

ALTIJD IN JE BUURT

IN VERBINDING, SOCIAAL STERK EN ZICHTBAAR

06

WIE ZIJN WE VOLGENS
DE SAMENLEVING?

09

PROFILEREN BEGINT
BIJ DE UITSTRALING

14

HOE MAKEN WE
ONS ZICHTBAAR?

MEER MET MINDER
STRATEGIE MAATVAST
2022-2024

INHOUDS OPGAVE

04

MAATVAST

Sociaal, maatschappelijk, zichtbaar en verbonden.

06

WIE ZIJN WE VOLGENS DE SAMENLEVING?

'Houd je bij je kerntaak.' Dat hoorden we vanuit de gemeente. Dat is ook waar wij naartoe willen.



08

HANDIGE HULPMIDDELEN ZETTEN ONS BETER OP DE KAART

Hoe richt je bijvoorbeeld je website in? Is de website goed leesbaar?

09

PROFILEREN BEGINT BIJ DE UITSTRALING



10

WE GAAN LOCATIES INDIVIDUEEL POSITIONEREN

Versillend dus. We noemen dat diversiteit. Het blijft namelijk moeilijk om nieuwe doelgroepen binnen te halen.



12

MAATVAST ONDERSTEUNT, VERDUURZAAMT, VERBINDT EN FACILITEERT

We staan dichtbij de samenleving.

14

HOE MAKEN WE ONS ZICHTBAAR?



15

BETREK HET BEDRIJFSLEVEN ERBIJ

Zo krijg je een groter vliegwiel: Een win-win-winsituatie.

16

WERK SAMEN, CREËER SYNERGY EN BESPAAR

Je kunt activiteiten bundelen voor minder geld.

18

ZICHTBAARHEID DOOR EEN PLAATS IN TE NEMEN

We gaan vrijwilligers nog meer ondersteunen.

20

TIEN SPEERPUNTEN VOOR DE KOMENDE JAREN

22

BEN JE GEÏNSPIREERD DOOR DE STRATEGIE?

Wil je meedenken of meewerken? Meld je dan bij Maarten Askamp.



CO
LO
FON

REDACTIE

Maarten Askamp
Peter Schrauwen

TEKSTEN

Chris Mulder

VORMGEVING

Scholten Reclamestudio
Ermelo

FOTOGRAFIE

Wiebrig Krakau



MAATVAST

Krabbescheerstraat 1
2165 XG Lisserbroek

T 023 - 82 00 660
info@maatvast.nl
www.maatvast.nl



MAATVAST

SOCIAAL, MAATSCHAPPELIJK,
ZICHTBAAR EN VERBONDEN

Een sprookje of de realiteit?

Er was eens een stichting met buurt- en dorpshuizen en jongerencentra in de gemeente Haarlemmermeer. Deze club mensen staat met inzet en passie dichtbij de samenleving. Ze bieden een warm welkom en geven vertrouwen, zodat de samenleving zich bij hen thuis voelt. Deze stichting zijn wij, Maatvast. En wij stippen een nieuwe strategie uit...

- **Wist je dat we zijn opgericht in januari 2013?**
- **Wist je dat we van 19 locaties in 2013 naar 26 locaties in 2021 gingen?**
- **Wist je dat we van 35 naar 70 (veelal parttime) betaalde medewerkers in 2021 sprongen?**
- **Wist je dat we van 100 naar 370 vrijwilligers groeiden?**
- **Wist je dat we uitblinken in het verwerven van bijna 1 miljoen euro uit fondsen?**

In dit strategiedocument laten wij verschillende contactpersonen aan het woord uit de regio. Wat vinden zij belangrijke speerpunten voor de komende jaren tot aan 2024? Ook leest u hoe Maatvast zich wil positioneren. Verlenen we de juiste diensten? Zijn we vernieuwend en creatief genoeg? We schreven deze strategie voor u, de totale samenleving. Maatvast zoekt naar verbinding en verbetering. Zoekt u mee?



SPEERPUNTEN
STRATEGIE
► 01

Behaald in 2022

We hebben ingespeeld op ontwikkelingen in de wijk.

Dat deden we door:

- In gesprek te zijn met de lokale samenleving. We keken rond.
- Te zien wat er gebeurt in de wijk.
- De concrete behoefte te peilen.
- Onze netwerken te benaderen.
- Samen oplossingen te bedenken.
- Beheerders aan te sturen, zodat zij dit zelf ook kunnen (in de toekomst).



**MAATVAST ZOEKT
NAAR VERBINDING
EN VERBETERING.**

ZOEKT U MEE?



Wie zijn we volgens de samenleving?

'Houd je bij je kerntaak.'

Dat hoorden we vanuit de gemeente. Dat is ook waar wij naartoe willen. We hebben alleen structuur nodig om daar naartoe te gaan. We coördineren maar evalueren niet. We zeggen: 'de samenleving is aan zet.' Maar we organiseren en faciliteren het tóch regelmatig zelf. Hoe krijgen we de samenleving en onze partners mee om onze missie te bereiken?

Onze partners zijn vol lof over ons.

Onze partners zijn vol lof over ons. Ze vinden ons eigenwijs en creatief. Dat succes kunnen we ontlenen aan het feit dat we het wel zelf hebben gedaan. Anders ontvingen we nu minder subsidie. We willen daar naartoe waar de samenleving ons wil hebben. Als we dat gaan vertellen zijn we nog meer zichtbaar. De volgende stap zijn dan richtlijnen. Als een medewerker deze nieuwe strategie wil uitdragen, wat zijn dan de regels? Gezamenlijk gedragen werkafspraken maken je werk concreet en meetbaar. We kunnen een strategie neerleggen. Maar we moeten die strategie samen omarmen. Alleen zo maak je werkafspraken met zijn allen. Het idee is om onze locaties los te positioneren in de wijken van de Haarlemmermeer. Bij de speerpunten op pagina 20 lees je hoe we dat doen.

We moeten veel meer de samenleving in met onze locaties als basis. Daarmee bedoelen we bijvoorbeeld de doorontwikkeling van de plekken waar de samenleving met vragen terecht kan. Dat is de warme hand die veel mensen nodig hebben. Het gemeentehuis is voor veel mensen letterlijk ver weg. We moeten meer naar de mensen toe komen in de wijken en kernen. Als een echte partner in de samenleving. Mensen willen graag op weg geholpen worden. Bijvoorbeeld door een wijkagent. Dit betekent dat we nog meer maatschappelijke organisaties een plek gaan geven dan we al doen.



DE SAMENLEVING WIL BIJ ONS TERECHT KUNNEN VOOR HULP. GEEN DIGITAAL AANSPREEKPUNT, MAAR TRADITIONEEL OVER DE VLOER.



Medewerker Maatvast



Carla Beenakker
Vrijwilligster



Peter Schrauwen
Medewerker



Behaald in 2023

We hebben gezorgd voor vernieuwing en diversiteit. Dat deden we door:

- Fondsen te werven voor de vernieuwing van de panden. Daarmee zetten we de buurt- en dorpshuizen vernieuwd op de kaart.
- De jongerencentra levendig op de agenda te houden en ze meer te helpen bij de uitvoering.
- Te zorgen voor duurzaamheid in en buiten het pand (gemeentelijk beleid).

SPEERPUNTEN STRATEGIE

► 02



We willen zorgen voor diversiteit (afwisseling) op onze locaties.

Daarmee bedoelen we het (verschillende) gebruik van de ruimtes door diverse doelgroepen. Hier is ons tariefstelsel ook op ingericht. Is uw buurman er bijvoorbeeld van op de hoogte dat hij in sommige gevallen gratis gebruik kan maken van onze locaties? Dit noemen wij sociaal maatschappelijk gebruik door de samenleving. Daarnaast is het voor (niet-)maatschappelijke organisaties mogelijk om gebruik te maken van onze locaties. Dit kan tegen een (niet-)maatschappelijk tarief. U vindt concrete voorbeelden bij de 'winkel' op pagina 12.

Evalueren helpt bij het sturen.

Staat er op een locatie bijvoorbeeld een dagdeel een ruimte leeg? Dan sturen we bij. We zoeken naar manieren om onze waarde in cijfers uit te drukken. Alle partijen hebben de beste bedoelingen met de cijfers. Op basis van opbrengst kunnen we onze medewerkers beter aansturen. Zo weten we: hier beoordelen we jou en je locatie op. Wij willen daarin hetzelfde als de samenleving. Maar we dragen dat niet genoeg uit. We zijn te druk in de uitvoering. Daar ligt nog steeds onze focus. Door het meer uit te dragen zorgen we voor openheid. Vraagt men om cijfers? Dan overleggen we ze ter verantwoording. We blijven controleerbaar.





HOE DRUK JE MAATSCHAPPELIJKE WAARDE UIT IN CIJFERS?

Eveline Thesing, Clustermanager Maatvast

Handige hulpmiddelen zetten ons beter op de kaart.

Hoe richt je bijvoorbeeld je website in? Is de website goed leesbaar en voor iedereen te begrijpen op het juiste taalniveau? Vermelden we de samenwerking met onze partners voor specifieke activiteiten? Handige middelen zijn onmisbaar. Zeker in tijden van een pandemie. Hoe ga je om met maatschappelijke ontwikkelingen die de samenleving verstoren? Zoals een ramp of virus. Ben je klaar op het moment dat het nodig is?

Natuurlijk hebben wij die sociale factor. Onze partners roemen de verbindende factor tussen sociale maatschappelijke locaties. We zijn daar goed in. Maar we spreken niet onze verwachtingen en wensen uit. We mogen veel meer zeggen wat we nodig hebben. En verwachtingen uitspreken over de samenwerking met een partij. Waarom zeggen we niet tegen de gemeente wat we nodig hebben?



SPEERPUNTEN
STRATEGIE

03



OPENEN WE ALLEEN DE DEUR MET DE SLEUTELBOS? OF PRATEN WE DE HELE DAG MET GEBRUIKERS? WAT VERWACHT DE SAMENLEVING EIGENLIJK VAN ONS?



Beheerder Maatvast

Behaald in 2024

We hebben onze werkprocessen verbeterd.

Dat deden we door:

- Onze activiteiten te registreren.
- Inefficiënte processen beter te maken, zoals de facturatie.
- Iedere locatie een eigen budget te geven.
- Bij te sturen op de werkvloer.
- Te faciliteren, ondersteunen en minder te instrueren.



Tiny Guit
Medewerkster

Als we onze locaties anders omschrijven, dan trekken we ook ander publiek. We willen mensen tussen de 30 en 50 jaar binnenhalen. We hebben ambities om een jongere doelgroep aan te spreken. De ideale situatie is een gezonde mix van jong en oud. Maar hoe bereik je die doelgroepen? Hoe verwezenlijk je dat? Dat kan alleen maar door je zichtbaarheid te vergroten. Bied een concreet product aan. Zoek nog beter de samenwerking op. En werk op een verbindende manier. Dat hoorden we van onze contactpersonen. En zo gaan we graag aan de slag. We noemen dat profileren.

Profileren begint bij de uitstraling. Onze kerntaak is gebouwenbeheer. We beheren en faciliteren maatschappelijk vastgoed. Hoe mooi zou het zijn om twee panden per jaar te moderniseren? Meer is niet te doen, minder wel. Die vernieuwde uitstraling trekt meer mensen. Dat zien we nu bijvoorbeeld in jongerencentrum FlexC. Een speerpunt richting 2024: we vragen de doelgroepen wat ze willen. Hoe mooi moet het worden? In een vernieuwde zaal die rust ademt, gaan meer yogagroepen aan de slag.

Het mag warmer, gevoelvol en socialer. Die wensen horen we vanuit de samenleving. Men wil dat Maatvast nog dichterbij de samenleving staat. Altijd in de buurt, dichtbij de samenleving. Dat zou zomaar een nieuwe motto kunnen zijn. Kwaliteit door inleven: zo leiden we onze medewerkers op. Iedereen maakt een reis: een vrijwilligersreis, de reis van de buurtbewoner en de reis van de medewerker. Ergens komen deze reizen met elkaar in verbinding. Daar ontstaat iets moois.



DE ACCOMMODATIE IS HET BEGIN. DE PLEK WAAR HET MOET GEBEUREN. MAATVAST FACILITEERT DAT GOED.

Maaïke Ballieux,
Groen Links



TonTon
Bezoeker

We gaan locaties individueel positioneren.

Verschillend dus. We noemen dat diversiteit. Het blijft namelijk moeilijk om nieuwe doelgroepen binnen te halen. Toch kiezen we ieder jaar weer voor een Burendag. Waarom laten we locaties en hun vrijwilligers niet zelf hun pakketje samenstellen? Vanuit Maatvast faciliteren we, maar de beheerders stellen het menu samen. De ontwikkelingen en daarmee de behoeftes zijn in iedere wijk weer anders. Sommige locaties willen zich richten op dinercafés. Andere locaties zetten meer in op sport. Die ruimte moeten we geven. Beheerders mogen de manager zijn van hun winkel. We sturen op behoefte en de belangen van iedereen. Zo spelen we in op de ontwikkelingen in de maatschappij.

Verwachtingsmanagement blijft belangrijk.

Vertellen wij wat we van onze beheerders verwachten? Hebben we ze wel geleerd hoe ze de samenleving in moeten gaan? Sommige medewerkers vinden dat moeilijk. Ze moeten leren hoe ze de wijk in gaan. Dat vergeten we nog weleens. Onze verwachtingen zijn hooggespannen. Maar hoe kun je iets van iemand verwachten als diegene niet weet hoe dat moet? Managers gaan meer richting geven. Ze zeggen alvast: zoek de grenzen op. Kleur gerust buiten de lijntjes als de samenleving daarom vraagt. We willen buiten de kaders denken.



**LATEN WE
DE STRATEGIE
VERTALEN.
WAT HEBBEN
WE NODIG?
WANNEER EN
HOE? ALLEEN
ZO KRIJGEN
WE DE SPEER-
PUNTEN
GEDRAGEN.**

MT Maatvast



Cecile Kunz
Medewerkster

Behaald in 2024

**We hebben onze locaties zo gepositioneerd.
Dat deden we met deze oproep:**

- Dat is je locatie.
- Dat zijn je doelgroepen en gebruikers.
- Dat zijn je maatschappelijke partners.
- Dat zijn de ontwikkelingen in je buurt of wijk.
- Dit is je budget.
- Ga maar aan de slag.
- We evalueren na een kwartaal.

**SPEERPUNTEN
STRATEGIE**
▶ **04**



Nicole Middelbosch
Vrijwilligster

Wat doen we nu? En wat kan de samenleving allemaal bij ons doen?

Het is onze missie om de sociale samenleving te verbeteren en te versterken. Dit doen wij door ontmoeting en verbinding tot stand te brengen. Onze 26 buurthuizen, dorpshuizen en jongerencentra in Haarlemmermeer helpen daarbij. Wilt u meer weten over onze missie, visie en kernwaarden? Lees dan ons vorige strategiedocument 'In Verbinding'. U vindt de strategie 2017-2021 op onze website onder 'Over Ons/Onze Documenten'.

U leest hieronder meer over ons productprogramma.

Sterker nog: we leggen de producten bijna voor u in de schappen van een heuse winkel. U kunt bij Maatvast terecht voor deze vier producten. Bij de winkel ziet u een paar concrete voorbeelden. Zeg het voort en breng het in uw netwerk. Het gaat over de mogelijkheden die we bieden als organisatie. Het gaat niet over het tarief(stelsel).

Zijn we een schoenmaker die bij zijn leest blijft?

Of houden we ons met verkeerde of dubbele activiteiten bezig? De gemeenteraad denkt steeds weer overlap te zien tussen verschillende maatschappelijke organisaties. Dat is slechts een beleving.

Behaald in 2024

We hebben meer werkervaringsplekken gecreëerd. Dat deden we door:

**SPEERPUNTEN
STRATEGIE**
▶ **05**

- Mensen met afstand tot de arbeidsmarkt te begeleiden. Iemand met een verstandelijke beperking heeft de keuken bijgehouden in een dorps huis. Deze nieuwe medewerkers deden hele nuttige dingen. Zo creëerden we een win-winsituatie.
- Zulke werkervaringsplekken nadrukkelijker met onze partners te bespreken. Dit heeft de inzet van de beheerder, vrijwilligers en management gevraagd.



Zijn we echter voldoende in gesprek met die andere organisaties? Beperkte samenwerking kan ertoe leiden dat we belangrijke maatschappelijke onderwerpen laten liggen. Toch doen we dingen die anders niemand doet.

Wij zijn graag eigenwijs.

Maar we stemmen wel af op wat er leeft in de wijk, buurt of het dorp. Wij blijven in gesprek met de gemeente. Daarbij vertellen we eerlijk wat we van hen verwachten in de samenwerking. Soms communiceren we heel stellig. Bijvoorbeeld dat zij zaken met ons zouden moeten herinrichten. Soms ook minder stellig. We mogen best mondiger zijn in die dialoog om tot oplossingen te komen. We willen zo veel mogelijk doen met de middelen die we beschikbaar krijgen.



Bradley
Vrijwilliger



Maatvast ondersteunt: we zijn creatief en succesvol.

Wij organiseren activiteiten onder voorwaarden. De samenleving doet mee.

Maatvast verduurzaamt: de samenleving voelt zich thuis in onze vernieuwde gebouwen.

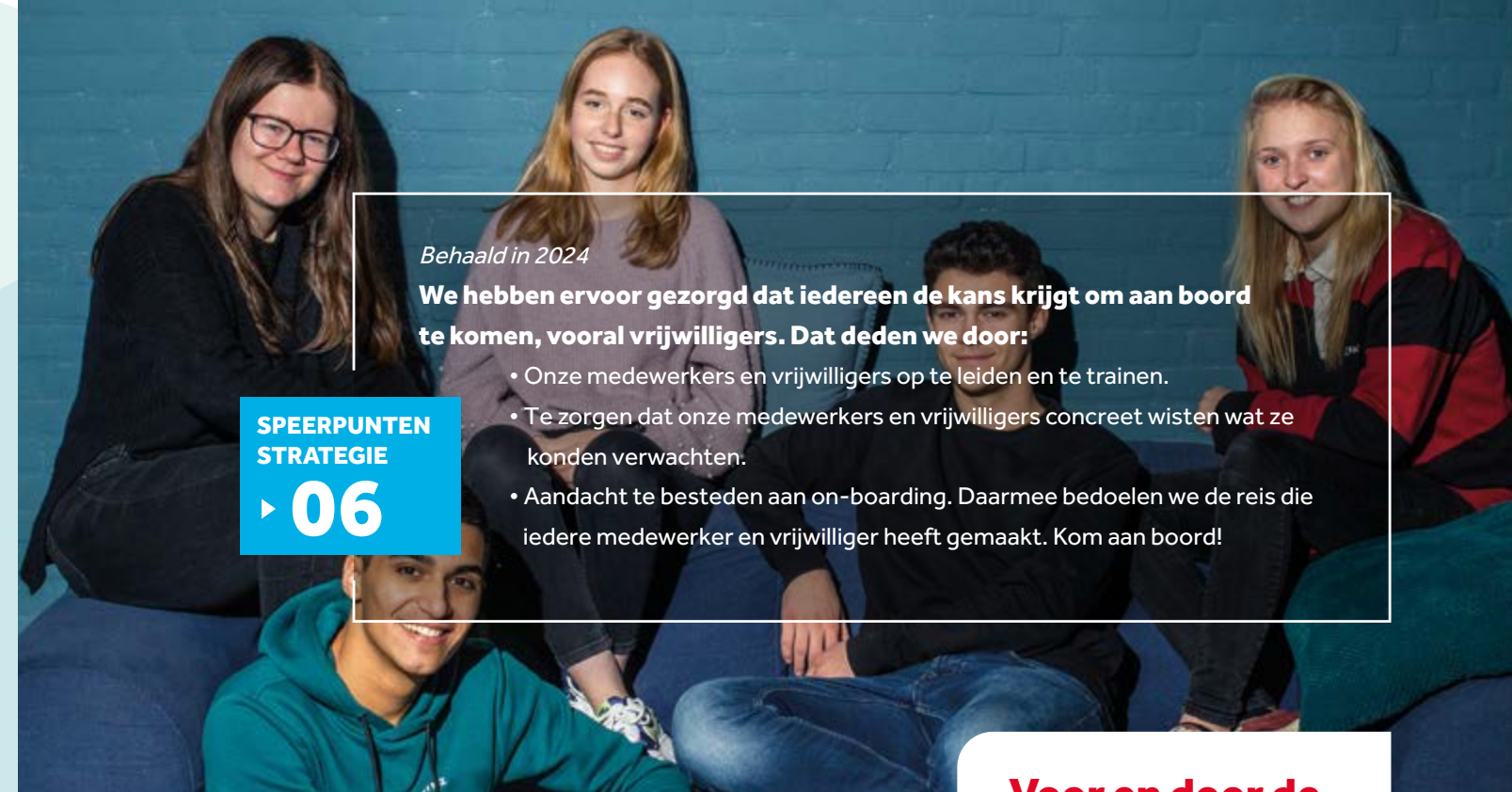
De samenleving organiseert, wij helpen hen op weg.

Maatvast verbindt: wij brengen mensen samen.

Maatschappelijke organisaties maken gebruik van onze locaties.

Maatvast faciliteert: we staan dichtbij de samenleving.

Niet-maatschappelijke organisaties gebruiken onze locaties.



Behaald in 2024

We hebben ervoor gezorgd dat iedereen de kans krijgt om aan boord te komen, vooral vrijwilligers. Dat deden we door:

- Onze medewerkers en vrijwilligers op te leiden en te trainen.
- Te zorgen dat onze medewerkers en vrijwilligers concreet wisten wat ze konden verwachten.
- Aandacht te besteden aan on-boarding. Daarmee bedoelen we de reis die iedere medewerker en vrijwilliger heeft gemaakt. Kom aan boord!

SPEERPUNTEN STRATEGIE

► 06

Voor en door de samenleving. Wat gaan we doen? En hoe pakken we dat aan?



VEEL MENSEN ZITTEN IN SITUATIES WAAR ZE NIET VOOR GEKOZEN HEBBEN. DAN IS MAATVAST ONGEVRAAGD AANWEZIG. OP DE JUISTE PLEK. MET EEN ARM OM DE SCHOUDER.



Arthur Woensdregt, Raad van Toezicht

De komende jaren staan we voor zichtbaarheid.

Zijn we nadrukkelijk genoeg aanwezig in de buurt of wijk? We noemen dat ook wel positionering. Buurt- en dorpshuizen en jongerencentra zijn er voor de samenleving. En de samenleving runt deze! In 2024 hoeven wij onze locaties alleen maar weg te geven. We vragen wat de samenleving nodig heeft en geven akkoord. De maatschappij doet de rest.



VERDEEL DE OPDRACHTEN EN HET BUDGET OPNIEUW. HOE POSITIONEERT JE JE? WAAR LIGT HET KNELPUNT? HOE LOS JE HET OP? WIE PAKT HET OP?



Verschillende stakeholders van de VVD

We zijn al aanwezig.

Hoe maken we ons zichtbaar?

Verschillende contactpersonen willen graag dat we beter te zien zijn in de samenleving. Wat zijn de voorwaarden voor die zichtbaarheid? Het begint allemaal met onze diensten. We mogen ze veel meer uitdragen naar onze doelgroepen. Zodat alle mogelijkheden voor de verschillende doelgroepen zichtbaar worden. Dat betekent ook dat we ons tariefstelsel actiever gaan communiceren. Je kunt geen ruimte gebruiken voor een bingoavond tegen dezelfde tarieven als een gemeenteraadsverkiezing. Dat is nog onvoldoende bekend bij de samenleving.

Zichtbaarheid door doelgroepen (online) uit te nodigen.

Niet: kom je koken met een club leeftijdsgenoten? Maar wel: je kunt van alles organiseren in onze keukens en eetkamers. Het mag allemaal concreter. Ook online. Hoe is onze online vindbaarheid eigenlijk? Deelt de website wel de juiste informatie? Onze kernboodschap is van groot belang. De websites zijn nu gericht op de activiteiten. We behalen veel winst door de locaties zélf centraler te stellen. En daarna pas het gebruik van de locaties. Je ziet nu veel podcasts online verschijnen. Gesproken berichten of videoboodschappen zijn mooie media om je locatie te presenteren. Net als onze nieuwsbrief!



LAAT JEZELF EENS WAT MEER ZIEN OF HOREN. PRAAT MET VRIJWILLIGERS: WAT DOE JE? WAAR STA JE? HOE GAAT HET DAAR? ZO WERK JE OOK AAN JE ZICHTBAARHEID.

Jan Bonneveld, Vrijwilliger De Boerderij

SPEERPUNTEN STRATEGIE

► 07

Behaald in 2024

We hebben samengewerkt met sociaal maatschappelijke partners en de gemeente. Dat deden we door:

- Nadrukkelijk de dialoog te zoeken met organisaties zoals Meerwaarde, Sportservice, Vluchtelingenwerk, Mantelzorg, enzovoort.
- In de gehele breedte bespreekbaar te maken wat we signaleren.
- Samenwerking steeds weer op de agenda te zetten. We hebben aangegeven dat we de samenwerking open willen gooien.
- Open en eerlijk tegen elkaar te zijn. We hebben meer vragen aan elkaar gesteld.
- Ons af te vragen of we met dezelfde pot geld hetzelfde gaan doen. We hebben steeds gekeken of we iets extra's konden doen.

SPEERPUNTEN STRATEGIE

► 08

Behaald in 2023

We hebben nieuwe doelgroepen aangesproken in de samenleving. Dat deden we door:

- Ons te laten zien in de buurt.
- In te spelen op buurtvragen.
- Door te vragen en te netwerken.
- Regionaal te netwerken via de clustermanagers.
- Van lokaal naar boven te netwerken.
- Nieuwe mensen binnen te halen en hen te vragen dat ook te doen.



BETREK HET BEDRIJFSLEVEN ERBIJ. ZO KRIJG JE EEN GROTER VLEGWIEL: EEN WIN-WIN-WINSITUATIE. BENADER SCHIPHOL OF KLM. ZIJ WERKEN VAST MEE OM TE LATEN ZIEN DAT ZE ZICH OOK LOKAAL INZETTEN VOOR DE SAMENLEVING.

Lucas Drewes, Vrijwilliger Ontmoetingscentrum

ZICHTBAARHEID

DOOR BELEVING. HOE BELEVEN BEZOEKERS ONZE LOCATIES?

Bruisen we wel genoeg?

Mensen willen graag bij een groep horen en meedoen. Spelen we daar genoeg op in? Willen bezoekers bij ons horen? Dat vragen we te weinig. Onze panden zijn soms verouderd. Doen we echt alles voor de beleving van de bezoekers? Je ziet dat we samen met hen zaadjes planten. We boren ook steeds nieuwe partners aan. Helaas oogsten we vervolgens niet de bloemen. Die plukken anderen voor ons.

**HET BOEIEN EN
BINDEN VAN
(JONGERE) VRIJWILLIGERS
IS EEN UITDAGING.**

Kees Klaassen, Silo en wijkraad

Behaald in 2024

We hebben toegewerkt naar zelfstandig gebruik van onze locaties door de samenleving.

Dat deden we door:

- Buurtbewoners te trainen in het zelfstandig organiseren van activiteiten.
- Het aanbod aan activiteiten voor en door buurtbewoners te maken.
- Beheerders te stimuleren om buurtbewoners actiever te laten zijn.
- Beheerders te leren om activiteiten los te laten. De samenleving heeft de activiteiten zelf georganiseerd.
- Diversiteit te promoten. Daarmee bedoelen we afwisseling in aanbod. Het kan zijn dat de ene locatie totaal iets anders heeft gedaan dan de andere. De samenleving bepaalde dat.

SPEERPUNTEN
STRATEGIE
► 09

**WERK SAMEN, CREËER
SYNERGIE EN BESPAAR.
JE KUNT BEPAALDE
ACTIVITEITEN PRIMA
BUNDELEN VOOR MINDER
GELD. MEER DOEN VOOR
MINDER.**

Charif El Idrissi, Fractievoorzitter HAP

ZICHTBAARHEID DOOR EEN DUIDELIJKE PLAATS (LOCATIE) IN TE NEMEN.

We gaan vrijwilligers nog meer ondersteunen.

E Veel adviezen uit de samenleving gaan over de positionering van de individuele locaties. We mogen onze doelgroepen verbreden en nog meer partners in de wijk aanboren. Volgen we de maatschappelijke ontwikkelingen in de wijk wel genoeg? Diverse mensen roemen onze vrijwilligers.

We gaan duidelijker hun rol met hen delen en geven ons vrijwilligerswerk nog meer een podium? Alles hangt samen met budget en bezetting. Beheren we de gebouwen alleen technisch of ondersteunen we ook? We gaan vrijwilligers nog meer ondersteunen en sturen als we ze aan boord halen. Zodat ze weten hoe ze hun locatie neerzetten.



Behaald in 2024

We hebben ons werk ieder kwartaal geëvalueerd. We vroegen ons steeds af:

- Hebben we genoeg gereflecteerd?
- Wat hebben we goed gedaan?
- Wat hebben we minder goed gedaan?
- Wat hebben we daarvan geleerd?
- Wat hebben we dus nodig?
- Hebben we ook genoten van al het leren en evalueren?

**SPEERPUNTEN
STRATEGIE**
▶ **10**



**NAAST DE MENSEN
DIE AAN HET WOORD
WAREN HEBBEN WE
VEEL GEBRUIKERS
GEÏNTERVIEWD.
IEDEREEN UIT HET
SPEELVELD HEEFT
MEEGEWERKT:
VRIJWILLIGERS,
GEMEENTE, POLITICI,
COLLEGA'S, MANAGEMENT
EN RAAD VAN TOEZICHT.**

Maarten Askamp, Directeur-bestuurder

10 SPEERPUNTEN

Welke tien speerpunten vormen onze strategie richting 2024?

We werken volgens het stappenplan Organisatieverandering. Toch benoemen we tien aandachtspunten voor de komende jaren.

Behaald in 2022

We hebben ingespeeld op ontwikkelingen in de wijk. Dat deden we door:

- In gesprek te zijn met de lokale samenleving. We keken rond.
- Te zien wat er gebeurt in de wijk.
- De concrete behoefte te peilen.
- Onze netwerken te benaderen.
- Samen oplossingen te bedenken.
- Beheerders aan te sturen, zodat zij dit zelf ook kunnen (in de toekomst).

SPEERPUNTEN STRATEGIE
▶ 01

Behaald in 2023

We hebben gezorgd voor vernieuwing en diversiteit. Dat deden we door:

- Fondsen te werven voor de vernieuwing van de panden. Daarmee zetten we de buurt- en dorpshuizen vernieuwd op de kaart.
- De jongerencentra levendig op de agenda te houden en ze meer te helpen bij de uitvoering.
- Te zorgen voor duurzaamheid in en buiten het pand (gemeentelijk beleid).

SPEERPUNTEN STRATEGIE
▶ 02

Behaald in 2024

We hebben onze werkprocessen verbeterd. Dat deden we door:

- Onze activiteiten te registreren.
- Inefficiënte processen beter te maken, zoals de facturatie.
- Iedere locatie een eigen budget te geven.
- Bij te sturen op de werkvloer.
- Te faciliteren, ondersteunen en minder te instrueren.

SPEERPUNTEN STRATEGIE
▶ 03

Behaald in 2024

We hebben onze locaties zo gepositioneerd. Dat deden we met deze oproep:

- Dat is je locatie.
- Dat zijn je doelgroepen en gebruikers.
- Dat zijn je maatschappelijke partners.
- Dat zijn de ontwikkelingen in je buurt of wijk.
- Dit is je budget.
- Ga maar aan de slag.
- We evalueren na een kwartaal.

SPEERPUNTEN STRATEGIE
▶ 04

Behaald in 2024

We hebben meer werkervaringsplekken gecreëerd. Dat deden we door:

- Mensen met afstand tot de arbeidsmarkt te begeleiden. Iemand met een verstandelijke beperking heeft de keuken bijgehouden in een dorpshuis. Deze nieuwe medewerkers deden hele nuttige dingen. Zo creëerden we een win-winsituatie.
- Zulke werkervaringsplekken nadrukkelijker met onze partners te bespreken. Dit heeft de inzet van de beheerder, vrijwilligers en management gevraagd.

SPEERPUNTEN STRATEGIE
▶ 05

Behaald in 2024

We hebben ervoor gezorgd dat iedereen de kans krijgt om aan boord te komen, vooral vrijwilligers. Dat deden we door:

- Onze medewerkers en vrijwilligers op te leiden en te trainen.
- Te zorgen dat onze medewerkers en vrijwilligers concreet wisten wat ze konden verwachten.
- Aandacht te besteden aan on-boarding. Daarmee bedoelen we de reis die iedere medewerker en vrijwilliger heeft gemaakt. Kom aan boord!

SPEERPUNTEN STRATEGIE
▶ 06

Behaald in 2023

We hebben nieuwe doelgroepen aangesproken in de samenleving. Dat deden we door:

- Ons te laten zien in de buurt.
- In te spelen op buurtvragen.
- Door te vragen en te netwerken.
- Regionaal te netwerken via de clustermanagers.
- Van lokaal naar boven te netwerken.
- Nieuwe mensen binnen te halen en hen te vragen dat ook te doen.

SPEERPUNTEN STRATEGIE
▶ 08

Behaald in 2024

We hebben ons werk ieder kwartaal geëvalueerd. We vroegen ons steeds af:

- Hebben we genoeg gereflecteerd?
- Wat hebben we goed gedaan?
- Wat hebben we minder goed gedaan?
- Wat hebben we daarvan geleerd?
- Wat hebben we dus nodig?
- Hebben we ook genoten van al het leren en evalueren?

SPEERPUNTEN STRATEGIE
▶ 10

Behaald in 2024

We hebben samengewerkt met sociaal maatschappelijke partners en de gemeente. Dat deden we door:

- Nadrukkelijk de dialoog te zoeken met organisaties zoals Meerwaarde, Sportservice, Vluchtelingenwerk, Mantelzorg, enzovoort.
- In de gehele breedte bespreekbaar te maken wat we signaleren.
- Samenwerking steeds weer op de agenda te zetten. We hebben aangegeven dat we de samenwerking open willen gooien.
- Open en eerlijk tegen elkaar te zijn. We hebben meer vragen aan elkaar gesteld.
- Ons af te vragen of we met dezelfde pot geld hetzelfde gaan doen. We hebben steeds gekeken of we iets extra's konden doen.

SPEERPUNTEN STRATEGIE
▶ 07

Behaald in 2024

We hebben toegewerkt naar zelfstandig gebruik van onze locaties door de samenleving. Dat deden we door:

- Buurtbewoners te trainen in het zelfstandig organiseren van activiteiten.
- Het aanbod aan activiteiten voor en door buurtbewoners te maken.
- Beheerders te stimuleren om buurtbewoners actiever te laten zijn.
- Beheerders te leren om activiteiten los te laten. De samenleving heeft de activiteiten zelf georganiseerd.
- Diversiteit te promoten. Daarmee bedoelen we afwisseling in aanbod. Het kan zijn dat de ene locatie totaal iets anders heeft gedaan dan de andere. De samenleving bepaalde dat.

SPEERPUNTEN STRATEGIE
▶ 09

**Heb je
vragen of
opmerkingen?**

**Ben je geïnspireerd door
de strategie?**

Wil je meedenken of meewerken? Meld je dan bij Maarten Askamp. Je bereikt hem via zijn collega Estelle van Galen op (023) 82 00 661 of via info@maatvast.nl. Gekke vragen bestaan niet. Wij helpen je graag aan een antwoord. Of we rollen je ideeën uit in onze winkel. Schroom dus niet om contact op te nemen.

**Blijf op de hoogte met onze
nieuwsbrief**

Je kunt ons op social media volgen en via onze maandelijkse goed gelezen nieuwsbrief. Meld je aan via www.maatvast.nl, dan krijg je de nieuwsbrief vol weetjes snel in je e-mailbox.



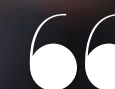
Said Akkabi
Vrijwilliger



**HET VOELT ALS EEN EER OM OPGENOMEN
TE ZIJN IN DE CLUB VRIJWILLIGERS.
DAARDOOR KAN IK, NA HET OVERLIJDEN
VAN MIJN MAN, WEER MEER ALLEEN AAN.**



Wekelijkse gast van een buurthuis



**ALTIJD IN JE BUURT
IN VERBINDING,
SOCIAAL STERK
EN ZICHTBAAR.**



**STRATEGIE MAATVAST
2022-2024**

