

# BEDRIJFSPLAN

“De droom van Dolphia”



Vorbereid door: Stichting Bewonerscommissie Dolphia  
Datum: April 2018

# Inhoudsopgave

1. Inleiding	3
Samenvatting	6
2. Missie en Visie	8
2.1 Missie	8
2.2 Visie	8
3. Producten en maatschappelijke activiteiten	9
3.1 De Producten	10
3.2 De maatschappelijke activiteiten	12
3.3 Producten en maatschappelijke activiteiten (toekomst)	14
4. Marketing	15
4.1 Marktgrootte en doelgroepen	15
4.2 Concurrentie analyse	16
4.3 SWOT	16
4.4 SWOT confrontatie	17
4.5 Marketingmix	17
4.6 Kritische succesfactoren	21
4.7 Acties	21
5. Organisatie	22
5.1 Het bestuur	22
5.2 Zakelijk leiding	22
5.3 Ondersteuning	23
5.4 Vrijwilligers	23
5.5 Thuisbasis	23
6. Globale planning	23
7. Financiering	24

# 1. Inleiding

De Gemeente Enschede telt 158.308 inwoners (31 maart 2015, bron: CBS). Onder de gemeente Enschede vallen naast de stad Enschede verder nog de dorpen Lonneker, Boekelo, Usselo en Glanerbrug. Enschede is daarmee de grootste stad van Overijssel en naar inwoneraantal de elfde gemeente van Nederland.

De Stad Enschede kent 4 stadsdelen waaronder stadsdeel Oost.

Deze omvat de wijken De Eschmarke, Hogeland-Zuid, 't Ribbelt, Stokhorst, Velve-Lindenhof en Glanerbrug. In dit gebied zijn in totaal ruim 38.000 mensen woonachtig waarmee Enschede Oost het grootste stadsdeel van Enschede is. In de wijk Glanerbrug ligt de buurt Dolphia.

Dolphia heeft 585 inwoners, 275 mannen, 310 vrouwen, met een bevolkingsdichtheid van 1.008 inwoners per vierkante kilometer. De leeftijdscategorie 45 t/m 64 jaar is met 25% het sterkst vertegenwoordigd. Met 55% zijn de meeste personen ongehuwd. Daarnaast is 11% procent van de inwoners gescheiden en 5% verweduwd.

Dolphia is een volksbuurt, en is in de jaren dertig opgezet aan de Gronausestraat op enige afstand van de stad. De buurt is symmetrisch opgebouwd rond het Transvaalplein. In feite is het meer een vijver dan een plein. Er ligt een grote kei, een overblijfsel uit de IJstijd.

Laag opgeleid, laag inkomen, blank, relatief veel werkloosheid en grote sociale problematiek. Dat typeert de Enschedese volksbuurt Dolphia. Het aantal huishoudens met kinderen ligt boven het Enschedese gemiddelde.

Dolphia is een dorp apart, bijna iedereen kent elkaar bij naam en toenaam en veel mensen zijn familie van elkaar. De bewoners hebben een eigen manier om problemen op te lossen en dé Dolphiaan gaat niet graag van Dolphia af. Ouders willen het liefst dat hun kinderen in Dolphia blijven.

Deze volksbuurt kent één bewonerscommissie, die al meer dan 15 jaar actief is. Mei 2014 is de bewonerscommissie geformaliseerd in Stichting Bewonerscommissie Dolphia. Deze stichting behartigt de belangen van de bewoners en levert een belangrijke bijdrage aan de leefbaarheid in de buurt. Het zet zich zeer actief in voor het oplossen van de sociale problematiek en het vergroten van de betrokkenheid en de medezeggenschap van bewoners.

## Geschiedenis

Woningcorporatie Ons Huis besloot in 2005 om een groot aantal huurwoningen en het door de bewoners gekoesterde centraal gelegen clubgebouw in Dolphia te gaan slopen. De insteek van Ons Huis was, dat het al haar huurwoningen in Dolphia, met uitzondering van de te renoveren woningen langs de Gronausestraat, het liefst wilde vervangen door nieuwbouw. Een grootschalige renovatie van alle woningen bleek naar het oordeel van Ons Huis financieel onverantwoord.

Ons Huis onderzocht hierom destijds, samen met de huurderscommissie Dolphia, de woonwensen van de huurders. Met name door de inzet van de huurderscommissie nam hieraan 75% van de 165 huishoudens deel.

De belangrijkste resultaten van de woonwensen en bevindingen waren:

1. 90% van de Dolphianen wil in hun wijk blijven
2. de nieuwe huurwoningen moeten betaalbaar zijn
3. de huidige staat van de huurwoningen is slecht tot zeer slecht
4. woningen zijn niet of nauwelijks geïsoleerd (relatief hoge energielasten)
5. een (nieuw) buurthuis

Aan de hand van deze woonwensen werden middels 2 informatiemarkten de eerste schetsen van mogelijke nieuwbouw aan de bewoners gepresenteerd.

Ons Huis was voornemens om voor 2010 een beslissing te nemen over Dolphia's toekomst. De huidige stand van zaken (september 2016) is, dat ofschoon er 82 woningen en een clubgebouw zijn gesloopt, er geen nieuwbouwactiviteiten zijn, het terrein al meer dan 5 jaar braak ligt en er ook geen uitvoeringsplannen liggen voor nieuwbouw.

Wel is er middels een samenwerking van de Gemeente Enschede en woningcorporatie Ons Huis, met behulp van Europese subsidie, een nieuwe wijkvoorziening, genaamd "De Kei", gebouwd. Deze wijkvoorziening staat aan de rand, op enige afstand van de buurt.

Het feit dat de bewoners van Dolphia niet zijn betrokken bij de plannen van deze nieuwe wijkvoorziening, de invulling daarvan en de locatiekeuze heeft veel kwaad bloed gezet. Dit in combinatie met het uitblijven van nieuwbouw activiteiten, het troosteloze braakliggende terrein en de sloop van met name hun buurthuis maakt dat de bewoners van Dolphia het vertrouwen in de Gemeente Enschede en Woningcorporatie Ons huis zijn verloren.

### **Toekomst perspectief**

Woningcorporatie Ons Huis is de eigenaar van de wijkvoorziening "De Kei". De hoofdhuurders zijn zorgorganisatie Uniek en Welzijnsorganisatie Alifa.

Alifa huurt vanaf 2015 o.a de tot buurtkamer benoemde ruimte in deze wijkvoorziening en stelt deze "om niet" ter beschikking aan de bewonerscommissie Dolphia.

De bewonerscommissie draagt sinds februari 2015 zorg voor de exploitatie, het beheer en de activiteiten in- en om de wijkvoorziening. Alifa kan het om niet gebruik van de buurtkamer door de bewonerscommissie tot mei 2018 garanderen, omdat Alifa heeft besloten de huur per 1 mei 2018 op te zeggen.

Woningcorporatie Ons huis heeft andere plannen en gaat de buurtkamer vanaf deze datum verhuren aan een zorginstelling, waarmee de bewonerscommissie haar locatie waarin het activiteiten voor de wijk uitvoert wederom verliest.

Dit vooruitzicht stemt de bewoners van Dolphia somber, maar dit veranderde toen Wethouder Jeroen Hateboer beloofde dat zij hun eigen buurthuis mogen bouwen op de plek waar het oude buurthuis gestaan heeft, mits de bewoners van Dolphia zelf een sluitend plan overleggen dat de benodigde financiële middelen voor het buurthuis rechtvaardigt.

De bewoners krijgen de grond om niet in bruikleen, (erfpacht) en hebben de mogelijkheid middels een zogenoemde "sociale hypotheek", naar het idee van de genoemde Wethouder, de bouw van hun buurthuis te financieren. De bewoners dragen zelf zorg voor de bouw en de organisatie en dragen de verantwoording voor de exploitatie. Na de aflossingsperiode van de "sociale hypotheek",\* 10 jaar, is de buurt Dolphia de rechtmatige eigenaar van het buurthuis en is hun ultieme droom verwezenlijkt.

### **\* Sociale hypotheek**

Net als een gewone hypotheek bestaat een sociale hypotheek uit een hypotheekgever / geld ontvanger (de bewonerscommissie) en een hypotheeknemer / geld verstrekker (de gemeente).

En er is sprake van een onderpand. Anders dan bij een normale hypotheek bestaat de 'waardestroom' voor terugbetaling van de sociale hypotheek niet volledig uit euro's. Een deel van de terugbetaling bestaat namelijk uit (het organiseren van activiteiten die leiden tot een) maatschappelijke waarde in Dolphia. De bewonerscommissie, Ons Huis en gemeente (centraal en stadsdeel) gaan met elkaar om de tafel om gezamenlijk de waarde van de activiteiten en daaruit voortkomende effecten te definiëren. Dit ontwerpplan biedt daar de basis voor. Voor de gemeente is het van groot belang dat de activiteiten met name bijdragen aan de speerpunten van het Stadsdeel management Oost voor de buurt Dolphia.

### **Draagvlak**

Stichting Bewonerscommissie Dolphia is in mei 2014 opgericht en levert een belangrijke bijdrage aan de leefbaarheid in deze volkse buurt. Zij zetten zich zeer actief in voor het oplossen van de sociale problematiek

en het vergroten van de betrokkenheid en de medezeggenschap van bewoners. De activiteiten, voor een groot deel onder begeleiding van welzijnsorganisatie Alifa, dragen hieraan voor een belangrijk deel bij, en genieten veel draagvlak in de buurt. Enquetes, huis- aan huis bezoeken en de brainstorm avonden in de buurtkamer hebben geleid tot groot enthousiasme en het geloof dat hun droom, een eigen buurthuis mogelijk is. De groep vrijwilligers die zich actief wil inzetten om, in algemene zin, de leefkwaliteit in de buurt te verhogen, toekomstperspectief te bieden aan met name de kinderen en het buurthuis tot dé ontmoetingsplek van de buurt te maken is gegroeid tot 61 vrijwilligers. (stand van zaken 27 december 2016) Dit is bijna 11% van het totaal aantal bewoners in deze buurt en voor Dolphia een ongeëvenaard aantal.

### **Wergroep bouwcommissie**

Vanuit Stichting Bewonerscommissie Dolphia heeft de werkgroep bouwcommissie een vertaalslag gemaakt van de wensen en ideeën van bewoners naar een plan van eisen. De stand van zaken (april 2018) is dat de Vergunning voor de realisatie van het buurthuis is verleend en dat begin mei 2018 gestart wordt met de bouw. De opdracht voor de bouw is gegund aan de Hodes huisvesting uit Rijssen (hodes-huisvesting.nl). Zij zijn verantwoordelijk voor de totale uitvoering van de bouw en de veiligheid op de bouwplaats. Bewoners gaan op onderdelen als vrijwilliger werkzaamheden uitvoeren, zoals het binnen- en buiten schilderwerk en het aanbrengen van de houten gevelbekleding. Deze vrijwillige ureninzet zal ook bijdragen aan de aflossing van de 'Sociale Hypotheek'.

### **Bewonersbedrijf**

Stichting Bewonerscommissie Dolphia wil toewerken naar een bewonersbedrijf naar het voorbeeld van o.a. Berflo Bedrijf te Hengelo en Beien te Enschede en wil het buurthuis hieronder brengen. De nog op te richten juridische vorm van Bewonerscommissie Dolphia gaat diensten en activiteiten aanbieden en ontwikkelen met, voor en door de bewoners. Deze diensten en activiteiten brengen bewoners met elkaar in contact, maken 'verborgen' talenten zichtbaar, en leiden tot nieuwe initiatieven. Daarnaast bevordert dit vrijwilligerswerk, sociale cohesie en ondersteunt het de participatie- maatschappij. Stichting Bewonerscommissie Dolphia kent een grote achterban en werkt nauw samen met welzijn- en zorgorganisaties werkzaam in de buurt. Het belangrijkste doel is het creëren van een ontmoetingsplek waarin zoveel mogelijk bewoners zich herkennen en samen komen om te werken aan een beter toekomstperspectief voor zichzelf en de wijk.

# Samenvatting

Wekelijks contact met buurtbewoners, huis- aan huisbezoeken, brainstorm-avonden, en informatie verkregen via instanties en organisaties, heeft uitgewezen dat er bij de bewoners van de volksbuurt Dolphia veel draagvlak is voor het in eigen beheer bouwen en exploiteren van hun buurthuis.

Medio december 2016, is 11% van de in totaal 585 bewoners uit deze buurt bereid hieraan op vrijwillige basis een bijdrage te leveren. Daarnaast is gebleken dat er grote behoefte is aan producten (diensten) tegen een acceptabele prijs, die voorzien in de primaire levensbehoeften, zoals voedsel en kleding. De doelgroep is in eerste instantie de bewoner in deze buurt die leeft van- of onder het bestaansminimum, en betreft ongeveer 205 mensen, waaronder een groot aantal kinderen en ouderen.

## De missie

Buurthuis Dolphia; Hét buurthuis voor alle naobers

## De producten en maatschappelijke activiteiten

De bewonerscommissie gaat onder de paraplu van het nog op te richten bewonersbedrijf de doelgroepen in hun behoeften voorzien. Dat gaan zij bij aanvang doen middels een tweetal producten namelijk: een kleding- en speelgoedwinkel en een maaltijden- en catering service. Daarnaast vormt de verhuur van ruimte aan maatschappelijke (zorg) instellingen een belangrijke bron van inkomsten.

Uit de inventarisatie is gebleken dat aan deze beide producten en de ruimtebehoefte (vergaderruimte) een grote behoefte is, en het gebrek aan deze diensten voor de bewoners een grote belemmering vormt in de ontwikkeling en het levensgeluk. Er leven meer ideeën, maar in de beginfase wil het beoogde bewonersbedrijf niet teveel hooi op de vork nemen en zich richten op twee producten/diensten die draagvlak hebben en waarbij de slaagkans het grootst is.

Door relatief klein en overzichtelijk te beginnen met diensten en activiteiten waarvan vaststaat dat daar een grote behoefte aan is, kan men organisch groeien tot een partij van, voor en door bewoners die ertoe doet, en die als volwaardig partner kan samenwerken met andere organisaties die actief zijn in de buurt Dolphia.

Ook worden een tiental maatschappelijke activiteiten geïnitieerd en gecontinueerd.

Deze activiteiten, waaronder sporten en huiswerkbegeleiding zijn met name gericht op de kinderen en jongeren in de buurt met het doel een positieve bijdrage te leveren aan het toekomstperspectief voor deze doelgroep en de speerpunten van het stadsdeelmanagement Oost. Ook wordt het samen werken en bouwen aan een nieuw buurthuis als een maatschappelijke activiteit ervaren, die het eigenaarschap bij de bewoners maximaliseert.

## De aanpak

De bewonerscommissie werkt toe naar een bewonersbedrijf die in het nieuwe buurthuis de specifieke doelgroep gaat bedienen waar het sterk mee in contact staat en waarvan het de behoeften door en door kent. Daarnaast moeten zij in staat worden geacht om de positie van kostenleider te verkrijgen. Dat maakt dat zij de kostenfocus als concurrentiestrategie hanteren; dit betekent dat zij de diensten tegen een lage vergoeding aanbieden, goed op de hoogte blijft van de behoeften die de doelgroep heeft, daarop blijft aansluiten, en strak stuurt op de kosten.

De SWOT analyse laat zien dat er goede kansen voor het beoogde BewonersBedrijf liggen, maar dat er op een aantal interne aspecten versterking en ondersteuning nodig is. Deze aspecten hebben voornamelijk te maken met de onervarenheid als het gaat om het ontbreken van bouwervaring, het runnen van een onderneming en het continueren van de maatschappelijke activiteiten. Hoewel de beoogde onderneming

eenvoudig is qua omvang, is de bedrijfsmatige expertise en de begeleiding en opleiding van de vrijwilligers een must om de continuïteit en de zakelijkheid te borgen.

Het bewonersbedrijf gaat voornamelijk gebruik maken van vrijwilligers. Deze vrijwilligers zijn en worden geworven in de buurt Dolphia en bestaan met name uit gepensioneerden en mensen met een uitkering.

### **Maatschappelijke impact:**

Het buurthuis en de genoemde producten en maatschappelijke activiteiten leveren een belangrijke bijdrage aan de leefkwaliteit in de buurt Dolphia. De ontmoetingsfunctie van het buurthuis en de producten verhogen de sociale cohesie in de buurt en helpen het bewonersbedrijf in het verkrijgen van inzicht in de andere behoeften, wensen en talenten van bewoners. Alle activiteiten dragen tevens bij aan de speerpunten van het stadsdeel management Oost als het gaat om:

- minder eenzaamheid onder ouderen
- minder zorgmeldingen bij het wijkteam
- meer bewoners actief
- meer bewoners gekwalificeerd voor de arbeidsmarkt ( o.a jonge moeders)
- verbeteren van de vervolgcacties op de de talenscans bij bewoners (RAP)
- versterken van de bewustwording van de eigen verantwoordelijkheid op meerdere leefgebieden
- meer jongeren doen aan sport
- verbetering voor de mate voorzieningen voor de jeugd
- minder taalachterstand jonge kinderen

### **De financiële behoefte**

Voor de bouw en de inrichting in- en om het buurthuis is een kapitaal nodig van 244.622,-

Belangrijkste posten zijn:

- Buurthuis
- Keuken en toebehoren (accessoires)
- Inventaris en computerapparatuur
- Straat- en Hekwerk
- Activiteiten kosten

De Gemeente Enschede verstrekt ten behoeve van de bouw van het buurthuis een lening in de vorm van een 'sociale hypotheek', ten hoogte van € 200.000,- . Met de sociale hypotheek zijn alleen de kosten voor de casco bouw gedekt. De overige investeringen, geraamd op circa € 45.000,- nodig om de functie van het buurthuis te maximaliseren, wil de Stichting middels fondsen en subsidies gedekt zien te krijgen. De stand van zaken (april 2018) is dat de kosten m.u.v. het straatwerk en de inventaris gedekt zijn.

Er is een reële kans dat het bewonersbedrijf i.o. middels een combinatie van de opbrengst van de producten en de maatschappelijke waarde, de "sociale hypotheek" binnen 10 jaar kan aflossen. Daarnaast kan met de (te ontwikkelen) producten en diensten ook na aflossing van de hypotheek een gezonde exploitatie van het buurthuis worden gerealiseerd.

## 2. Missie en Visie

### 2.1 Missie

De missie van de bewonerscommissie is haar bestaansrecht als organisatie. Hier beantwoorden zij de vraag: waarom willen zij als organisatie een zinvolle en blijvende toegevoegde waarde leveren en voor wie?

De bewonerscommissie is begaan met alle bewoners in de buurt Dolphia en het gaat hen aan het hart dat hun kinderen, doordat ze opgroeien in een sociaal zwakkere omgeving, in verhouding tot de kinderen in andere buurten minder toekomstperspectief hebben. De bewonerscommissie wil zich sterk maken voor deze kinderen en hen helpen bij het vergroten van hun toekomst kansen. Daarnaast wil de commissie een brug slaan voor de eenzame mensen en de mensen die in een isolement dreigen te geraken en inspelen op de behoefte aan ontmoeting. De huidige ontmoetingsplek voor de buurt dreigt te verdwijnen. Zij willen gehoor geven aan de grote wens van de buurt en een eigen buurthuis creëren, centraal in de buurt. Het aanbieden van laagdrempelige activiteiten maakt de buurt aantrekkelijker en leefbaarder.

De bewonerscommissie wil het “Noaberschap” dat we in de moderne maatschappij een beetje verleerd zijn, graag weer terugbrengen.

Een noaber is letterlijk vertaald een buur, maar noaberschap is veel meer. Vanouds was het een heel ruime en intensieve vorm van burenhulp, die onontbeerlijk was voor de bewoners van boerderijen en in dorpen die niet konden rekenen op goede openbare voorzieningen. In de eerste plaats ten gunste van de bewoners in de buurt die dat hard nodig hebben.

De bewonerscommissie heeft een missie geformuleerd waar zij en de buurtbewoners zich in herkennen en volledig ondersteunen. Daarnaast is de missie geformuleerd om een aantrekkingskracht te hebben op (potentieel) actieve buurtbewoners en is de bewonerscommissie erop gericht om een duurzame zelfsturende organisatie op te zetten.

#### **De missie**

Buurthuis Dolphia; Hét buurthuis voor alle naobers

### 2.2 Visie

De visie van de bewonerscommissie is de manier waarop zij hun missie gaan realiseren en hoe zij de toekomst zien. Een van de kernwaarden is geloof in de kracht van Dolphia. Dit betekent dat de bewonerscommissie met externe hulp wil toewerken naar een zelfstandige en onafhankelijke organisatie van, voor en met buurtbewoners.

#### **Oorspronkelijke doelstelling**

Omdat de onderzoeken hebben uitgewezen welke specifieke behoeften er zijn, gaat de commissie zich in eerste instantie richten op de kindgerichte en ontmoeting stimulerende activiteiten.

Gezien de grootte van de doelgroep, de noodzaak en het ontbreken van regelingen en betaalbare alternatieven is aannemelijk dat de bewonerscommissie in 10 jaar voldoende (maatschappelijke) omzet genereert om de jaarlijkse hypotheeklasten en de exploitatie van het buurthuis te kunnen dragen.

De oorspronkelijke doelstelling is het bieden van toekomstperspectief aan alle Noabers.

#### **De grondgedachte**

Noaberschap maakt van oudsher onderdeel uit van de Twentse samenleving. De bewonerscommissie wil het gevoel van bereikbare hulp en betrokkenheid door middel van noaberschap neerzetten.



## **De toekomst**

De samenleving zal de komende jaren verder vergrijzen. Omdat de overheid zich steeds meer terugtrekt en met de participatiemaatschappij meer van burgers verwacht is een belangrijke rol weggelegd voor vrijwilligers in relatie tot de groter wordende groep ouderen. De leegte die ontstaat door de terugtrekkende overheid en het gebrek aan financiële middelen om op commerciële basis diensten af te nemen vraagt om een andere aanpak. Een aanpak die oog heeft voor de wensen van bewoners en die diensten tegen een lage vergoeding kan verwezenlijken. Daarnaast is de overtuiging dat een positief neveneffect zal zijn dat de diensten bijdragen aan de leefbaarheid in de buurt.

## **De droom**

De ultieme droom van Dolphia is in eerste instantie het eigen buurthuis voor, door en van de buurt. Die droom houdt in dat ze hopen dat de partijen die actief zijn in de buurt, in staat zijn om alle financiële middelen die in hun buurt worden ingezet samen te voegen. Dit met als doel de bewoners de regie in handen te geven, en gezamenlijk te bepalen waar deze middelen aan worden besteed. De bewonerscommissie is ervan overtuigd dat als zij hiertoe in staat zijn, dit een enorme impuls zal zijn voor de saamhorigheid en leefbaarheid in de buurt, en zal met de middelen meer effect kunnen sorteren. Het is een ultieme droom, maar zij geloven dat met het creëren van hun eigen buurthuis onder de vlag van een bewonersbedrijf zij naar deze droom toe kunnen groeien.

# **3. Producten en maatschappelijke activiteiten**

Er is grondig onderzoek gedaan naar de behoeften in de buurt. Allereerst zijn er brainstorm avonden georganiseerd met buurtbewoners om te inventariseren wat er leeft. Daarnaast is informatie verkregen via de Gemeente, de welzijnsorganisaties en de wijkteams, zij komen bij de mensen thuis en beschikken dus over waardevolle informatie en weten wat er leeft en speelt onder de buurtbewoners. Ook zijn er huisbezoeken afgelegd en zijn er telefonisch afspraken gemaakt. In deze gesprekken zijn bewoners bevraagd over hun behoeften, wensen en ideeën, maar ook op wat zij zelf mogelijk aan medebewoners kunnen bieden als vrijwilliger. De stand van zaken op 27 december 2016 is dat 61 bewoners uit de buurt een formulier hebben ingevuld en aangegeven hebben zich te willen inzetten voor de activiteiten in- en om het nieuw te bouwen buurthuis.

Uit het genoemde onderzoek is met name gebleken dat er grote behoefte is aan producten (diensten) die zich met name richten op het bieden van een beter toekomstperspectief voor kinderen en jongeren en blijkt het hebben van een ontmoetingsfunctie voor deze buurt en haar bewoners essentieel voor het verhogen van de leef kwaliteit. De bewonerscommissie is voornemens zoveel mogelijk gehoor te geven aan de wensen komend uit de buurt, die tevens aansluiten bij de speerpunten van het Stadsdeel management Oost. Op termijn wil men op basis van de vraag andere diensten toevoegen, die structureel bijdragen aan de financiële en maatschappelijke doelstellingen van de buurt.

De bewonerscommissie kiest ervoor te starten met een tweetal projecten/producten en een tiental maatschappelijke activiteiten. Door relatief klein en overzichtelijk te beginnen met diensten en activiteiten waarvan vaststaat dat daar een grote behoefte aan is, kan men organisch groeien tot een partij van, voor en door bewoners die ertoe doet, en die als volwaardig partner kan samenwerken met andere organisaties die actief zijn in de buurt Dolphia.

## 3.1 De Producten

### **Kledingbeurzen**

Kleding wordt als één van de primaire levensbehoeften gezien. Meer dan 35% van de 585 bewoners in de buurt Dolphia leeft van- of onder het bestaansminimum. Zij hebben hierdoor vrijwel geen financiële ruimte voor het kopen van (nieuwe) kleding en schoeisel en speelgoed voor hun kinderen.

Uit onderzoek uitgevoerd door Steketee in opdracht van de Kinderombudsman in 2013 blijkt: Hoe langer een gezin in armoede leeft, hoe meer bij een aantal arme kinderen de gevoelens van angst, afhankelijkheid en ongelukkig zijn toenemen. Jonge kinderen uit eenoudergezinnen, gezinnen van niet-westerse herkomst en gezinnen met een laag inkomen hebben de meeste kans op nadelige gevolgen van armoede op hun welbevinden.

De bewonerscommissie Dolphia wil de nadelige gevolgen beperken en voorzien in één van de eerste primaire levensbehoeften door tenminste 4 keer per jaar een grote kledingbeurs te organiseren waarbij kleding, speelgoed en kinderboeken worden aangeboden tegen een lage en acceptabele prijs.

Het aanbod:

- 2<sup>e</sup> hands (kinder)merkkleding en schoenen
- Speelgoed
- Kinderboeken
- Restkleding van de winkelketens in de stad

Op termijn wil de bewonerscommissie, mede afhankelijk van de ervaringen van de kledingbeurs toewerken naar een meer structureel verkooppunt. Hierbij wordt gedacht aan:

- Online verkoop (webwinkel) of;
- Deel van het buurthuis inrichten als outlet - winkel

### **Gunstige neveneffecten**

Middels de kledingbeurs van, voor en met bewoners uit de buurt ontstaat er meer contact tussen de bewoners onderling. Dit verhoogt de sociale cohesie in de buurt en het helpt de bewonerscommissie in het verkrijgen van inzicht in de andere behoeften, wensen en talenten van bewoners.

Het organiseren van kledingbeurzen, met name het ontwikkelen van een structureel verkooppunt, zal een positieve bijdrage leveren aan het opdoen van dagritme en werkervaring en zal de kans op de arbeidsmarkt voor de werkzoekenden verhogen. Deze activiteit draagt daarmee bij aan de speerpunten van het stadsdeel management Oost. De maatschappelijke waarde hiervan draagt bij aan het aflossen van de sociale hypotheek.

Daarnaast draagt de mogelijkheid van een gevulde kledingkast, ander speelgoed en kinderboeken voor de bewoners met een smalle portemonnee indirect bij aan:

- het voor een deel wegnemen van de angst bij kinderen en hun ouders om bijvoorbeeld uit huis te worden gezet, geen eten te hebben of nog meer schulden te maken.
- het verminderen van fysieke of psychische klachten zoals hoofdpijn, buikpijn of tekenen van vermoeidheid bij kinderen en jongeren.
- het wegnemen van een deel van de zorg bij kinderen over de financiering van hun latere opleiding.

- wegnemen van een gevoel van schaamte, jaloezie of uitsluiting bij kinderen en jongeren omdat hun leeftijdgenoten veel vaker (nieuwe) kleding en speelgoed kunnen kopen
- voorkomen van een gevoel van verdriet of woede tegens hun ouders omdat zij hen steeds dingen ontzeggen
- voorkomen dat de kinderen de zorg van hun ouders overnemen
- verkleining van het risico op sociaal isolement
- bevordering van de leesfrequentie

### **Maaltijden en Catering**

Onderzoek in de buurt Dolphia maakt duidelijk dat de bewoners grote waarde hechten aan een ontmoetingsplek in de nabije omgeving, bij voorkeur centraal in de buurt. Eten wordt gezien als de eerste levensbehoefte en naast dat we eten om te overleven wordt eten ervaren als een sociaal gebeuren. De leeftijdscategorie 45 t/m 64 jaar is in Dolphia met 25% het sterkst vertegenwoordigd. Met 55% zijn de meeste personen ongehuwd. Daarnaast is 11% procent van de inwoners gescheiden en 5% verweuwd. Eenzaamheid of sociaal isolement ligt voor deze bewoners op de loer en/of is aan de orde van de dag.

De bewonerscommissie Dolphia wil het eenzame gevoel bij de met name oudere bewoners beperken en het sociaal isolement voorkomen door o.a. het gezamenlijk bereiden en nuttigen van maaltijden en het aanbieden lunches in het buurthuis tegen een lage en acceptabele prijs.

Het beoogde aanbod:

- Koken met en voor ouderen
- Lunches aanbieden (organisaties)
- Kleine catering opdrachten op aanvraag
- Cafeteria functie (incidenteel) tijdens rommelmarkt etc.
- Verjaardag arrangement

### **Gunstige neveneffecten**

Het gezamenlijk nuttigen en bereiden van maaltijden zal de sociale cohesie in de buurt verhogen en de bewonerscommissie helpen in het verkrijgen van inzicht in de andere behoeften, wensen en talenten van bewoners. Het opdoen van werkervaring zal de kans op de arbeidsmarkt voor de werkzoekenden verhogen. Deze activiteit draagt tevens bij aan de speerpunten van het stadsdeel management Oost als het gaat om:

- minder eenzaamheid onder ouderen
- minder zorgmeldingen bij het wijkteam
- meer bewoners actief
- meer bewoners gekwalificeerd voor de arbeidsmarkt (op termijn)

De samenleving zal de komende jaren verder vergrijzen. Omdat de overheid zich steeds meer terugtrekt en met de participatiemaatschappij meer van burgers verwacht zien we een belangrijke rol weggelegd voor vrijwilligers in relatie tot de groter wordende groep ouderen. En alhoewel de primaire doelgroep met betrekking tot deze activiteit de oudere wijkbewoner is, is het goed mogelijk deze te bedienen door inzet van jongere wijkbewoners. Zo worden ook zij geactiveerd en kan er meer begrip tussen verschillende generaties in de wijk gaan ontstaan.

## 3.2 De maatschappelijke activiteiten

De prioriteit van de bewonerscommissie ligt bij het realiseren van “de droom van Dolphia”, het nieuw te bouwen buurthuis. De opdracht voor de bouw is gegund aan de Hodes huisvesting uit Rijssen (hodeshuisvesting.nl). Zij zijn verantwoordelijk voor de totale uitvoering van de bouw en de veiligheid op de bouwplaats. Vijf bewoners gaan op onderdelen als vrijwilliger werkzaamheden uitvoeren, zoals het binnen- en buiten schilderwerk en het aanbrengen van de houten gevelbekleding. Deze vrijwillige ureninzet zal ook bijdragen aan de aflossing van de ‘Sociale Hypotheek’.

Beschrijving	Leeftijd	Activiteit	Aantal uren	Begeleiding	Aantal buurt vrijwilligers
1. Bouw buurthuis	vanaf 16 jaar	Han- en spandiensten: <ul style="list-style-type: none"> <li>eenvoudig timmer, stuc, metsel, binnen- en buiten schilderwerk, installatiewerk etc.</li> <li>Aanbrengen houten gevelbekleding, klaarzetten bouwmaterialen en opruimen bouwafval etc.</li> </ul>	1040	bewoners commissie i.c.m. Hodes huisvesting	5

De bewonerscommissie Dolphia is zeer begaan met het lot van de kinderen en jongeren in de buurt en heeft zich ten doel gesteld het toekomstperspectief voor deze doelgroep te willen vergroten. Hiertoe initieert het maatschappelijke activiteiten die daaraan zoveel mogelijk bijdragen. Een aantal reeds bestaande activiteiten wordt begeleid door welzijnsorganisatie Alifa. Het streven van de bewonerscommissie is op termijn, na 4 tot 5 jaar, alle maatschappelijke activiteiten zoveel mogelijk zelfstandig uit te voeren met buurtbewoners of bewoners uit de nabij gelegen buurten. Doelstelling is zoveel mogelijk bewoners met affiniteit voor de doelgroep bij de activiteiten te betrekken, en waar mogelijk te ondersteunen bij de opleiding nodig voor de verzelfstandiging en/of persoonlijke groei.

De bewonerscommissie organiseert reeds de volgende activiteiten die men in het nieuwe buurthuis wil gaan continueren en/of wil gaan opstarten.

Beschrijving	Leeftijd	Maatschappelijke activiteit	Aantal uren per jaar	Begeleiding	Aantal buurt vrijwilligers
1. Jongens groep	4 tot 12	Sporten en training sociale vaardigheden	78	Alifa	2
2. Jongens groep*	vanaf 12	Sporten en training sociale vaardigheden	78	Alifa	3
3. Meidengroep	4 tot 12	Ontwikkelen creativiteit en training sociale vaardigheden	78	Alifa	3
4. Huiwerkbegeleiding*	tot 12	huiswerk ondersteuning i.s.m. de basisscholen	208	Alifa	4

5. Kruipgroep	0 tot 4	opvoed ondersteuning	104	Alifa	2
Totaal			546		14
Beschrijving	Leeftijd	Maatschappelijke activiteit	Aantal uren per jaar	Begeleiding	Aantal buurt vrijwilligers
1. Kinderactiviteiten / BSO	4 tot 12	Sociale instuif / buurtopvang	78	bewoners commissie	6
2. Sportgroep	18+	bewegingsactiviteiten	78	bewoners commissie	6
3. Disco	0 - 5	Disco voor kinderen	104	bewoners commissie	4
4. Disco	5 - 14	Disco voor kinderen vanaf 5 jaar	36	bewoners commissie	6
Totaal			296		22

\* activiteit start 1 januari 2017

Naast bovenstaande maatschappelijke activiteiten voor de doelgroep kinderen en jongeren organiseert de bewonerscommissie ook activiteiten voor volwassenen zoals:

Beschrijving	Leeftijd	Activiteit	Aantal uren per jaar	Begeleiding	Aantal buurt vrijwilligers
1. Vrouwen groepen	21+	Knutselactiviteit voor bewoners in- en buiten de buurt. Aantal deelnemers 8 -10	208	bewoners commissie	5
2. Bingo	18+	1. Bingo activiteit 8 keer per jaar. (gemiddeld 4 uur werk per keer)	32	bewoners commissie	5
		2. Voorbereiding bingo ( gemiddeld 3 uur werk per keer)	24	bewoners commissie	3
3. Schoonmaak	16+	Schoonmaak buurthuis ( Gemiddeld 3 uur per week)	156	bewoners commissie	5

De vrouwengroep vervaardigt onder andere de kleding en attributen ten behoeve van de jaarlijkse terugkerende activiteiten zoals Sinterklaas en Halloween. Activiteiten die in deze buurt enorm leven en tevens bijdragen aan de sociale cohesie.

#### **Gunstige neveneffecten maatschappelijke activiteiten**

Evenals de beoogde producten zullen de maatschappelijke activiteiten de sociale cohesie in de buurt verhogen en de bewonerscommissie helpen in het verkrijgen van inzicht in de andere behoeften, wensen en talenten van bewoners.

Deze activiteiten dragen tevens bij aan de speerpunten van het stadsdeel management Oost als het gaat om:

- algemeen: verbeteren van de leefkwaliteit
- verbeteren van de vervolgcacties op de talent scans bij bewoners (RAP)
- meer bewoners actief
- versterken van de bewustwording van de eigen verantwoordelijkheid op meerdere leefgebieden
- minder zorgmeldingen bij het wijkteam
- meer jongeren doen aan sport
- verbetering voor de mate voorzieningen voor de jeugd
- minder taalachterstand jonge kinderen
- meer mensen zijn gekwalificeerd voor de arbeidsmarkt ( o.a jonge moeders)

### 3.3 Producten en maatschappelijke activiteiten (toekomst)

Beschrijving	Activiteit	Begeleiding	Aantal buurt vrijwilligers
<b>Producten</b>			
1. Boodschappendienst	Haal- en breng service boodschappen	bewoners commissie	3 - 6
2. (Commerciële) verhuur	Verhuur kantoor en activiteitenruimte	bewoners commissie	2
3. Burenhulpdienst	Aanbod aanvullende klussen voor bedrijven, woningcorporatie, woonhuiseigenaren	bewoners commissie	6
4. Reparatiesoos	Reparatie van (huishoudelijke) apparaten en herstel van kleding	bewoners commissie	4
<b>Maatschappelijke activiteiten</b>			
1. Educatie	Lees- en schrijflessen	bewoners commissie	3
2. Educatie	Computer, laptop- en smartphone lessen	bewoners commissie	2
3. (Ouderen) activiteiten	kaartavonden, biljarten, darten, platenbeurs	bewoners commissie	6

Beschrijving	Activiteit	Begeleiding	Aantal buurt vrijwilligers
4. Kinder- en jongerenactiviteiten	activiteiten voor kinderen, jongeren, (sport) BSO etc.	bewoners commissie	4

### **Gunstige neveneffecten nieuwe producten en maatschappelijke activiteiten**

Deze beoogde producten en maatschappelijke activiteiten zullen bijdragen aan het verhogen van de sociale cohesie in de buurt.

Deze activiteiten dragen tevens bij aan de speerpunten van het stadsdeel management Oost als het gaat om:

- algemeen: verbeteren van de leefkwaliteit
- verbeteren van de vervolgcities op de talent scans bij bewoners (RAP)
- meer bewoners actief en bevordering ondernemerschap/ zelfredzaamheid
- versterken van de bewustwording van de eigen verantwoordelijkheid op meerdere leefgebieden
- minder zorgmeldingen bij het wijkteam
- meer jongeren doen aan sport
- verbetering voor de mate voorzieningen voor de jeugd
- minder taalachterstand jonge kinderen
- meer mensen zijn gekwalificeerd voor de arbeidsmarkt ( o.a jonge moeders)

## **4. Marketing**

In dit hoofdstuk wordt in aanzet de doelgroep(en), de markt en hoe de producten vermarkt kunnen gaan worden omschreven.

Op basis van de contacten in- en met de buurt en de onderzoeken, waaronder de huisbezoeken, kunnen onderstaande inschattingen als realistisch worden beschouwd.

### **4.1 Marktgrootte en doelgroepen**

De belangrijkste doelgroep is de buurt zelf. Volgens de demografische gegevens bestaat onze doelgroep uit 585 mensen. Met het beoogde aanbod wordt tenminste de helft van de buurt direct, of indirect bereikt.

#### **Expliciete behoefte in de markt**

Als er in een markt een expliciete behoefte is aan een bepaald product of een oplossing voor een probleem dan spreekt met van market pull. De behoefte is geïdentificeerd door potentiële klanten en/of door onderzoek. In ons geval is de behoefte vastgesteld door potentiële klanten en dat wordt gestaafd door onze huisbezoeken. Na veelvuldige gesprekken en inventarisaties is de behoefte aan een eigen buurthuis naar voren gebracht. Het initiatief van de bewonerscommissie Dolphia om in te gaan op de behoefte aan betaalbare producten en activiteiten die voorzien in de eerste levensbehoefte, bijdragen aan het vergroten

van het toekomstperspectief voor jongeren en het creëren van een ontmoetingsfunctie is met open armen ontvangen.

Kijkend naar de totstandkoming van het initiatief dan kunnen we spreken van market pull. De verwachting is dat er voor de doelgroep niet veel marketinginzet nodig is om de klant aan hen te binden.

### **Zakelijke doelgroep**

De bewonerscommissie wil de producten ook gaan aanbieden aan de bedrijven in Enschede - Oost, waarbij het de concurrentie met vergelijkbare aanbieders zoveel mogelijk willen voorkomen. De intentie is hierover met de mogelijke concurrenten in gesprek te gaan en te onderzoeken of er kan worden samengewerkt.

## **4.2 Concurrentie analyse**

Op het gebied van de producten en activiteiten zijn een nabij gelegen Snackbar en Restaurant Dolphia de enige concurrenten. De snackbar blijkt voor veel Dolphianen te ver lopen. Daarnaast is uit eten gaan voor een groot deel van de buurtbewoners te kostbaar. Met betrekking tot de winkel: Er zijn in de nabije omgeving van Dolphia geen winkels en/of vergelijkbare activiteiten.

Je zou daarom kunnen stellen dat er amper sprake is van concurrentie, of dat de concurrentiepositie van de bewonerscommissie aanzienlijk beter is.

De mogelijkheden voor samenwerking met de Snackbar en Restaurant Dolphia worden onderzocht.

## **4.3 SWOT**

Hieronder volgt een uitwerking van de sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen.

### **De sterkten**

- Veel draagvlak bij de vrijwilligers
- diensten voor weinig geld aan kunnen bieden
- Zij kennen de buurtbewoners en de doelgroep
- Buurthuis komt centraler in de woonbuurt te staan
- Eigenaarschap bij bewoners

### **De zwakten**

- Weinig tot geen bouwervaring
- Geen ervaring in het opzetten van een bedrijf en het runnen daarvan
- Geen bestuurservaring op bedrijfsniveau
- Er wordt vrijwel alleen gehandeld vanuit emotie
- Nog geen middelen om de diensten uit te voeren

### **De kansen**

- Participatiemaatschappij;
  - Ouderen blijven langer thuis wonen en hebben behoefte aan een ontmoetingsruimte
  - Ouderen moeten steeds meer zelf organiseren



- Hulpvraag vanaf 55+ neemt toe
- Samenwerking met woonwagenkamp, Glanerbrug Werkt, Avanti Wilskracht en de basisscholen
- Zakelijke markt
- Weinig tot geen concurrentie

### **De bedreigingen**

- Afhankelijkheid van actieve vrijwilligers
- Multi-problematiek in de wijk, emoties
- Lage toetredingsdrempels, een nieuwe toetreders met hetzelfde dienstenaanbod
- Zekerheid voor het ontvangen van inkomsten.

## **4.4 SWOT confrontatie**

Als de sterkten met de kansen in de markt worden geconfronteerd dan lijkt het er sterk op dat een buurthuis centraler gelegen in de buurt, waarvan de bewoners eigenaar zijn, een oplossing biedt voor een deel van de problematiek in de buurt. Wel is van belang oog te blijven houden voor de wensen van de doelgroepen en hen te betrekken bij de ontwikkelingen.

Als de zwakten worden geconfronteerd met de kansen, dan moeten zij ondersteund worden bij de bedrijfsmatige aspecten om het buurthuis en het bewonersbedrijf van de grond te krijgen en te houden. Langdurige ondersteuning en betrokkenheid van ervaringsdeskundigen en experts is een must.

Als de sterkten worden geconfronteerd met de bedreigingen, dan zal een nieuwe aanbieder met hetzelfde dienstenaanbod van buiten de buurt goed te weerstaan zijn omdat de noabers de buurtbewoners goed kennen en er direct van op de hoogte worden gesteld. Mocht er vanuit de buurt zelf een nieuwe toetreders komen in dezelfde niche, dan ligt samenwerking het meest voor de hand. Gezien de lage toetredingsdrempels, dienen we alert te zijn op eventuele nieuwe toetreders.

Als de zwakten met de bedreigingen worden geconfronteerd, dan wordt bij aanvang gevraagd een duidelijke visie te ontwikkelen m.b.t. het aantrekken en behouden van de vrijwilligers. Gedegen vrijwilligersbeleid is een kritische succesfactor.

Voor wat betreft de betalingszekerheden: Een drijfveer voor de vrijwilligers kan zijn dat hun inzet een versnelde aflossing op de sociale hypotheek mogelijk maakt.

## **4.5 Marketingmix**

In de marketingmix worden de 5 p's beschreven; Product, prijs, plaats, promotie en personeel.

### **Producten en maatschappelijke activiteiten**

De producten die worden aangeboden zijn: kleding, kinderspeelgoed, kinderboeken, maaltijden/ catering  
De activiteiten die worden aangeboden zijn BSO activiteiten, huiswerkbegeleiding etc.

Deze producten en activiteiten zijn in hoofdstuk 3 uitgebreid beschreven.

Het beeld wat de doelgroep van de producten en de activiteiten moet hebben is:

- Noaberschap
- Hulp is altijd in de buurt en (financieel) bereikbaar

- Samenwerking
- Alle Dolphianen zijn betrokken en begaan met de doelgroep en staan samen staan sterk
- Geloof in eigen kracht
- Uitdagingen aangaan en hebben aandacht voor wat goed gaat
- Respect voor elkaar
- Iedereen met het respect bejegenen dat ze verdienen en open staan voor de wensen die er leven binnen de doelgroepen

### Prijs Producten

De prijzen zijn in overleg met de verschillende werkgroepen en doelgroepen besproken.

### Kledingbeurzen

- Voor kleding en schoenen geldt een vanaf prijs van € 1,00 en een maximum prijs van € 25,00
- Voor kinderspeelgoed geldt een vanaf prijs van € 0,20 en een maximum prijs van € 20,00
- De kinderboeken zijn gratis, een vrijwillige bijdrage wordt op prijs gesteld.

De verwachte omzet 1e jaar **€ 2000,00** ( Gem. € 500,00 per beurs) Met de doorontwikkeling naar een structureel verkooppunt zal de omzet naar verwachting gaan stijgen.

### Keuken activiteiten

- Eet Soos, Samen eten voor en met ouderen
- Kookworkshops voor jongeren
- Kookworkshops voor mannen
- Koken met kinderen
- Multi-Culti koken
- het verzorgen van lunches voor bedrijven en (maatschappelijke) organisaties etc.
- Incidenteel verhuur van keuken aan derden.
- Facilitering activiteiten en huurders/gebruikers buurthuis.
- Maaltijdservice (op termijn)

	2018	2019	2020
<b>Baten Keuken</b>	€ 2.660,00	€ 12.390,00	€ 13.550,00
De keuken activiteiten: start September 2018			
<b>1. Eet Soos, Samen eten voor en met ouderen</b>			
2018: 2 x per week - gemiddelde omzet € 60,- per keer - 10 weken	€ 1.200,00		
2019: 2 x per week - gemiddelde omzet € 65,- per keer - 42 weken		€ 5.460,00	
2020: 2 x per week - gemiddelde omzet € 67,50 per keer - 42 wek.			€ 5.670,00
<b>2. Kookworkshops voor jongeren</b>			
2018: 2 x per maand - gemiddelde omzet € 35,- per keer - 7 keer	€ 245,00		
2019: 2 x per maand - gemiddelde omzet € 37,50 per keer - 18 k.		€ 675,00	
2019: 2 x per maand - gemiddelde omzet € 40,00 per keer - 18 k.			€ 720,00

<b>3. Kookworkshops voor mannen 2 x per maand</b>			
2018: 2 x per maand - gemiddelde omzet € 35,- per keer - 7 keer	€	245,00	
2019: 2 x per maand - gemiddelde omzet € 37,50 per keer - 18 k.			€ 675,00
2019: 2 x per maand - gemiddelde omzet € 40,00 per keer - 18 k.			€ 720,00
<b>4. Koken met kinderen</b>			
2018: 2 x per maand - gemiddelde omzet € 20,- per keer - 7 keer	€	140,00	
2019: 4 x per maand - gemiddelde omzet € 22,50 per keer - 80 k.			€ 1.800,00
2019: 4 x per maand - gemiddelde omzet € 25,00 per keer - 80 k.			€ 2.000,00
<b>5. Multi-Culti koken</b>			
2018: 6 x per jaar - gemiddelde omzet € 80,- per keer - 1 keer	€	80,00	
2019: 6 x per jaar - gemiddelde omzet € 80,- per keer			€ 480,00
2019: 6 x per jaar - gemiddelde omzet € 85,- per keer			€ 510,00
<b>6. verzorgen lunches bedrijven/maatschappelijke organis.</b>			
2018: 12 x per jaar - gemiddelde omzet € 150,- per keer - 3 keer	€	450,00	
2019: 12 x per jaar - gemiddelde omzet € 150,- per keer			€ 1.800,00
2019: 15 x per jaar - gemiddelde omzet € 150,- per keer			€ 2.250,00
<b>7. Incidenteel verhuur van keuken aan derden 6 x per jaar</b>			
2018: 6 x per jaar - gemiddelde omzet € 50,- per keer - 0 keer	€	-	
2019: 6 x per jaar - gemiddelde omzet € 50,-			€ 300,00
2019: 8 x per jaar - gemiddelde omzet € 52,50			€ 420,00
<b>8. Facilitering activiteiten en huurders/gebruikers buurthuis.</b>			
2018: Gemiddelde omzet € 30,- per activiteit - 10 keer	€	300,00	
2019: Gemiddelde omzet € 30,- per activiteit - 40 keer			€ 1.200,00
2019: Gemiddelde omzet € 30,- per activiteit - 42 keer			€ 1.260,00
<b>9. Maaltijdservice (op termijn)</b>			€ -

Met een combinatie van de verschillende keuken activiteiten rekenen we vanaf september in 2018 op een commerciële omzet van € 2.660,-. We verwachten in 2019 en 2020 een commerciële groei. Verwachte omzet in 2019: € 12.390,-. Omzet 2020: € 13.550,-

N.B. In bovenstaand overzicht is de maatschappelijk winst niet opgenomen. Deze winst is wel opgenomen in het totaal overzicht. Op dit moment zijn er vier vrijwilligers beschikbaar voor de kookactiviteiten. De werving van nieuwe vrijwilligers heeft prioriteit. We verwachten dat er uiteindelijk 8 vrijwilligers nodig en beschikbaar zijn voor de keukenactiviteiten.

De keuken vormt letterlijk en figuurlijk een centrale rol bij de ontwikkeling van bewoners, het initiatief en (op termijn) een 'gezonde' exploitatie van het buurthuis. Mogelijke effecten: voorkomen van sociaal isolement en gezondere leefstijl.

Om het doel te bereiken is het essentieel de bewoners van Dolphia en het woonwagencentrum en de partners zoveel mogelijk te betrekken en hen medeverantwoordelijk te maken voor het succes.

## **Plaats**

De doelgroep bevindt zich in de buurt Dolphia waar de activiteiten in eerste instantie ook op zijn gericht. Echter, de klanten buiten Dolphia worden niet uitgesloten.

De locatie van waaruit de producten en de maatschappelijke activiteiten ontplooid worden is het nieuw te bouwen buurthuis dat vanaf september 2018 vorm gaat krijgen.

Het buurthuis gaat beschikken over een:

- keuken: circa 17 m<sup>2</sup>
- activiteitenruimte 1: circa 87 m<sup>2</sup>
- activiteitenruimte 2: circa 52 m<sup>2</sup>
- hal: 21 m<sup>2</sup>
- berging/kantoorruimte: 17 m<sup>2</sup>
- een toiletvoorziening: 8 m<sup>2</sup>

Omdat de bewoners zelf zorg gaan dragen voor de exploitatie van het buurthuis wil men de exploitatielasten zoveel mogelijk minimaliseren. Het buurthuis zal conform de laatste bouw- en milieu eisen worden gebouwd, waarmee de energielast i.i.g. beperkt blijft. Daarnaast gaan de bewoners het onderhoud van het buurthuis zoveel mogelijk zelf uitvoeren.

## **Promotie**

Mond tot mond is mogelijk de belangrijkste vorm van promotie binnen de doelgroep. Door goede dienstverlening met een hoge klanttevredenheid te leveren en oprechte aandacht voor wat de doelgroep bezig houdt, zal mond tot mond reclame in het voordeel werken.

Daarnaast wordt uiteraard gebruik gemaakt van digitale media. Door middel van een website en een facebook pagina wordt de ontwikkeling wereldkundig gemaakt. Als alternatief worden flyers verspreid. Het ontwikkelen van een eenvoudig communicatieplan staat op de agenda.

## **Personeel producten en maatschappelijke activiteiten**

### **Personeel producten**

Algemeen: De doelgroepen hebben behoefte aan medewerkers met gevoel voor hospitality. De catering activiteiten vereist vrijwilligers met deze kwaliteit. Daarnaast dienen de vrijwilligers affiniteit te hebben met de horeca. Er zullen bij de opstart 4 vrijwilligers nodig zijn met deze eigenschappen.

Voor het kunnen ontwikkelen van een bewonersbedrijf heeft de bewonerscommissie tenminste 1 secretariael personeelslid nodig met kennis van administratiewerk en 2 personeelsleden die zorg dragen voor de PR en communicatie en die op de hoogte zijn van de sociale media. Bij de werving wordt rekening gehouden met vrijwilligers die affiniteit hebben met één of beide diensten en er ook bedreven in zijn.

### **Personeel maatschappelijke activiteiten**

Ook voor de maatschappelijke activiteiten, met uitzondering van de bouwactiviteiten, is behoefte aan medewerkers met gevoel voor hospitality. De huidige maatschappelijke activiteiten, nu nog ondersteund door welzijnsorganisaties, vraagt 14 vrijwilligers.

Het plan is trainingen aan te bieden die het mogelijk maakt dat vrijwilligers de taak van de welzijnsorganisaties, op termijn, gedeeltelijk of geheel overnemen. De intentie is dat de ervaren professionals de benodigde kennis "on the job" over gaan dragen. Dit gaat deel uitmaken van het

vrijwilligersbeleid. De vrijwilligers waar we gebruik van willen maken komen zoveel mogelijk uit de buurt en waar de vraag niet kan worden ingevuld met bewoners uit de aangrenzende buurten.

## 4.6 Kritische succesfactoren

- Klanttevredenheid en dienstbaarheid
- Sterke focus en oog blijven houden op de behoeften en wensen van de doelgroepen
- Sterke focus op het laag houden van de kosten
- Bedrijfsmatige en zakelijke kennis aantrekken en benutten
- Vrijwilligersbeleid gericht op duidelijkheid, ambitie, aandacht en continuïteit
- Vrijwilligers die dienstbaar zijn en oog hebben voor behoeften van de klanten
- Sterke focus op het bieden van toekomstperspectief voor alle buurtbewoners

## 4.7 Acties

Uit bovenstaande zijn de volgende acties geformuleerd:

### **Contact blijven houden met doelgroep**

Omdat kostenfocus onderdeel uitmaakt van de concurrentiestrategie, moet de bewonerscommissie, de initiator van het toekomstige bewonersbedrijf, aangesloten blijven bij de doelgroep zodat helder blijft waar de wensen en behoeften liggen.

Omdat hoge klanttevredenheid een cruciaal aspect is binnen mond tot mond reclame moeten alle drempels weggenomen worden om eventuele klachten of onvrede te melden. Dit om hier adequaat op te kunnen reageren.

### **Vrijwilligersbeleid**

De afhankelijkheid van vrijwilligers maakt het ontwikkelen van passend vrijwilligersbeleid noodzakelijk. Dit beschrijft onder meer: de waarden, de mensen die gezocht worden, wat er van hen verwacht wordt, en wat de vrijwilligers van de organisatie mogen verwachten, training en opleiding, etc.

### **Zakelijke kennis**

Het inhuren van een professional of professionals met kennis op het gebied van bedrijfsvoering etc. is van groot belang. Zij kunnen zorgen voor de verbindende factor tussen de markt, de vrijwilligers, het bestuur en de meso- omgeving.

### **Communicatieplan**

Er dient een communicatieplan en -planning gemaakt te worden om de externe en interne communicatie in gestructureerde banen te leiden. Hierdoor blijft de doelgroep op de hoogte van het bewonersbedrijf en zijn zij intern op de hoogte van de doelgroep.

# 5. Organisatie

De organisatie:

- Stichtingsbestuur bijgestaan door een Raad van advies
- Zakelijk leider
- Coördinatoren producten en maatschappelijke activiteiten
- Secretariële ondersteuning t.b.v. zakelijke leiding en coördinatoren
- Vrijwilligers producten en maatschappelijke activiteiten

## 5.1 Het bestuur

Stichting bewonerscommissie Dolphia bestaat oktober 2018 uit 5 ervaren bestuursleden.

De bestuursleden nemen de bestuurlijke verantwoordelijkheid voor de dagelijkse gang van zaken. Daarnaast ondersteunen zij samen met de verantwoordelijke voor de uitvoering (zakelijk leider) de diverse activiteitengroepen.

Zij dragen daarmee samen zorg voor de exploitatie van het buurthuis ten gunste van de wijk. Ter ondersteuning van het bestuur is een Raad van Advies aangesteld. Deze bestaat bij aanvang uit twee leden.

SBCD heeft met de 'Droom van Dolphia' door mee te doen aan 'Pitchen voor Impact in je wijk, een gezamenlijk traject van KNHM en LSA Bewoners, € 1000,- en 50 uur ondersteuning verdiend. Deze ondersteuningstijd is name ingezet ten gunste van de organisatiestructuur. Hierdoor heeft de bewonerscommissie een professionaliseringsslag kunnen maken die past bij de nieuwe situatie. In 2019 zal worden onderzocht welke samenstelling en kwaliteiten het bestuur nog meer zou moeten hebben. Het bestuur van SBCD wil overeenkomstig de ontwikkeling van het buurthuis organisch groeien.

## 5.2 Zakelijk leiding

Stichting bewonerscommissie Dolphia gaat werken met een zakelijk leider die over de kwaliteit beschikt om initiatieven om te zetten in haalbare projecten. Deze zakelijk leider brengt structuur en orde in kwalitatieve informatiestromen en is verantwoordelijk voor de verkoop en de uitvoer van het dienstenaanbod. De zakelijk leider signaleert en zoekt naar mogelijke oplossingen bij knelpunten. Als deze buiten haar autorisatie liggen, worden knelpunten en mogelijke oplossingen aan het bestuur voorgelegd. Daarnaast stuurt de zakelijk leider de coördinatoren aan die de verantwoordelijkheid dragen voor de diverse producten en maatschappelijke activiteiten. Deze functie wordt bij aanvang op vrijwillige basis ingevuld door een vrijwilligster uit de buurt. Zij kan hierin desgevraagd begeleid worden door professionals met kennis op dat gebied.

Kerntaken zijn:

- Verkoopactiviteiten
- Projectmanagement; bewaken en rapporteren over de voortgang, omzet, kosten en risico's
- Opstellen en beheren van het projectarchief
- Verrichten van administratieve werkzaamheden
- Verzorgen van de communicatie binnen een project
- Netwerken

Kernkwaliteiten en competenties van de zakelijk leider zijn:

- Resultaatgericht
- Wil graag zaken afronden
- Oplossingsgericht
- Op alle niveaus communicatief vaardig
- Projectmanagement
- Accuraat en nauwgezet
- Kan goed luisteren, maar ook duidelijk en respectvol delegeren
- Netwerker

## 5.3 Ondersteuning

Het bestuur laat zich bijstaan door een Raad van Advies. Deze bestaat uit professionals met de ontbrekende expertise. Hiervoor hebben zich reeds twee leden gemeld.

Daarnaast is er een 2-koppig secretariaat ingericht. Zij ondersteunen de zakelijk leider en het bestuur met de secretariële en administratieve taken.

## 5.4 Vrijwilligers

Het buurthuis kan niet zonder vrijwilligers. De vrijwilligers zijn en worden geworven binnen het netwerk van de bewoners in de buurt Dolphia. De bewonerscommissie heeft met haar inzet voor de buurt en de realisatie van het buurthuis veel bewoners weten te enthousiasmeren. De stand van zaken (november 2018) is dat het vijfkoppige bestuur van SBCD naast henzelf een groep van 20 vaste vrijwilligers uit de buurt Dolphia beschikbaar heeft voor activiteiten, hand- en spandiensten enz. Vier van deze vaste vrijwilligers vervullen een coördinerende functie.

Daarnaast kan er een beroep worden gedaan op een flexibele schil bestaande uit 30 vrijwilligers, allen bewoners uit de buurt.

## 5.5 Thuisbasis

Het buurthuis aan de Christiaan de Wetstraat 9, 7532PH te Enschede is de locatie van waaruit vanaf september 2018 alle producten en maatschappelijke activiteiten worden ontwikkeld.

# 6. Globale planning

### **November 2016 tot en met april 2018**

Vorbereidingsfase bouw nieuw buurthuis. ( (Politiek) lobbywerk, bewonersbijeenkomsten, informatieavonden, zoeken partners, zoeken bouwondernemer, werven vrijwilligers, schrijven ontwerpplan, commissies instellen, Pitch LSA etc.)

### **Oktober 2017**

Ondertekenen 'Sociale Hypotheekakte'

### **Maart 2018 tot en met Juni 2018**

Zoeken financiële middelen inrichting buurthuis (keuken, alarminstallatie, bestrating, tafels en stoelen etc.)

### **Mei 2018**

Start bouw buurthuis

### **Juli 2018**

Plaatsen keuken en inrichten buitenruimte

**Augustus 2018**

Afwerking en inrichten inventaris

**September 2018**

Officiële opening en start (nieuwe) activiteiten

**> Oktober tot en met december 2018**

Inrichten nieuw bestuur en organisatie

Aanvraag ANBI

Pr en Communicatie plan maken

## 7. Financiering

SBCD wil met het benutten van haar doelstellingen een sociale en maatschappelijke bijdrage leveren aan de door haar gedefinieerde buurt en wijk. Om deze doelstellingen te kunnen nastreven, dient een financiële inspanning geleverd te worden.

Op grond van de opgestelde investeringsbegroting (zie bijlage 1) is de initiële investering voor het buurthuis becijfert op circa € 245.000,- . Het bedrag ten hoogte van € 200.000,- wordt door de Gemeente Enschede ter beschikking gesteld in de vorm van een 'sociale hypotheek'. De aflossingsvoorwaarden zijn in overleg met de gemeente Enschede vastgelegd.

Met de sociale hypotheek zijn alleen de kosten voor de casco bouw gedekt. De overige investeringen ter grootte van € 45.000 -, nodig om de functie van het buurthuis te maximaliseren, heeft de Stichting middels fondsen en subsidies gedekt weten te krijgen.

Zie bijlage voor de gedetailleerde investerings- exploitatie- en liquiditeitsbegroting.