

## **Informatie:**

**Aanvrager:** 5.1, 2, e , 5.1, 2, e , 5.1, 2, e Amsterdam Zuid-Oost

**Activiteit:** 'Better Together'

**Periode:** 15 feb 2018 tot en met 15 Juni 2018

**Plaats:** Buurthuizen PBAZO(Programmabureau Amsterdam Zuidoost), Amsterdam zuidoost

### **Activiteiten waarvoor u subsidie aanvraagt:**

#### **Better Together**

*Om verbinding te stimuleren zullen we het project 'Better Together' opzetten. Het doel van dit project is om hechte vriendschappen te doen ontstaan en nieuwe verbindingen tot stand te brengen.* Dit willen wij doen door mensen te matchen aan de hand van karaktereigenschappen en interesses. Even helemaal los van uiterlijke kenmerken en het geslacht. Deze mensen zullen we dan activiteiten van de buurthuizen (hier zal later verder over uitgeweken worden) aanbevelen om laagdrempelige ontmoetingen te bewerkstelligen.

Amsterdam telt 853.312 inwoners (30 april, 2017, bron: CBS). Iedereen heeft zijn eigen kring van sociale contacten. Dat zijn er, relatief aan de hoeveelheid mogelijke sociale contacten (alle inwoners van Amsterdam), nooit echt heel veel. Volgens een theorie van de Britse antropoloog 5.1, 2, e kun je uiterlijk 150 mensen in je hersenen opnemen als vriend. Maar stel je even voor dat naast die vrienden een gemiddeld persoon ook zoveel kennissen, familie, en collega's heeft dat diegene in zijn of haar netwerk op de 1000 contacten (uit amsterdam) komt. In Amsterdam zou dat betekenen dat deze persoon nog steeds 852.312 mensen niet kent. De kans dat er iemand rondloopt in deze grote groep mensen waar hij of zij echt goed mee overweg kan is dan vrij groot.

In ons leven op aarde zijn er een heleboel mensen die we nooit ontmoeten of waarbij we de kans niet krijgen om met ze in gesprek te gaan, om verschillende redenen. Soms komen mensen niet met elkaar in contact omdat ze gewoon geografisch van elkaar gedistantieerd zijn. Soms komen mensen niet met elkaar in contact omdat hun verschillende culturen afkomst, geslacht, geaardheid, geloof, normen en waarden ze van elkaar distantiëren, en er bijvoorbeeld nooit een gelegenheid voor wordt geboden. Echter zou het heel goed kunnen zijn dat er iemand tussen die gigantische groep mensen zit waar je potentieel beste vrienden mee had kunnen zijn omdat het gewoon heel goed had geklikt tussen jullie (die je dan nooit ontmoet). Hoe bijzonder zou het zijn als jouw persoonlijkheid zou worden vergeleken met de persoonlijkheden van een gigantische groep mensen om jou vervolgens

te vertellen wie die ene persoon is uit de duizenden die het beste bij je past? Misschien is het inderdaad wel iemand vanuit een cultuur waarvan je het nooit had verwacht.

Het project *Better Together* wilt hier voor zorgen. Verbindingen tot stand brengen die leiden tot mogelijk hechte vriendschappen, en mogelijk ook nog dialoog en begrip stimuleren. Gemeenschappelijke persoonlijke interesses en passende karaktereigenschappen van mensen zullen als criteria gehanteerd worden bij de realisatie van een match. Een belangrijk aspect hierin is dus dat wij vleeskeuring wegnemen. Mensen worden niet afgewezen of gekozen op hun uiterlijk. Men wordt puur op basis van inhoud gematcht en uiterlijk speelt geen rol. Zo willen we de kans vergroten dat er diepe en hechte vriendschappen ontstaan, niet gebaseerd op oppervlakkigheden. Vervolgens als twee mensen aan elkaar verbonden zijn, willen we ze een “excuus” geven om elkaar in het echt te ontmoeten. We zullen activiteiten/ evenementen van de buurthuizen in zuidoost aanbevelen op basis van hun eigen voorkeuren. Het effect hiervan is dat ze samen laagdrempelig (kost vaak geen geld, is niet ver reizen, etc) elkaar kunnen ontmoeten en samen activiteiten kunnen ervaren waar ze in eerste instantie al heen wilde. (maar hierover in alinea “uitvoering” meer)

In samenwerking met **5.1, 2, e** (Programmabureau Amsterdam-Zuidoost), beheerder van 5 buurthuizen en 1 multicultureel businesscentrum in Amsterdam-Zuidoost, zal dit project worden uitgevoerd. Aan de hand van de activiteiten die daar beschikbaar zijn zullen we onze matches aanbevelingen doen voor laagdrempelige ontmoetingen in de buurthuizen. In een samenleving waarin mensen steeds meer geïsoleerd raken gaan wij graag een tijd tegemoet waar de mentaliteit is: *‘Better Together’*.

## **Uitvoering**

Wij willen nieuwe vriendschappen stimuleren door mensen met elkaar te koppelen die inhoudelijk bij elkaar passen om samen naar een evenement te gaan. Maar hoe gaat dit in haar werk?

### ***promotie en werven van deelnemers.***

Aan de hand van verschillende manieren worden deelnemers geworven voor dit project. Om te starten worden zoveel mogelijk mensen, die naar de buurthuizen van **5.1, 2, e** gaan, op de hoogte gebracht van het project *‘Better Together’*. In de gebouwen van **5.1, 2, e** wordt dit gedaan met behulp van posters (Zie bijlage 1), borden en op de digitale beeldschermen die

het nieuws binnen de buurthuizen vermelden. De site van **5.1, 2, e** heeft een nieuwskop waarop zal worden aangegeven wat het project 'Better Together' inhoudt, wanneer het van start gaat, en welke lijst van activiteiten zijn aangesloten bij dit project.

- Verder zullen we de posters ophangen bij alle lokale supermarkten in zuidoost, de metrostations en overal waar veel publiek loopt.
- Daarnaast willen we het project ook promoten via andere online kanalen. We zullen inschrijvingen werven via facebook promoties met de link naar het inschrijfformulier.
- De inschrijflink zullen we ook naar onze hele sociale contacten netwerk toesturen.

### ***Matching Process.***

Mensen die open staan om in contact gebracht te worden met iemand die heel goed bij ze past zullen vervolgens het inschrijfformulier (zie bijlage 2 ) invullen zodat wij een profiel hebben van alle deelnemers. Mensen vullen in: hun interesses, hun persoonlijke karaktereigenschappen, karaktereigenschappen die ze fijn vinden in de omgang, en de type activiteiten waarin ze geïnteresseerd zijn zoals sport, kunst, muziek etc.. Vervolgens zullen wij de rest doen en krijgen zij bericht over wie hun match is en welk evenement wordt ze wordt aanbevolen om samen met hun match heen te gaan. Het is dan ook te zien als een 'match made in heaven'. De formulieren zullen zowel offline als online beschikbaar zijn. Offline worden de inschrijfformulier verspreid in alle buurthuizen, en aansluitend op evenementen die al in Amsterdam Zuidoost plaatsvinden zullen we mensen trachten in te schrijven. Online kunnen mensen zich inschrijven via de site: [www.compagnion.nl](http://www.compagnion.nl) .

Op de lijst van aangesloten activiteiten op de Pbazo website zal dan ook een verwijzing staan naar: [www.compagnion.nl](http://www.compagnion.nl). Zodoende kunnen mensen die graag naar een evenement toe willen gaan en iemand zoeken om mee te gaan, zich aanmelden.

Nadat mensen met elkaar in contact zijn gebracht, wordt als nazorg een mail toegestuurd met de vraag hoe zij de match hebben ervaren. Zo kunnen we meten hoeveel nieuwe vriendschappen hierdoor ontstaan zijn, en wat dan ons maatschappelijk rendement is. Verder kunnen we aan de hand van de feedback het proces verbeteren.

Afhankelijk van hoe het project verloopt, kunnen we het project doortrekken naar andere stadsdelen in Amsterdam en Nederland en meer organisaties hierbij betrekken.

## **Kickoff van het project met een better together diner.**

We willen dit project groots starten met een buddy diner. Hierbij nodigen we mensen uit de buurt uit, om onder het genot van wat live muziek te dineren. Tijdens deze avond wordt het concept van 'Better Together' geïntroduceerd, en zorgen we ervoor dat mensen die daar aan de tafels zitten te dineren het formulier kunnen invullen van better together. Zo zorgen we ervoor dat er al een ruime groep mensen bestaat die naar de evenementen toe gaat en gekoppeld kan worden. Tijdens die avond willen we een aantal leuke dingen doen met de gasten. We willen LIVE matches gaan presenteren gedurende de avond. Zo zullen we de profielen van de aanwezigen met elkaar matchen en ze die avond nog omroepen. Zij zullen gelegenheid krijgen tijdens de avond om elkaar op te zoeken en met elkaar in gesprek te gaan. Wij zullen op de tafels conversatie kaarten plaatsen waarop gespreksonderwerpen staan om het gesprek te stimuleren. Denk aan: 'Wat zou je doen als je een dag burgemeester was van amsterdam?' of 'waar kun jij nou heel hard om lachen?'. Ook willen we wat spellen spelen met een aantal koppels als ijsbrekers. Denk aan 30 seconds of hints. Verder willen we ervoor zorgen dat er vanuit verschillende instanties ondersteuning komt voor de programmering van de avond. Zo zien we bijvoorbeeld het Danspaleis als goede optie. Zij kunnen ondersteunen door met de aanwezigen te dansen en een voorstelling te verzorgen met hun team. Een steelband uit de buurt zou kunnen optreden. Zo hopen we een mooie invulling aan de better together diner te kunnen geven. Dit zou dan een basis vormen voor het mooie project: "Better Together". Wij zullen de mensen aan het einde van de avond vragen wat ze ervan vonden en of ze benieuwd zijn wi hun match zou zijn in een veel grotere groep mensen zodat we ze nog een evenement in het buurthuis mogen aanbevelen voor een ontmoeting met hun match.

## **Positieve bijkomstigheid.**

### eenzaamheid aanpak.

Eenzaamheid is een probleem die in alle takken van de maatschappij zich voordoet. Uit GGD-onderzoek blijkt dat in Amsterdam 300.000 mensen zich eenzaam voelen en 80.000 Amsterdammers zich zelfs 'ernstig eenzaam' voelen.

Het project Better Together dient een mogelijke oplossing aan voor dit probleem als bijkomstigheid van onze aanpak. Wij zorgen ervoor dat de drempel verlaagd wordt voor mensen om verbonden te worden met mensen die bij ze passen. Hierdoor is het ook toegankelijk voor degene die niet zo goed zijn in het leggen van nieuwe contacten. Dit is geen zeligheidsproject. Het project is er om ervoor te zorgen dat een ieder verbonden kan

worden met die persoon die het meest bij ze past en daarmee hechte vriendschappen aan te wakkeren. Echter is er een positieve bijkomstigheid waar wij ons zeer bewust van zijn. Doordat dit een project is waar iedereen graag aan meedoet wordt het stigma weggenomen dat bestaat over deelnemen aan een buddyprojecten zoals die van het OranjeFonds. Hiermee zorgen we ervoor dat men zonder zich te schamen voor anderen kan worden gekoppeld aan nieuwe mensen. Wij hopen dat op deze manier de drempel verlaagd wordt voor mensen om de stap te nemen om uit hun isolement te komen.

### **Doelgroep(en):**

1 Mensen die nieuwsgierig zijn naar wie die ene persoon is die het meest bij ze past. Klaar zijn met oppervlakkige vriendschappen en eens gematcht willen worden met iemand die ECHT bij ze past. We willen door deze mensen te verbinden de cohesie bevorderen.

2:De mensen die net naar die ene activiteit toe willen waar niemand van hun vrienden heen kan en graag nieuwe mensen leert kennen.

3: De mensen die graag naar evenementen en activiteiten willen, maar geen vrienden of vriendinnen hebben om mee naar een evenement te gaan. Deze doelgroep is heel ruim, aangezien in alle leeftijden eenzaamheid voorkomt. De doelgroep is echter wel 18+ om minderjarigen in bescherming te nemen.

4: De Buurthuizen van PBAZO, de toestroom van mensen die naar de hun evenementen gaan vergroten. Hierdoor is de bezettingsgraad van evenementen en activiteiten hoger en wordt er voor gezorgd dat bewoners meer in contact komen met elkaar in het buurthuis.

5: Gemeente Amsterdam. Door mensen de mogelijkheid te geven om uit hun sociale isolement te komen door met andere mensen naar een evenement te gaan, zorgt dat ervoor dat deze mensen een kennis -en/of vriendenkring kunnen opbouwen. Bij problemen en tegenslagen is deze persoon niet alleen aangewezen op professionele zorg of ondersteuning. Daarnaast nog een hele boel andere neveneffecten van eenzaamheid waar de gemeente geen omkijken meer naar zal hebben. Dit project biedt ook de mogelijkheid om dialoog en ontmoetingen tussen verschillende groepen mensen te bewerkstelligen. Het effect hiervan is meer begrip voor elkander met als resultaat een verbetering van de leefbaarheid.

## **Doelen, resultaten en bijdrage aan de gebiedsagenda**

1: Mensen helpen aan duurzame vriendschappen. Dit willen we bereiken door mensen te matchen aan anderen die inhoudelijk heel goed bij ze passen.

2: Betere sociale cohesie en fijner samenleven. Als mensen met elkaar kunnen praten over problemen, kwesties, ideeën, hun verschillende culturen etc voelen ze sneller met elkaar verbonden waardoor de sociale cohesie in diverse buurten binnen Amsterdam Zuidoost beter wordt en de samenleving verheerlijkt wordt.

3: Een ander doel van dit project is om eenzaamheid tegen te gaan. Door dit niet het hoofddoel te maken van dit project wordt dit geen zieligheidsproject. Mensen die behoefte hebben aan een nieuwe vriend omdat ze zich eenzaam voelen hoeven zich dan niet te schamen om zich hiervoor aan te melden. Zo kunnen zij heel laagdrempelig “vragen voor een vriend”. Mensen met elkaar koppelen en ze de mogelijkheid geven om met iemand anders op pad te gaan zorgt ervoor dat ze zich minder snel eenzaam voelen.

4: Door in contact te komen met nieuwe mensen verbreed men zijn netwerken. Hierdoor wordt de kans op armoede verminderd en wordt zelfredzaamheid bevorderd. mensen duurzame vriendschappen opbouwen.

5: Dit project draagt bij aan de bevordering van de mentale gezondheid van een hele grote groep inwoners van Amsterdam. Sociaal contact is namelijk een belangrijk aspect dat de mentale gesteldheid van de mens beïnvloedt.

6: Dit project draagt bij aan het verbeteren van het woongenot; men leert nieuwe mensen kennen in zijn eigen omgeving en creëert daarmee een grotere sociale netwerk waarin meer fysiek contact wordt bewerkstelligd. Openbare ruimtes zoals buurthuizen in dit geval krijgen een hogere toeloop van gelijkgestemde mensen, namelijk die er zijn om nieuwe sociale contacten te leggen. Dit creëert op zich weer een verbetering van die openbare ruimte.

### **Locatie**

De activiteiten gaan plaatsvinden in de Buurthuizen van PBAZO en in het multicultureel businesscentrum NoLimit. Deze activiteiten worden in samenwerking met PBAZO en andere belanghebbende organisaties georganiseerd voor buurtbewoners en andere geïnteresseerden.

- Buurthuis Holendrecht - Holendrechtplein 38
- Buurthuis Gein - Wisseloord 83
- Buurthuis Anansi - Daalwijkdreef 11
- Buurthuis Bonte Kraai - Kraaiennest 68
- Buurthuis Kwakoe - Elisabeth Cady Stantonplein 1
- Multicultureel businesscentrum Nolimit - Geldershoofd 80

#### Activiteitenplan

Stap 1: Voorwaarden en uitvoering bespreken met de buurthuizen PBAZO.

Stap 2: Alle Buurthuizen uit Amsterdam Zuidoost op de hoogte brengen en informeren over het plan.

Stap 3: Verschillende soorten activiteiten uit het assortiment van PBAZO kiezen die gebruikt kunnen worden voor het project.

Stap 4: Posters ophangen in de buurthuizen om mensen te informeren over het project.

stap 5: Online marketing via gerichte campagne voering. (Facebook, site van PBAZO, andere online kanalen van PBAZO, Bijlmerenmeer, Zuidoosttv online kanaal, Stadsdeel Zuidoost, etc)

Stap 6: Een kick-off event van het project organiseren in NoLimit met een diner. Daarna kunnen alle mensen via online, e-mail of gewoon op papier het formulier invullen met persoonlijke interesses en karaktereigenschappen. Op basis hiervan zullen de ingeschreven mensen met elkaar worden verbonden.

Stap 7: Na het evenement of activiteit wordt om feedback gevraagd om het project in nog betere banen te leiden.

#### Andere initiatiefnemers:

Gideon [redacted] 5.1, 2, e [redacted] 5.1, 2, e [redacted], 5.1, 2, e [redacted], Amsterdam-Zuidoost

5.1, 2, e [redacted] 5.1, 2, e [redacted], 5.1, 2, e [redacted], Amsterdam

Samenwerking met en ondersteuning door de buurt

**Dit project wordt uitgevoerd in samen met lokale partners en buurtbewoners zoals:**

5.1, 2, e

5.1, 2, e

5.1, 2, e, Hart voor de K-buurt

5.1, 2, e opzetter "kortvoort kanjers" & "Lekkere toet"

Buurthuis NoLimit

Buurthuis BonteKraai

Buurthuis Anansi

Buurthuis Gein

Buurthuis Holendrecht

Multicultureel centrum Ala Kondre

Krimpertplein 5, 1104 PH Amsterdam

HartvoordeKbuurt

Klieverink 073, unit A

1104 KD Amsterdam

AteliersZO

Kruitberg 1003a, 1104 CA Amsterdam-Zuidoost

BijlmerparkTheater

Anton de Komplein 240, 1102 DR Amsterdam-Zuidoost

50 jaar bijlmer

Stadsdeel Zuidoost Anton de Komplein 150 1102 CW Amsterdam-Zuidoost

Uitvalsbasis/coördinatiecentrum is

Buurtbroed&werkplaats Klieverink, Hart voor de Kbuurt

Klieverink 073

1104 KD Amsterdam

## Begroting

BEGROTING		uitleg
<p>Onderstaande kosten worden voornamelijk gemaakt ter bewerkstelling van de fysieke ontmoeting van matches. De kosten moeten gezien worden in het licht van de verlaging van de drempel van de ontmoeting en de werving van deelnemers.</p>		
<b>Uitgaven</b>		
Huur	5.1, 2, f	250*4maanden Locatie: flexplek Nolimit
Reiskosten (naar alle buurthuizen)	5.1, 2, f	<ul style="list-style-type: none"> <li>gvb-only abonnementen 5.1, 2, f erson *4maanden=5.1, 2, f</li> <li>Een van de initiatiefnemers zal constant naar de verschillende buurthuizen reizen om formulieren op te halen/af te leveren, deelnemers te werven, en om het contact met de deelnemers en buurthuizen te onderhouden. Dit is een essentieel onderdeel van deze activiteit.</li> <li>Ov-fiets. (€<sup>5.1, 2, f</sup> zie bijlage 3)*2 personen per dag *5 dagen per week * 16 weken 5.1, 2, f</li> <li>Wij verwachten dat we per doordeweekse dag één koppel kunnen sturen naar een van de activiteiten die graag gebruik zou maken van een fiets. We willen graag dat er geen drempel is voor deze mensen om elkaar te ontmoeten. Samen kunnen zij dan naar de activiteit toe fietsen.</li> <li>72 uurkaartjes voor mensen die door financiële redenen niet kunnen reizen naar activiteit en ook niet mobiel genoeg zijn om te fietsen*5.1, 2, f</li> </ul>
Promotie budget	5.1, 2, f	<p>Één van de belangrijkste onderdelen van mensen matchen is het verwerven van een hele grote poule van deelnemers. Hierdoor is de kans dat er een goede match in zit groter. Wij willen daarom het Better Together project heel intensief promoten. Onder anderen door de volgende manieren:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Facebookcampagne voor 4 maanden. geschatte dagelijkse bereik 5.1, 2, f</li> </ul>

			<p>Hiermee hopen we mensen online te benaderen die misschien vaak thuis zitten, om ze uit hun isolement te halen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Houten informatieborden (zie bijlage 5) voor in de buurthuizen die opvallen en mensen laten weten dat ze gekoppeld kunnen worden. (5.1, 2, e heeft aangegeven dat posters snel stuk gaan en niet hufterproof zijn, vandaar dat we kiezen voor borden). kosten: 5.1, 2, f</li> <li>Marketingposters, buurthuisposters, flyers, borden, filmpjes vertonen op lokale zenders zoals 1104tv 5.1, 2, f Echo, zuidoost TV (hebben we al contact mee), facebookpaginas zoals hartvoordebuur en anderen.</li> <li>Ondersteuning 5.1, 2, e diner. <ul style="list-style-type: none"> <li>Hapjes, en drankjes 5.1, 2, f</li> <li>DJ 5.1, 2, f</li> <li>Borden &amp; glazen 5.1, 2, f</li> <li>Aankleding zaal 5.1, 2, f</li> <li>Inhuur (muziek) entertainment 5.1, 2, f</li> <li>Zaalhuur 5.1, 2, f</li> </ul> </li> </ul>
kantormaterialen	5.1, 2, f		<ul style="list-style-type: none"> <li>Inkt, Papier, Inschrijfformuliertjes gedurende 4 maanden, pennen, afschrijving laptop, afschrijving printer.</li> </ul>
Website gebruiksvriendelijk maken.	5.1, 2, f		<p>Een essentieel onderdeel van dit project is dat er een website is die zó gebruiksvriendelijk is dat de drempel om mee te doen wordt geminimaliseerd. Daarvoor hebben wij de hulp ingeschakeld van een bedrijf dat gespecialiseerd is in het ontwerpen van passende sites. ( Zie bijlage 6 voor offerte ).De prijs die daar staat is 5.1, 2, f it is zonder onvoorziene kosten. mochten die er niet zijn dan kunnn zij met 5.1, 2, f uiteraard nog meer doen om de website nog beter te maken. (zij sturen nu nog een offerte die aansluit bij de huidige staat van de website).</p>

vrijwilligersbijdrages	5.1, 2, f		150 *4 personen*4maanden	5.1, 2, f
inhuur professionele krachten	5.1, 2, f		Kbuurt redactieteam voor productie spotjes, promotiemateriaal. Spreker van “Speakers Academy” voor de (zie bijlage 7 voor offerte speakersacademy)	5.1, 2, f
<b>totaal</b>	<b>5.1, 2, f</b>			
<b>Inkomsten</b>				
(verwachte ondersteuning van PBAZO)		5.1, 2, f		
<b>AANVRAAG</b>		5.1, 2, f		

Bijlage 1:

Compagnion, better together.

Wilt u een keer samen met iemand nieuws naar een activiteit? Wij verzorgen een match voor u.

Pak uw formuliertje uit de doos hieronder



Vul zorgvuldig in, vouw op, en doe het in de box.



7 dagen voor aanvang van de activiteit krijgt u van ons bericht over uw match.



## Verbindingsformulier Compagnion

Vul dit formulier zo goed zorgvuldig mogelijk in zodat wij u goed kunnen verbinden.

Naam: \_\_\_\_\_  
Telefoon: \_\_\_\_\_  
E-mail: \_\_\_\_\_



Leeftijd: \_\_\_\_ geslacht: M/V/anders

Wat zijn uw interesses?

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

Noem 3 karaktereigenschappen die u fijn vindt in de omgang.

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

Noem 3 karaktereigenschappen die u zelf beschrijven.

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

Welk evenement zou u graag bezoeken?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Vink aan om mee te doen

- Ik blijf graag op de hoogte van het project better together
- Ik ben benieuwd wie die ene persoon is die het beste bij mij past, Compagnion mag mij koppelen om naar een evenement te gaan samen met diegene.

Opmerkingen:

\_\_\_\_\_

## Bijlage 3

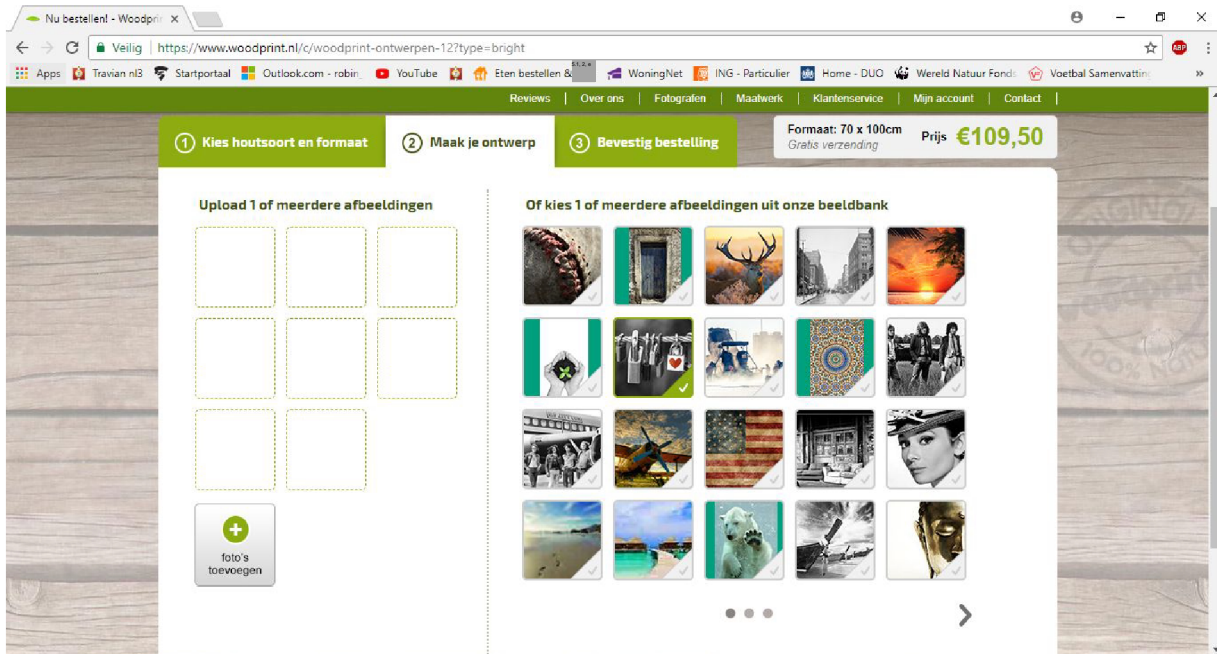
The screenshot shows a web browser window with the URL <https://www.ns.nl/deur-tot-deur/ov-fiets/>. The page features a large image of two people riding bicycles. The main heading is 'Met de OV-fiets'. Below it, the text reads: 'De OV-fiets is een gezonde en snelle manier om uw uiteindelijke bestemming te bereiken. Op bijna 300 locaties kunt u met uw OV-fietsabonnement maximaal 2 fietsen huren. Denk hierbij aan stations, bus- of metrohaltes, in enkele stadscentra en bij P+R terreinen. U betaalt slechts € 3,85 per OV-fiets per 24 uur. De fietsen staan in een bewaakte of onbewaakte stalling of in een door u zelf te bedienen fietskluis of fietscarousel. Zodat u op elk moment van de dag toegang heeft tot een fiets en uw reis kunt vervolgen.' To the right, there is a call to action: 'Bekijk waar u een OV-fiets kunt huren' with a 'Lees meer >' button. The browser's address bar and various extension icons are visible at the top.

## Bijlage 4

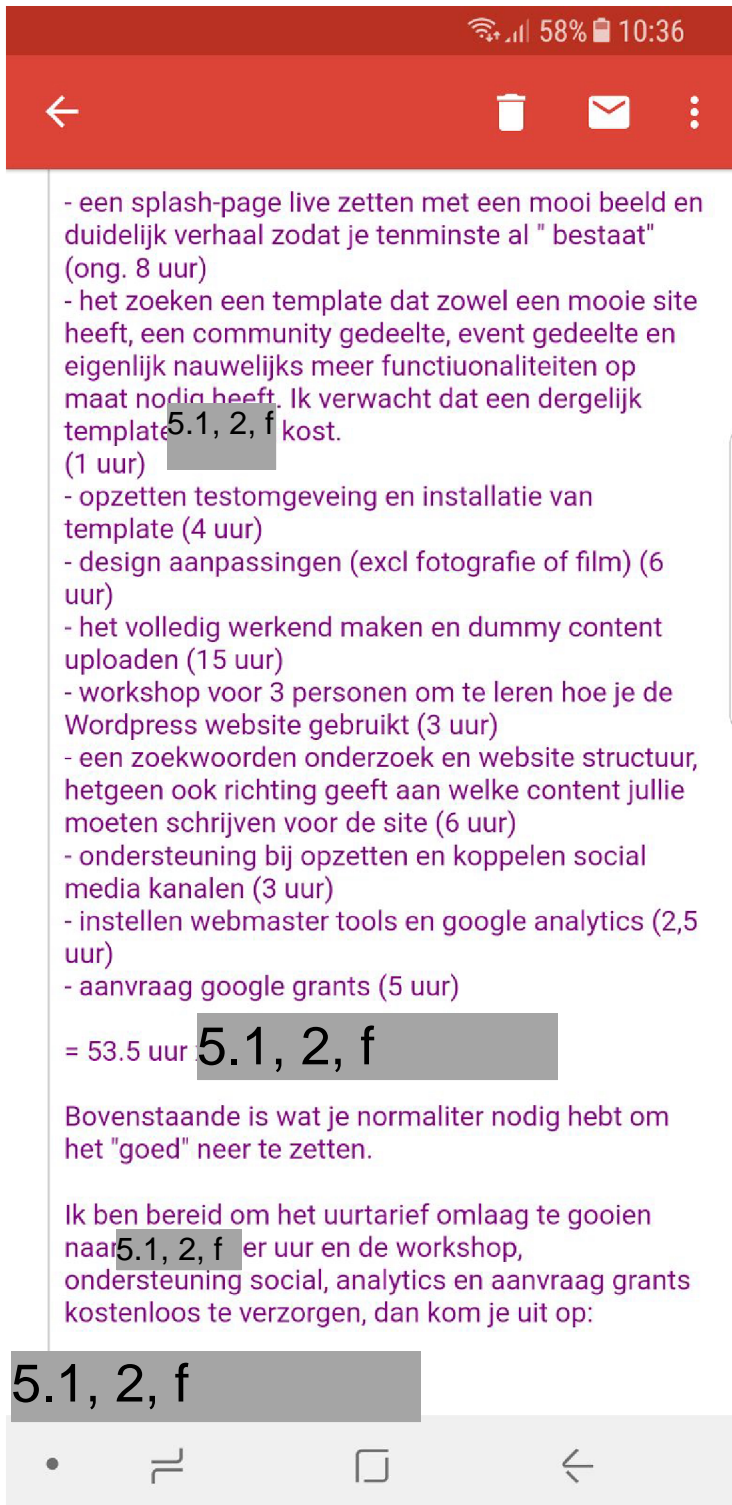
### Facebookcampagne voor 4 maanden

The screenshot displays the Facebook Ads campaign configuration interface. The 'Budget en planning' section is active, showing a 'Looptijdbudget' of € 5.1, 2, f. The 'Schema' section shows a start date of 24-1-2018 at 13:21 and an end date of 24-4-2018 at 13:21 in Amsterdam. A red warning message states: 'Deze begindatum ligt in het verleden. Begindatum resetten naar vandaag.' Below this, it says: 'Je advertentie zal eindigen op **Dinsdag 24 april 2018**. Je zult in totaal waarschijnlijk maximaal 5.1, 2, f steden.' On the right, the 'Doelgroepgrootte' section shows a gauge indicating the target audience is defined, with a 'Mogelijk bereik' of 1.200.000 personen. The 'Geschatte dagelijkse resultaten' section shows a 'Bereik' of 1.800 - 8.500.

## Bijlage 5: Houten informatiebord



## Bijlage 6: Offerte whello voor site.



- een splash-page live zetten met een mooi beeld en duidelijk verhaal zodat je tenminste al " bestaat" (ong. 8 uur)
  - het zoeken een template dat zowel een mooie site heeft, een community gedeelte, event gedeelte en eigenlijk nauwelijks meer functionaliteiten op maat nodig heeft. Ik verwacht dat een dergelijk template 5.1, 2, f kost. (1 uur)
  - opzetten testomgeving en installatie van template (4 uur)
  - design aanpassingen (excl fotografie of film) (6 uur)
  - het volledig werkend maken en dummy content uploaden (15 uur)
  - workshop voor 3 personen om te leren hoe je de Wordpress website gebruikt (3 uur)
  - een zoekwoorden onderzoek en website structuur, hetgeen ook richting geeft aan welke content jullie moeten schrijven voor de site (6 uur)
  - ondersteuning bij opzetten en koppelen social media kanalen (3 uur)
  - instellen webmaster tools en google analytics (2,5 uur)
  - aanvraag google grants (5 uur)
- = 53.5 uur 5.1, 2, f

Bovenstaande is wat je normaliter nodig hebt om het "goed" neer te zetten.

Ik ben bereid om het uurtarief omlaag te gooien naar 5.1, 2, f er uur en de workshop, ondersteuning social, analytics en aanvraag grants kostenloos te verzorgen, dan kom je uit op:

5.1, 2, f

Dit bedrijf is één van de goedkoopste in verhouding met wat ze voor ons willen doen. Prijs-kwaliteit balans is goed. En is ervaren met het bouwen van gebruiksvriendelijk maken van de site. Zij zullen ons ook de capabilities aanleren die we nodig hebben om zoveel mogelijk deelnemers naar dit project te trekken.

Bijlage 7: speakers academy.

The image shows a screenshot of the Speakers Academy website. The header includes the logo "Speakers Academy" with a graduation cap icon and the tagline "BUILDING KNOWLEDGE TO THE WORLD". The navigation bar contains social media links for Twitter (@speakersacademy) and email (info@speakersacademy.com), a phone number (+31 (0) 10 433 33 22), a wishlist icon, a language dropdown menu, and a menu icon. The main content area is partially obscured by a large grey rectangle containing the text "5.1, 2, e". On the left side, a sidebar menu is visible with the following items: "Alle categorieën", "Inzetbaarheid", "Budget", "Gestlacht", and "Videos". The "Budget" section is expanded, showing a list of price ranges with checkboxes: "€ 2.500 - € 4.999", "€€ 3.500 - € 4.999", "€€€ 5.000 - € 7.499", "€ 7.500 - € 12.499", and "€ 12.500 - € 50.000". A small grey box highlights the text "5.1, 2, f" next to the first budget option.

Hier zie je aan de rechterkant de prijzen van de sprekers wij zullen in de goedkoopste prijs-categorie iemand uitnodigen. Die tijdens de bettertogetherdiner een interactieve workshop zal geven. Wij dachten voor alsnog aan Victor Mids de illusionist. Het zou een goede trekker zijn van een grote groep mensen.