

Strategie De Buurt 2023

INPUT

Buurtactiviteiten

- 60-70 Buurtcamping en 5-10 Dagcampings
- 750 BuurtBankjes, 1 BuurtBankjesDag, 1 Week tegen Eenzaamheid
- 300 Zwaaištenen en Nationale Zwaaidag

Buurtmakers

- Verdieping huidige Buurtcampus (o.a. focus op bijeenkomsten rondom camping)
- Aanvullende Buurtcampus BuurtBankjes
- Jaarrond werving
- Lifecycle Buurtmakers
- Experiment lokale Buurtvereniging

Financieringsmix

- Werving meerjarige partnerships / financiering → focus 2024
- Acquisitieproces BC optimaliseren (jaarrond)
- Vermogensfondsen op projectbasis
- In-kind sponsoring eerder opstarten
- Donaties lokale campings

Organisatie

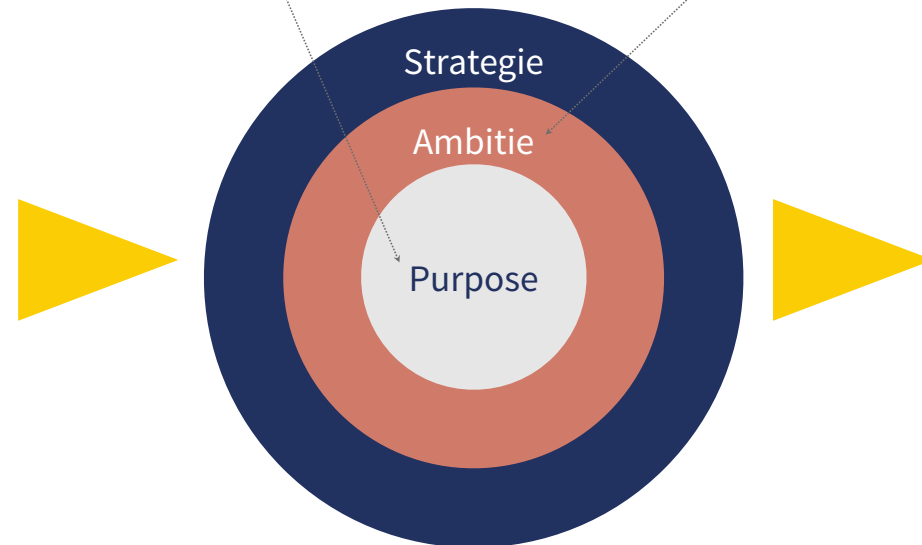
- Persoonlijke ontwikkeling
- CRM
- Raad van Advies
- Fondsentrio

Marketing en Content

- Cross-sell onder verschillende projecten
- Relatiemodel (lidmaatschappen)
- Kennis en expertise delen
- Landelijk en regionaal persbeleid

Iedereen voelt zich *thuis* in de buurt

Wij zijn de grootste *buurtbeweging* van NL



KERNACTIVITEITEN

Zoveel mogelijk *ontmoetingen* tussen verschillende buurtbewoners mogelijk maken

Werven, begeleiden en ondersteunen van *Buurtmakers*

Het ontwikkelen en ontplooiën van (nieuwe) verbindende *buurtactiviteiten*

OUTPUT

Buurtactiviteiten

- 1,1 miljoen ontmoetingen
- 1.000+ ontmoetingsplekken voor buurtbewoners
- 7.410 gezinnen die normaal niet op vakantie kunnen
- 40% wil actiever worden in de buurt
- 44% voelt zich meer thuis / gehecht

Buurtmakers

- +1.375 empowered Buurtmakers
- 90% van bestaande Buurtmakers blijft aan
- Buurtmakers voelen zich trots, gezien en gehoord

Financieringsmix

- Groei inkomsten: 3,7%
- Mogelijke groei inkomsten lokale campings

Organisatie

- Divers, stabiel en tevreden team
- Team groeit mee met ambitie
- Bedrijfsprocessen zijn geoptimaliseerd
- Medezeggenschap Buurtmakers
- Vergemakkelijking fondsaanvragen

Marketing en Content

- Relatiemodellen implementeren
- Lancering lidmaatschappen
- Via media bereiken we minimaal 8 miljoen Nederlanders
- Act Leadership Positie