef Het Parool over deze bijzondere avond.



Ook wordt het effect van ons opleidingstraject De Buurtcampus steeds duidelijker. Door de bevolgen begeleiding van het kernteam ontstaan door het hele land groepen actieve buurtprofessionals die nu empowered zijn om nog meer buurtactiviteiten te organiseren. Zoals Dennis, die in 2022 zijn eerste Buurtcamping organiseerde: ‘Ik ben zelf in het verleden minima geweest, ik heb op straat geleefd en ik weet hoe het is om niks te hebben. Ik probeer deze mensen te helpen, omdat ik het zelf ook heb meegemaakt.’

In 2022 zagen we de missie, visie en strategie van De Buurt aangescherpt worden en de inkomsten verder groeien. Dit alles ten gunste van onze maatschappelijke doelstellingen. Daarnaast besloot het bestuur om de organisatie bestuurlijk extra kracht bij te zetten door over te gaan in een Raad van Toezicht en de directeur te installeren als directeur-bestuurder.

Als Raad van Toezicht kijken wij vol trots naar het uitgebreide kernteam, de diversiteit aan campingbeheerders, de duizenden vrijwilligers en al die actieve buurtbewoners die met hun passie, enthousiasme, gedrevenheid, professionaliteit en naastenliefde tienduizenden burens een onvergetelijke ervaring hebben bezorgd en zodoende buurtgenoten nader tot elkaar hebben gebracht.

Wij kijken vol vertrouwen uit naar 2023, waarin we nauw betrokken blijven en toezien op een realistische verwezenlijking van de prachtige ambities van de organisatie.

VERGADERINGEN

De Raad van Toezicht is in 2022 vijfmaal bijeengekomen voor een periodieke Raad van Toezicht vergadering: in januari, april, juli, oktober en december.

De belangrijkste onderwerpen/besluiten van het bestuur van 2022:

- Besluit Statutenwijziging
- Bepaling UBO's
- Bepaling werkstructuur RvT
- Goedkeuring Jaarrekening 2021
- Advies Meerjarenstrategie
- Advies Financieringsmix en Meerjarenbegroting
- Advies Inflatiecompensatie personeel
- Goedkeuring Begroting 2023
- Opdrachtverstrekking jaarrekening 2022

Samenstelling Raad van Toezicht

De Raad van Toezicht bestond in 2022 uit: Jeroen Plemp (voorzitter), Dominik Lynen en Stella de Swart.



namens de voltallige Raad van Toezicht,

Jeroen Plemp
Voorzitter

⁴ Sjoerd Beugelsdijk, *De Verdeelde Nederlanden*, 2021

Vooruitblik

In 2023 verwachten wij een sterke groei in het aantal Buurtcampings, BuurtBankjes en Zwaaištenen o.a. door onze wervingscampagnes. Het aankomend jaar staat ook in het teken van het werven van meerjarenfinanciering, omdat de bijdragen van de Nationale Postcode Loterij en Hartwig Foundation afloopt.

STRATEGIE DE BUURT 2023



Begroting 2023

In 2023 houden wij rekening met een gemiddelde prijsstijging van 10%. Het kernteam is gecompenseerd met een verhoging van hun vergoeding met 4% om hun koopkrachtvermindering enigszins op te vangen. Vrijwilligers ontvangen in 2023 een verhoging van 5,6% (conform Belastingdienst).

Begroting De Buurt 2023

Inkomsten	2023	Kosten	2023
<i>Verwachte omzet</i>		<i>Algemene kosten</i>	
Diensten De Buurtcamping	€ 187.000	Personeel (incl. sociale lasten)	€ 100.880
Diensten BuurtBankjes	€ 20.000	Honoraria	€ 407.305
Verkoop Zwaaiesteen	€ 6.665	Algemene kosten	€ 64.548
		Marketing en communicatie	€ 27.000
<i>Verwachte inkomsten uit werving</i>		<i>Projectkosten</i>	
De Buurt	€ 393.000	Projectkosten De Buurt	€ 21.000
De Buurtcamping	€ 80.000	Projectkosten De Buurtcamping	€ 45.000
BuurtBankjes	€ 20.000	Projectkosten BuurtBankjes	€ 20.000
Zwaaiesteen	€ 12.500	Projectkosten Nieuwe activiteit	€ 18.450
<i>Overig</i>		Projectkosten campings onder onze stichting	€ 67.500
Campings onder onze stichting	€ 67.500	Innovatie en projectontwikkeling	€ 14.972
Totaal inkomsten	€ 786.655	Totaal kosten	€ 786.655
Resultaat			€ 0



Dankjewel!

Na twee uitdagende covid-jaren zijn wij éxtra onder de indruk van alle campingbeheerders die in 2022 de handschoen weer hebben opgepakt en zich zo hebben ingezet om de buurt met elkaar te verbinden. Juist in deze tijd is dat heel belangrijk. Maar ook alle BuurtBankjesHosts, die het belang inzien van een ontmoetingsplek in de straat, zijn wij erg dankbaar. En de Zwaasteen-leggers, die snappen dat elkaar groeten op straat het begin kan zijn van iets moois. Maar zonder alle campinggasten, partners, fondsen, sponsors, gemeenten en andere organisaties hadden we in 2022 niet zulke mooie resultaten kunnen boeken.

Dankzij jullie enthousiasme in het werken aan buurten waarin je elkaar groet, kent en helpt voelen duizenden buurtbewoners in Nederland zich meer verbonden in de buurt, minder eenzaam en gelukkiger. Daarom: heel, heel erg bedankt voor jullie inzet!

Wij kijken uit naar een verbindend 2023!











DE
BUURT

©De Buurt, 2023

7 Model toelichting bestedingen st De Buurt 2022

BIJLAGE JAARREKENING

Stichting De Buurt

2022

	Besteed aan doelstellingen			Wervings- kosten	Kst beheer en Administratie	Totaal 2022	Begroting 2022	Totaal 2021
	A	B	C					
Verstrekte(project)subsidies en (project)bijdragen	69.581	103.028	-	-	-	172.609	143.140	118.153
Afdrachten aan verbonden (internationale) organisaties	-	-	-	-	-	-	-	-
Aankopen en verwervingen	-	-	-	-	-	-	-	-
Uitbesteed werk	252.530	36.199	14.145	-	-	302.874	360.000	191.269
Communicatielasten	114.910	3.946	-	-	-	118.856	75.000	26.211
Personeelskosten	49.769	-	-	33.180	-	82.949	83.000	-
Huisvestingskosten	16.587	-	-	-	-	16.587	15.000	9.897
Kantoor- en algemene kosten	30.370	1.721	-	-	26.335	58.426	38.000	33.090
Afschrijving	-	-	-	-	2.117	2.117	750	150
Totaal	533.747	144.894	14.145	33.180	28.452	754.418	714.890	378.770

Doelstelling A:

Doelstelling B:

Doelstelling C:

Ondersteuning Buurtcampings

Projectkosten (interne) buurtcampings

Buurtbankjes

CONTROLEVERKLARING VAN DE ONAFHANKELIJKE ACCOUNTANT

Aan: het bestuur van Stichting de Buurt

Verklaring over de in het jaarverslag opgenomen jaarrekening 2022

Ons oordeel

Wij hebben de jaarrekening 2022 van Stichting de Buurt te Amsterdam gecontroleerd.

Naar ons oordeel geeft de in dit jaarverslag opgenomen jaarrekening een getrouw beeld van de grootte en de samenstelling van het vermogen van Stichting de Buurt op 31 december 2022 en van het resultaat over 2022 in overeenstemming met RJ 650.

De jaarrekening bestaat uit:

1. de balans per 31 december 2022;
2. de winst- en verliesrekening over 2022; en
3. de toelichting met een overzicht van de gehanteerde grondslagen voor financiële verslaggeving en andere toelichtingen.

De basis voor ons oordeel

Wij hebben onze controle uitgevoerd volgens het Nederlands recht, waaronder ook de Nederlandse controlestandaarden vallen. Onze verantwoordelijkheden op grond hiervan zijn beschreven in de sectie 'Onze verantwoordelijkheden voor de controle van de jaarrekening'.

Wij zijn onafhankelijk van Stichting de Buurt zoals vereist in de Wet toezicht accountantsorganisaties (Wta), de Verordening inzake de onafhankelijkheid van accountants bij assurance-opdrachten (ViO) en andere voor de opdracht relevante onafhankelijkheidsregels in Nederland. Verder hebben wij voldaan aan de Verordening gedrags- en beroepsregels accountants (VGBA).

Wij vinden dat de door ons verkregen controle-informatie voldoende en geschikt is als basis voor ons oordeel.

Verklaring over de in het jaarverslag opgenomen andere informatie

Het jaarverslag omvat andere informatie, naast de jaarrekening en onze controleverklaring daarbij.

Op grond van onderstaande werkzaamheden zijn wij van mening dat de andere informatie:

- met de jaarrekening verenigbaar is en geen materiële afwijkingen bevat;
- alle informatie bevat die op grond van RJ 650 is vereist voor het bestuursverslag en de overige gegevens.

Wij hebben de andere informatie gelezen en hebben op basis van onze kennis en ons begrip, verkregen vanuit de jaarrekeningcontrole of anderszins, overwogen of de andere informatie materiële afwijkingen bevat.

Met onze werkzaamheden hebben wij voldaan aan de vereisten in RJ 650 en de Nederlandse Standaard 720. Deze werkzaamheden hebben niet dezelfde diepgang als onze controlewerkzaamheden bij de jaarrekening.

Het bestuur is verantwoordelijk voor het opstellen van de andere informatie, waaronder het bestuursverslag en de overige gegevens in overeenstemming met RJ 650.

Beschrijving van verantwoordelijkheden met betrekking tot de jaarrekening **Verantwoordelijkheden van het bestuur voor de jaarrekening**

Het bestuur is verantwoordelijk voor het opmaken en getrouw weergeven van de jaarrekening in overeenstemming met RJ 650. In dit kader is het bestuur verantwoordelijk voor een zodanige interne beheersing die het bestuur noodzakelijk acht om het opmaken van de jaarrekening mogelijk te maken zonder afwijkingen van materieel belang als gevolg van fouten of fraude.

Bij het opmaken van de jaarrekening moet het bestuur afwegen of de stichting in staat is om haar werkzaamheden in continuïteit voort te zetten. Op grond van genoemd verslaggevingsstelsel moet het bestuur de jaarrekening opmaken op basis van de continuïteitsveronderstelling, tenzij het bestuur het voornemen heeft om de stichting te liquideren of de activiteiten te beëindigen of als beëindiging het enige realistische alternatief is.

Het bestuur moet gebeurtenissen en omstandigheden waardoor gerede twijfel zou kunnen bestaan of de stichting haar activiteiten in continuïteit kan voortzetten, toelichten in de jaarrekening.

Onze verantwoordelijkheden voor de controle van de jaarrekening

Onze verantwoordelijkheid is het zodanig plannen en uitvoeren van een controleopdracht dat wij daarmee voldoende en geschikte controle-informatie verkrijgen voor het door ons af te geven oordeel.

Onze controle is uitgevoerd met een hoge mate maar geen absolute mate van zekerheid waardoor het mogelijk is dat wij tijdens onze controle niet alle materiële fouten en fraude ontdekken.

Afwijkingen kunnen ontstaan als gevolg van fraude of fouten en zijn materieel indien redelijkerwijs kan worden verwacht dat deze, afzonderlijk of gezamenlijk, van invloed kunnen zijn op de economische beslissingen die gebruikers op basis van deze jaarrekening nemen. De materialiteit beïnvloedt de aard, timing en omvang van onze controlewerkzaamheden en de evaluatie van het effect van onderkende afwijkingen op ons oordeel.

Wij hebben deze accountantscontrole professioneel kritisch uitgevoerd en hebben waar relevant professionele oordeelsvorming toegepast in overeenstemming met de Nederlandse controlestandaarden, ethische voorschriften en de onafhankelijkheidseisen. Onze controle bestond onder andere uit:

- het identificeren en inschatten van de risico's dat de jaarrekening afwijkingen van materieel belang bevat als gevolg van fouten of fraude, het in reactie op deze risico's bepalen en uitvoeren van controlewerkzaamheden en het verkrijgen van controle-informatie die voldoende en geschikt is als basis voor ons oordeel. Bij fraude is het risico dat een afwijking van materieel belang niet ontdekt wordt groter dan bij fouten. Bij fraude kan sprake zijn van samenspanning, valsheid in geschrifte, het opzettelijk nalaten transacties vast te leggen, het opzettelijk verkeerd voorstellen van zaken of het doorbreken van de interne beheersing;
- het verkrijgen van inzicht in de interne beheersing die relevant is voor de controle met als doel controlewerkzaamheden te selecteren die passend zijn in de omstandigheden. Deze werkzaamheden hebben niet als doel om een oordeel uit te spreken over de effectiviteit van de interne beheersing van de entiteit;
- het evalueren van de geschiktheid van de gebruikte grondslagen voor financiële verslaggeving en het evalueren van de redelijkheid van schattingen door het bestuur en de toelichtingen die daarover in de jaarrekening staan;
- het vaststellen dat de door het bestuur gehanteerde continuïteitsveronderstelling aanvaardbaar is. Tevens het op basis van de verkregen controle-informatie vaststellen of er gebeurtenissen en omstandigheden zijn waardoor gerede twijfel zou kunnen bestaan of de stichting haar activiteiten in continuïteit kan voortzetten. Als wij concluderen dat

- er een onzekerheid van materieel belang bestaat, zijn wij verplicht om aandacht in onze controleverklaring te vestigen op de relevante gerelateerde toelichtingen in de jaarrekening. Als de toelichtingen inadequaat zijn, moeten wij onze verklaring aanpassen. Onze conclusies zijn gebaseerd op de controle-informatie die verkregen is tot de datum van onze controleverklaring. Toekomstige gebeurtenissen of omstandigheden kunnen er echter toe leiden dat een stichting haar continuïteit niet langer kan handhaven;
- het evalueren van de presentatie, structuur en inhoud van de jaarrekening en de daarin opgenomen toelichtingen; en
 - het evalueren of de jaarrekening een getrouw beeld geeft van de onderliggende transacties en gebeurtenissen.

Wij communiceren met de met governance belaste personen onder andere over de geplande reikwijdte en timing van de controle en over de significante bevindingen die uit onze controle naar voren zijn gekomen, waaronder eventuele significante tekortkomingen in de interne beheersing.

Den Haag, 30 juni 2023

The Audit Company

V. Bik RA