

# Strategie De Buurt 2024

## INPUT

### Buurtactiviteiten

- 70-80 Buurtcampings
- 750 BuurtBankjes, 1 BuurtBankjesDag, 1 Week tegen Eenzaamheid
- 200 Zwaaienen
- Pilot nieuwe buurtactiviteit

### Buurtmakers

- Vernieuwde BuurtGids
- Buurtcampus verdiepingstraject voor meerderejaars
- Oprichting Buurtraad (RVA)
- Partnermarketing, achterban activeren van nieuwe én bestaande partners
- Vrijwilligersprogramma MVO partners
- E-mail marketing om cross-sell tussen initiatieven én groei community te realiseren

### Financieringsmix

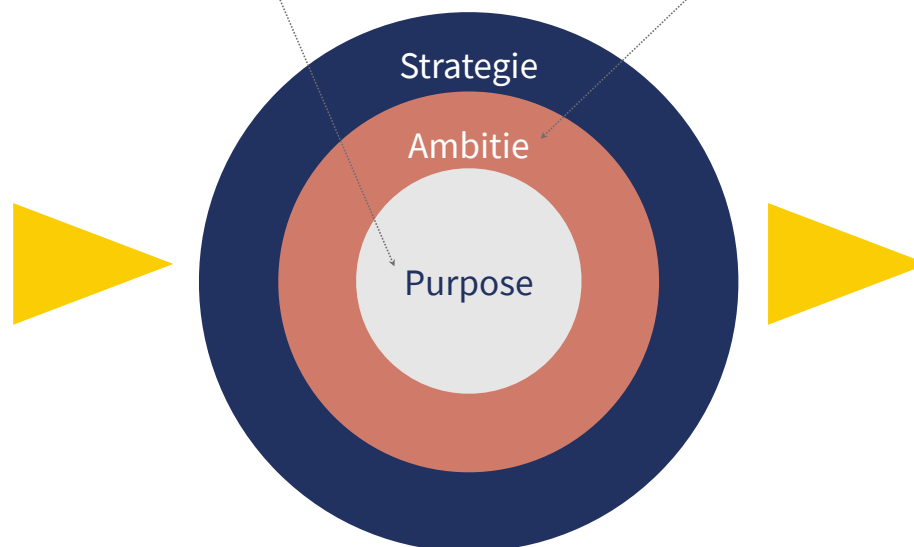
- Aangescherpt gemeente-aanbod
- Vernieuwde partnerproposities
- Donatieplan lokale Buurtcampings

### Organisatie

- Organisatiecultuur
- Klantenservice: Buurtmakersreceptie
- Optimalisatie werkprocessen
- Expertrol innemen door kennis en expertise actief te delen en contact met landelijke media te intensiveren.
- Regionaal persbeleid verdiepen en uitrollen naar alle initiatieven

Plek voor *iedereen*

De grootste *buurtbeweging* van Nederland



## 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
- 8.600 gezinnen die normaal niet op vakantie kunnen
- 40% wil actiever worden in de buurt
- 44% voelt zich meer thuis / gehecht
- 45% heeft meer oog voor burens

### Buurtmakers

- Groei naar 4.100 Buurtmakers
- 90% bestaande Buurtmakers blijft aan
- Buurtmakers voelen zich trots, gezien en gehoord

### Financieringsmix

- Groei eigen inkomsten: 20%
- Groei partnerinkomsten: 50%
- Groei eigen inkomsten lokale campings

### Organisatie

- Optimalisatie output medewerkers
- Buurtmakers worden beter en sneller geholpen
- Inspraak Buurtmakers
- Landelijke naamsbekendheid groeit d.m.v. 115 miljoen views en €1,5 miljoen aan mediawaarde