PROJECTPLAN 2024

Stichting Mensen Maken Amsterdam

INHOUD

INHOUDSOPGAVE 2

1. INLEIDING 3
Context van dit projectplan

2. MISSION STATEMENT 6
Wat voor samenleving zien we voor ons?

THEORY OF CHANGE 7

3. HOE PAKKEN WE DAT AAN? 9
Toelichting activiteiten 2024

4. WAT HEBBEN WE DAARVOOR NODIG? 12
Toelichting op de begroting en dekking van 2024

5. WAT WE JAARLIJKS REALISEREN 14
Impact kwantitatief en kwalitatief 2024

6. CONTACT 15

7. BIJLAGEN 16

- *Werving- en Communicatieplan 2024 - 2027*
- *Communicatie doelstellingen 2024*



1. INLEIDING

Context van dit projectplan

In 2022 hebben we een meerjarig plan gepresenteerd met het oog op continuïteit voor de periode 2023-2025. Nu, halverwege 2023, kunnen we concluderen dat steeds meer initiatiefrijke Amsterdammers de buurtfondsen weten te vinden. We kunnen meer, en krijgen vertrouwen van nieuwe financiële partners die zich, naast onze vertrouwde partners, ook voor meerdere jaren aan onze organisatie committeren.

De laatste 8 jaar hebben we hard gewerkt aan de oprichting van de zeven buurtfondsen, het opbouwen van de koepelstichting achter de buurtfondsen, en hebben we onzekere financiële tijden gekend. Nu kunnen we met trots stellen dat er een solide financiële basis staat, waarmee onze kernactiviteiten in 2023, 2024 en 2025 gedekt zijn. Daarom presenteren we met trots ons jaarplan 2024 en verder; jaren waarin we onze dromen willen vergroten en onze positie in Amsterdam willen consolideren.

De stad groeit snel en de Amsterdamse economie is bijna terug op het niveau van voor de coronacrisis. Recent onderzoek (De Staat van de Stad XII, september 2023) laat echter zien dat armoede, ongelijkheid en segregatie in de stad juist toenemen, en dat het vertrouwen van bewoners in de overheid daalt. Amsterdammers kijken met steeds minder vertrouwen naar de toekomst en het geluksgevoel van bewoners neemt af. Een toenemend aantal Amsterdammers voelt zich (sterk) sociaal geïsoleerd.

Mensen Maken Amsterdam wil Amsterdammers in staat stellen om bij te dragen aan de leefbaarheid van hun eigen buurt, zodat zij deze mooier, beter, socialer en leuker te maken. In de continu veranderende stad zijn het namelijk juist de buurtgerichte initiatieven die veel informele zorg op zich nemen, en preventie, ontspanning en vertrouwen bieden. Buurtinitiatieven zorgen voor meer solidariteit en verbinding, wat nodig is om de grote maatschappelijke problemen in de stad aan te pakken. Sociale samenhang tussen bewoners is immers de belangrijkste indicator voor de buurttevredenheid van bewoners en de leefbaarheid van een buurt (De Staat van de Stad XII, september 2023).

Het afgelopen jaar hebben we gezien dat veel buurtgerichte initiatieven in Amsterdam onder druk staan. De financiële zelfredzaamheid van bestaande buurtinitiatieven neemt af als gevolg van krimpende subsidiestromen en de toenemende vraag om een diverse financieringsmix – een grote uitdaging voor kleinere, lokale initiatiefnemers.



Daarnaast zien we dat landelijke en regionale fondsen hun focus willen verleggen richting een laagdrempelige aanpak en hun aanwezigheid op lokaal niveau willen vergroten, maar dat zij er slechts beperkt in slagen om door te dringen tot de haarvaten van de samenleving.

Tegelijkertijd groeit de nood en de wil van bewoners om het heft in eigen handen te nemen en de uitdagingen in hun buurten aan te kaarten op een manier die past bij de buurt. Bewoners willen graag investeren in hun leefomgeving, maar weten vaak niet hoe of waar te beginnen. Zij hebben goede ideeën over hoe het beter kan, ideeën die met een beetje hulp en financiering laagdrempelig te realiseren zijn. Maar omdat zij niet altijd de wegen kennen naar hulp en financiering, blijven de goede ideeën vaak onbenut en voelen de bewoners zich steeds minder gehoord, betrokken bij hun buurt en bij de samenleving.

Hoe kan het potentieel van buurtbewoners optimaal benut worden voor een mooie, veilige, gezonde en meer verbonden buurt, én tegelijkertijd hun betrokkenheid bij de buurt en de samenleving vergroot worden?

Bij de buurtfondsen van MMA kunnen buurtbewoners op een laagdrempelige en toegankelijke manier een aanvraag doen voor de financiering van hun ideeën voor het verbeteren van hun buurt. Op deze manier heeft MMA de afgelopen jaren al honderden projecten in de haarvaten van de samenleving gesteund, en dat willen we ook de komende jaren blijven doen. Zodat we bewoners tot initiatiefnemers en verschilmakers kunnen maken. Want met de hulp van échte mensen, die de buurten kennen en de uitdagingen begrijpen, kunnen we Amsterdam mooier, beter en leuker maken!

Erik van Ginkel
Voorzitter bestuur Mensen Maken Amsterdam

Kyra van Hoof
Directeur mensen Maken Amsterdam



fonds voor oost

Mini festival voor vrouwen in armoede

Deelnemers konden verschillende mini workshops volgen. Van buikdansles tot sieraden maken van papier. Ze sloten af met een gezamenlijk diner.

Bijdrage: €1.500

“Dankzij de steun van Fonds voor Zuid kan ik ook in mijn eigen buurt kinderen blij maken met circusactiviteiten. Buiten dat ze het leuk vinden, zie ik ook dat kinderen en mensen die elkaar niet kennen elkaar gaan helpen.”

Lisa Sove, aanvrager Fonds voor Zuid





2. MISSION STATEMENT

Wat voor samenleving zien we voor ons?

Missie
Onze missie is om Amsterdammers in staat te stellen in de haarvaten van hun eigen buurt bij te dragen om deze mooier, beter, socialer en leuker te maken.

Visie
Mensen Maken Amsterdam ziet een Amsterdamse samenleving voor zich met bloeiende buurten die een hoge mate van autonomie en buurtbetrokkenheid hebben. Waar bewoners het initiatief nemen om ontwikkelingen of problemen in hun buurt aan te pakken op een manier die past bij de buurt en haar bewoners.

Om dit te bereiken, hebben we de afgelopen jaren in ieder stadsdeel een buurtfonds opgericht. Voor de buurtfondsen staat de bewoner centraal. De buurtfondsen zijn geworteld in de buurt, zichtbaar, bereikbaar, makkelijk toegankelijk en benaderbaar is voor bewoners en organisaties die gevestigd zijn in de buurt. Zodat iedere Amsterdammer die in actie wil komen voor de buurt het buurtfonds weet te vinden en daar laagdrempelig geld, kennis en netwerk kan vinden. De buurtfondsen bieden bewoners de steun die zij nodig hebben om hun projecten voor de buurt uit te voeren, in de vorm van geld, tijd, kennis of netwerk. Als een aanvraag is toegekend, voeren de initiatiefnemers, vaak samen met andere bewoners in de buurt, de projecten zelf uit. Het gezamenlijk uitvoeren zorgt voor een grotere binding onderling en met de buurt.

Deze bottom-up benadering zorgt niet alleen voor duurzame verandering en meer verbinding in de buurt, maar legt ook bloot wat de behoefte is van Amsterdammers. Wat leeft er in Amsterdam, welke problemen zijn het meest prangend, en waar willen bewoners in investeren? De betrokkenheid van Amsterdammers bij hun buurt groeit, Amsterdammers gaan en blijven met elkaar in gesprek en hebben invloed op wat er in hun buurt gebeurt.



THEORY OF CHANGE

MENSEN MAKEN AMSTERDAM

fonds voor oost · fonds voor centrum · fonds voor zuidoost · fonds voor west · fonds voor noord · fonds voor zuid · fonds voor nieuw-west

AMBITIE

Wij stellen Amsterdammers in staat om in de haarvaten van de buurt bij te dragen om deze mooier, beter, socialer en leuker te maken.

IMPACT

- Amsterdammers in de buurt zijn meer betrokken, zelfverzekerd en geïnspireerd
- Vergroten van participatie en buurtdemocratie
- Sociale leefbaarheid in de buurt versterken
- Empowerment van buurtbewoners en hun omgeving

DIRECT EFFECT

- Meer verbinding en ontmoetingen tussen bewoners in de stad
- Amsterdammers in staat stellen om maatschappelijk betrokken te zijn bij hun buurt
- Versterken en verrijken van aanbod buurtactiviteiten
- Laagdrempelig kennismaken met fondsenwereld
- Converteren van actieve buurtbewoner naar initiatiefnemer
- Meer actieve Amsterdammers die iets goeds willen doen voor hun buurt
- Meer actieve Amsterdammers die iets goeds willen doen voor hun buurt

OPBRENGST

- **100+ vrijwilligers** betrokken als buurtcomité lid
- **50.000 Amsterdammers** bereikt als deelnemers aan buurtintiatieven
- **240 projecten** voor, door en met de buurt gerealiseerd
- **500+ aanvragen** jaarlijks ingediend
- **10.000 volgers** op sociale media
- **+300.000€ projectbudget** besteed aan buurtinitiatieven
- **1000 abonnees** op onze nieuwsbrief

ACTIVITEITEN

Jaarlijks

- 50 buurtcomité vergaderingen
- 70 spreekuren voor aanvragers
- 10 workshops en trainingen voor aanvragers
- 10 events voor alle stakeholders
- Elk fonds een eigen budget, publiek/privaat geld bestemd voor buurtinitiatieven
- 400 posts op social mediakanalen
- 6 nieuwsbrieven
- 80 projectbezoeken
- Wekelijks begeleiding van initiatiefnemers
- Gerichte inspanning om specifieke doelgroepen te bereiken
- Fondsenwerving bij bedrijven, lokale overheid en vermogensfondsen
- Eco systeem partnerorganisaties onderhouden en versterken

INPUT

- Vrijwillige buurtbewoners
- Amsterdammers met een goed idee, plan voor de buurt
- Team MMA & bestuur (strategie, procedures en vrijwilligerszorg)
- Communicatie kanalen en materiaal die het buurtfondsverhaal vertellen
- Beleidsvrij geld uit publiek/private financieringsmix
- Locaties in de stad voor projecten, events, vergaderingen
- Toegankelijk kantoor met bezoekersfunctie
- MMA Ambassadeurs in de buurten en de stad
- Lokale coördinatie met kennis van de buurt
- Backofficesysteem voor snelle verwerking



fonds voor west

Kunst op Papier

Tentoonstelling en creatief workshopprogramma. Vijf kunstenaars lieten bezoekers kennismaken met de veelzijdigheid van kunst op papier.

Bijdrage: €1.300



fonds voor zuid

Stadstuin concert

Bewoners van 500 woningen in de Pijp hebben genoten van sfeervolle miniconcerten: “hartelijk dank voor het prachtige concert in onze binnentuin. Wat een mooi initiatief! We hebben er erg van genoten.”

Bijdrage: €1.500



3. HOE PAKKEN WE DAT AAN?

Toelichting activiteiten 2024

De buurtfondsen

- Ieder buurtfonds wordt aangestuurd door een lokale coördinator met een sterk netwerk in de buurt.
- Naast de lokale coördinator heeft ieder buurtfonds een buurtcomité; een groep van 10-12 buurtbewoners die op vrijwillige basis de aanvragen beoordelen, toegekende projecten bezoeken, en optreden als ambassadeurs van hun buurtfonds.
- De lokale coördinator is het gezicht van het buurtfonds in de buurt en is makkelijk benaderbaar voor aanvragers om hun vragen en/of uitdagingen voor te leggen.
- De lokale coördinator speelt, als gezicht en eerste aanspreekpunt van het buurtfonds, een belangrijke rol bij het versterken van het netwerk van de buurtfondsen, en het vergroten van de zichtbaarheid van Mensen Maken Amsterdam.

Het verdelen van budgetten

- De zeven buurtfondsen verdelen op basis van lokale kennis op flexibele, laagdrempelige en snelle wijze tijd, geld en middelen voor, door en met de buurt. Samen bedienen de zeven buurtfondsen de hele stad.
- Elk buurtfonds verdeelt op jaarbasis minimaal €40.000 projectbudget tijdens ten minste acht beoordelingsvergaderingen.

Wat bieden we de buurt?

- Toegankelijkheid zit in het DNA van Mensen Maken Amsterdam. Naast online en telefonische bereikbaarheid, zijn wij ook offline toegankelijk via 1-op-1 ontmoetingen, spreekuren, begeleiding, projectbezoek en zijn we aanwezig bij netwerkbijeenkomsten in de buurt.
- We zijn laagdrempelig: nieuwe en/of kleinschalige initiatieven en aanvragers die tussen wal en schip dreigen te vallen bij andere financiers kunnen bij de buurtfondsen terecht.
- De lokale coördinatoren & buurtcomités fungeren als spil van netwerk, kennis en verbinding in de buurt.
- Een toegankelijke, snelle en eenvoudige online aanvraagprocedure.



- Minimaal 8 aanvraag- en beoordelingsrondes per jaar. Dit schept continuïteit voor aanvragers en voor de buurtcomitéleden.
- Gehonoreerde projecten worden bezocht door leden van het buurtcomité en/of lokale coördinatoren. De fysieke aanwezigheid in de buurt en de betrokkenheid bij aanvragers wordt in alle evaluaties zeer hoog gewaardeerd.
- We verlagen het maximaal aan te vragen bedrag naar €1.500,-. Hierdoor bereiken we nieuwe aanvragers en zien we dat aanvragen van stichtingen/verenigingen op een gelijkwaardige manier worden beoordeeld ten opzichte van (vaak kleinschaliger) aanvragen door buurtbewoners. Op deze manier zijn we bovendien een opstap maar andere financiers en kunnen we indien nodig doorverwijzen als initiatieven buiten ons bereik vallen.

Hoe we de buurtfondsen ondersteunen

- MMA zorgt voor een goede begeleiding en on-boarding van (nieuwe) buurtcomitéleden. Zij lopen in de beginfase mee met ervaren buurtcomitéleden en volgen een introductieworkshop waarbij aandacht is voor het belang van het geven vanuit vertrouwen en het aanmoedigen van initiatief door het buurtcomité.

Partnerships: de samenwerkingen die we aangaan

- We gaan samenwerkingen aan in de stad op thema's en/of onze eigen blinde vlekken, beperkingen, en grenzen. Samen staan we sterker.
- We breiden onze partnerships uit met o.a. Vrijwilligerscentrale, OBA, eenvoudige taal-expert, MDT-programma gericht op jonge impactmakers.
- We gaan partnerships aan met bedrijven die geworteld zijn in en zich identificeren met een bepaalde buurt. Zij steunen het lokale buurtfonds met een (structurele) financiële bijdrage, of in natura (bv. locatie, kennis).

Marketing & Communicatie

- We organiseren 3 events per jaar om de zichtbaarheid van de buurtfondsen te vergroten.
- We posten voorbeeldprojecten op social mediakanalen en website.
- We geven informatie over aanvragen, deadlines en vergaderingen vindbaar maken op social mediakanalen en website.
- Gedeelde campagnes voor algehele bekendheid in samenwerking met partners.
- Aanwezigheid op events voor buurtinitiatieven, en minstens 1x per jaar op lokale markt
- Spreekuren in de OBA.
- Wervingsacties om donateurs en bedrijfspartners te werven.

fonds voor centrum

Keti Koti Dialoog Tafel

Onder het genot van pindasoep en Heri Heri gingen een diverse groep van 100 bewoners het gesprek aan over onze familiegeschiedenis en het collectieve slavernijverleden.

Bijdrage: €1.500





"De kracht van Mensen Maken Amsterdam is dat we de potentie zien van kleine projecten als aanjager voor meer of grotere projecten."

Anouschka Trauschke, lokale coördinator Fonds voor Centrum

4. WAT HEBBEN WE DAARVOOR NODIG?

Toelichting op de begroting & dekking van 2024

Capaciteit buurtfondsen

- 7 lokale coördinatoren met kennis van & netwerk in hun buurt (6- 8 uur per week)
- Aansturing van de lokale coördinatoren bestaat uit het organiseren van bijeenkomsten voor lokale coördinatoren en buurtcomitéleden, het bewaken van de begeleiding van buurtcomitéleden, het aansturen bij de werving van buurtcomitéleden & samenstelling buurtcomité. Hiervoor reserveren we 24 uur per week.
- 30 tot 40 Uren/€3.000 budget inkoop per buurtfonds event voor productie, communicatie & de lokale coördinator van dat buurtfonds.

Partnerships

- We investeren 4 tot 6 uur per week in de ontwikkeling van samenwerkingen, inhoudelijke partnerships en (interne) buurtfonds projecten.
- 24 tot 28 uur per week op ontwikkeling en groei via (zakelijke) fondsenwerving & relatiemanagement.

Dienstverlening

- 12 tot 16 uur per week op de organisatie van de aanvraagprocedure en op monitoring & evaluatie. Eventueel uit te breiden met organisatie van spreekuren en workshops i.s.m. LC's.

Organisatiekosten

- 28 tot 32 uur p/week aanspreekpunt stichting, partnerships, organisatie aansturen, rapportage bestuur en financieel management & beleid.
- 8 tot 12 uur p/week freelance op communicatie, huisstijl, pr en communicatiestrategie.
- Budget communicatie t.b.v. drukwerk etc.
- Backoffice – Orchestra.
- Salarisadministratie.
- Accountantskosten t.b.v. jaarrekening & accountantsverklaringen.
- Post onvoorzien om ruimte te scheppen in uren voor brandjes blussen etc.
- Budget catering, locaties, onkostenvergoedingen, kantoor, verzekeringen, gemeentebelasting, telefoonkosten.







fonds voor noord

Pinkstergolf

Minigolf is bij uitstek een spel dat verbindt; iedereen kan het spelen, van jong tot oud en op alle niveaus. In de ochtend werden de banen gebruikt door zorginstellingen en dagbesteding. In de middag was iedereen welkom om een balletje te slaan.

Bijdrage: €1.500



"Amsterdam is altijd een stad geweest met een hoge burgerbetrokkenheid. Na decennia van enorme bloei staan we helaas al enige jaren op een keerpunt.

Hierin vormen de buurtfondsen een onmisbaar deel van het sociale gezicht van de stad!"

- Menno Tummers

Directeur VSC wetenschapsmusea en science centers, voormalig Manager Development & Partnerships Prins Bernhard Cultuurfonds



5. WAT WE JAARLIJKS REALISEREN

Impact kwantitatief en kwalitatief 2024

Output procedure

- 7 buurtfondsen in Amsterdam.
- 90 tot 100 Amsterdammers betrokken als buurtcomitélid.
- 450 aanvragen ontvangen.
- 200 tot 225 ondersteunde projecten.
- Tussen de 3.500 - 5.000 Amsterdammers zijn direct betrokken bij hun buurtfonds als vrijwilliger, aanvrager, uitvoerder initiatief, bezoekers van gesteunde projecten.
- 20.000 Amsterdammers volgen/vinden ons op social media.

Output financieel

- 175 particuliere giften tussen €10,- en €100,-
- €17.500 euro gedoneerd.
- 15 bedrijven die de buurtfondsen ondersteunen met bijdragen tussen de €1.500,- en €5.000,- per jaar.
- €55.000 gedoneerd door bedrijven.

Verwachte output	2024
Aantal aanvragen	450
Aantal ondersteunde projecten	225
Aantal Amsterdammers dat ons volgt/vind op social media	20000
Aantal particuliere giften	175
Aantal bedrijven die ondersteunen	15

Baten	2024
Gemeente	€ 150.000
Amsterdam 750	€ 100.000
Partnerfondsen	€ 551.500
Particulieren	€ 17.500
Bedrijven	€ 55.000
Totale Baten	€ 833.000

Kwalitatief

- Voor voorbeelden van betrokken Amsterdammers die enthousiast zijn over hun buurtfonds verwijzen wij o.a. naar:
  - Videos op ons Youtube kanaal: https://www.youtube.com/channel/UCsLqSVeqUXjbQNxu400KotA/videos
  - Ons jaarverslag en onze halfjaarcijfers met daarin voorbeelden van ondersteunde projecten, evaluaties door initiatiefnemers en quotes van aanvragers over wat het buurtfonds voor hen heeft betekent.
  - De (social) mediakanalen van de buurtfondsen: check facebook, instagram en de websites!

6.CONTACT

Stichting Mensen Maken Amsterdam
Oostenburgermiddenstraat 214
1018 LL Amsterdam

Kyra van Hoof
Directeur
kyra@mensenmakenamsterdam.nl

Voor meer informatie over de stichting en haar bestuur verwijzen wij graag naar:
https://www.mensenmakenamsterdam.nl/bestuur/





7. BIJLAGEN: WERVING- EN COMMUNICATIEPLAN 2024 - 2027

DOELSTELLINGEN

Om zelfstandig te werven en een toekomstbestendige balans in de batendekking te realiseren, gaan we de komende jaren (’24 - ‘27) aan de slag gaan met een wervingsplan. De gekleurde vakken hebben per periode de focus van de fondsenwerving, communicatie en directie in het dekken van de lasten en genereren van groei.

Stappenplan werving meerjarig							
	Doelgroep	2024		2025		2026/2027	
		Werving	Communicatie	Werving	Communicatie	Werving	Communicatie
Particulieren	gevers tot 100 euro	Zichtbaarheid Geefweek & Buurtfonds Live Events	Campagne MMA Social Media strategie	Zichtbaarheid Geefweek, Events lokaal	Doorlopende communicatie met momentum rond geefweek/verjaardagen buurtfondsen	Zichtbaarheid Geefweek, Events lokaal	Doorlopende communicatie met momentum rond geefweek/verjaardagen buurtfondsen.
doel: 175 (2024) - 400 (2027)	Club van 100 >1000 euro per jaar	Plan maken ambassadeurs - basis vastleggen	Nieuwsbrieven Social media Linkedin	Ambassadeurs werven	Meenemen in alle communicatie, mailing specifiek 2x per jaar	Ambassadeurs betrekken & 2x per jaar inzetten	Meenemen in alle communicatie, mailing specifiek 2x per jaar
	bezoekers van de stad	Zichtbaarheid genereren dmv partnerships (F)airbnb, Booking, Amsterdam & partners	Social Media	Mogelijkheid bieden doneren via (F)airbnb, Booking, Amsterdam & partners	Op bestaande platforms meeliften met donatiemogelijkheid	Zichtbaarheid en donaties werven via (F)airbnb, Booking, Amsterdam & partners	Op bestaande platforms meeliften met donatiemogelijkheid
	gebruikers van de stad (bv. ouders)	Zichtbaarheid	Social Media	Social media platforms, markten, events	Doelgroep selectie SM, Folders & Directe mogelijkheid om te geven	Social media platforms, markten, events	Folders & Directe mogelijkheid om te geven
Bedrijven	1500 euro per jaar per buurtfonds	Buurtfonds events Geefweek-opvolging Direct mailing per buurtfonds onderzoeken	Nieuwsbrieven Huidige partners op Linkedin zichtbaar maken.	Buurtfonds events, een op een gesprekken, geefweek opvolging Direct Mailing per buurtfonds	Nieuwsbrieven Huidige partners (op Linkedin) zichtbaar maken.	Buurtfonds events, een op een gesprekken door Lokale Coordinatoren, geefweek opvolging Direct Mailing	Nieuwsbrieven Huidige partners (op Linkedin) zichtbaar maken.
Doel: 15 (2024) - 40 (2027)	grote partners (min. 10k)	Een op een benadering via ambassadeurs olievlekken	Bekendheid genereren	Een op een benadering	Bekendheid genereren	Een op een benadering	Meenemen in alle communicatie, mailing specifiek 2x per jaar
	bezoekers van de stad	(f)Airbnb, Booking, Amsterdam & partners	Bekendheid genereren zie particulieren	(f)Airbnb, Booking, Amsterdam & partners	Bekendheid genereren zie particulieren	(f)Airbnb, Booking, Amsterdam & partners	Bekendheid genereren zie particulieren
Fondsen	Huidige partners	Aanvragen indienen	Nieuwsbrieven Social media Linkedin tweejaarlijks gesprek over learnings	Aanvragen indienen	Nieuwsbrieven Social media Linkedin tweejaarlijks gesprek over learnings	Aanvragen indienen	Nieuwsbrieven Social media Linkedin tweejaarlijks gesprek over learnings
	Nieuwe partners op thema	verkennen en afspraken maken (Directie)	Linkedin/Social Media/Nieuwsbrieven	verkennen en afspraken maken (Directie)	Linkedin/Social Media/Nieuwsbrieven	verkennen en afspraken maken (Directie)	Linkedin/Social Media/Nieuwsbrieven
	Bedrijfsfondsen	verkennen en afspraken maken (Directie)	Linkedin/Social Media/Nieuwsbrieven	verkennen en afspraken maken (Directie)	Linkedin/Social Media/Nieuwsbrieven	verkennen en afspraken maken (Directie)	Linkedin/Social Media/Nieuwsbrieven



7. BIJLAGEN: COMMUNICATIEDOELSTELLINGEN 2024

COMMUNICATIE

De buurtfondsen hebben een achterban van initiatiefnemers, donateurs, comitéleden, vrijwilligers en potentiële aanvragers, die online en offline worden bereikt. De lokale coördinator van elk buurtfonds is het gezicht van het fonds tijdens spreekuren, bezoeken aan initiatieven en eigen evenementen. Online communiceren we hoofdzakelijk via de sociale kanalen, website en de nieuwsbrief. Omdat de fondsen er zijn voor iedere Amsterdammer, is het belangrijk dat we zoveel mogelijk communiceren naar alle Amsterdammers, zo wordt er begrijpelijke taal gebruikt en alle video's worden ondertiteld geplaatst.

Hieronder delen we onze ambities op het gebied voor communicatie (en marketing) voor 2024:

Verbeteren en opschonen communicatie-uitingen

Door het verbeteren en opschonen van de communicatie uitingen, zorgen we ervoor dat alle uitingen herkenbaar zijn en gemakkelijk te lezen. Geen onnodige informatie op flyers en brieven. Duidelijke informatie die voor en brede doelgroep te begrijpen is.

Versterken van positie MMA in de stad Amsterdam

Het versterken van de positie van MMA in de stad Amsterdam is nodig voor het bewaken van het bestaansrecht van de stichting. Door ons te profileren als een 'Gift aan de stad' kan Mensen Maken Amsterdam meer mensen aanspreken; zowel nieuwe initiatiefnemers als potentiële samenwerkingspartners. Lucratieve campagne acties en samenwerkingen zorgen voor een bijdrage aan de naamsbekendheid.

Aanscherpen storytelling MMA & Buurtfondsen

Een duidelijke lijn die laat zien waar de buurtfondsen voor staan en een duidelijke lijn wie MMA is. Deze lijn moet vertaald worden naar content met steun van de succesverhalen, de impact en een gezicht geven aan de accounts van de buurtfondsen.

7. BIJLAGEN: COMMUNICATIEDOELSTELLINGEN 2024

Kwartaal impact & trafic meeting

Laten zien hoe Mensen Maken Amsterdam en de buurtfondsen de stad mooier, groener, kleurrijker, sportiever en socialer maken. Impact ophalen door informatie te verzamelen en deze informatie zichtbaar maken. De informatie vertalen naar social media, nieuwsbrieven etc. Data uit Google Analytics gebruiken om informatie op de website nog scherper te krijgen en de stappen vaan aanvragen doen nog korter en duidelijker maken.

Donaties + financiering vergroten

Om het bestaansrecht van MMA te garanderen moet er met een frisse blik naar nieuwe donateurs worden gezocht. Dit wordt ondersteund door prikkelende content die ervoor zorgt dat nieuwe donateurs zich willen aansluiten bij onze missie.

Meer online engagement

Ook online willen we een sterke positie en meer engagement. Een grote speler in dit spel is de kwaliteit van de content. Deze moet komend jaar worden verbeterd en naar een nieuw niveau worden getild. Denk hierbij aan professionele fotografie en betere begeleiding van de lokale coördinatoren.

Versterkte communicatie & content lijn tussen MMA en LC's & BC's

De Lokale Coördinatoren (LC's) & Buurtcomité's (BC's) spelen een grote rol in het bereik van de Buurtfondsen. Om hier optimaal gebruik van te maken, moet de communicatielijn geoptimaliseerd worden tussen communicatie MMA en de comité's. Nieuwe verwachting moeten duidelijk geschept worden in het aanleveren van beeldmateriaal, nieuwe samenwerkingspartners maken en manieren om de missie en visie verder te verspreiden.

Buurtfonds events naar een volgend niveau tillen

De functie van de buurtfonds events kan verder worden benut om nieuwe samenwerkingspartners aan ons te binden die onze visie delen, en mensen te bereiken die de buurtfondsen nog niet kennen.