
JAARPLAN EN
SUBSIDIEAANVRAAG
2026
DE
GEZONDE
STAD

Jaarplan 2026 De Gezonde Stad

Voorwoord

Klimaatverandering, biodiversiteitsverlies en de schadelijke impact van ons voedsel raken steeds meer Amsterdammers. Bewoners willen wel in actie komen, maar weten vaak niet hoe. De Gezonde Stad biedt bewoners op een positieve en pakkende manier handelingsperspectief om zelf bij te dragen aan een groene, gezonde en veerkrachtige stad. We laten zien dat duurzaamheid niet ingewikkeld hoeft te zijn, maar juist leuk, inspirerend en bereikbaar voor iedereen. Met evenementen, projecten en campagnes betrekken we Amsterdammers bij duurzame initiatieven. Daarnaast leggen we verbindingen met bedrijven en instellingen, zodat we beter geworteld zijn in de stad en meer impact kunnen realiseren.

Pijlers

Binnen onze drie pijlers ontwikkelen we nieuwe projecten, verdiepen we bestaande samenwerkingen en zorgen we voor zichtbaarheid en betrokkenheid in de stad:

- **Groene Stad:** thema's als vergroening, biodiversiteit, klimaatbestendigheid, in contact zijn met de natuurlijke omgeving.
- **Voedsel voor de Stad:** thema's als meer plantaardig eten, duurzaam geproduceerd voedsel, verbinding met je voedsel, circulaire stad (kringloop sluiten en voedselverspilling tegengaan), versterken lokaal voedselsysteem, stadslandbouw.
- **Betrokken Stad:** mensen die wonen en werken in Amsterdam inspireren om zelf aan de slag te gaan met duurzaamheid. Dit thema is verweven met de andere twee onderwerpen, want de betrokkenheid van bewoners is essentieel voor het succes van onze groene en voedsel gerelateerde projecten.

Terugblik 2025

Nadat we in 2024 met een vrijwel geheel nieuw team een vliegende start hebben gemaakt met de optimalisatie van het Van Amsterdamse Bodem platform en Bomen voor Amsterdam nieuwe stijl (op meerdere locaties en een breder aanbod), lag de focus dit jaar op de lancering van De Gezonde Stad Monitor, een nieuwe Smaakroute tussen Haarlem en Amsterdam en het maken van storytellingitems met video's voor Van Amsterdamse Bodem. Hoogtepunt was ongetwijfeld het Verjaardagbos op de Ring, een uniek en radicaal statement om draagvlak te creëren voor vergroening van stad en ommeland. Het Verjaardagbos trok op 21 juni 2025 meer dan 70.000 bezoekers. Hiermee hebben we onze zichtbaarheid in de stad enorm vergroot en momentum gecreëerd voor meer vergroening. Ook de brede media-aandacht – 69 online publicaties, 11 offline artikelen en 2 RTV-items met een totale PR-waarde van €1.066.180 – droeg hieraan bij. Door de organisatie van het Verjaardagbos hebben we daarnaast ons netwerk enorm uitgebreid en de basis gelegd voor nieuwe samenwerkingen.

Theory of Change

We hebben dit jaar een Theory of Change opgesteld om antwoord te geven op de vraag: hoe voegen we vanuit De Gezonde Stad waarde toe, hoe maken we impact? Onze waarde zit vooral in het bieden van handelingsperspectief aan bewoners om zelf bij te dragen aan een groene en gezonde stad en hen wegwijs maken op het gebied van vergroening en duurzaam voedsel, zie bijlage. Omdat de Van Amsterdamse Bodem Award met name gericht is op ondernemers en niet zozeer op bewoners, nemen we dit jaar afscheid van dit initiatief. We voegen in plaats daarvan een actie-project toe aan Voedsel voor de Stad, zodat we bewoners beter kunnen activeren: Moestuin voor Amsterdam (werktitel). Nieuw bij het thema Groene Stad is dat we actief op zoek gaan naar grootschaliger groenprojecten in de openbare ruimte met veel stakeholders. Hier bieden we meerwaarde door het verbinden van partijen (vaak ook financieel) en het betrekken en activeren van bewoners.

Financieringsstrategie

In financieel opzicht ligt de focus de komende jaren op verdere verbreding en diversifiëring van de inkomstenstromen. Na het “zaaien” en groeien van de relaties met het bedrijfsleven via het Verjaardagbos op de Ring is het nu zaak om de eenmalige donaties van deze organisaties om te zetten in langdurige samenwerkingen. De succesvolle organisatie van dit project heeft ons imago als betrouwbare partner versterkt en vormt daarmee een solide basis om diepere en meerjarige relaties met bedrijven aan te gaan. Het Verjaardagbos heeft laten zien dat bedrijven graag bijdragen aan het groen van Amsterdam. Daarnaast verwachten we extra inkomsten te genereren uit fondsenwerving en donateursbijdragen. De recente uitwerking van onze Theory of Change helpt ons nog beter te laten zien waar onze kracht ligt en welke maatschappelijke impact we bewerkstelligen.

Gemeente Amsterdam

De gemeente Amsterdam is al jaren een waardevolle partner voor De Gezonde Stad, zowel financieel als inhoudelijk. De Gezonde Stad draagt met veel van de activiteiten bij aan de beleidsdoelen van de gemeente en kan helpen om het bedrijfsleven financieel aan de opgaven van de gemeente te verbinden. Daarnaast hebben we toegang tot een groeiende groep jonge Amsterdammers die zich graag wil inzetten voor duurzaamheid. Voor 2026 vragen we de gemeente Amsterdam om een organisatie-specifieke subsidie van € 186.000. Dit is een inflatiestijging van 3% ten opzichte van 2025. Net als vorig jaar vragen we een extra projectsubsidie aan voor het vervolg op Van Amsterdamse Bodem. Dit gaat om € 100.000. De totale aanvraag komt hiermee uit op € 286.000. De begroting met toelichting en onderverdeling van de middelen is te vinden op pagina 11.

Samen met gemeente, bewoners, organisaties, bedrijven en fondsen zetten we ons graag in voor een gezond, duurzaam en toekomstbestendig Amsterdam.

Groene Stad

Wij vinden dat vergroening hard nodig is en bovendien als katalysator voor verduurzaming werkt. Amsterdam merkt nu al de gevolgen van klimaatverandering: hetere periodes, hevige regenval, droogte en hittestress. Meer groen in de stad helpt regenwater opvangen, verkoelt de omgeving en draagt bij aan gezondheid, sociale samenhang en geluk. Het kan buurten een boost geven en is essentieel voor een klimaatbestendige, leefbare stad. Bovendien versterkt vergroening de biodiversiteit, die wereldwijd onder druk staat. De komende jaren investeren we dan ook in het behouden/uitbreiden van het aantal m^2 groen per Amsterdammer. Groen zetten we daarbij in als:

- katalysator voor biodiversiteit, klimaatadaptatie, waterhuishouding, luchtkwaliteit, welzijn/geluk
- manier om Amsterdammers handelingsperspectief te bieden en weer in verbinding te brengen met natuur
- middel om Amsterdammers en bedrijven te betrekken bij duurzaamheidsuitdagingen

Focus voor 2026

Bomen voor Amsterdam is een event waar veel Amsterdammers op af komen. Dit zien we dan ook als dé plek om bredere groenonderwerpen onder de aandacht te brengen. Afgelopen jaren hebben we onze vergroeningsboodschap kracht bijgezet met extra kramen waarbij bewoners informatie kregen over o.a. composteren en het klimaatbestendig maken van hun tuin. Dit jaar bouwen we dit verder uit. Ook zetten we in op een campagne achteraf om bewoners die hebben meegedaan, betrokken te houden en te activeren voor andere duurzaamheidsinitiatieven.

Verder verkennen we het organiseren van een Parkenmaand (naar voorbeeld van zusterorganisatie het Rotterdams Milieucentrum). Daarmee kunnen we bewoners op een laagdrempelige manier kennis laten maken met natuur in Amsterdam. Het biedt ons een extra moment in het jaar om mensen te enthousiasmeren en activeren om zich in te zetten voor meer biodiversiteit en vergroening. Gezien de samenwerking met Rotterdam zien we mogelijkheden om dit event (deels) landelijk gefinancierd te krijgen.

Groenprojecten met bewoners zien we als een essentieel onderdeel van het DNA van De Gezonde Stad. In 2025 hebben we verkennende gesprekken gevoerd met gemeente en bedrijven en daaruit blijkt onze toegevoegde waarde vooral te zitten op de grotere vergroeningsprojecten met veel stakeholders in de openbare ruimte. In 2026 voeren we minimaal één zo'n vergroeningsproject uit. Ook kijken we met de partners van het Verjaardagbos op de Ring naar de mogelijkheden om nog meer (draagvlak) voor groen in en om in de stad te creëren.

Op de volgende pagina is toegelicht welke activiteiten we in deze pijler uitvoeren, hoe we daar invulling aan geven en hoe we het meetbaar maken.

	Bomen voor Amsterdam	Vergroening in de stad	Follow-up Verjaardagbos	Verkenning Parkenmaand
Wat	Sinds 2020 werken wij samen met Amsterdammers aan het uitbreiden van het aantal m^2 groen en de realisatie van een stadsbos op private grond en balkons. Hiermee geven we bewoners de mogelijkheid om bij te dragen aan de biodiversiteit en een leefbare stad. Ook activeren we ze op deze manier om zich breder in te zetten voor vergroening en duurzaamheid.	Voortbouwend op succesvolle buurtinitiatieven uit het verleden (bv. Zeeburgertuin, Park om de Hoek) richten we ons op het begeleiden van grotere vergroeningsprojecten in de openbare ruimte met meerdere belanghebbenden. Hiermee breiden we het aantal m^2 groen in Amsterdam uit. We zijn snel, flexibel en betrouwbaar en betrekken en activeren bewoners. Daarnaast kunnen we indien nodig zorgen voor extra financiering vanuit bedrijven.	Voortbouwend op het succes van het Verjaardagbos onderzoeken we hoe we samen met gemeente en groenpartners nog meer (draagvlak voor) vergroening kunnen creëren. Dat kan zijn in de vorm van tijdelijk groen (placemaking) of permanent groen.	Parken zijn essentieel voor een leefbare stad en bieden bewoners laagdrempelig de mogelijkheid om in contact te komen met stadsnatuur. De Parkenmaand van het Rotterdams Milieucentrum blijkt een goede manier om mensen naar parken te krijgen, weer in verbinding te krijgen met natuur, biodiversiteit en vergroening onder de aandacht te brengen en mensen te activeren voor duurzaamheid.
Hoe	We zetten in op meerdere uitdeellocaties en vergroten van ons bereik onder bewoners. We verbeteren de logistiek zodat we het aantal deelnemers kunnen opvangen. Zo organiseren we een groenmarkt met extra activiteiten, workshops en/of samenwerkingen met lokale initiatieven. We verbeteren de follow-upcampagne richting deelnemers om de overlevingskans van de boompjes te vergroten en ze te enthousiasmeren zich breder in te zetten voor een duurzame en gezonde stad.	We verstevigen de relatie met de Groen in de Buurt coördinatoren, zodat we over en weer kunnen verwijzen. We onderzoeken met gemeente, vastgoedbedrijven, woningcorporaties en andere organisaties welke projecten geschikt zijn voor De Gezonde Stad.	We verkennen het concept “Permanent Mobiel Bos” en andere samenwerkingsmogelijkheden. Indien haalbaar starten we met een eerste pilot en bouwen we aan een sterk netwerk van private partners, met wie we het project in de daaropvolgende jaren kunnen opschalen en verder ontwikkelen.	We verkennen het potentieel van een jaarlijkse Parkenmaand, met als doel deze op termijn structureel te organiseren en verder door te ontwikkelen. Indien haalbaar, zetten we een eerste pilot-editie op. Door in te zetten op een evenement dat ook in andere steden kan worden uitgevoerd, creëren we bovendien de mogelijkheid om nieuwe geldstromen aan te boren.
KPI’s	• Minimaal 5.000 bomen uitgedeeld • Minimaal 5.000 bewoners bereikt • Minimaal 2 uitdeellocaties • Logistiek event aangepast op bezoekersaantallen • “Groenmarkt” tijdens event uitgebouwd • Follow-up campagne gerealiseerd richting deelnemers: minimaal 4 mails.	• Minimaal 1 lokaal groenproject uitgevoerd • Minimaal 10 bewoners actief betrokken	• Propositie klaar • Eerste pilot actief • Netwerk van private partners betrokken	• Uitrol Parkenmaand in Amsterdam onderzocht • Parken in minimaal 2 stadsdelen betrokken • Minimaal 250 Amsterdammers bij activiteiten in de parken betrokken • N.a.v. resultaten pilot een meerjarenplan opgesteld voor verdere uitrol en financiering Parkenmaand



Voedsel voor de Stad

In de komende jaren willen we onze impact vergroten door steeds meer bewoners op een laagdrempelige manier in contact te brengen met voedselondernemers. Onze missie is dat iedere Amsterdammer in 2035 ten minste één keer per week een lokale, gezonde, betaalbare, eerlijke en duurzaam geproduceerde maaltijd op tafel kan zetten. Het Van Amsterdamse Bodem-platform stelt ons in staat om een steeds groter wordend aantal Amsterdammers te bereiken met inspiratie en concrete handelingsperspectieven voor lokaal, duurzaam en gezond voedsel. Het platform komt tot leven met "on the ground" acties.

Focus voor 2026

Het komende jaar introduceren we Moestuin voor Amsterdam, een project dat lijkt op Bomen voor Amsterdam maar dan gericht is op het uitdelen van een m^2 moestuin aan Amsterdammers voor hun vensterbank, balkon of achtertuin. Het doel is bewoners in contact brengen met lekker, gezond en lokaal eten. Het event vindt plaats in april/mei. Ze krijgen een praktisch DIY teeltplan voor hun eigen moestuin en kunnen ter plekke kennismaken met een aantal duurzame voedselinitiatieven. Achteraf krijgen ze tips en inspiratie om ze betrokken te houden. Dit project biedt een handelingsperspectief aan bewoners en geeft op een praktische manier invulling aan onze missie. Bovendien levert dit een tastbaar resultaat op, wat interessant is voor fondsen en bedrijven. Mooie bijkomstigheid is dat dit een extra moment is waarop vrijwilligers uit het bedrijfsleven kunnen aanhaken.

We breiden daarnaast de Smaakroutes verder uit. Na de succesvolle introductie van de Proef de Streek route tussen Haarlem en Amsterdam (bereik van 125.000 mensen via social media, aantal interacties 2.000), kijken we naar mogelijkheden om ook in andere gebieden rondom Amsterdam zo'n route te lanceren. Daarnaast onderzoeken we de mogelijkheden om met het bedrijfsleven één of meer routes binnen Amsterdam te herlanceren.

Verder blijven we werken aan de basis van het Van Amsterdamse Bodem-platform en richten we ons op het vergroten van het bereik van het platform. Ook onderzoeken we hoe Van Amsterdamse Bodem en De Gezonde Stad beter geïntegreerd en onder de aandacht gebracht kunnen worden, zodat meer Amsterdammers kennis maken met beide platforms en van elkaars netwerk profiteren.

Op de volgende pagina is toegelicht welke activiteiten we in deze pijler uitvoeren, hoe we daar invulling aan geven en hoe we het meetbaar maken.

	Pilot Moestuin voor Amsterdam (werktitel)	Van Amsterdamse Bodem Community	Smaakroutes	Verkenning integratie VAB en DGS
Wat	Met dit uitdeelevent brengen we Amsterdammers in contact met duurzaam, gezond en lokaal voedsel. We enthousiasmeren ze om zelf aan de slag te gaan met het verbouwen van voedsel en creëren daarmee meer verbinding met hun eten. We brengen bewoners in contact met lokale voedselinitiatieven en stimuleren ze om vaker lokaal en duurzaam voedsel te kopen.	Het Van Amsterdamse Bodem platform (website, nieuwsbrief en socials) is de plek waar alle relevante informatie over lokaal, plantaardig en duurzaam geproduceerd voedsel in de metropoolregio Amsterdam samenkomt. Een groeiend aantal Amsterdammers weet de verschillende kanalen van Van Amsterdamse Bodem te vinden.	Tijdens Smaakroutes ontdekken deelnemers fietsend of wandelend ondernemers die werken met regionale producten, plantaardige gerechten en circulaire oplossingen. We zetten communicatiemiddelen in als een handige routekaart, app, website en interviews. Zo wordt de herkomst van ons eten weer zichtbaar én wordt bijgedragen aan een gezond en veerkrachtig voedselsysteem.	Voor onze twee merken De Gezonde Stad en Van Amsterdamse Bodem voeren we doorlopende communicatie-activiteiten uit (nieuwsbrief, socials, website). Dit zorgt voor een relatief hoge werklast terwijl de boodschappen van beide merken elkaar uitstekend kunnen versterken. Om meer uit de beschikbare tijd en middelen te halen willen we onderzoeken hoe we beide merken op termijn beter kunnen integreren.
Hoe	We delen zaai- en kweekgoed uit om bewoners te stimuleren zelf voedsel te verbouwen – in de tuin, op het balkon of zelfs op de vensterbank. Met pakkende communicatie, inspirerende verhalen en speelse wedstrijden zorgen we ervoor dat deelnemers daadwerkelijk aan de slag gaan en betrokken blijven. Tijdens het event maken bewoners kennis met minimaal 5 ondernemers via proeverijen en/of kennismakingsvouchers.	We verkennen incentives om meer volgers te krijgen, zoals kennismakingkortingen bij ondernemers. We onderhouden het platform: 12 x per jaar nieuwsbrief voor bewoners, 2x per jaar nieuwsbrief voor ondernemers, continu up-to-date houden eventagenda, continu up-to-date informatie over initiatieven, 1x per week stadsheld uitlichten, continu verbeteren bestaande website waar nodig.	We bouwen voort op de ervaringen die we met de Proef de Streekroute Haarlem-Amsterdam hebben opgedaan en realiseren samen met De Groene Stelling een tweede route in de regio. Daarnaast verkennen we of we met sponsoring door een bedrijf een bestaande route kunnen herlanceren, met als tegenprestatie een promotie-event om medewerkers van het bedrijf te attenderen op de route: een mooie win-win.	We analyseren de implicaties van het samenvoegen van beide merken vanuit communicatieperspectief, impactperspectief en operationeel perspectief, inclusief een raming van kosten (en besparingen), een tijdsplanning en de onderbouwing van de keuzemogelijkheden.
KPI's	• Minimaal 2.500 pakketten voor een m^2 moestuin uitgedeeld • Minimaal 2.500 Amsterdammers bereikt • Minimaal 5 voedselondernemers aangesloten tijdens event • Communicatiecampagne opgezet om bewoners betrokken te houden: 750 bewoners blijven aangemeld, open rate > 40%	• Groei aantal nieuwsbrieflezers met 30% naar 4.000 • Groei aantal unieke maandelijkse websitebezoekers met 33% naar 7.500, groei interacties met 15% naar 40 seconden gemiddeld op website • Groei aantal volgers met 15% naar 6.100 op Instagram en naar 5.500 op Facebook • Nieuw kanaal: TikTok (zichtbaarheid GenZ doelgroep)	• Realisatie van minimaal 1 Smaakroute in de MRA • Verkennen van de mogelijkheden om verdere Smaakroutes te realiseren en bestaande te actualiseren	• Onderzoek samenvoegen DGS en VAB merken en andere communicatiekanalen • Keuze gemaakt over het al dan niet integreren van de merken (en in welke mate), inclusief eventueel tijdspad voor implementatie



Betrokken Stad

Alleen samen met bewoners en andere betrokkenen in de stad kunnen we echte stappen zetten naar een gezond en duurzaam Amsterdam. De afgelopen jaren hebben we een sterke community opgebouwd van bewuste stedelingen die met energie en intrinsieke motivatie bijdragen aan een groenere stad. Door hen op een positieve manier te activeren met projecten, evenementen en campagnes, en door verbinding te leggen met bedrijven en overheid, ontstaat een beweging die steeds meer Amsterdammers inspireert om mee te doen. Opvallend is dat we met onze aanpak veel millenials en steeds meer GenZers bereiken, doelgroepen die vaak lastig te bereiken zijn voor de gemeente en andere groenorganisaties.

Focus voor 2026

Dankzij onze Theory of Change is scherper geworden waar onze kracht ligt: handelingsperspectief bieden aan bewoners én hen wegwijs maken in wat er allemaal mogelijk is om zelf aan de slag te gaan voor een betere leefomgeving. In 2026 willen we dit verder uitbouwen door nog meer Amsterdammers te bereiken met onze website, maandelijkse nieuwsbrief en socials, onze bewonerspropositie te versterken en te investeren in een vaste pool vrijwilligers. Daarbij zoeken we manieren om onze community niet alleen inhoudelijk maar ook financieel aan ons te verbinden, bijvoorbeeld via jaarlijkse donaties en crowdfunding. Zo bouwen we aan een duurzame beweging waarin betrokkenheid, eigenaarschap en impact hand in hand gaan.

Met succesvolle projecten als het Verjaardagbos hebben we laten zien dat we een betrouwbare en zichtbare partner zijn. De komende periode benutten we deze reputatie om onze positie als toonaangevende duurzaamheidsorganisatie verder te verstevigen. Ook zetten we in op verdieping van relaties met bedrijven, met wie we langdurige samenwerkingen willen aangaan voor blijvende impact. Door gezamenlijke projecten en gedeelde ambities te realiseren, vergroten we niet alleen onze slagkracht maar ook het bereik en de relevantie van ons werk in de stad.

Net als voorgaande jaren doen we deskresearch en een bewonersonderzoek naar de staat van duurzaamheid in Amsterdam: De Gezonde Stad Monitor. We zetten de uitkomsten van de Monitor in als communicatie instrument richting bewoners: in de socials wordt steeds een onderdeel uitgelicht en gekoppeld aan iets wat bewoners zelf kunnen doen. Ook gebruiken we de lancering van de Monitor als campagnemoment om bedrijven te werven en binden. In de aanloop naar de gemeenteraadsverkiezingen in maart 2026 is de lancering van de Monitor bovendien een uitgelezen kans om met verschillende politieke partijen in debat te gaan over vergroening. Alle partijen willen vergroening, maar hoe komen we daar het beste en wat doen we niet?

Op de volgende pagina is toegelicht welke activiteiten we in deze pijler uitvoeren, hoe we daar invulling aan geven en hoe we het meetbaar maken.

	Community Activatie	De Gezonde Stad Monitor	Partnerships en financiering
Wat	Onze community is onze basis en ons bestaansrecht. De Gezonde Stad weet als geen ander Amsterdammers te inspireren en te activeren om zelf impact te maken. Steeds meer bewoners weten ons te vinden, en met onze projecten bieden we hen concrete kansen om bij te dragen aan een gezond en groen Amsterdam.	De Gezonde Stad Monitor is een jaarlijks onderzoek waarmee we inzicht geven hoe duurzaam en leefbaar Amsterdam is. Aan de hand van zes thema's – zoals groen, luchtkwaliteit en voedsel – wordt gemeten hoe de stad ervoor staat. De monitor combineert meningen van Amsterdammers met feiten en data van experts. Het rapport laat zien waar verbeteringen nodig zijn en biedt een solide onderbouwing voor onze projecten.	De visie van De Gezonde Stad en de groeiende rol van duurzaamheid in de bedrijfsvoering van Amsterdamse organisaties maken een sterkere verankering met het bedrijfsleven een logische volgende stap om gezamenlijke doelen te realiseren en nog meer impact te maken. Ook zien wij kansen om betrokken bewoners te bewegen om ook bij te dragen aan De Gezonde Stad en specifieke projecten.
Hoe	Uit de Theory of Change blijkt dat onze kracht vooral ligt in het het bieden van handelingsperspectief aan Amsterdammers die zich zorgen maken over hun leefomgeving. In 2026 verbinden we via onze innovatieve projecten en pakkende communicatie nog meer Amsterdammers aan ons. Daarbij onderzoeken we ook hoe we deze betrokkenheid kunnen verdiepen door mogelijkheden te bieden tot financiële steun.	Dit jaar bestaat De Gezonde Stad Monitor tien jaar. Om het innovatieve karakter van de Monitor te borgen en echt de stem van de stad te laten horen, voeren we een pilot uit met interviews onder bewoners. Daarbij leggen we hen de resultaten van de Monitor voor en vragen we: wat vinden zij hiervan, herkennen zij zich in de uitkomsten en welke aanvullingen of nuances zien zij? Zo krijgen we waardevolle inzichten die de Monitor sterker, relevanter en toekomstbestendig maken.	In 2025 hebben we een Theory of Change ontwikkeld die ons helpt beter in te spelen op onze eigen kracht én op de behoeften van bedrijven en bewoners. In 2026 bouwen we voort op de warme contacten en de sterke reputatie die we hebben opgebouwd. Ons doel is om deze basis te benutten voor het aangaan van meer langdurige, inhoudelijke samenwerkingen met bedrijven die zich willen verbinden aan een gezonder en groener Amsterdam. Dit kan financieel en in natura.
KPI's	• Maandelijkse nieuwsbrief verzonden • Groei aantal nieuwsbrieflezers met 20% naar 16.700 • De Gezonde Stad 4x genoemd in media • Groei aantal unieke website bezoekers per maand met 20% naar 1.800 • Nieuw kanaal: TikTok (zichtbaarheid GenZ doelgroep) • Onderzocht hoe we laagdrempelig storytelling kunnen inzetten	• Representatieve steekproef uitgevoerd • Onze feiten zijn door minimaal 3 andere organisaties aangehaald • Monitor lancering event met politiek debat over vergroening georganiseerd • Pilot met diepte interviews van bewoners uitgevoerd	• Nieuwe stadspartnerpropositie (bedrijfsleven) gereed, inclusief webpagina, presentatie en onepager. • Nieuwe stadsvriendpropositie (particulieren) gereed, inclusief webpagina en donatievoucher. • Groei naar 80K aan Stadspartners • Minimaal 2 fondsaanvragen ingediend

Interne focusgebieden

HR

Het team bestaat momenteel uit 5 medewerkers (4,5 fte) en 2 stagiaires. Per 1 september 2026 start een medior medewerker voor een betere balans in het team. We besteden aandacht aan teamontwikkeling, waar nodig. Medewerkers kunnen daarnaast opleidingen volgen om zich persoonlijk te ontwikkelen. Verder hebben we elke week een teamlunch en organiseren we twee keer per jaar een uitje of borrel. We stellen in 2025 een goede roadmap op voor de HR processen, denk aan on- en off boarding, ziekmeldingen etc.

Processen

Het afgelopen jaar zijn we overgegaan naar een nieuwe financiële administratie en een nieuwe personeelsadministratie, zowel naar een nieuw systeem als een nieuwe leverancier. Waar nodig scherpen we de processen in 2026 aan.

Automatisering

We onderzoeken hoe we ChatGPT het beste kunnen inzetten om de fondsenwerving te vergemakkelijken en hoe AI kan bijdragen aan het efficiënter en effectiever maken van onze organisatie.

Begroting

	BATEN		2025 verwacht		begroting 2026
1	**Donaties en giften particulieren**		**14.962**		**15.500**
2		Algemeen DGS	9.020		10.000
3		Bomen voor Amsterdam	4.000		4.500
4		Verjaardagbos	1.942		-
5		Moestuin voor Amsterdam	-		1.000
6	**Donaties en giften bedrijven**		**8.624**		**15.000**
7		Algemeen DGS	3.624		5.000
8		Bomen voor Amsterdam	5.000		7.500
9		Moestuin voor Amsterdam	-		2.500
10	**Overige baten van bedrijven**		**21.125**		**80.000**
11		Algemeen DGS	20.000		80.000
12		Verjaardagbos	1.125		-
13	**Projectbaten**		**241.415**		**208.000**
14		Bomen voor Amsterdam	35.000		52.000
15		Stedelijk Groenpunt	6.000		6.000
16		Verjaardagbos	166.818		-
17		Groenprojecten openbare ruimte	-		75.000
18		Vrijwilligersproject bedrijfsleven	-		5.000
19		Moestuin voor Amsterdam	-		20.000
20		Smaakroutes MRA	28.597		30.000
21		Smaakroutes Amsterdam	-		10.000
22		VAB extra opdracht	-		10.000
23		VAB verspillingsvrij	5.000		-
24	**Subsidies overheid**		**340.577**		**356.000**
25		Algemeen DGS	210.577		186.000
26		VAB platform basis	95.000		100.000
27		VAB Award	15.000		-
28		VAB extra storytelling	20.000		-
29		Moestuin voor Amsterdam	-		30.000
30		Nader te bepalen	-		40.000
31	**Baten fondsen**		**23.400**		**50.000**
32		Bomen voor Amsterdam	-		15.000
33		Moestuin voor Amsterdam	-		15.000
34		Parkenmaand	-		20.000
35		Algemeen DGS	23.400		-
	Totaal baten		**650.103**		**724.500**

Toelichting:

Ad 6 Dit gaat om bijdrages van bedrijven waar geen tegenprestatie voor wordt geleverd.
Ad 10 Dit gaat om Stadspartners.
Ad 11 2025: Huidige Stadspartners: 11.500 euro. 2026: Contacten vanuit Verjaardagbos verzilveren.
Ad 13 Dit gaat om sponsoring of opdrachten. Er wordt een tegenprestatie geleverd.
Ad 14 2025: Nog te werven voor 7.500 bomen: 35K, als we niet 35K maar 60K werven kunnen we 10.000 bomen uitdelen. 2026: Dit bedrag is opgebouwd uit 25K bedrijfsleven, 15K Gemeente, 10K stadsdelen, 2K verkoop materialen aan particulieren.
Ad 17 2026: Te werven via gemeente en bedrijfsleven.
Ad 18, 19 en 21 Te werven via bedrijfsleven.
Ad 20 Al afgesproken met De Groene Stelling.
Ad 21 Te werven via bedrijfsleven.
Ad 22 Te werven via Gemeente Amsterdam.
Ad 25 Organisatie specifieke subsidie Gemeente Amsterdam Ruimte & Duurzaamheid
Ad 26 t/m 29 Subsidie Voedselstrategie Gemeente Amsterdam
Ad 30 Te werven, bv. Gemeente Amsterdam EZ, Aanpak Noord.
Ad 35 Bijdrage van Natuur en Milieu Federatie.

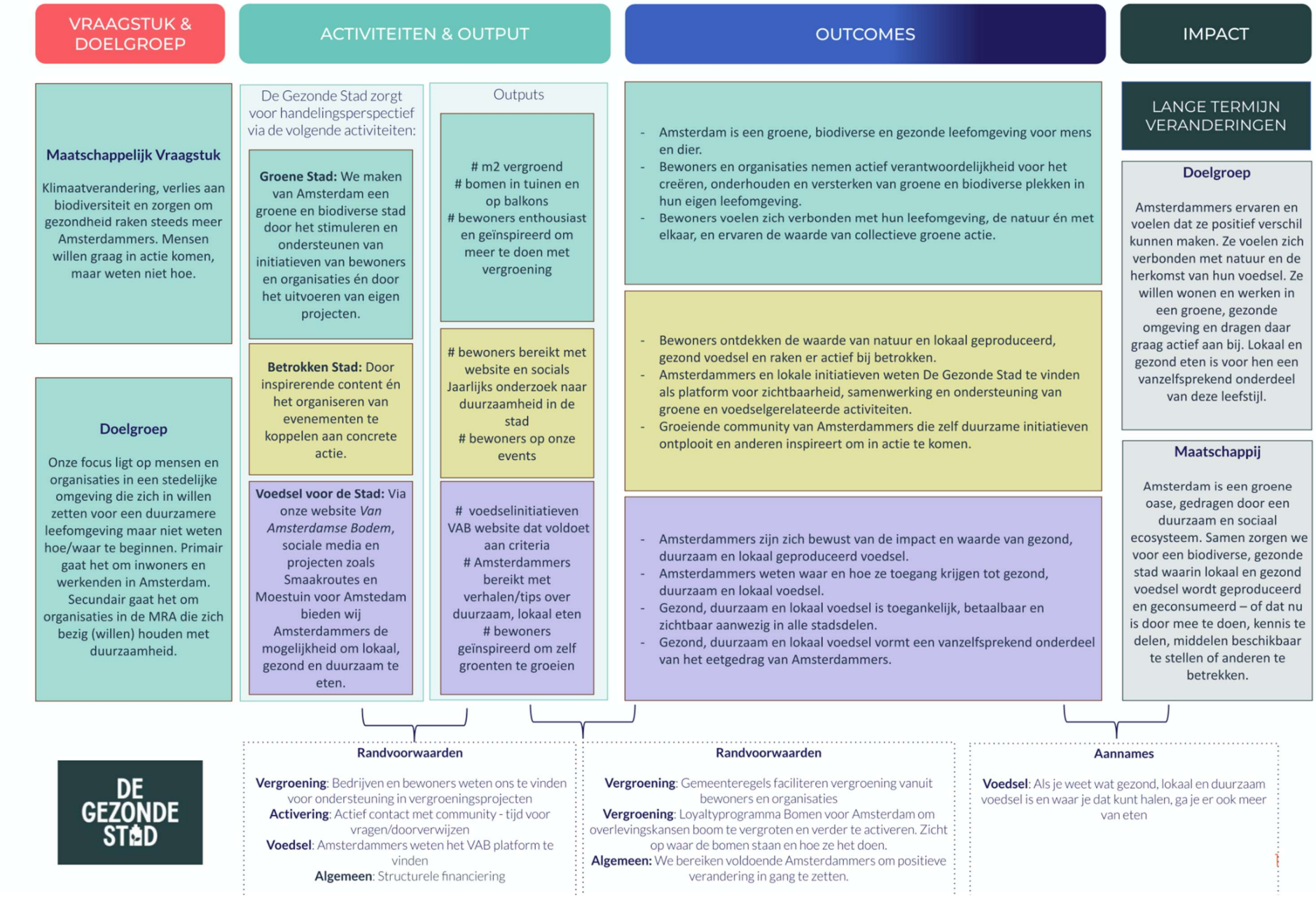
	LASTEN	2025 verwacht		begroting 2026	
36	**Organisatiekosten**		**478.091**		**541.196**
37	Lonen en salarissen	349.689		397.664	
38	Uitbesteed werk en andere externe kosten	4.668		5.000	
39	Huisvesting	24.547		26.175	
40	Kantoor	17.246		16.612	
41	Marketing en comunicatie	1.421		1.350	
42	Algemeen	8.532		7.850	
43	Advies en administratie	64.587		43.760	
44	Overig	2.401		3.120	
45	Onvoorzien	5.000		39.665	
46	**Directe projectkosten**				
47	*Betrokken Stad*		**24.254**		**20.800**
48	DGS communicatie en community	13.956		12.400	
49	De Gezonde Stad Monitor	10.298		8.400	
50	*Groene Stad*		**121.509**		**99.000**
51	Bomen voor Amsterdam	25.820		33.400	
52	Verjaardagbos	95.689		-	
53	Parkenmaand	-		15.600	
54	Projecten openbaar groen	-		50.000	
55	*Voedsel voor de Stad*		**32.017**		**63.504**
56	Smaakroutes Amsterdam	-		6.500	
57	Smaakroutes MRA	10.803		11.000	
58	Moestuin voor Amsterdam	-		32.500	
59	VAB platform basis	10.747		13.504	
60	VAB Award	4.800		-	
61	VAB composteren	3.667		-	
62	VAB verspillingsvrij	2.000		-	
	Totaal lasten		**655.871**		**724.500**

RESULTAAT	2025 verwacht	begroting 2026
Baten - lasten	**-5.768**	**0**

Toelichting:

Ad 37 Nieuwe medewerker per 1 september 2026.
Ad 39 Huur kantoorruimte en schoonmaak.
Ad 40 Kantoorartikelen, telefoon, automatisering. Automatisering is met 13K in 2026 veruit de grootste kostenpost. Dit gaat om ondersteunende apps en systemen, zoals Mailchimp en Capsule.
Ad 41 Deze post is relatief laag omdat veel marketing- en communicatiekosten onder DGS communicatie en community en VAB platform basis vallen
Ad 42 O.a. abonnementen, contributies, verzekeringen.
Ad 43 Dit gaat in 2025 om 45K voor administratiekantoor (hoog i.v.m. opstartkosten nieuw systeem) en jaarrekening, en 20K voor financieel advies en opdracht Social Finance. In 2026 is dit beduidend minder.
Ad 44 Bestaat uit afschrijvingen, rente en bankkosten.
Ad 46 Directe projectkosten vormen slechts een deel van de totale kosten van een project. De personeelskosten en overhead van projecten zijn opgenomen onder organisatiekosten.
Ad 47 en 49 We verwachten wat minder directe projectkosten.
Ad 51 Projectkosten wat hoger vanwege extra investering in groenmarkt.
Ad 53 Bedrag is gebaseerd op ervaringen Rotterdams Milieucentrum.
Ad 54 Inschatting op basis van eerdere ervaringen van De Gezonde Stad. We verwachten één groenproject te realiseren. Directe projectkosten zijn relatief hoog bij dit soort projecten.
Ad 56 Eén Smaakroute binnen Amsterdam herlanceren.
Ad 57 Eén nieuwe Smaakroute lanceren in de MRA.
Ad 60 2025: VAB Award vervalt, bedrag wordt ingezet voor voedselkraampjes tijdens Bomen voor Amsterdam. 2026: Voedselkraampjes bij Moestuin voor Amsterdam vallen onder de directe projectkosten van Moestuin voor Amsterdam.
Resultaat: We hebben 5K staan op onvoorzien.

Bijlage: Theory of Change



BEDANKT!

De Gezonde Stad

Bos en Lommerplantsoen 3-V
1055 AA Amsterdam
www.degezondestad.org
info@degezondestad.org

KVK 41207897
BTW NL007461495B02