Beleidsplan 2026-2028



MENSEN
MAKEN
AMSTERDAM

Inhoud

Inleiding 4

Onze werkwijze 6

Onze missie en visie 12

Organisatiestructuur 14

Waar we vandaan komen en waar we naartoe willen 16

Onze veranderstrategie: hoe wij bijdragen aan verandering 19

Focusgebieden 2026-2028 22

Activiteitenkader: onze bijdrage aan een sterkere buurt 24

Onze positie in het ecosysteem 30

Financiele strategie 2026 - 2028 32

Inzicht in waardecreatie 34

Marketing en communicatie: communicatiestrategie 2026-2028 36

Bijlage 1: toelichting op de begroting 40

Bijlage 2: bronvermelding 42

Colofon:
September 2025, Stichting Mensen Maken Amsterdam
Vormgeving: **JSBdesign**
Omslagfoto: **Kirsten van Santen**

Inleiding

Amsterdam staat van oudsher bekend om haar tolerantie, creativiteit en gemeenschapszin. Veel bewoners gaat het voor de wind, zijn tevreden en onze stad kent een hoge levensstandaard. Ondanks dat, kampen alle buurten met grote uitdagingen. Groeiende kloven tussen arm en rijk en oud en nieuw zetten de verhoudingen op scherp en niet iedereens stem wordt gehoord. Oplossingen vanuit de politiek bereiken niet altijd de haarvaten van onze buurten. Het is tijd voor een beweging van onderop met meer vertrouwen in bewoners. Want zij weten het beste wat hun buurt nodig heeft.

Mensen Maken Amsterdam (MMA) is de overkoepelende stichting van de zeven buurtfondsen in Amsterdam. We financieren en ondersteunen bewonersinitiatieven die in de haarvaten van de samenleving maatschappelijke meerwaarde creëren. Wij pionieren op het gebied van participatief financieren en geven vanuit radicaal vertrouwen.

Uitgegroeid van een enkel buurtfonds tot een familie van buurtfondsen met stadsbrede uitwisseling van middelen, kennis, netwerk en onderlinge betrokkenheid, versterken we het sociale weefsel in heel Amsterdam. Al 10 jaar dragen onze buurtfondsen bij aan meer verbondenheid, meer begrip onder Amsterdammers en vergroot eigenaarschap over hun buurt.

We zien dat Amsterdammers onze buurtfondsen steeds beter weten te vinden. De vraag naar middelen voor buurtinitiatieven groeit en het aantal aanvragen dat wij ontvangen neemt ieder jaar toe. Terwijl we trots zijn dat Amsterdammers zich graag tot ons wenden, legt dit ook druk op onze organisatie. Onze persoonlijke werkwijze vraagt veel sensitiviteit, vertrouwen en aandacht van ons team en onze vrijwilligers.

Om hieraan te kunnen blijven voldoen, en om tegemoet te komen aan de groeiende vraag, bouwen we voortdurend door aan ons netwerk van ecosysteempartners en cofinanciers.

De afgelopen jaren heeft MMA zich samen met de Gemeente Amsterdam en een groot aantal partnerfondsen en -organisaties ingezet om bewonersinitiatieven te ondersteunen en de lokale democratie te versterken. Het voortzetten en verdiepen van deze relaties stelt ons in staat om onze rol in het ecosysteem te blijven uitvoeren, positie in te nemen als hèt instaploket voor buurtinitiatieven, onze bedrijfsvoering te verduurzamen en blijvende maatschappelijke meerwaarde te creëren.

Wat hebben we bereikt*?

100
Amsterdammers jaarlijks als vrijwilligers betrokken, meer dan 500 in totaal

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

7
buurtfondsen opgericht en draaiend

50 tot 70
buurtcomitévergaderingen per jaar

3091
aanvragen ontvangen

1479
toekenningen aan buurtprojecten gedaan

€ 2.167.840
projectbudget verdeeld in Amsterdamse buurten

* sinds 2014

Onze werkwijze

Mensen Maken Amsterdam ondersteunt kleinschalige initiatieven in de buurt, samen mét de buurt. Dit doen we door projecten financieel te ondersteunen, en door kennis en netwerk te verbinden aan bewoners. De methode is simpel én doeltreffend: bewoners weten het beste wat er nodig is in hun directe omgeving en verdelen daarom zelf geld voor projecten die de buurt mooier, groener, socialer of veiliger maken. De doorwerking van deze werkwijze is vele malen groter dan de realisatie van de projecten alleen, het heeft een katalyserend effect op het gevoel van eigenaarschap en de onderlinge verbinding in de buurt. Bij Mensen Maken Amsterdam staat de kracht vanuit de verschillende Amsterdamse wijken centraal.

Die betrokkenheid is hard nodig. Sociaal isolement, polarisatie en eenzaamheid zijn een groeiend probleem, ook in Amsterdam. Ruim 15 procent van de Amsterdammers voelt zich chronisch eenzaam, 38 procent heeft regelmatig last van eenzame gevoelens. (Gemeente Amsterdam, 2023). Het vertrouwen van Nederlanders in de overheid bevindt zich op een dieptepunt. Bijna de helft van de Nederlanders (43%) vindt dat de overheid onvoldoende naar burgers luistert en bijna 60% vindt dat de politiek onvoldoende opkomt voor mensen zoals zij (SCP, 2024).

Wij geloven dat juist in een tijd waarin we als maatschappij met grote uitdagingen worstelen, onderlinge betrokkenheid en gemeenschapszin van cruciaal belang zijn. Persoonlijke ontmoetingen en uitwisseling van ervaringen leiden tot meer begrip, ook als er verschillen zijn. Dit begint in de haarvaten van de stad. Door de persoonlijke aanwezigheid van de lokale coördinatoren en vele vrijwilligers van MMA in de wijk, bereiken we de Amsterdammers die vaak moeilijk hun weg vinden naar de gevestigde financieringsmogelijkheden. De diverse samenstelling van onze buurtcomités maakt deze benaderbaar en toegankelijk voor Amsterdammers met een veelvoud aan achtergronden en perspectieven.

> ***“De systeemwereld denkt nu nog vaak: wat een schattige bewonersinitiatieven, leuk zo’n moestuintje op de hoek. Maar er zijn in Nederland duizenden moestuintjes op de hoek van de straat. Vaak werken dit soort initiatieven domeinoverschrijdend. Een moestuin voegt groen in de wijk toe, maar gaat ook eenzaamheid tegen. Al die initiatieven samen, daar gebeurt het. Daar wordt eenzaamheid opgelost, daar krijgt de energietransitie vorm.”*** (Ziegler & Gautier, 2023)



En met succes: het aantal aanvragers dat voor het eerst ergens een aanvraag doet is inmiddels (2024) meer dan de helft. Denk hierbij aan mensen met een migratie- of vluchtelingenachtergrond, ouderen die een digitale drempel ervaren, ongedocumenteerden die het subsidie- of fondsensysteem niet kunnen gebruiken of kennen, of Amsterdamse jongeren die zich afvragen of de aangeboden ondersteuning wel voor hen bedoeld is.

We zijn er ontzettend trots op om het ‘instapfonds’ te zijn voor bewoners die zoeken naar een manier om hun initiatief mogelijk te maken. Deze eerste stap is vaak cruciaal voor bewoners om in actie te komen. Geld verdelen mét de doelgroep vraagt om transparantie, radicaal vertrouwen en een veilige omgeving met ruimte voor meerstemmigheid. In de praktijk betekent dit volledige autonomie van de lokale comités vanuit de overtuiging dat zij het beste in staat zijn te bepalen welke projecten in hun buurt een bijdrage kunnen gebruiken. Snelle besluitvorming, simpele procedure, weinig administratie en laagdrempelige verantwoordingseisen dragen hier verder aan bij.

Naast de doorwerking van de projecten die worden ondersteund is de werkwijze van besluitvorming met de buurtcomités op zichzelf ook van toegevoegde waarde. Door de diverse samenstelling komen tijdens de vergaderingen verschillende perspectieven bij elkaar, die elkaar anders niet zouden spreken. Om goed en autonoom te functioneren is een solide ondersteuning (in zowel backoffice als desgewenst advies) en professionele bedrijfsvoering vanuit de stichting een voorwaarde.

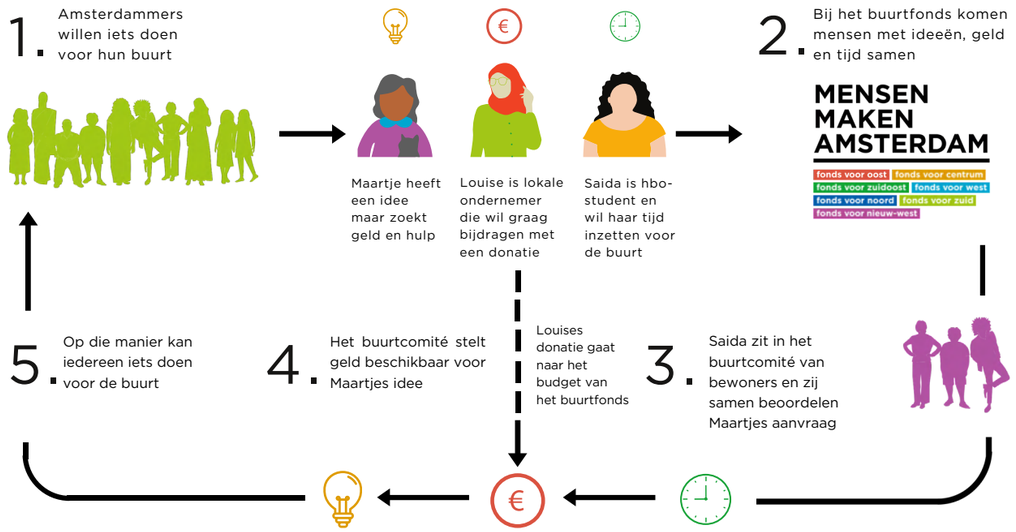
Het uitgangspunt van ‘participatory grantmaking’ (zie kader) is internationaal een begrip, Nederland loopt daarop nog achter. Mensen Maken Amsterdam geldt inmiddels als expert op dit gebied, en deelt die kennis graag en actief door het land om zoveel mogelijk gemeenschappen hierbij te ondersteunen en te adviseren.

In dit beleidsplan beschrijven we hoe we de komende jaren ervoor zorgen dat iedereen in de stad bekend is met Mensen Maken Amsterdam als dé verbindende schakel voor de buurt. Ook lichten we uit hoe we de zichtbaarheid van de gesteunde initiatieven en lokale initiatiefnemers vergroten, onder meer via een online platform. We maken de maatschappelijke meerwaarde van ‘Participatory Grantmaking’ zichtbaar en herkenbaar, zodat zowel overheid, fondsen, lokale bedrijven en betrokken particulieren ons duurzaam blijven ondersteunen.

“If you want to be a true professional, you will do something outside yourself, something to repair tears in your community, something to make life a little better for people less fortunate than you. That’s what I think a meaningful life is. One lives not just for one’s self but for one’s community.”

(Bader Ginsburg, 2016)

Hoe werkt een buurtfonds?



Wat is ‘Participatory Grantmaking’?

In het licht van een zich terugtrekkende overheid nemen burgers in toenemende mate de verantwoordelijkheid om zelf iets voor hun directe leefomgeving te betekenen en zich in te zetten om een maatschappelijk vraagstuk aan te pakken.

Hier zijn vaak kosten aan verbonden en om die te kunnen dekken wordt vaak beroep gedaan op fondsen. Deze fondsen werken vaak op een traditionele manier: aanvragen worden getoetst aan vooraf opgestelde beleidscriteria, waarna al dan niet een donatie wordt toegekend.

Bij ‘participatory grantmaking’, ofwel participatief financieren, werkt dat anders: Participatory Grantmaking geeft beslissingsbevoegdheid over financiering – inclusief de strategie en de criteria achter de besluitvorming – aan de doelgroepen die de financiers willen dienen. Door het actief betrekken van de begunstigde doelgroepen in het verdelen van de middelen ontstaan gemeenschapsfondsen - een democratisch financieringsmodel dat beter aansluit bij de behoeften van bewonersgroepen dan traditionele filantropische structuren. Er zijn verschillende vormen en gradaties mogelijk. Ieder gemeenschapsfonds zal een vorm moeten vinden die het beste aansluit bij de behoeften van de te ondersteunen gemeenschap.

Deze gemeenschapsfondsen zijn onderdeel van de groeiende beweging van burgerparticipatie en democratie van onderop en kunnen helpen om lokale gemeenschappen weerbaarder te maken door minder afstand tussen aanvragers en beoordelaars. Waar reguliere fondsen vaak gebruikmaken van beoordelaars die deskundig zijn op een of meer van de aandachtsgebieden, maken gemeenschapsfondsen gebruik van ervaringsdeskundigen uit de gemeenschap zelf. Ook kunnen gemeenschapsfondsen een springplank zijn voor kleinere initiatieven die nog niet in aanmerking komen voor reguliere financiering. Met hulp van lokale gemeenschapsfondsen kunnen kleine initiatieven veilig experimenteren en bij succes doorgroeien. Daarom zijn gemeenschapsfondsen een noodzakelijke aanvulling op het bestaande aanbod binnen het financieringsstelsel (Social Finance Matters, 2023, LSA, 2024).

De kenmerken van Participatory Grantmaking op een rij:

- ‘Niet over ons zonder ons!” - Besluitvorming met en door de begunstigden.
- Vergroting van de invloed van lokale filantropie.
- Democratisering van het financieringsstelsel.
- Verschuiving van macht naar lokale gemeenschappen.



De uitdagingen van morgen vragen om gemeenschapskracht en gedeelde verantwoordelijkheid.

Een stad waar bewoners elkaar kennen en steunen, in elke buurt. Waar jongeren trots zijn op hun wijk en actief bijdragen. Waar nieuwkomers zich binnen een maand thuis voelen. Waar ouderen hun wijsheid delen en gewaardeerd worden.

Een stad waar bewoners niet wachten op de gemeente maar zelf aan de slag gaan. Waar ambtenaren partners zijn, geen poortwachters. Waar democratie niet eens in de vier jaar gebeurt maar elke dag.

Een stad waar de energietransitie geen bedreiging is maar een kans. Waar groene investeringen de buurt versterken in plaats van verdringen. Waar duurzaamheid en rechtvaardigheid hand in hand gaan.

De urgentie is groot. Elke dag dat we wachten, verliezen we vertrouwen, verdiepen we kloven, verspillen we potentieel. In elke Amsterdamse buurt bruist het van ideeën, energie en betrokkenheid. We mogen loslaten, infrastructuur en vertrouwen bieden in de kracht van de gemeenschap.

Mensen Maken Amsterdam is niet zomaar een organisatie. Het is een beweging die laat zien wat de resultaten zijn als je het ‘anders’ durft te doen. Een beweging van bewoners die geloven dat zij zelf de verandering kunnen brengen en bijdragen aan de samenleving van morgen.

Sluit je aan als je die Amsterdammer bent die gelooft dat het anders kan. En weet dat de kracht ligt in haar bewoners. Want zij weten het beste wat de buurt nodig heeft.

Kyra van Hoof
Directeur Mensen Maken Amsterdam en trotse Amsterdammer

Onze missie en visie

Missie

Onze missie is om Amsterdammers in staat te stellen in hun eigen buurt bij te dragen om deze mooier, beter, socialer en leuker te maken. MMA werkt vanuit participatory grantmaking, een methode waarbij inwoners zelf bepalen wat hun buurt nodig heeft en zelf beslissen over de besteding van middelen. Bewoners die willen meebeslissen, kunnen zich aanmelden voor een buurtcomité en bewoners met een goed idee kunnen een aanvraag doen. Amsterdammers die graag hun buurt willen steunen kunnen een donatie doen aan hun buurtfonds.

Visie

Onze visie is een stad waarin iedere bewoner toegang heeft tot financiering, netwerk, ondersteuning en kennis om vanuit actief burgerschap en maatschappelijke betrokkenheid op hun eigen manier bij te dragen aan de stad. Mensen Maken Amsterdam ondersteunt op verschillende manieren en vervult hierin een financierende, verbindende, faciliterende, adviserende en actief begeleidende rol. Als familie van buurtfondsen zijn we wendbaar, werken we vraaggericht en kunnen we in urgente tijden bijsturen om directe noden in de stad te ondervangen. Zo stellen we bewoners in staat om deelgenoot te worden van wat er speelt in hun buurt.

Onze kernwaarden*:

Vertrouwen ***Respect*** ***Integriteit***

Ruimte voor eigenheid ***Groei***

Verbinding ***Empathie*** ***Optimisme***

Ontwikkeling ***Transparantie*** ***Openheid***



* uitkomsten strategische sessies vrijwilligers, team en externe stakeholders



Het team bestaat uit:
Kyra van Hoof - Directeur
Ailbhe Cunningham - Hoofd buurtfondsen en vrijwilligers
Saroda Mitrasing - Coördinator data en procedure
Jonathan Szegedi - Coördinator development
Odessa Schraa - Coördinator community development

Lokale coördinatoren per fonds:
Kay de Vries - Oost
Floor Matla - Zuid
Stefanie Caton - Centrum
Soumeya Bazi - Nieuw-West
Dylan Bakker - Zuidoost
Milou Elbersen - West
Hanane Abaydi - Noord

Het bestuur bestaat uit:
Erik van Ginkel - Voorzitter
Zita Luna - Secretaris
Michele Durojaiye - Penningmeester
Melchior Bussink - Algemeen bestuurslid

Organisatiestructuur

Het kernteam
Stichting Mensen Maken Amsterdam is de organisatie achter de Amsterdamse buurtfondsen en is verantwoordelijk voor het beheer en werving van de middelen, communicatie en administratieve en inhoudelijke ondersteuning. Het team bestaat uit een directeur, hoofd buurtfondsen, coördinator development, coördinator communicatie en een bureaumedewerker.

De flexibele schil
Het kernteam wordt ondersteund door freelancers met een doorlopende opdracht. Zo werken we op projectbasis samen met ervaren adviseurs en eventproducenten voor het realiseren van onze kennisevents of het begeleiden van strategische sessies. Ook willen we in 2026 een coördinator jongerenprojecten en een junior content creator aantrekken om onze inspanningen op gebied van jongerenparticipatie in goede banen te leiden.

De buurtfondsen
Elk buurtfonds wordt geleid en aangestuurd door een lokale coördinator. Zij voorzien in de dagelijkse leiding van het buurtfonds inclusief het organiseren en voorzitten van vergaderingen. Zij zijn het aanspreekpunt voor alle buurtcomitéleden en koppelen regelmatig terug naar het kernteam. Hun aanspreekpunt in het kernteam is het hoofd buurtfondsen, dat hen met raad en daad ondersteunt.

De vrijwilligers
Elk buurtfonds beschikt over een eigen buurtcomité dat de aanvragen beoordeeld en tijdens de vergaderingen beslist welke aanvragen wel en niet worden gehonoreerd. Deze vrijwilligers zijn allemaal sterk verbonden met hun desbetreffende buurten, meestal via een woon- of werkrelatie. We hechten veel waarde aan een diverse samenstelling van de buurtcomités en letten bij de samenstelling op een evenredige representatie van verschillende perspectieven en achtergronden.

Het bestuur
De stichting kent een vierkoppig bestuur wat opereert op afstand en een uitgebreid mandaat heeft afgegeven aan de directeur. Het bestuur houdt toezicht op de bedrijfsvoering en stuurt bij waar nodig. In 2026 zal de termijn van een algemeen bestuurslid aflopen en zullen wij op zoek gaan naar twee nieuwe algemene bestuursleden. Op de middellange termijn willen we overgaan naar een Raad van Toezicht – model met een directeur-bestuurder.

Governance
Mensen Maken Amsterdam is een ANBI en voldoet aan de jaarlijkse publicatieverplichtingen. Op de website zijn tevens de bestuurs- en directieregelementen gepubliceerd. In deze beleidsperiode zal de stichting zich oriënteren op aansluiting bij een passende brancheverenigingen.

Veilige cultuur
Bij Mensen Maken Amsterdam hechten we veel waarde aan het creëren van een veilig, inclusief en integer klimaat voor iedereen die voor en met ons werkt. Dit is essentieel voor het werk dat wij doen en om gezamenlijk onze missie te vervullen. Hiervoor hebben we in 2023 een gedragscode en meldprocedure opgesteld voor iedereen die betrokken is bij Mensen Maken Amsterdam. Daarnaast is er een extern vertrouwenspersoon verbonden aan de organisatie.

Waar we vandaan komen

2011
Het idee van ‘Geven aan Amsterdam’ wordt ingebracht in de raad en is aanleiding voor onderzoek naar een Amsterdamse Community Foundation

2014
‘Fonds voor Oost’ wordt opgericht met hulp van het Prins Bernhard Cultuurfonds, Amsterdams Fonds voor de Kunst en Woningcorperatie Ymere

2016
De betrokken fondsen steunen de plannen om uit te breiden naar andere delen van Amsterdam

2018
Fonds voor Noord, Fonds voor Zuidoost en Fonds voor Nieuw-West opgericht

2019
Fonds voor Zuid en Fonds voor West worden opgericht
Gemeente Amsterdam wordt partner vanuit democratisering

2020
Oprichting Stichting MMA
Met zes buurtfondsen 200 projecten voor bijna € 300.000 ondersteund.

2021
Met de oprichting van Fonds voor Centrum is de familie van Amsterdamse buurtfondsen is compleet!

Nu
Bijna 1500 buurtprojecten ondersteunt met meer dan 2 miljoen euro in totaal!

2028

Waar we naartoe willen

In 2028 staan wij bekend als hét instaploket voor elke Amsterdammer die iets goeds wil doen voor hun buurt, en zijn we kennis-expert op het gebied van participatief financieren. We delen onze ervaring en expertise op regionaal en (inter)nationaal niveau. Tevens stellen wij ons lokaal beschikbaar als beheersorganisatie voor gelijksoortige initiatieven die Amsterdammers in staat stellen bij te dragen aan een mooiere, socialere en duurzame buurt.

We investeren de komende jaren in de volgende professionaliseringsslag van de organisatie met een duidelijkere uitstraling, meer aanwezigheid in het publieke domein en efficiëntere organisatie-inrichting. Met een versimpelde structuur en duidelijkere communicatie willen we nog beter vindbaar en benaderbaar worden. Er komt een nieuw online platform met kennisbank en netwerkmogelijkheden. Vanuit dit centrale platform maken we zichtbaar wat er op lokaal niveau speelt en brengen we initiatiefnemers met elkaar in contact. Door in de toekomst nog vaker persoonlijk in de buurt aanwezig te zijn op de plekken waar het ertoe doet, willen we nog meer eerste aanvragers aantrekken en ondersteunen bij het realiseren van hun initiatieven.



Favoriet van Nieuw-West:
Buurtfilmproject ‘Vertical’

De bewoners van woontoren Amsterdam Vertical hebben in drie dagen met (amateur) Filmwerkgroep Blepo de film ‘Vertical’ gemaakt. Op 22 maart ging deze in première in Theater De Sloot, waarbij 60 buurtbewoners genoten van deze korte film.

- **Aantal betrokken vrijwilligers:** 30
- **Aantal aanwezigen:** 60
- **Locatie:** Theater de Sloot

Bekijk de trailer

“Bewoners gaven aan trots te zijn op de film. Ze hebben elkaar een beetje leren kennen en een aantal van hen waren nog nooit bij Theater De Sloot en De Sering geweest. Er zijn ideeën ontstaan voor nieuwe gezamenlijke activiteiten met de buren.”

- initiatiefnemer

Onze veranderstrategie:
Hoe wij bijdragen aan verandering

- We versterken **eigenaarschap** in de buurt, **democratiseren** het financieringsstelsel en lobbyen voor **herverdeling** van geld en macht in de stad.
- We vullen het gat tussen gemeentelijke regeling, particulier vermogensfonds en bedrijfsleven door **middelen uit verschillende stromen te bundelen** en participatief te herverdelen.
- We richten ons op **startende buurtinitiatieven** in de pioniersfase en helpen jonge organisaties met hun organisatievraagstukken.
- We staan in **constante uitwisseling** met andere lokale, regionale en (inter)nationale community foundations die we vanuit onze internationale pioniersrol adviseren en ondersteunen.
- We bereiken steeds **meer eerste aanvragers uit de buurt** die met hun initiatief bijdragen aan meer ontmoeting en verbinding, doordat we in de haarvaten van de buurt dicht bij de bewoner staan.
- Door ons **intensieve persoonlijke contact** dragen we bij aan andere vormen van bemiddeling zoals **informeel doorverwijzen**, **aanhaken van kennispartners** uit het ecosysteem en laagdrempelig **verbinden van buurtbewoners**.



Theory of Change - Mensen Maken Amsterdam

"Radicaal vertrouwen in bewoners" - Visie 2026 en verder

LANGETERMIJN VISIE

Amsterdam als inclusieve stad waar alle bewoners eigenaarschap voelen over hun leefomgeving. Iedereen kent MMA als dé verbindende schakel voor de buurt - iedereen kan bijdragen en hét startpunt voor nieuwe initiatieven die op zoek zijn naar geld, kennis of netwerk.

ZICHTBAARHEID & BEREIK

- Online platform als representatie voor buurtinitiatieven
- Transparante meerwaarde per buurt
- 50%+ nieuwe aanvragers

MEERWAARDE

- Effect op 'brede welvaart' inzichtelijk
- Participatory grantmaking: model voor democratisering
- Katalyserend effect op gemeenschapszin

STERKE POSITIONERING

- Eén herkenbaar MMA merk stadsbreed (geen losse fondsen)
- Onderscheidend t.o.v. andere buurtfondsen (Postcode loterij, Unívé)

FINANCIËLE DUURZAAMHEID

- Structurele gemeentelijke steun(25%)
- Fondsen & stichtingen (40%)
- Particulieren & bedrijven (30%)
- Mensen Maken Nederland (5%)

ONLINE PLATFORM

- Transparant systeem per buurt
- Showcase van alle projecten
- Direct online doneren mogelijk
- Inspiratie voor nieuwe initiatieven

BEGELEIDING & TOEGANKELIJKHEID

- Spreekuren in alle buurten
- Kennis-events en workshops
- Persoonlijke ondersteuning
- Focus op bereik en ondersteuning moeilijk bereikbare groepen

AMBASSADEURSNETWERK

- Oud-comitéleden blijven betrokken
- Sleutelfiguren versterken netwerk
- Verbreding draagvlak
- Kennis- en netwerkdeling

KENNISDELING & CONSULTANCY

- Mensen Maken Nederland
- Expertise participatory grantmaking
- Samenwerking LSA, netwerk Gemeenschapsfondsen NL & ECFI

KERNACTIVITEITEN - PARTICIPATORY GRANTMAKING

Microgrants
- Tot €1.500 per project
- Continue aanvragen
- Simpele procedure
- Kwalitatieve verantwoording

Buurtcomités
- 10 vrijwilligers per buurt
- Autonome besluitvorming
- Afspiegeling van de buurt
- Trainingen & ondersteuning

Lokale Coördinatoren
- Aanspreekpunt per buurt
- Begeleiding aanvragen
- Verbinding in de buurt
- Kennisdeling faciliteren

Events & Verbinding
- Pitch-events
- Jaarlijks eindejaarsfeest
- Netwerkevenementen
- Community ontwikkeling

Impactmeting
- Professioneel onderzoek
- Kwantitatief en kwalitatief
- Doorwerking inzichtelijk
- Verantwoording partners

PARTNERS & MIDDELEN (€850.000 jaarlijks voor volwaardige inzet)

Gemeente Amsterdam:
Structurele steun vanuit Democratisering (25%)

Fondsen & Stichtingen:
Private fondsen, familie-stichtingen, AFK (40%)

Bedrijven & Particulieren:
Nieuw Amsterdams Verbond, Rabobank, lokale ondernemers, donateurs (30%)

Samenwerkingen:
OBA, Vrijwilligerscentrale Amsterdam, FindNFund (in natura)

KERNPRINCIPE:

"Radicaal vertrouwen in bewoners" - Bewoners weten zelf het beste wat hun buurt nodig heeft en verdelen daarom zelf het geld voor projecten in hun directe omgeving.

HUIDIGE IMPACT:

- 1300+ projecten ondersteund voor €2 miljoen
- 7 buurtfondsen actief in alle stadsdelen
- 70+ actieve buurtcomitéleden, 10.000+ betrokken bewoners

UITDAGINGEN:

- Financiering niet structureel (loopt af eind 2025)
- Intensieve persoonlijke begeleiding vereist veel capaciteit
- Positionering t.o.v. andere buurtfondsen onduidelijk

Focusgebieden 2026-2028

Community development & sociaal weefsel

- We blijven **beleidsvrij financieren** vanuit radicaal vertrouwen om bewoners met een idee voor hun buurt in de initiatieffase (de Jong, 2025) te steunen.
- **We brengen initiatiefnemers met elkaar in contact** via ons nieuwe platform, zodat zij netwerk, kennis, ideeën en middelen kunnen delen.
- We zijn **in de buurt aanwezig** om bewoners met een goed idee te motiveren en inspireren om een aanvraag in te dienen bij hun buurtfonds.
- **Onze vrijwilligers zijn onze ambassadeurs** in de stadsdelen en willen naast besluit-vorming breder bijdragen vanuit hun eigen netwerk en expertise.
- We brengen **lokale initiatiefnemers in beeld** die door storytelling andere bewoners kunnen inspireren en laten zien wat er mogelijk is met een bijdrage aan hun buurtidee.

Kennisdeling vanuit onze plek in het ecosysteem

- We **organiseren regelmatig workshops**, kennis- en netwerkevents voor (nieuwe en bekende) initiatiefnemers.
- We **testen en implementeren alternatieve manieren van aanvragen** (video- en live pitches, aanvragen in meerdere talen, speciale aanvraagrondes voor jongeren).
- We **delen onze ervaring**, best practices, netwerk en inspirerende initiatieven via ons nieuwe platform.
- We delen en **wisselen onze kennis uit** met andere bewonersfonds-initiatieven in en buiten Amsterdam
- We **werken nauw samen met andere fondsen en financiers** om onze kweek-vijver beschikbaar te stellen en bestaande en nieuwe initiatieven een zachte landing te bieden in vervolgtrajecten en -financiering.



Favoriet van Zuidoost:
‘Holi Kleurenfestival’

Holi, ookwel Holi Phagwa is een nieuwjaars- en lentefeest welke over de hele wereld gevierd wordt door de Hindoestaanse gemeenschap. De aanvang van het seizoen van vruchtbaarheid staat centraal, en is breder bekend door de kleurige poeder die op elkaar wordt gegooid.

- **Aantal betrokken vrijwilligers:** 30
- **Aantal aanwezigen:** 1000
- **Locatie:** Kraaiennest

“Op het veld was het een en al kleur en staat voor de rijke diversiteit in de gemeenschap en onder de aanwezigen. Onder deze vrijwilligers waren een aantal ex-gedetineerden, als onderdeel van hun reïntegratieproces. Het was fijn om ze erbij te hebben, zij hebben zich met veel motivatie ingezet voor het evenement.”

- initiatiefnemer



Activiteitenkader:

Onze bijdrage aan een sterkere buurt

De komende jaren werken we met een activiteitenkader om onze doelstellingen te realiseren. Vanuit deze integrale benadering nemen we naast het financieren van bewonersinitiatieven ook breder verantwoordelijkheid door in te zetten op kennisdeling vanuit onze rol als pionier op gebied van participatief financieren.

1. Buurtfondsen

Onze zeven buurtfondsen zijn de kern van Mensen Maken Amsterdam. Met een fonds in elk stadsdeel zijn we hèt instapfonds voor Amsterdammers met een goed idee voor hun buurt. Hierbij richten we ons specifiek op buurtbewoners zonder ervaring met fonds- of subsidieaanvragen en nog niet bekend zijn in het buurtnetwerk. We werken laagdrempelig, persoonlijk en in vertrouwen.

De komende jaren versterken wij de buurtfondsen door actief als goed doel in de buurt aanwezig te zijn om aan te geven en bij aan te vragen. Ook kunnen bewoners bijdragen door zich als vrijwilliger aan te sluiten bij het buurtcomité. We investeren in een vast aanspreekpunt (lokale coördinator) en bieden een vrijwilligersvergoeding om ook mensen met een kleine beurs te motiveren om zich aan te sluiten bij een buurtcommite.

Ook investeren we in onze lokale coördinatoren in de vorm van een passende vergoeding, opleidingsmogelijkheden en trainingen. Hiermee houden we vast aan bewezen praktijken en komen we de groeiende vraag naar projectbudget voor bewonersinitiatieven tegemoet.

Doelstellingen:

- **Versterken van de lokale democratie** door het participatief financieren van kleinschalige bewonersinitatieven.
- **Verbinding** tussen betrokken Amsterdammers met hart voor hun buurt en gemeenschap.
- **Bereiken en betrekken** van Amsterdammers met een afstand tot lokale overheden en gevestigde financieringsvormen.
- **Bevorderen** van eigenaarschap en betrokkenheid in de buurt.

Verwachte output:

- **6 – 8 aanvraag- en verdeelrondes** per buurtfonds per jaar.
- Tussen de **50 en 56 buurtfondsvergaderingen per jaar** (120+ contacturen buurtcomitéleden).
- Streefbudget van **€ 5000,- / 6000,- per fonds** per ronde (afhankelijk van wervingsinkomsten).
- Permanent **+/- 100 vrijwilligers actief** als buurtcomitéleden.
- Per jaar **500 aanvragen** ontvangen en behandeld.
- Percentage eerste aanvragers > **50%**.
- Percentage toekenningen > 50%, **minimaal 250 per jaar.**
- Looptijd: doorlopend **2026 t/m 2028.**

Samenwerkingen:

- **OBA-vestigingen** in alle stadsdelen als vergaderlocaties voor de buurtcomités.
- **Breed kader aan co-financiers** (lokale overheden, particuliere vermogensfondsen, lokale ondernemers en betrokken Amsterdammers).
- **Groot netwerk van sociale en maatschappelijke instellingen** in alle stadsdelen ter bevordering van het laten slagen van gesteunde bewonersinitiatieven.

2. Mokum Makers

Mokum Makers is ons nieuwe, meerjarige programma op gebied van jongerenparticipatie. Hiermee komen we tegemoet aan de vraag van jonge buurtcomitéleden en initiatiefnemers om samen meer verantwoordelijkheid te nemen voor en met de buurt. De leefwereld van jongeren staat ook in Amsterdam onder druk, onder andere door woningnood, klimaatverandering en economische- en geopolitieke onrust. Deze factoren raken jongeren extra hard en ondermijnen hun vertrouwen in de toekomst. Op lokaal niveau zijn er steeds minder plekken voor jongeren om onbezorgd op te groeien en hun talenten in te zetten waar de stad dit goed kan gebruiken. We willen zorgen dat jongeren kunnen meebeslissen over hun toekomst en hen daarom betrekken bij het vormgeven van hun directe leefomgeving. Daarom gaan we de komende jaren speciale aanvraagrondes voor buurtinitiatieven voor, met en door jongeren als aparte programmalijn integreren.

Verwachte output:

- **3 beoordelingsvergaderingen** met jongerencomité per jaar met een streefbudget van 15.000, - per ronde en per ronde (6 tot 10 jongeren per comité)
- **30 – 45** gerealiseerde jongerenprojecten (10 – 15 per ronde).
- **45 – 60** jongereninitiatieven begeleid van idee naar aanvraag (10 – 15 per aanvraagronde) met in totaal 200 – 250 contacturen.
- Door dit project stromen **15 tot 20** jongeren door naar hun buurtcomité en sluiten zich duurzaam aan in bij een diverse groep buurtbewoners in hun buurtfonds.
- Looptijd: **2026 & 2027** (bij succes en voldoende dekking, verlenging in 2028)

Doelstellingen:

- Buurtinitiatieven **voor, met en door jongeren** ondersteunen met geld, kennis en netwerk.
- Jongeren doen ervaring op met **democratisch financieren, samen tot besluiten komen en eigen kaders creëren** in de beoordeling van de jongereninitiatieven.
- **Actief benaderen, werven en begeleiden** van jongeren met een projectidee voor hun buurt, in samenwerking met jongerenorganisaties.
- **Ondersteunen en begeleiden van jongeren** binnen het aanvraagproces middels persoonlijke bijeenkomsten.

Samenwerkingen:

- Cofinanciering voor dit project komt van **Vfonds (LoketD meerjarig), Fonds21, AMVJ Fonds en Rabobank Cooporatiefonds**
- Vanuit een kader aan gedeelde doelen en ambities, werken we samen met **VSB Fonds' Pitch Parade** voor 7 edities in Amsterdam
- Begeleiding komt vanuit **lokale jongerenorganisaties** die de doelgroep goed kennen zoals Dock Jongerenwerk, StreetSmart, Vivell etc.
- Aanhaken van **lokale ondernemers** met sterke binding in de buurt en met jongeren als directe doelgroep.

3. MMA Academy

MMA Academy is onze programmalijn voor kennisdeling en professionalisering. In deze programmalijn staan twee groepen stakeholders centraal: de initiatiefnemers die bij ons aanvragen en onze vrijwillige buurtcomité leden.

We helpen initiatiefnemers met het zetten van de volgende stap door kennis-events, workshops en netwerkbijeenkomsten te organiseren. Ook bieden we persoonlijk advies en begeleiding voor herhaalaanvragers die de buurtfondsen ontgroeid zijn. Hiermee bieden we handelingsperspectief voor initiatieven in het ecosysteem, waarbij we naast het eerste financiële impuls ook helpen met een warme landing bij partners in ons netwerk. In 2025 zijn we begonnen met een eerste kennisevent als pilot voor initiatiefnemers uit ons netwerk en dit bleek met 9 aanwezige partnerinstellingen en een bereik van meer dan 70 initiatieven uit de stad uitermate succesvol. Daarom integreren we deze programmalijn vanaf 2026 structureel.

Daarnaast richten we ons op community development voor onze vrijwilligers. Bij veel van onze buurtcomitéleden leeft de wens om breder bij te dragen dan alleen door het bespreken van aanvragen. Zo is er bijvoorbeeld behoefte aan uitwisseling over beoordelingskaders, het ervaren van elkaars vergaderstijl en het bezoeken van gesteunde projecten in andere delen van Amsterdam. Tevens zijn er vrijwilligers die vanuit hun eigen expertise en professionele ervaring willen bijdragen in de basisorganisatie door bijvoorbeeld artikelen te schrijven, foto's te maken bij projecten of hun netwerk in te zetten ter versterking van onze fondsenwerving. Om deze wens tegemoet te komen organiseren we vanaf 2026 structureel twee tot drie vrijwilligersbijeenkomsten per jaar met een inhoudelijke invulling die aansluit bij de behoeften.

Door te investeren in onze initiatiefnemers en vrijwilligers houden we de vinger aan de pols en de voelsprieten in de samenleving. Deze groepen belichamen de verbinding tussen MMA en de stad en verdienen daarom speciale aandacht binnen ons activiteitenkader.

Doelstellingen:

- Tot stand brengen van **'warme overdracht'** van succesvolle buurtinitiatieven die onze buurtfondsen ontgroeid zijn.
- Faciliteren van **stadsbrede verbinding**, uitwisseling en inspiratie tussen initiatiefnemers en buurtcomitéleden.
- **Actieve drempelverlaging** voor het doen van een aanvraag door workshops op gebied van projectplan schrijven, begroting opstellen, advies voor rechtsvormen, etc.
- **Faciliteren van kennisdeling** tussen ecosysteempartners en initiatiefnemers uit ons netwerk.
- **Diepere inbedding** van onze vrijwilligers in de organisatie en meer kennisdeling tussen buurtcomitéleden onderling.

Verwachte output:

- Minimaal **2 kennis- en netwerkevents per jaar** voor 50 – 100 buurtinitiatieven met divers aanbod van partners, workshops en werksessies.
- **3000 contacturen** per jaar met (potentiële) aanvragers op basis van hun individuele organisatievraagstukken.
- **2 – 3 vrijwilligersbijeenkomsten** per jaar (op termijn naar zelfsturend model)
- Looptijd: doorlopend **2026 t/m 2028**

Samenwerkingen:

- Financieringspartners (AFK, VSB, Cultuurfonds, etc.)
- Verbindende ecosysteem partners (FindnFund, Voordekunst)
- Kennisplatforms (Katalys, LSA Bewoners)
- Locatiepartners (OBA, buurthuizen, etc.)

Doelstellingen:

- **Best practices** rondom gemeenschaps-fondsen en participatief financieren breder delen en implementeren door strategische samenwerkingen met lokale overheden en andere stakeholders.
- **Ondersteunen van LSA Bewoners** in het onderhoud en uitbreiden van een landelijk en internationaal netwerk van gemeenschapsfondsen inclusief kennisinstellingen.
- **Actieve hulpverlening** bij het opzetten van nieuwe gemeenschapsfondsen in andere Nederlandse gemeenten.

4. MMA Consultancy

In het kader van MMA Consultancy helpen we bewonersorganisaties en overheden in en buiten Amsterdam met het opzetten en organiseren van gemeenschapsfondsen en democratisch financieren van bewoners-initiatieven. Dit kan een buurt- of stadsfonds zijn of een thematisch fonds, zolang het met en vanuit behoefte van de doelgroep wordt geïnitieerd.

We delen onze ervaring op dit gebied en bieden advies en actieve begeleiding bij het oprichten van nieuwe participatieve finan-cieringsvormen. Hierbij houden we rekening met lokale accenten en bieden we maatwerk. Hierin staat de lokale behoefte en vraag van onderop centraal. Hierdoor blijven we trouw aan de kern van het participatieve model en de kracht van een lokaal fonds.

Verwachte output:

- **300 – 400 contacturen** per jaar met minimaal 10 nieuwe en bestaande gemeenschapsfondsen in Nederland
- Looptijd: **2026 t/m 2027**

Samenwerkingen:

- LSA Bewoners
- Gemeente Diemen
- VSB Fonds & Stg. DOEN
- Lilly Family School of Philantropy, University of Indiana
- VU - Center for Grantmaking Research
- European Community Foundation Initiative (ECFI)



Favoriet van Zuid:
‘Lentemarkt de Pijp’

De Lentemarkt de Pijp vond dit jaar voor het eerst plaats als buurtinitiatief. Een feestelijke markt met lokale ondernemers, muziek en ont-moetingen. Bewoners konden op een laag-drempelige manier met elkaar kennismaken met initiatieven, ondernemers en artiesten uit De Pijp. Dat is gelukt: er hing een gemoedelijke sfeer, er werden nieuwe contacten gelegd en de betrok-kenheid bij de buurt is zichtbaar vergroot.

- **Aantal betrokken vrijwilligers:** 30
- **Aantal aanwezigen:** 1000
- **Locatie:** Sarphatipark

“Buurtbewoners gaven aan nieuwe mensen te hebben leren kennen, ondernemers vertelden dat ze nieuwe klanten hebben ontmoet, en er werd volop informatie uitgewisseld over initiatieven in de wijk. Door het slechte weer waren er op dat moment net te weinig helpende handen beschikbaar om alle partytenten op tijd en veilig op te zetten. Gelukkig is dit later met extra hulp goed opgelost.”

- initiatiefnemer

Positie in ecosysteem

Bedrijven, gemeente, fondsen en bewoners doen een donatie en steunen het budget van het buurtfonds

Amsterdammers willen iets doen voor hun buurt

Het buurtcomité beoordeelt het buurtidee en stelt geld beschikbaar vanuit het buurtfonds

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

Bij het buurtfonds komen mensen met ideeën, geld en tijd samen

Kennispartners helpen initiatieven en zorgen voor inbedding

Initiatieven stromen uit en door naar vervolgfinanciering

Initiatief A heeft geld gekregen uit het buurtfonds

Initiatief B heeft advies gekregen van MMA en de buurt

Initiatief C heeft kennisgemaakt met het lokale netwerk

Andere bewoners en lokale ondernemers raken geïnspireerd en raken betrokken bij hun buurt



Financiële strategie

Omgaan met afhankelijkheden

Mensen Maken Amsterdam is als koepel van hybride fondsen grotendeels afhankelijk van vermogensfondsen, gemeentelijke subsidie en zakelijke partners. Hoewel de relaties goed zijn, beseffen wij dat zij elk hun eigen financieringsbeleid voeren waardoor we het risico van een afwijzing de komende drie jaar niet helemaal kunnen ondervangen. Wij willen deze relaties nu niet actief afbouwen, omdat dit strategisch niet wenselijk is. We hebben immers samen de buurtfondsen en MMA ontwikkeld tot waar het nu staat en willen de volgende ontwikkelstappen ook samen zetten.

Wel hebben wij handelingsperspectief nodig om risico's en op termijn onze afhankelijkheid te verminderen. Zo onderzoeken we de komende jaren de mogelijkheid van het opbouwen van onder andere stamvermogen, zetten we vol in op zakelijke werving en verkennen we de structuren van een 'vrienden van' donateursnetwerk. De nieuwe merkidentiteit is hiervoor een belangrijk instrument en creeërt momentum. Zo verbeteren we de naamsbekendheid en vindbaarheid om de buurtfondsen en MMA beter profileren als hét goede doel om aan te geven in Amsterdam.

Met het verkennen van deze mogelijkheden willen we de afhankelijkheid van particuliere vermogensfondsen op termijn verminderen en ambiëren een duurzame en gebalanceerde financieringsmix.

Omgaan met risico's

Om voldoende grip te houden op de uitgaven en bij te kunnen sturen bij tegenvallende wervingsresultaten hebben we een aantal kaders opgesteld. Zo nodig kunnen we op de volgende lastenposten ingrijpen:

1. Diensten en goederen:

Herzien van de diensten en goederen die bij derden worden afgenomen leidt tot een mogelijke besparing van 5.000 tot 25.000 euro per jaar. Ingrijpen in deze services hebben minimale effecten op de operatie en hebben daarmee de voorkeur. Momenteel herzien we al onze diensten en bekijken of we vooraf al scherper kunnen inzetten op non-profit tarieven.

2. Projectbudgetten voor de buurtfondsen:

Onze buurtfondsen kunnen uit de voeten met een jaarlijks projectbudget van 30.000 tot 50.000 euro. We streven ernaar om zoveel mogelijk budget voor de buurtfondsen beschikbaar te stellen en moeten dit ook bijstellen indien nodig. Dit zorgt voor een besparing van maximaal 140.000 euro.

Met een ingreep op de budgetten van de buurtfondsen raken we echter aan onze kernactiviteiten en leveren we in op de meerwaarde voor aanvragers én buurtcomitéleden. Deze stap zetten we daarom alleen als het absoluut noodzakelijk is om de continuïteit van de organisatie te waarborgen. Daarnaast streven we ernaar om elk jaar met een positief resultaat af te sluiten, zodat we in staat zijn om tegenvallers op te vangen.

3. Inzet capaciteit in de flexibele schil:

Een minder populaire ingreep is het bijstellen van personeelskosten in de flexibele schil. Deze leidt tot een mogelijke besparing van 15.000 tot 100.000 euro. Hier kiezen we bewust voor balans tussen kostenbeheersing en overeengekomen opdrachten. MMA streeft naar goed werk- en opdrachtgeverschap. Onze flexers zijn o.a. de lokale coördinatoren, onze voelsprieten in de buurten. Het terugschroeven of bijstellen van hun uren leidt tot beperkte uitvoering van hun opdracht. Deze stap zetten we daarom alleen wanneer andere ingrepen onvoldoende resultaat opleveren.

"Bij Mensen Maken Amsterdam komt het geld direct bij de mensen terecht. En er wordt gecureerd door een commissie bestaande uit mensen uit diezelfde buurt. We dragen Amsterdam Noord een heel warm hart toe, dat is waar we zitten als bedrijf en ik heb er ook een tijd gewoond. Ik zie echt dat Mensen Maken Amsterdam van grote waarde is hier. Het is een heel mooi initiatief, een goed voorbeeld van hoe sociale cohesie zou moeten werken. Het maakt me trots als Amsterdammer."

- Marinus Huige, Factor 50 (partner van Fonds voor Noord)

Inzicht in waardecreatie

De komende drie jaar gaan we een methode ontwikkelen en testen die zichtbaar maakt hoe wij waarde creëren. We kiezen er bewust voor om hierin onze eigen weg te bewandelen en geen gebruik te maken van kant-en-klare oplossingen, omdat die doorgaans zwaar leunen op kwantificeerbare effecten en cijfermatige gegevens.

Het gaat ons niet om het meten en vergelijken, maar om het inzichtelijk en ervaarbaar maken van hoe wij waarde toevoegen aan de samenleving. We mijden bewust het begrip impact omdat dit over de afgelopen jaren een zeer veel gebruikt containerbegrip zonder eigen betekenis is geworden, waarover er in het wetenschappelijke discours (Ormiston, 2021) en in de praktijk (Hadad & Gauca, 2014) geen consensus bestaat. In plaats daarvan richten we ons op het inzichtelijk maken van ons mechanisme van waardecreatie op een manier die past bij onze activiteiten. In het ontwikkelen van onze methode staan de komende drie aspecten centraal:

1. Hoe halen we gegevens op bij onze stakeholders?
2. Hoe gaan wij met deze gegevens om, tegen welk model of raamwerk gaan we dat eiken?
3. Hoe geven we hier taal aan?

Doel van dit proces is om een steekhoudende methode te ontwikkelen die recht doet aan de complexiteit van het vraagstuk en daarin kwantitatieve en kwalitatieve aspecten samenbrengt, zonder inherente rangschikking. Hierin gaan we uit van de zogenaamde Imperative to Justify, een sociologisch model dat stelt dat er in vrijwel elke situatie van menselijk contact voortdurend de noodzaak bestaat om het eigen handelen uit te leggen. De uitleg kan vervolgens vallen in een aantal mogelijke waardedomeinen (Boltanski & Thevenot, 2006).

Inhoudelijke leidraad is een set van kernwaarden die we het afgelopen jaar samen met een brede groep stakeholders hebben geformuleerd: **Vertrouwen, respect en verbinding.** Of we met onze activiteiten volgens deze kernwaarden handelen, eiken we op drie stakeholder-niveaus: De **Initiatiefnemers**, de **buurtfondsen** (inclusief comitéleden) en **Amsterdammers** in het algemeen, met name deelnemers van gesteunde projecten. Dit zetten we af tegen de waardedomeinen waarin wij voornamelijk actief zijn: Het **civiele domein** (het veerkrachtig houden van lokale gemeenschappen, versterken van de lokale democratie, etc.), het **interpersoonlijke domein** (het tegengaan van eenzaamheid, het wegnemen van vooroordelen, etc.) en het **denkbeeldige domein** (het bedenken van nieuwe initiatieven, het je kunnen inbeelden van alternatieve toekomstbeelden, etc.).

Hierdoor ontstaat een driedimensionale matrix met 3 x 3 x 3 punten. Door aan elk punt een kwalitatieve vraag te verbinden en de antwoorden op de vragen vervolgens kwantitatief te analyseren, maken we inzichtelijk hoe we bij onze verschillende stakeholder groepen meerwaarde toevoegen. Over de voortgang van dit proces rapporteren we de komende jaren regelmatig in onze jaarverslagen.



“Ik vond geen aansluiting in mijn eigen buurt en besloot zelf iets op te zetten dat ook anderen zou helpen. Inmiddels zijn er creatieve bijeenkomsten, waarbij we gesprekken openden over vrouwelijkheid en verschillende perspectieven. Ik merk dat het heel belangrijk is om naar voren te stappen in wat je belangrijk vindt en in wat je kunt. Het project is nog volop in ontwikkeling, maar de behoefte is duidelijk groot. Veel vrouwen ervaren, vooral door hun rol als moeder, weinig ruimte voor zichzelf. Mijn doel is om een vaste locatie te realiseren waar vrouwen met en zonder kinderen terechtkunnen. Een plek waar creativiteit en samenwerking centraal staan.

Mensen Maken Amsterdam stonden ook voor ons klaar als het ging om begeleiding. Voor iedereen die ook een buurtinitiatief wil starten: begin gewoon! De steun van organisaties zoals MMA laat zien dat goede ideeën altijd ruimte vinden om te groeien, en vaak met minder moeite dan je denkt.”

- Yvana Muradin, The Woman’s Cave: voor vrouwen in Nieuw-West



Marketing en communicatie:

Communicatiestrategie 2026 - 2028

Mensen Maken Amsterdam werkt aan een stevige en cruciale groeifase. Met een bewezen trackrecord in participatief financieren en een groeiende vraag naar onze diensten, is het tijd om te transformeren naar hét zichtbare instaploket voor buurtinitiatieven. Deze strategie richt zich op het versterken van onze positie, het versterken van ons mechanisme van waardecreatie en het realiseren van duurzame groei in zowel bereik als financiering.

Door te focussen op authentieke verhalen, community development en strategische partnerships, transformeren we van een verzameling van buurtfondsen met een beperkt zichtbare community naar de partner in het ecosysteem van buurtinitiatieven en lokale betrokkenheid in Amsterdam.

Onze belofte: In 2028 kent elke Amsterdammer MMA als hét instaploket voor buurtinitiatieven, en zijn we hét voorbeeld voor participatief financieren in Nederland.

MMA positioneert zich als:

- **De democratische schakel:** Waar bewoners zelf bepalen wat hun buurt nodig heeft
- **Het vertrouwde instapfonds:** Voor eerste aanvragers en onbekende initiatiefnemers
- **De verbindende kracht:** Die verschillende Amsterdammers verbindt via buurtinitiatieven
- **De kennispionier:** Op gebied van participatief financieren in Nederland

"Bij Mensen Maken Amsterdam komt het geld direct bij de mensen terecht. En er wordt gecureerd door een commissie bestaande uit mensen uit diezelfde buurt. We dragen Amsterdam Noord een heel warm hart toe, dat is waar we zitten als bedrijf en ik heb er ook een tijd gewoond. Ik zie echt dat Mensen Maken Amsterdam van grote waarde is hier. Het is een heel mooi initiatief, een goed voorbeeld van hoe sociale cohesie zou moeten werken. Het maakt me trots als Amsterdammer."

- Marinus Huige, Factor 50 (partner van Fonds voor Noord)

Onze communicatie draait om drie pijlers:

Vertrouwen

"Wij geloven in de kracht van bewoners"

- Radicaal vertrouwen in buurtinitiatieven
- Autonomie van lokale comités
- Menselijke maat en persoonlijke benadering

Verbinding

"Samen maken we Amsterdam mooier"

- Ontmoeting tussen verschillende Amsterdammers
- Bruggen slaan tussen arm en rijk, oud en nieuw
- Van idee naar community

Verandering

"Kleine acties, grote betekenis"

- Democratie in de haarvaten van de stad
- Van onderop beweging met effect tot bovenaan
- Pioniers in participatief financieren

Doelgroepen

1. Eerste Aanvragers

- Wie: Amsterdammers met een buurtidee en geen tot weinig ervaring met het aanvragen van fondsen.
- Kenmerken: Divers, verschillende achtergronden, digitale drempel mogelijk.
- Motivatie: Willen iets goeds doen, weten niet waar te beginnen.
- Communicatiestrategie: Hyperlokaal, vertrouwend, laagdrempelig.

2. Particuliere donateurs

- Wie: Betrokken Amsterdammers, 35-65 jaar, middenklasse+.
- Kenmerken: Maatschappelijk bewust, trots op hun stad/buurt.
- Motivatie: Willen bijdragen aan lokale verbinding.
- Communicatiestrategie: focus op meerwaarde, relateerbare verhalen, transparantie.

3. Lokale ondernemers

- Wie: MKB ondernemers met binding met Amsterdam/specifieke wijk.
- Kenmerken: Ondernemen vanuit maatschappelijke betrokkenheid.
- Motivatie: Willen zichtbaar bijdragen aan hun lokale omgeving.
- Communicatiestrategie: Partnership-gericht, business case, merkopbouw.

4. Potentiële vrijwilligers

- Wie: Betrokken Amsterdammers die meer willen doen.
- Kenmerken: Willen zich lokaal inzetten, weten wat er speelt in de buurt.
- Motivatie: Meebeslissen, community building, betekenis.
- Communicatiestrategie: Empowerment, community, betrokkenheid met betekenis.



Ontwikkelingen op hoofdlijnen:

- Lancering nieuw platform en merk-identiteit Q1.
- Start vaste medewerker communicatie (3 dagen per week) en content creator voor specifieke zichtbaarheid rondom Mokum Makers en ‘projecten in beeld’.
- Uitwerken meerjarige strategie en doelen formuleren in lijn met nieuwe wervings-beleid voor aanvragers, donateurs en vrijwilligers.
- Offline zichtbaarheid verbeteren in de buurt, ludieke laagdrempelige campagnes testen in Noord, Nieuw-West en Zuidoost.
- Focus op aanscherpen en intensiveren strategie rondom particuliere donateurs en lokale ondernemers.

Partners

Komende jaren zullen we in samenwerking met verschillende partijen onze communicatie en (online) aanwezigheid verbeteren. Hiervoor hebben we partnerships met de volgende partijen:

- WijStudio (Ontwikkeling nieuwe identiteit).
- Digital Natives (Ontwikkeling online platform).
- FindNFund & Orchestra Charity Office (Verbetering aanvraagflow en backoffice procedure).

Media

Als buren van Publieke Omroep Amsterdam (AT5, Salto, FunX) zoeken we actief de verbinding op voor meer zichtbaarheid van onze initiatieven en werkwijze. Hiervoor zijn we voortdurend in gesprek met de hoofdredacties. Er wordt specifieke aansluiting gezocht vanuit de invalshoek ‘positief nieuws uit de stad’. Tevens hebben we nauw contact met de redacties van buurtkranten die graag willen schrijven over de projecten die wij steunen.

Verwachte output

- **Digitale transformatie:** in samenwerking met Digital Natives realiseren we een nieuw online platform met projectkaart, een database met verhalen en documentatie van projecten en praktische tips en tools voor aanvragers en initiatiefnemers.
- **Gestroomlijnde communicatie:** in samenwerking met WijStudio doorgaan we een rebranding traject en ontwikkelen we een nieuwe en gestroomlijnde communicatie-strategie. Met een vernieuwde identiteit en benaderbare uitstraling wordt de communicatie duidelijker en de drempel om aan te vragen nog lager.
- **Groei in naamsbekendheid:** met onze nieuwe uitstraling en nieuw online platform verwerven we bekendheid bij steeds meer Amsterdammers en wordt de verhouding tussen de buurtfondsen en MMA als beheersorganisatie duidelijker.
- **Groei in percentage eerste aanvragers:** we positioneren ons als instapfonds en brengen het percentage eerste aanvragers geleidelijk naar boven de 50%. Van deze eerste aanvragers willen we middels goede begeleiding minimaal de helft kunnen toekennen.
- **Groei in donaties afkomstig van particulieren en lokale ondernemers:** via gerichte communicatiecampagnes vergroten we onze bekendheid onder betrokken ondernemers en Amsterdamse particulieren met filantropische aanleg. De komende drie jaar willen we het dekkingspercentage uit donaties laten groeien naar 30% - 35%.

Bijlage 1:

Toelichting op de begroting

De bijgevoegde begroting geeft inzicht in onze financiële structuren en is opgesteld op basis van wat we nodig hebben om goed te functioneren. Onze jaarbegroting heeft een omvang van ongeveer 1 miljoen euro en met onze activiteiten bereiken we jaarlijks 90.000 - 100.000 Amsterdammers. Met slechts 0.0013% van het Amsterdamse BBP (stand 2023) bereiken we een op de tien Amsterdammers. Van onze totale bestedingen komen 80% ten goede aan directe projectkosten en 20% aan beheerskosten en algemene exploitatiekosten. Dit toont de efficiëntie van onze werkwijze aan en laat zien dat we onze middelen effectief en doeltreffend besteden.

Een gezonde financieringsmix

We streven naar een gezonde financieringsmix waarin we verschillende inkomstenstromen bundelen. Publieke en private middelen komen bij ons samen vanuit overheidssubsidies (25%), particuliere vermogensfondsen (55%), bijdragen uit het lokale bedrijfsleven en particuliere donaties (samen 20%). Op de middellange termijn hebben we de ambitie om het percentage inkomsten uit het lokale bedrijfsleven en particuliere donaties te laten groeien naar 30 – 35%. Hiervoor zetten we in op een merkidentiteit vanaf 2026 met een nieuwe uitstraling en bijbehorende communicatiestrategie om beter vindbaar te zijn voor personen en bedrijven die willen bijdragen.

Oog voor goed werkgeverschap

We hechten veel waarde aan goed werkgeverschap, Inclusief een marktconform salaris en opleidings- en doorgroeimogelijkheden. De salarissen van onze medewerkers in dienst hebben we daarom jaarlijks geïndexeerd met een inflatiecorrectie. Ook is er in de begroting rekening gehouden met kosten voor werknemersverzekeringen bij verzuim door ziekte en een pensioensbijdrage. Dit heeft betrekking tot het kernteam van MMA, bestaande uit een directeur, een hoofd buurtfondsen, een fondsenwerver, een communicatiemedewerker en een bureaumedewerker. Daaromheen zit een flexibele schil bestaande uit 9 freelancers met doorlopende kleinere opdrachten, waarvan 7 lokale coördinatoren van de buurtfondsen, een coördinator development en partnerships en een content creator. Ook voor hen hebben we in de begroting rekening gehouden met een eerlijke vergoeding met een jaarlijkse inflatiecorrectie. Deze flexibele schil kan op projectbasis worden aangevuld door externe inhuur waar nodig.

Stabiele buurtfondsen

Op termijn is de ambitie om het besteedbare projectbudget van de buurtfondsen te laten groeien naar 50.000 euro per fonds per jaar, om mee te bewegen met de groeiende vraag en voldoende projecten (toekennings-

percentage >50%) te kunnen realiseren. Hoewel een kleiner projectbudget voor de buurtfondsen werkbaar is, willen we vasthouden aan de ambitie om de budgetten te laten groeien. Daarnaast hebben we structureel budget gereserveerd voor speciale verdeelrondes voor jongeren en het organiseren van kennis-evenementen. We zullen marktconforme vrijwilligersvergoedingen hanteren voor de buurtcomitéleden die compensatie voor hun inzet wensen. Het lezen en beoordelen van aanvragen vraagt aandacht en tijd welke we graag tegemoetkomen, zeker met de ambitie om onze buurtcomités een afspiegeling van de buurt te laten zijn.

Overig

Alle goederen en diensten die wij bij derden afnemen, zijn geïndexeerd met een jaarlijkse inflatiecorrectie van 3%. De werkzaamheden van MMA zijn vrijgesteld van BTW en de begroting is daarom opgesteld inclusief BTW.

Bijlage 2:

Bronvermelding

Arnoldus, M. & Social Finance Matters. (2024). Participatory Grantmaking voor transities van onderop. Geraadpleegd op 18 augustus 2025, van https://cms.doen.nl/uploads/Participatory-Grantmaking-voor-transities-van-onderop.pdf

Boltanski, L., & Thévenot, L. (2006). On justification: Economies of Worth. Princeton University Press.

Fernandez, R. (2010). 'Fundraising In Your Own Back Yard: Inviting Clients to Be Donors'. Grass roots Fundraising Journal, Mar/April 2010.

Gemeente Amsterdam. (2023). De Staat van de Stad Amsterdam XII. In Onderzoek & Statistiek. Geraadpleegd op 18 augustus 2025, van https://onderzoek.amsterdam.nl/artikel/gezondheid-en-welzijn-in-cijfers-2024

Ginsburg, R. B., Hartnett, M., & On, W. W. (2016). My Own Words. Simon and Schuster.

Hadad, S. and (Drumea) Găucă, O. (2014), "Social impact measurement in social entrepreneurial organizations", Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society, Vol. 9, No. 2, pp. 119-136.

LSA Bewoners, Social Enterprise NL, Van Marissing, E., & Boeije, M. (2021). Kapitaal voor de Buurt. Geraadpleegd op 18 augustus 2025, van https://www.lsabewoners.nl/wp-content/uploads/2022/11/Kapitaal-voor-de-buurt-toegang-tot-financiering-voor-bewonersbedrijven.pdf

Rosso, H. (2015 [1991]) 'A Philosophy of Fundraising', In E. R. Tempel, T. L. Seiler and D. F. Burlingame (eds) Achieving Excellence in Fundraising, Hoboken, NJ: Wiley.

Sociaal Cultureel Planbureau. (2024). Burgerperspectieven 2024. Geraadpleegd op 18 augustus 2025, van https://www.scp.nl/binaries/scp/documenten/publicaties/2024/12/30/burgerperspectieven-2024-bericht-3/Burgerperspectieven+3e+editie+2024.pdf

Ziegler, F., & Gautier, T. (2023). Een wereld van gemeenschappen.