

DE BUURT



CAMPING

*Leer je buren kennen tijdens  
een ontspannen vakantie in eigen park*

JAARVERSLAG 2017

# INHOUDSOPGAVE JAARVERSLAG 2017

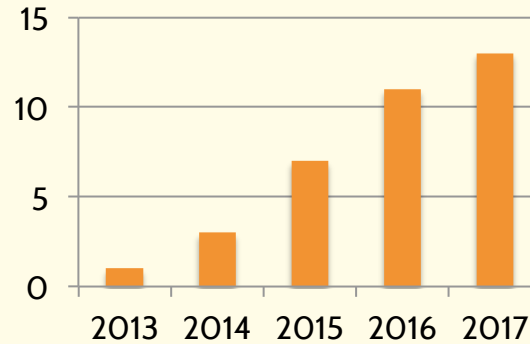
- Infographic
- Voorwoord
- Doelen van De Buurtcamping
- 5 jaar De Buurtcamping: Mijlpalen
- Dit bereikten we in 2017
- Achter de schermen: wat hebben we allemaal gedaan in 2017
- De mensen van De Buurtcamping

## SPONSOREN



VSB  
DOEN  
Dioraphte  
Oranje Fonds  
Telfort  
Eigen Inkomsten

## AANTAL CAMPINGS



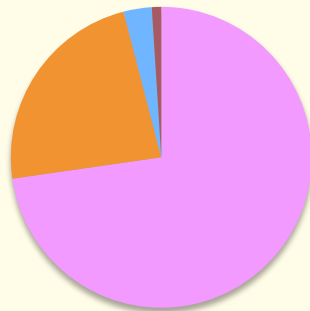
## AANTAL DEELNEMERS



## BEREIK



## LANDELIJKE BEKENDHEID



ik heb hier nog nooit over gehoord  
ik heb hier over gehoord  
ik ben van plan De Buurtcamping te bezoeken  
ik ben dit jaar naar De Buurtcamping geweest

## GEMIDDELD RAPPORTCIJFER



## ONTMOETINGEN

Gemiddeld leert men **11** nieuwe mensen kennen  
Waarvan men **86%** normaal niet zou ontmoeten  
En **76%** elkaar nog wel eens ziet

## MEDIAWAARDE

€2,2  
miljoen

## DIVERSITEIT DEELNEMERS

22% Komt alleen  
25% Gaat verder niet op vakantie  
32% Zet zich actiever in voor de buurt na De Buurtcamping

# VOORWOORD

Op de Buurtcamping is niet alleen iedereen welkom, iedereen is er ook gelijk. Arm en rijk, jong en oud, alleenstaand en grote gezinnen, autochtoon en allochtoon. Op elke camping lukt het om deze diverse groepen te werven en met elkaar te verbinden. Ons concept: één derde van de plekken is gereserveerd voor vrijwilligers, één derde voor betalende kampeerders en één derde voor minima, de mensen die de meeste behoefte hebben aan uitbreiding van hun netwerk en het opdoen van zelfvertrouwen. Waarom is het concept bijzonder? Vooral vanwege de eenvoud. Nergens ontmoet je elkaar makkelijker dan op een camping. Met die pleerol onder de arm zien we er allemaal even knullig uit.

Je groet de buurman en helpt elkaar een handje. Deze ontmoetingen zorgen voor inspiratie, goede voorbeelden, zelfvertrouwen en thuisgevoel in de buurt, meer samenwerking en vriendschappen.

En dit is geen overbodige luxe anno 2017 zouden we hier meteen aan toe willen voegen. Mensen verbinden is hard nodig. De kloven in de samenleving tussen verschillende groepen worden namelijk steeds groter: tussen arm en rijk, tussen hoog en laagopgeleid, tussen Nederlanders en mensen met een niet-Nederlandse achtergrond. De Buurtcamping zet zich in om deze kloven te dichten.

In dit jaarverslag beschrijven we wat we hebben gedaan, met wie en wat we hebben bereikt.



# DOELEN VAN DE BUURTCAMPING

Onze missie is: 'Iedereen ontmoet elkaar op de buurtcamping.' Stichting de Buurtcamping streeft naar een fijnere buurt waarin je elkaar kent, groet en helpt. Onze primaire doel is het bevorderen van de sociale cohesie in wijken en buurten door het helpen bevorderen van zoveel mogelijk ontmoetingen. Onze secundaire doelen zijn armoedebestrijding en empowerment oftewel activatie. Daarnaast levert De Buurtcamping een bijdrage aan eenzaamheidsbestrijding, participatie, de lokale economie en natuurbeleving.

Stichting De Buurtcamping faciliteert en begeleidt lokale teams bij het opzetten en uitvoeren van hun eigen Buurtcamping en bewaakt het concept. Ook is voor hen een speciale digitale campinggids opgesteld. In een zogenaamde 'licentieovereenkomst' verklaren de stichtingen van de lokale campings zich te houden aan en te werken volgens speciale richtlijnen en principes.

De Buurtcamping werkt aan de hand van Placemaking, een filosofie en methode die bewoners, ondernemers en maatschappelijke organisaties betreft bij de ontwikkeling van de leefomgeving. Gebruikers van de openbare ruimte worden gezien als experts met waardevolle kennis en kwaliteiten die kunnen worden ingezet om plekken te verbeteren.

In 2016 zijn alle Buurtcampings zelfstandige entiteiten geworden (stichting of vereniging), die zelf een eigen begroting en jaarrekening opstellen en verantwoordelijk zijn voor de financiering van hun eigen camping. Per camping zijn er twee tot vier beheerders: actieve buurtbewoners die vaak al maanden van tevoren beginnen met de voorbereiding.



# 5 JAAR DE BUURTCAMPING: MIJLPALEN

We begonnen met 1 camping in 2013. In 2017 werd De Buurtcamping in 13 wijken in 7 steden door bewoners georganiseerd en kwamen buurtbewoners in contact met mensen die ze normaal niet zouden ontmoeten. Een greep uit de dingen waar we trots op zijn:

- Gemiddeld geven kampeerders De Buurtcamping een 8,4
- Gemiddeld leert men 11 nieuwe mensen kennen waarvan 76% na twee maanden nog mensen ziet die hij/zij heeft ontmoet tijdens De Buurtcamping
- 86% geeft aan mensen te hebben leren kennen die ze normaal niet zo snel zouden ontmoeten
- De Buurtcamping is voor 25% van de kampeerders hun enige vakantie en 22% komt alleen
- 32% van de kampeerders is na deelname aan De Buurtcamping zich actief in gaan zetten voor de buurt, 12% is dit nog van plan
- Meer dan een kwart van Nederland kent De Buurtcamping terwijl er maar in 2% van de gemeenten een Buurtcamping is. De Buurtcamping behaalt veel publiciteit, met in 2017 een mediawaarde van ca. €2.000.000 (Mindtrack, 2017)
- We hebben in vijf jaar bijna €700.000,- aan inkomsten gemobiliseerd en meer dan €1 miljoen wanneer we ook de fondsen/inkomsten van de lokale campings meerekenen
- We hebben geleidelijk ons eigen inkomstenpercentage kunnen verhogen naar meer dan 40% aan eigen inkomsten in 2017. Onder andere door sponsoren als Telfort en Dirk van den Broek aan ons te verbinden en de Buurtcamping als pakket te verkopen aan gemeenten
- In 2016 zijn we geselecteerd door de Duitse Körber Stiftung als international best practice
- In 2016 zijn we genomineerd voor de Omarmprijs voor Armoedebestrijding
- Roderik is genomineerd als 'Amsterdammer van het Jaar 2016', Katusha is geselecteerd als Viva400 vrouw, als een van de 10 Libelle Ster vrouwen en voor de Joke Smit aanmoedigingsprijs 2017.

# DIT BEREIKTEN WE IN 2017

## *Doelstelling 1: Sociale cohesie in de buurt versterken door ontmoeting te stimuleren*

- Gemiddeld heeft men 11 nieuwe mensen ontmoet tijdens De Buurtcamping;
- 86% heeft mensen leren kennen die hij/zij in het dagelijks leven niet zou ontmoeten;
- 76% ziet na twee maanden nog mensen die hij/zij heeft ontmoet tijdens De Buurtcamping. 72% van dit contact is vriendschappelijk en 17% is buurtgericht;
- 28% geeft aan vaker 'bekende' gezichten te zien in de buurt sinds De Buurtcamping;
- Een kwart voelt zich na deelname meer thuis in de buurt en voelt zich daarnaast ook meer betrokken bij de buurt.

## *Doelstelling 2: Diversiteit. De Buurtcamping is er voor iedereen*

- Circa 1/3e van de deelnemers in het bezit van een pas voor lage inkomens. Hiermee konden zij tegen gereduceerd tarief kamperen op De Buurtcamping;
- 34% van de deelnemers heeft op dit moment geen betaald werk;
- Voor 25% is De Buurtcamping de enige vakantie van het jaar;
- 22% komt alleen.

## *Doelstelling 3: Een actieve buurt creëren door buurtbewoners te activeren*

- Er hebben in totaal 516 vrijwilligers bijgedragen aan De Buurtcamping;
- 50% van de deelnemers zegt volgend jaar (weer) te willen helpen als vrijwilliger;
- 32% is zich ook daadwerkelijk actief in gaan zetten voor de buurt na deelname aan De Buurtcamping, 12% is dit nog van plan;

## Alle resultaten op een rij:

- 13 Buurtcampings
- 50 beheerders
- 719 tentplekken
- 2068 kampeerders
- 22748 ontmoetingen
- circa 1/3e betalende kampeerders
- 22748 ontmoetingen
- 516 vrijwilligers
- 42 campingbeheerders



# ACHTER DE SCHERMEN: WAT HEBBEN WE ALLEMAAL GEDAAN IN 2017?

In 2017 heeft Stichting De Buurtcamping de volgende stappen gezet op organisatieniveau:

## 1. *Bestendigen kwaliteit van de campings en gecontroleerde groei in aantal campings en aantal ontmoetingen*

In de eerste plaats hebben we een gecontroleerde groei gefaciliteerd van 11 naar 13 campings, zodat we de campings de aandacht konden bieden die nodig was.

Om de kwaliteit te bestendigen hebben we geïnvesteerd in de concept- en formulebewaking. We hebben goede, eenduidige en heldere overeenkomsten met de lokale organisatoren gesloten door te focussen op:

- Ontwikkeling templates voor statuten die lokale partijen kunnen gebruiken voor de oprichting van een Buurtcamping Stichting op lokaal niveau.
- Update samenwerkingsovereenkomst tussen de stichting en lokale stichting

Campingbeheerders faciliteren uiteindelijk de kwaliteit (en daarmee de gewenste invloed op de deelnemers en de wijken) van de campings. Het organiseren van De Buurtcamping heeft nogal wat voeten in aarde, denk aan fondsenwerving, vergunningaanvragen, vrijwilligers aansturen etc. Beheerders leren enorm veel, maar dit stelt ook eisen aan hen en de lokale rechtspersoon. In 2017 ondersteunde Stichting De Buurtcamping de campingbeheerders op verschillende niveaus:

- Workshops en coaching op maat (afleggen Droombezoek, opstellen Droomtekening, tussentijdse ondersteuning in geval van problemen, hulp bij aanvragen vergunningen, fondsenwerving, werven en coördinatie vrijwilligers, pr- en communicatie etc.)
- Gebruik van de tools op de 'digitale Campinggids'. In 2017 hebben we dit online platform geüpdate, zodat beheerders alle informatie, inspiratie, checklists en documenten kunnen vinden die ze nodig hebben voor de organisatie van hun eigen Buurtcamping. Door middel van een 'voortgang' kunnen medewerkers van Stichting De Buurtcamping meekijken hoe ver de campings gevorderd zijn mbt hun checklists. Ook zijn er handige tools toegevoegd aan de Gids, zoals een 'poster- en flyergenerator' waarmee beheerders hun eigen promotiemateriaal mee kunnen samenstellen.
- Online 'kampvuur' voor vragen en (onderlinge of externe) coaching.
- Uitbreiding Regiobeheer. Uitbreiding en professionalisering van regionale stichtingen waarbij financiën, werving, promotie en sponsorwerving regionaal wordt gecoördineerd door een zogenaamde regiobeheerder.
- Centraal werd ingezet op sponsoractivatie voor Telfort en Dirk vd Broek tijdens de campings. Campings werden hierdoor ondersteund in activiteiten en materialen (spelelementen, barbeque, massagestoel) gericht op ontmoeting.



# ACHTER DE SCHERMEN: WAT HEBBEN WE ALLEMAAL GEDAAN IN 2017?

Om de kwaliteit van de campings te bestendigen en bovenstaande te kunnen bieden is eveneens een professionaliseringsslag in de centrale organisatie gemaakt.

- Aanscherping selectieprocedure campingbeheerders. Tijdens eerste gesprekken kijken we naar enthousiasme, het team en de tijd. Er zijn hierdoor ook campings afgewezen.
- Opstellen van functieprofielen voor medewerkers van het Centrale Team van De Buurtcamping, Wie zoeken we? Wat zijn hun taken en verantwoordelijkheden.
- Er heeft een bestuurswissel plaatsgevonden. De nieuwe secretaris is Anita Groenink, directeur van verzamelgebouw en sociale onderneming MidWest in Amsterdam.
- Administratieve verbetering door gebruik nieuw boekhoudsysteem.

## 2. *Vorbereitung verdere professionaliseren van de organisatie in 2018*

Tijdens het organisatieversterkingstraject vroegen we ons af hoe de centrale organisatie verder moet worden ontwikkeld qua capaciteit en knowhow, competenties etc? Welk governance model is het meest geëigend? Welke profielen passen bij de volgende fase van de organisatie?

Om de campings beter te begeleiden willen we het bestaande aanbod in 2018 uitbreiden. In 2017 hebben we hier voorbereidingen voor getroffen:

- Vorbereiding Kraamkamer-model waarbij campings in het eerste jaar onder de Stichting vallen. We willen de kwaliteit en toekomstbestendigheid van lokale campings verder bevorderen door nieuwe campings in het eerste jaar intensief te begeleiden onder onze eigen paraplu om ze daarna uit te laten stromen als zelfstandige entiteit. We hebben dit model uitgewerkt aan de hand van aangepaste samenwerkingsovereenkomsten en afspraken met het bestuur.
- Ontwikkeling van De Buurtcamping opleidingstracject waarbij de beheerders worden begeleid om sociaal te ondernemen in eigen wijk aan de hand van het opzetten van de Buurtcamping. In 2017 is voorbereidingen getroffen voor de werving, curriculum opzet, samenwerkingspartijen en gastdocenten.
- Daarnaast ontwikkelen we de Gids verder met nieuwe informatie en de backend in een CRM systeem. Hiervoor hebben we een briefing gemaakt, het ZoHo systeem gekozen en ingericht met een ICT'er.

Belangrijke uitkomst van het organisatieversterkingstraject is dat de kwaliteit en slagkracht van lokale teams wordt verbeterd door betere en op maat begeleiding. Om meer begeleiding te bieden én bovenstaande diensten te kunnen bieden is versterking van het team noodzakelijk. Voor de campings van 2017 werkte een team van 5 zzp'ers aan de begeleiding. De medewerkers zijn erg betrokken en werken flexibel (qua tijdsverdeling en periode) en zijn naast hun

# ACHTER DE SCHERMEN: WAT HEBBEN WE ALLEMAAL GEDAAN IN 2017?

expertise vaak ook allround inzetbaar voor allerhande vragen en klussen met betrekking tot de campings. Zij zijn zeer belangrijk voor het voortbestaan en borging van de kwaliteit. In 2017 hebben we besloten om ons meer te richten op dienstverbanden om de onzekerheid bij medewerkers en de efficiëntie te versterken. In 2017 hebben de sollicitatieprocedure doorlopen en de eerste medewerker - community manager Paula Terpstra - is in januari 2018 van start gegaan.

Daarnaast is het van belang om met regiobeheerders te blijven werken. Hun bijdrage is effectief omdat ze meer context/locatiespecifieke coaching kunnen bieden en aanspraak kunnen maken op regionale fondsen.

### *3. Voorbereiden van de transformatie van leuk project naar serieuze maatschappelijke organisatie*

Stichting De Buurtcamping wil in de komende drie jaar uitgroeien van leuk project naar serieuze maatschappelijke organisatie te gaan door zich te richten op versterking van de volgende onderdelen:

1. Positionering
2. Verder professionaliseren van de organisatie
3. Implementatie nieuwe verdienmodellen

Wat wil de buurtcamping precies voor organisatie worden in de toekomst? Met andere woorden: hoe wil de organisatie er dan uitzien voor stakeholders? (doelgroep, financiers, partners

etc.). Wil de organisatie groeien en zo ja hoe en in welke mate? Om hier onderbouwde keuzes in te maken hebben we (directie van De Buurtcamping; Roderik Schaepman en Katusha Sol) een intensief organisatieversterkingstraject doorlopen onder begeleiding van adviseur Boris Franssen. In 2017 hebben we deskresearch gedaan en gesprekken gevoerd om te leren uitdagingen en best practices van binnen ons team van experts, beheerders en de 'klanten' van De Buurtcamping, de deelnemers. Daarnaast hebben we onderzoek gedaan onder andere organisaties (allen maatschappelijke organisaties, die zich net als De Buurtcamping richten op lokale verbinding en meerdere financiers hebben).

Het interne en externe onderzoek bestaat uit de volgende onderdelen:

- Deskresearch
- Gesprekken met externe respondenten (andere organisaties & deskundigen)
- Interne sessies met regiobeheerders, campingbeheerders, bestuur en staf en een enquête onder campingbeheerders en regionale beheerders en onderzoek onder deelnemers van De Buurtcamping 2017

Als resultaat van dit traject heeft Stichting De Buurtcamping een scenario ontwikkeld voor 2018-2021 in de vorm van een presentatie en 'case for support' en meerjarenbegroting. Dit scenario's voor de organisatieversterking is getoetst aan de hand van randvoorwaarden op het gebied van

# ACHTER DE SCHERMEN: WAT HEBBEN WE ALLEMAAL GEDAAN IN 2017?

toekomstbestendigheid en haalbaarheid (financieel en qua missie), onder meer door het delen van de tussentijdse en conceptresultaten met onze founders en partners van het eerste uur.

## 4. Onderzoeken van en experimenteren met een aantal nieuwe verdienmodellen.

Onderdeel van organisatieversterkingstraject was onder meer het toekomstbestendiger maken van ons financieringsmodel door optimalisatie van inkomsten; we streven naar een lange termijn relatie met fondsen en meer (duurzame) eigen inkomsten door sponsoring, gemeentepakketten en lidmaatschappen. Ambitie was om al in 2017 over te gaan op nieuwe eigen inkomsten bronnen. We hebben geleidelijk ons eigen inkomstenpercentage kunnen verhogen naar meer dan 40% aan eigen inkomsten in 2017. Om dit te bewerkstelligen hebben we in 2017 gewerkt aan de volgende activiteiten:

- Ontwikkeling Maatschappelijk franchisemodel: Om onze eigen inkomsten te optimaliseren hebben we onderzoek gedaan naar de mogelijkheid van een maatschappelijke franchiseformule. Uit gesprekken met campingbeheerders bleek onder meer dat zij begeleiding van het Centrale Team (CT) van De Buurtcamping zeer waarderen. Zij gaven aan bereid te zijn hiervoor in de toekomst een fee af te dragen aan het CT. We hebben dit verwerkt in onze meerjarenbegroting; vanaf 2018 betalen betrokken campings een fee van 1000 euro per camping (het zogenaamde Doe Het Zelf pakket).

- Werken in opdracht: we hebben onderzocht of we De Buurtcamping als 'pakket' aan kunnen bieden aan gemeenten. In 2017 is dit 'getest' door een pakket te ontwikkelen en deze aan te bieden aan de Gemeente Den Haag. De gemeente is zeer enthousiast en wil in 2018 opnieuw de Buurtcamping afnemen. In 2017 hebben we ons aanbod voor gemeenten geëvalueerd en voorbereidingen getroffen voor het ontwikkelen van nieuwe pakketten voor gemeenten (Doe Het Zelf Plus en Alles Inclusief) en acquisitie te doen bij nieuwe gemeenten. In 2018 zijn er nieuwe pakketten verkocht aan o.a. Haarlem en Zaanstad.
- Sponsoring: hebben we commerciële sponsors aan ons gebonden in de vorm van hoofdsponsor Telfort en Amsterdamse sponsor Dirk van den Broek.
- *Last but not least* hebben we geïnvesteerd in een lange termijn relatie met een aantal ondersteunende fondsen. In nauwe samenwerking hebben we toegewerkt naar een plan en dit besproken in bijeenkomsten met de afzonderlijke fondsen en een gezamenlijke afspraak om te komen tot een toekomstbestendige en realistische meerjarenbegroting.

In de periode 2018-2022 nemen we onze belangrijke externe stakeholders graag mee in een groeimodel. We denken dat de tijd rijp is om een nieuwe slag te maken naar een landelijke uitrol van ons concept. Op basis van ons organisatieversterkingstraject en gesprekken met vergelijkbare organisaties enerzijds en (huidige en potentiële)

# ACHTER DE SCHERMEN: WAT HEBBEN WE ALLEMAAL GEDAAN IN 2017?

organisatieversterkingstraject en gesprekken met vergelijkbare organisaties enerzijds en (huidige en potentiële) financiers anderzijds, achten we een geleidelijke uitrol kansrijk. Met de kanttekening dat dit niet alleen van ons zelf maar ook van de bereidwilligheid van onze partners afhangt, we kunnen alleen samen deze kans ook echt tot realiteit maken. Wat we vooral nodig hebben zijn investeerders in de slagkracht van onze organisatie, een noodzakelijke voorwaarde om de gewenste groei en transitie van project naar sociale onderneming mogelijk te maken.

We willen van 13 campings in 2017 uitgroeien naar:

- 20 campings in 2018
- 30 campings in 2019
- 45 in 2020
- 70 in 2021
- Een landelijke feestdag in 2022 met totaal 105 campings!

## *Organisatiemodel*

Het onderscheid tussen de centrale, landelijke Stichting de Buurtcamping enerzijds en zelfstandige lokale campings anderzijds, blijft gehandhaafd. Wel wordt een kraamkamerconcept geïntroduceerd, waarbij we nieuwe lokale campings in het eerste jaar onder onze eigen hoede nemen en na 1 jaar laten uitvliegen. Dit eerste jaar doen we niet alleen de begeleiding, maar ook de fondsenwerving. Na één jaar kunnen ze goed toegerust uitvliegen en zelfstandig doorgaan. Dit model hebben we geïnspireerd op dat van de organisatie HIP, die op deze wijze ook is gegroeid met behoud van de noodzakelijke kwaliteit.

De organisatiecapaciteit zal in 2018-2022 noodzakelijkerwijs worden uitgebreid. En op bepaalde competenties worden verdiept. We voorzien in de kernformatie een groei van 5 fte in 2018 naar 13,4 in 2022 (zie bijlage), bestaande uit de volgende functies: algemeen en operationeel directeur, medewerker fondsen- en sponsorwerving, medewerkers marketing & communicatie, community manager, regiobeheerders, coördinator coaching & productie, medewerker financiën en last but not least: stagiairs.

We hebben een meerjaren begroting opgesteld voor de periode 2018 tot 2022. We willen in een omzetstijging voorzien van €438.782 in 2018 naar €687.564 in 2019, €933.520 in 2020, €1.168.910 in 2021 en tenslotte €1.562.930 in 2022.

We willen een gemengd financieringsmodel realiseren, waarbij we rekenen op een ontwikkeling van onze eigen inkomsten van 41% in 2018 naar 69% in 2022. Het percentage inkomsten van fondsen willen we verder omlaag brengen van 35% in 2018 naar een 11% in 2022.

Omdat we onze begeleiding en selectie van nieuwe campings intensiveren, is de verwachting dat we de kosten van lokale campings verder omlaag kunnen brengen van €28.863 in 2018 naar €23.669 in 2022. Ook omdat we vanuit de centrale stichting middelen aan lokale campings willen gaan verhuren wat voor hun per saldo een kostenbesparing oplevert en een kleinere, door hen te dekken begroting.



# DE MENSEN ACHTER DE BUURTCAMPING

## 1. Bestuur

### *Voorzitter*

Walter Groenen is directeur van CJP. Zijn missie: het wegnemen van drempels bij mensen zodat ze een stap verder kunnen zetten in het leven.

### *Penningmeester*

Harmen van Doorn is oprichter en CEO van Nederlands grootste crowdsourcing platform PIF World. Daarnaast geeft hij les in sociaal ondernemerschap aan de Hogeschool Leiden. Harmen houdt zich bezig met het domein 'Innovatie'. Als sociaal ondernemer zoekt hij voortdurend naar manieren om meer impact voor een betere wereld te realiseren.

### *Secretaris*

Anita Groenink is mede oprichter van buurtbeweging Geef om de Jan Eef. Momenteel herontwikkelt ze het schoolgebouw MidWest in de Amsterdamse Baarsjes. Ze transformeert dit tot een verzamelplek waar ondernemers, theatermakers, muzikanten, sociaal ondernemers en buurtgenoten werken en elkaar ontmoeten. MidWest is een wijkonderneming, een sociale onderneming die bedrijvigheid en levendigheid brengt in de buurt.

## 2. Het Centrale Team

### *Directie - Roderik Schaepman & Katusha Sol*

Na verschillende functies in marketing en communicatie begon Roderik Schaepman in 2010 communicatiebureau 'The R&D Department' waarmee hij campagnes ontwikkelt voor

maatschappelijke organisaties en overheden. Daarnaast ontwikkelt hij projecten binnen thema's die hem persoonlijk aan het hart gaan. Zo maakte hij de persoonlijke documentaire 'Ver van Daan' over de bipolaire stoornis van zijn vader en startte hij in 2013 De Buurtcamping omdat hij in de geïndividualiseerde stad Amsterdam het gezellige Drentse dorpje waar hij opgroeide miste.

Katusha is mede-oprichter van Placemakers - een interdisciplinair bureau dat werkt aan projecten om mensen te betrekken bij hun leefomgeving. Door Placemaking creëren en versterken we buurten en netwerken op locatie vanuit hun eigen kracht. Katusha deelt graag ervaring en kennis over steden - hun energie, bewoners en initiatieven. Katusha is vanaf het begin betrokken bij de oprichting en ontwikkeling van De Buurtcamping. Daarnaast werkt ze als docent en onderwijs ontwikkelaar aan de UvA.

### *Receptie - Hedwig van der Geer*

Hedwig heeft Vrijtijdsmanagement en European Tourism Management gestudeerd en heeft een achtergrond in organisatie van (commerciële) evenementen. Door campingbeheerder te worden voor De Buurtcamping ontvouwde zich een heel nieuw netwerk, waardoor ze vanuit de WW begonnen is als Freelancer Projectmanager. 1,5 jaar later werkt Hedwig zowel voor het Centrale Team van De Buurtcamping als Back-Office voor het aansturen van nieuwe campings door heel Nederland, Daarnaast was Hedwig campingbeheerder van De Buurtcamping Rembrandtpark en Regiobeheerder Amsterdam.

# DE MENSEN ACHTER DE BUURTCAMPING

## *Financiën - Jeroen Pieterse*

Jeroen Pieterse is een in de culturele sector werkende professional. Hij geeft praktische, adviserende en coachende ondersteuning voor culturele ondernemers en ondernemingen. Hij is betrokken bij de oprichting van de Noorderparkkamer. Daarvoor werkte hij onder andere bij het Nederlands Blazers Ensemble. Hij is afgestudeerd filosoof en muziekwetenschapper en gecertificeerd in oplossingsgericht coachen.

## *Productie - Luca van der Putten*

Luca (Plan Bruist) zet zich in voor duurzame en vernieuwende initiatieven in de stad die een oplossing of alternatief kunnen bieden. 'Plan' staat voor idee, concept, initiatief, en de strategie met als doel impact te hebben. 'Bruist' is creativiteit, stad, ontmoeting en de interactie tussen mensen en hun omgeving. Plan Bruist maakt op een inventieve wijze de verbinding met 'de volgende stap' binnen het dynamisch speelveld van overheid, bedrijven, wetenschap én burger/gebruiker. Vanuit een integrale benadering geeft Plan Bruist advies, reflectie, leiding en inspiratie om uiteenlopende partijen te verbinden en initiatieven succesvol te maken.

## *Promotie - Annemiek Tichelaar*

Na de studie Communicatie heeft Annemiek gewerkt in de commerciële en de charitatieve sector, zowel aan de kant van het bureau als van de klant. Annemiëks passie is het vertellen van verhalen die aandacht verdienen. Dit doet ze sinds 2012 vanuit het bedrijf IdeaLists. Voor De Buurtcamping heeft Annemiek communicatie en PR verzorgd.

## *Stagiaires*

Nikki Donkersloot studeert Algemene Sociale Wetenschappen en assisteerde De Buurtcamping o.a bij (online) communicatie en sponsoractivatie. Daniel Hulleman, Sophie, en Cyril Witte zijn 2e jaars studenten CMV aan de HvA en lopen stage bij De Buurtcamping. Ze werken aan een onderzoek naar activiteiten die duurzame contacten bevorderen en lopen mee met de organisatie.

3. Daarnaast werkte De Buurtcamping met de volgende externe professionals:

Extern adviseur: Boris Franssen

Onderzoeker: Lisa Jorritsma

Sponsorwerving: Justyna Krajewska

Charles Beaumont - website en ICT

Julian Schonfeld - vormgeving

Buurtcamping Media - Jesper Buursink, Gerben Willers,

Heleen Hummelen, Kika Booy

Fotografie: Roderik Rotting

# DE MENSEN ACHTER DE BUURTCAMPING

