

Initiatiefnemers en civic crowdfunding

Resultaten enquête onder initiatiefnemers in vijf gemeenten

Door Ezra Bakker

*Docent-onderzoeker Lectoraat Corporate Governance & Leadership
Hogeschool van Amsterdam*

Samenvatting

Waarom besluiten mensen tot het starten van een civic crowdfunding campagne, waar lopen ze dan tegen aan en hebben ze meer ondersteuning nodig? Dat zijn de leidende vragen achter dit onderzoek naar initiatiefnemers van civic crowdfunding projecten. Het blijkt dat initiatieven vaak klein starten (een initiatiefnemer), maar dat dit succes niet in de weg staat. Met name de kennis en vaardigheden op het gebied van communicatie en organisatie wordt gezien als uitdaging. Gemeenten kunnen helpen bij soepele procedures en praktische ondersteuning.

Introductie

Samen met Voor je Buurt en vijf Nederlandse gemeenten doet de Hogeschool van Amsterdam onderzoek naar civic crowdfunding. In dit artikel bespreek ik de resultaten van een enquête onder initiatiefnemers over hun ervaringen met het instrument. Hoe kijken ze terug op de civic crowdfunding actie en in hoeverre hadden ze behoefte aan meer ondersteuning; hetzij vanuit de gemeente, hetzij in de vorm van meer kennis, vaardigheden, financiering of vrijwilligers.

We hebben initiatieven geselecteerd die in de voorgaande periode van twaalf maanden een geslaagde crowdfunding campagne hadden gevoerd in de afzonderlijke gemeenten. ('Geslaagd': wanneer minstens 80% van het doelbedrag is opgehaald.)

De vijf Nederlandse gemeenten zijn Apeldoorn, Leiden, Haarlemmermeer, Utrecht en Venlo. Deze gemeenten werken allen samen met Voor je Buurt. Zij verschillen onderling in meerdere of mindere mate ten aanzien van beleid voor bewonersinitiatieven.

De beleidsverschillen zijn onderwerp van een ander onderzoek. Indien lokaal beleid relevant is voor de uitkomsten van de enquête, wordt er vanzelfsprekend melding van gemaakt. Aan de rol van Voor je Buurt wordt apart aandacht besteedt als onderdeel van de enquête.

Al met al zijn er 45 initiatieven benaderd voor de enquête, waarvan er 24 (53%) de enquête ingevuld hebben.

	Uitgezet	Beantwoord
Apeldoorn	11	7
Leiden	6	4
Haarlemmermeer	11	4
Utrecht	10	5
Venlo	7	4

De crowdfunding projecten varieerden qua thema en qua hoogte bedrag. Bij elkaar hebben de initiatieven die deelnamen aan de enquête € 116.000 gevraagd en € 129.000 opgehaald. Uit onderstaande tabel blijkt dat het aantal initiatieven dat met een relatief laag doelbedrag campagne voerde wat hoger was dan we in onze monitor 2018 over een aantal van 211 initiatieven vast hebben gesteld. Dit kan een verschil maken als het gaat om vragen naar organisatie en actieve achterban. Volgens onderzoek van Voor je Buurt hebben campagnes met een hoger doelbedrag vaker een groter campagne team. Voor het slagen van de campagne maakt de hoogte van het doelbedrag weer niet uit.

	€2500<	€2500-€10.000<	€10.000>
Enquête	45% (11 initiatieven)	38% (9 initiatieven)	17% (4 initiatieven)
Monitor 2018	31%	45%	23%

De enquête bestond uit vijf hoofdonderdelen, te weten (1.) karakteristieken van het initiatief en de organisatie van het initiatief, (2.) ervaring met crowdfunding, (3.) behoefte aan vrijwilligers, kennis en vaardigheden (4.) aanvullende (financiële) mogelijkheden en (5.) ondersteuning door Voor je Buurt en de gemeenten.

De volgorde houden we hieronder aan.

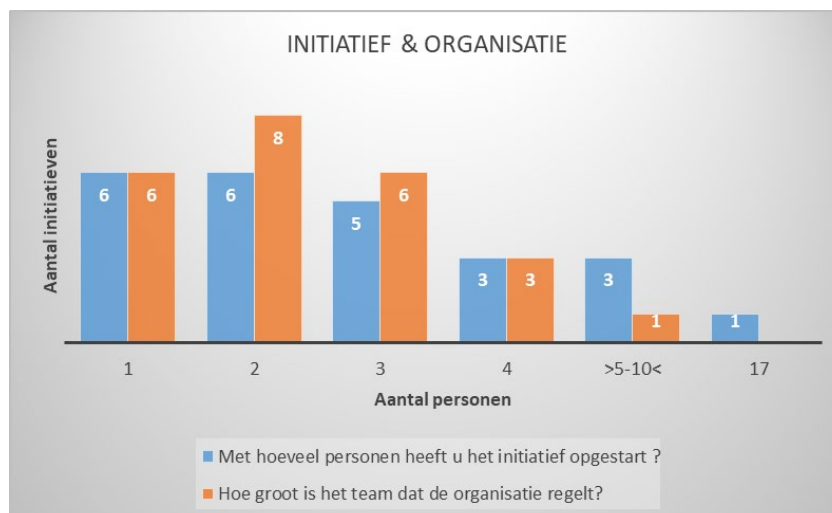
Initiatiefnemers en organisatie

Een breed scala initiatiefnemers heeft de enquête ingevuld. Van de negen thema's uit de monitor van 2018, zijn er zeven vertegenwoordigd.

Categorie	Aantal
Duurzaam	1
Educatief & Jeugd	2
Groen & Natuur	4
Kunst & Cultuur	5
Ontmoeten	2
Sociaal Ondernemen	3
Zorg & Welzijn	7
Dieren	0
Sport & Spel	0

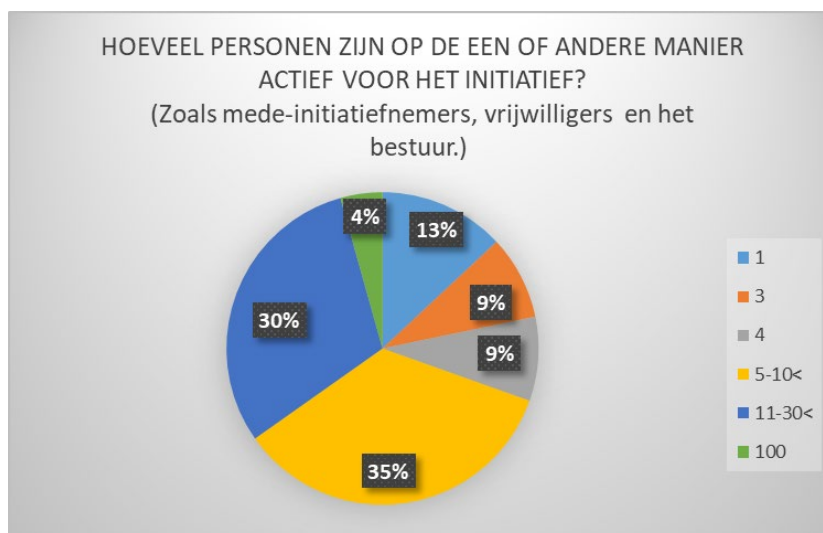
Overigens blijft de onderverdeling lastig vanwege de vele mogelijkheden tot overlap. Zo is bijvoorbeeld een initiatief om een educatieve bomenroute voor kinderen mogelijk te maken, tot de categorie educatief & jeugd gerekend, terwijl het in wezen ook onder groen & natuur gerekend zou kunnen worden. (Zie voor een nadere omschrijving van de initiatieven de bijlage achterin dit artikel.)

Om te kijken naar de organisatie rond de initiatieven, vroegen we naar het aantal mensen dat het initiatief opstartte en het aantal mensen van waaruit de organisatie van het initiatief geregeld wordt.



Een kwart van de initiatieven blijkt door 1 persoon geïnitieerd te zijn, die vervolgens ook de organisatie alleen doet. Sowieso is het opvallend dat de helft van de initiatieven door 1 of 2 personen worden gestart. Ook de kernorganisatie bestaat bij ruim meer dan de helft uit maximaal 2 personen. Bij maximaal 4 personen zit men al op 96%. (De buitencategorie, helemaal rechts in de grafiek, blijkt de succesvolle formule van 'starters voor communities' met 17 personen, waarvan er 2 de kernorganisatie op zich nemen en 15 'starters' van het begin af betrokken zijn.)

Vervolgens vroegen we naar de bredere groep van personen die op de een of andere manier actief zijn voor het initiatief.



Eén groep heeft een forse achterban van 100 personen (de hiervoor in een ander verband genoemde educatieve bomenroute). Dertig procent heeft een forse groep van tussen de 11 en 30 mensen. Telt men alle groepen tot en met 10 personen bij elkaar op, dan vormen deze twee derde van de populatie.

Vermeldenswaard is de constatering dat de helft van de eenmansacties tevens zichzelf als actieve achterban heeft. Hierop aansluitend, is eveneens opvallend dat de grote groep (25%) die met twee personen een initiatief opstartte, juist altijd een substantieel grotere achterban dan twee personen blijkt te hebben.

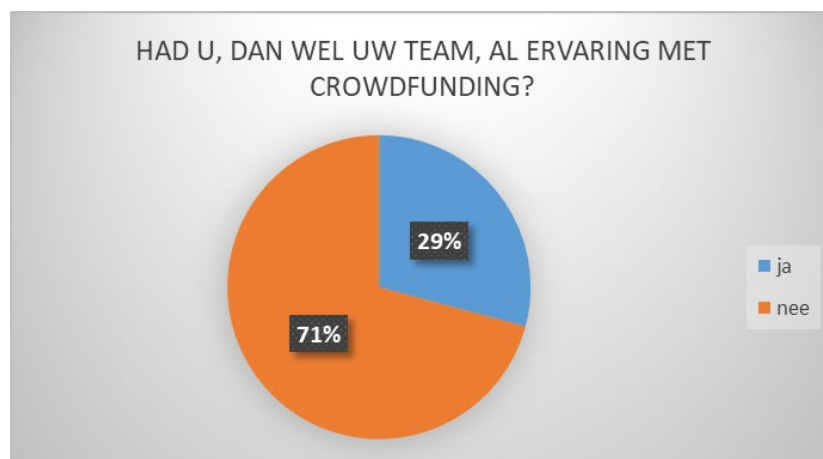
In onderstaande tabel zijn beide fenomenen zichtbaar gemaakt en is tevens het opgehaalde bedrag meegenomen. Hierboven hadden we immers eerder het vermoeden geuit dat het wellicht zou kunnen dat we relatief veel initiatieven met lage doelbedragen (€2.500 of minder) hebben die het beeld van de mate van organisatie zouden kunnen vertekenen. Het zou dan zo moeten zijn dat een klein team over het algemeen ook een lager bedrag ophaalt. Het blijkt echter niet zo te zijn.

Aantal personen opstarten initiatief	Groote kernteam	Actieve achterban	Opgehaald bedrag	Gemeente
1	1	3	€ 2.325	Apeldoorn
1	1	1	€ 10.115	Apeldoorn
1	1	1	€ 260	Apeldoorn
1	1	4	€ 2.507	Utrecht
1	1	6	€ 2.383	Venlo
1	1	1	€ 3.675	Venlo
2	2	12	€ 2.250	Apeldoorn
2	4	100	€ 5.763	H'meer
2	2	10	€ 4.594	H'meer
2	2	7	€ 2.850	Utrecht
2	2	20	€ 10.418	Utrecht
2	2	12	€ 10.000	Utrecht
Totaal		177	€ 56.315	
Totaal Enquête		319	€129.047	

De conclusie die je hieruit kunt trekken, is dat er toch verrassend vaak weinig mensen nodig zijn om een initiatief van de grond te trekken. Een gemeente moet hierop bedacht zijn. Initiatiefkracht is een bijzonder individueel iets. Men mag vermoeden dat het bieden van maatwerk aan bewoners bij crowdfundinginitiatieven nog meer op zijn plaats is, dan op menig ander beleidsterrein.

Ervaring met crowdfunding belangrijk

Verreweg de meeste initiatieven hadden geen ervaring met crowdfunding voordat ze de actie begonnen.



In de enquête vragen we of het moeite kostte om de crowdfunding campagne te voeren, crowdfunding mee vond vallen of dat het juist meer moeite kostte dan vooraf gedacht. Het blijkt voor de grote meerderheid niet mee te vallen. Twee typerende reacties: *“Het kost veel moeite om mensen te bereiken en tot actie aan te zetten.”* (H’meer) *“Het viel niet tegen, maar het vraagt dagelijkse aandacht en energie en daar hebben we ons, op voorhand, wel wat op verkeken.”* (Leiden)



Op de vraag of men een volgende crowdfunding campagne anders zou aanpakken, antwoordde het overgrote deel bevestigend.



Er is hierbij geen verband met ervaring: de helft van degenen die reeds ervaring hadden met crowdfunding blijkt een volgende keer de campagne toch (weer) anders te gaan aanpakken. In de enquête wordt met een open vraag naar de reden geïnformeerd wát men dan anders zou willen aanpakken.

	Communicatie/PR	Organisatie/planning
Wat zou u een volgende keer anders aanpakken?	5	12

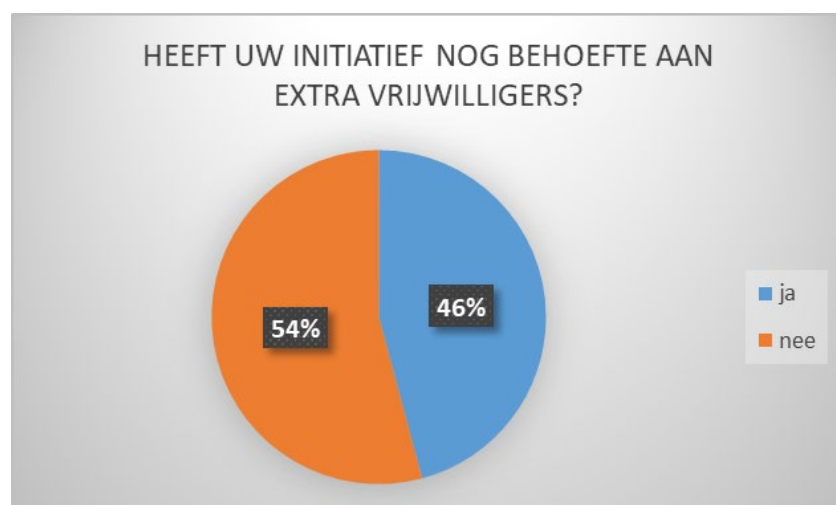
De respondenten geven hier over het algemeen aan een volgende keer een ruimere planning te hanteren en meer aandacht te willen besteden aan het creëren van draagvlak c.q. het opbouwen van het netwerk. Het anders aanpakken van communicatie staat veelal ook in dit teken. Bijvoorbeeld: *“Vooral met een heel team (en niet alleen) een plan bedenken en tijd nemen voor de uitvoering daarvan.”* (Utrecht) *“Eerder van te voren beginnen met de organisatie van de campagne.”* (H’meer) *“Eerst netwerken, dan pas crowdfunden.”* (Venlo) *“(..) Vanaf het begin de donateurs meer meenemen.”* (Leiden)

Of men deze andere aanpak dan ook in de praktijk ten uitvoer zal brengen is maar de vraag. Op de vraag of men van plan is nog een keer een campagne op te zetten, antwoordt vervolgens 62% dat men dat nog niet weet. Dit is opmerkelijk, aangezien alle benaderde initiatieven succesvol waren. Vermoedelijk is er een verband met de eerdere constatering dat het voeren van een crowdfunding campagne meer moeite kostte dan gedacht.

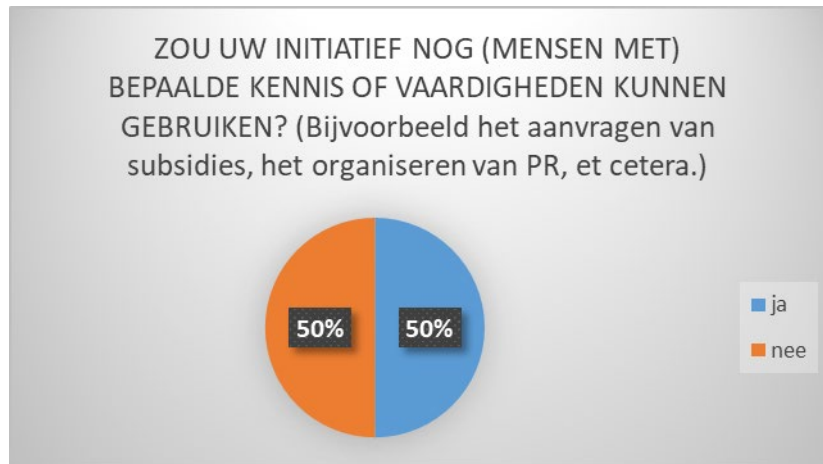


Behoeftte aan vrijwilligers, kennis en vaardigheden

De derde groep vragen ging over de behoefte van initiatieven aan extra ondersteuning in de vorm van vrijwilligers of van specifieke kennis en vaardigheden.



De respondenten zitten niet heel erg dringend verlegen om extra handen. Iets meer dan de helft heeft genoeg hulp in dit opzicht. Er is bij meer dan de helft wél behoefte aan meer specifieke vaardigheden.



Voor de goede orde; er is geen volledige overlap tussen de 'ja' en 'nee' groepen in beide cirkeldiagrammen. (Bijvoorbeeld: onder de 13 respondenten die aangaven geen vrijwilligers nodig te hebben, zijn er 4 die wél mensen met specifieke vaardigheden nodig hebben.)

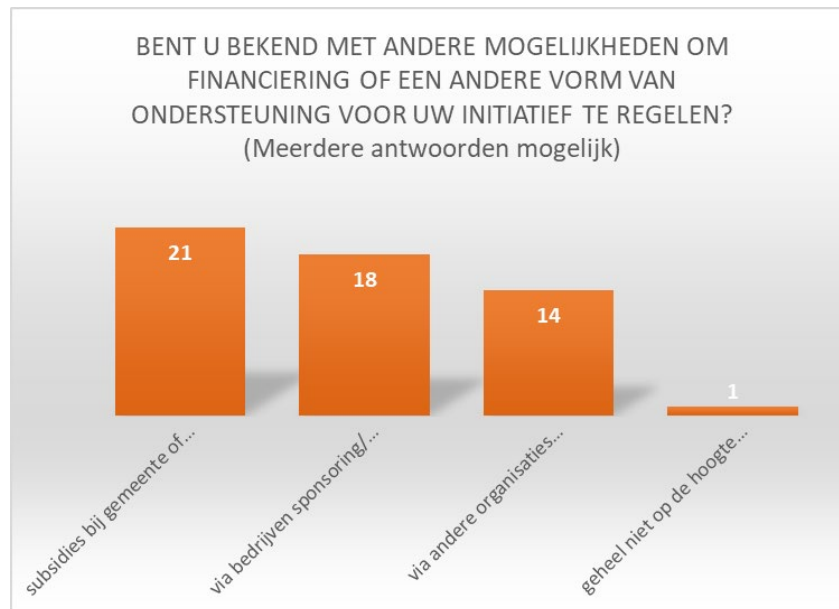
De 'ja' respondenten bij de laatste vraag konden vervolgens aangeven wáár ze dan behoefte aan hebben.

Waarom behoefte?	PR & communicatie	Aanvragen subsidies	Specifieke kennis ivm soort project	ICT	Anders
Totaal	8	8	1	1	2

Er blijkt een grote behoefte te zijn bij de helft van de initiatieven aan ondersteuning dan wel kennis inzake communicatie en het aanvragen van subsidies.

Aanvullende (financiële) mogelijkheden

Ten aanzien van financiën en andere vormen van ondersteuning was het interessant te weten in hoeverre de initiatieven reeds op de hoogte waren van andere mogelijkheden naast crowdfunding, en zo ja, in hoeverre men daar reeds gebruik van had gemaakt.



Naar blijkt, hebben vrijwel alle initiatieven in meerdere of mindere mate kennis van diverse mogelijkheden. Op zichzelf is de hoge score bij subsidies van overheidswege niet verrassend, aangezien drie van de vijf deelnemende gemeenten een of andere vorm van matchfunding hebben voor de initiatieven. Wél verrassend is dat 75% aangeeft op de hoogte te zijn om via bedrijven sponsoring binnen te halen. Tegelijkertijd is er toch een grote groep van 40% die geen weet heeft van mogelijkheden tot ondersteuning via andere organisaties.

Op de vraag; *“Indien u bekend bent met een van deze andere mogelijkheden: hebt u hiervan reeds gebruik gemaakt?”* antwoorden 21 respondenten bevestigend. Vervolgens kon men aangeven van welke mogelijkheid/mogelijkheden men reeds gebruik had gemaakt.

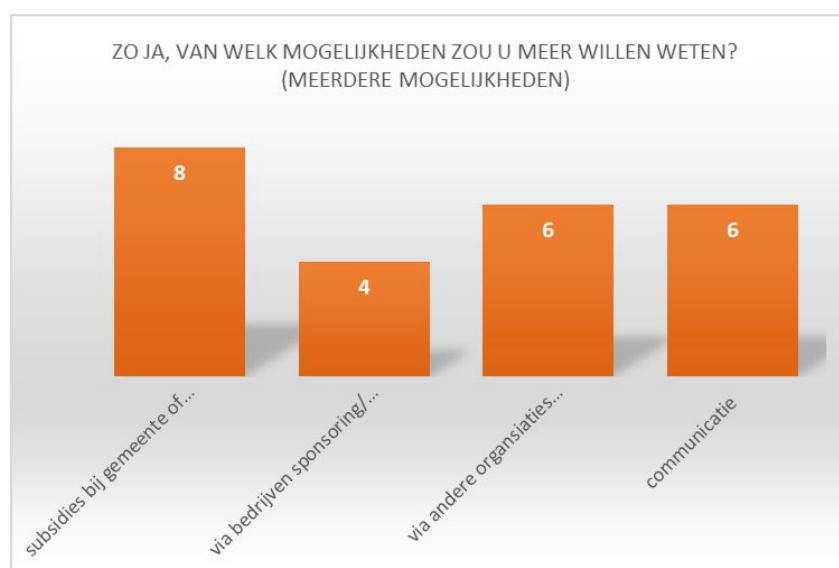
Reeds gebruik gemaakt?	Subsidie gemeente/provincie	Via bedrijven	Via andere organisaties
Totaal	14	11	11

Een deel van deze benutte mogelijkheden hangt samen met de crowdfunding campagne, zoals de hierboven vermelde matchfunding, of soms sponsort een bedrijf via een donatie aan de crowdfunding campagne. De opzet van de enquête is niet van dien aard, dat we hier duidelijk onderscheid in kunnen maken. De conclusie mag daarentegen wel luiden dat 90% van de initiatieven naast giften van afzonderlijke individuen in elk geval steun vanuit organisaties weet te realiseren.

Aanvullend vroegen we of men meer wilde weten van andere mogelijkheden zoals omschreven in de voorgaande vraag.



Gezien het voorgaande, hoeft het niet te verbazen dat een meerderheid aangeeft hieraan geen behoefte te hebben. Toch is een grote groep nieuwsgierig hiernaar. Zij konden aangeven op welk terrein ze vooral meer kennis wilden hebben. Naast de eerder genoemde opties voegden we hier ook het specifieke gebied van communicatie als keuzemogelijkheid aan toe.



Een nadere bestudering van de antwoorden leert dat men vooral geïnteresseerd is in subsidiemogelijkheden buiten de gemeente, zoals bij de provincie, én in mogelijkheden op het gebied van (landelijke) fondsen. Achter de behoefte aan kennis van communicatie lijkt een vrij breed scala van deelonderwerpen te liggen, zoals gebrek aan kennis op het gebied van bijvoorbeeld sociale media, flyers maken en PR-strategie.

Rol van de gemeente en Voor je Buurt bij de begeleiding van initiatieven

De rollen van Voor je Buurt en de gemeenten wisselden per gemeente. In Haarlemmermeer verzorgde Voor je Buurt bijvoorbeeld geen trainingen en deed de gemeente de voorlichting. In Utrecht deed Voor je Buurt juist wel trainingen, waarbij de gemeente meer op afstand faciliteerde,

terwijl in Apeldoorn Voor je Buurt trainingen verzorgde, waarbij de gemeente nadrukkelijker als meewerkende partner aanwezig was. Men kan dergelijke onderlinge beleidsverschillen terugzien in onderstaande tabel, waarin de antwoorden zijn verwerkt op de vraag in hoeverre de gemeente en/of Voor je Buurt een grote rol speelde bij het realiseren van de crowdfunding campagne.

In alle gemeenten verzorgde Voor je Buurt de website, met dien verstande dat men in Leiden geen aparte website voor Leiden had, maar gebruik maakte van de landelijke site van Voor je Buurt. In de andere gemeenten was telkens een aparte website gecreëerd.

Rol Voor je Buurt	Een grote rol	Vooraf op een onderdeel	Uitsluitend het regelen van de website
Apeldoorn	5	0	2
H' Meer	0	0	4
Leiden	2	0	2
Utrecht	1	2	2
Venlo	2	0	2
Totaal	10	2	12

Rol Gemeente	Een grote rol	Vooraf op een onderdeel	Geen rol
Apeldoorn	4	2	1
H' Meer	0	3	1
Leiden	0	0	4
Utrecht	0	0	5
Venlo	0	2	2
Totaal	4	7	13

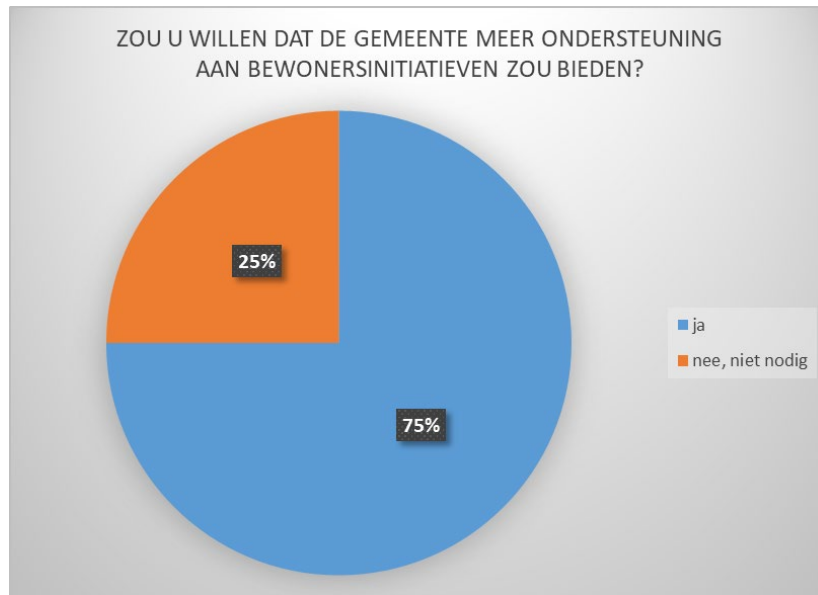
We hebben gevraagd of men nog suggesties had voor de rol van Voor je Buurt. Daarop kwamen 16 reacties, waarvan er 9 aangaven bovenal zeer tevreden te zijn. De andere suggesties betroffen vooral de (onderliggende) vraag om meer belangstelling voor het specifieke initiatief te tonen.

Bijvoorbeeld: *“Meer op initiatief toegesneden ondersteuning en vooral ook meer exposure wat betreft aanboren mensen die het initiatief geldelijk willen ondersteunen. Nu moet alles bij jezelf vandaan komen.”* (Apeldoorn) Of: *“Ook al is er die overtuiging, toch even af en toe een berichtje hoe het gaat. Door alle hectiek kom je er zelf niet aan toe.”* (Utrecht)

Wat we uit de tabellen kunnen opmaken, is dat de aanpak van Apeldoorn kennelijk een geval apart is. In de andere gemeenten valt op dat men vanuit de gemeente niet veel begeleiding heeft ervaren, dan wel niet nodig heeft gehad.

Bij de vraag over de gemeente was ruimte voor toelichting. Van de 10 reacties, kwamen er 5 uit Apeldoorn en 3 uit Haarlemmermeer. Opvallend was dat er geen kritische opmerking bij stond, eerder het omgekeerde: *“Er werd meegedacht, soms werk uit handen genomen, soms teksten beter geformuleerd.”* (Apeldoorn) Of: *“Via via ben ik voor mijn actie bij een persoon van de gemeente terecht gekomen die met mij meedacht en opperde of Crowdfundingvenlo niets voor mij zou zijn. Hoewel mijn doel niet voor een grote inwonersgroep bekend is, mocht ik toch meedoen. Hiervoor ben ik heel dankbaar!”* (Venlo)

Als vervolgvraag bij de gemeente, vroegen we of men wilde dat de gemeente meer ondersteuning aan bewonersinitiatieven zou bieden.



Aangezien een forse meerderheid hierop bevestigend antwoordde, waren we nieuwsgierig wat men dan bij de toelichting hierop zou antwoorden. (Namelijk: “Zo ja, wat voor extra ondersteuning zou de gemeente kunnen bieden?”) De 18 opmerkingen lieten zich ruwweg onderverdelen in vier categorieën.

Extra ondersteuning gemeente?	Informatie/kennis	Advies/meedenken	Meer/ betere participatiemogelijkheden	Financiën/andere middelen
	4	7	3	4

Ter illustratie: “Meer belangstelling tonen voor organisaties.” (Leiden) “Netwerk, kennis en geld. Vooral doorverwijzingen naar de juiste persoon die beslissingen kan maken betreffende de sector waarin je actief wilt bijdragen(..)” (Utrecht) “Ja, in de zin van niet even aandacht, maar werkelijk meenemen in de beleidsvoering.” (Apeldoorn) “Een contactpersoon die ook met je spart en verder kijkt dan alleen deze crowdfunding.” (Venlo)

Een meedenkende gemeente wordt door zeker een kwart van de initiatieven op prijs gesteld. Een gemeente die faciliteert is een andere rol die ook gewaardeerd wordt, maar die zich niet eenduidig laat definiëren. De ene respondent heeft behoefte aan betere informatie, de ander heeft genoeg aan minder papierwerk of aan een fysieke ruimte voor overleg.

Rode draad lijkt een betrokken gemeente te zijn in de zin dat men niet alleen beleid voor bewonersinitiatieven maakt, maar sowieso interesse toont over de stand van zaken van de betreffende initiatieven.

Intermezzo: twee duidelijk verschillende groepen

Alle enquête vragen zijn hiermee behandeld. Twee derde van de respondenten gaf aan verder op de hoogte gehouden te willen worden van het onderzoek of stond open voor vervolgvragen.

Op zoek naar mogelijke dwarsverbanden tussen de antwoorden op de verschillende vragen, bleek dat er een interessante onderverdeling gemaakt kon worden bij de initiatieven. Er konden ruwweg

twee groepen van elkaar onderscheiden worden. Deze onderverdeling ontstond op basis van de beantwoording bij de vraag of men behoefte heeft aan meer kennis inzake mogelijkheden tot financiering of andere ondersteuning.

	Behoefte aan meer kennis andere mogelijkheden van financiering of een andere vorm van ondersteuning voor uw initiatief	<u>Geen</u> behoefte aan meer kennis andere mogelijkheden van financiering of een andere vorm van ondersteuning voor uw initiatief.
Apeldoorn	3	4
H'meer	1	3
Leiden	0	4
Utrecht	3	2
Venlo	3	1
Totaal Aantal	10=42% totaal	14=58% totaal
De crowdfunding campagne kostte meer moeite dan gedacht.	7=70%	8=57%
Is er een onderdeel van uw crowdfundingcampagne dat u een volgende keer anders zou willen aanpakken?	9 ja=90% van deze groep	7 ja=70% van deze groep
Heeft uw initiatief nog behoefte aan extra vrijwilligers?	8 ja=80%	3 ja=21%
Zou uw initiatief nog (mensen met) bepaalde kennis of vaardigheden kunnen gebruiken?	9 ja=90%	3 ja=21%
Bent u bekend met andere mogelijkheden om financiering of een andere vorm van ondersteuning voor uw initiatief te regelen?	Bij elkaar 19 onderdelen ingevuld=gem 1,9	Bij elkaar 34 onderdelen ingevuld= gem 2,4
Zou u willen dat de gemeente meer ondersteuning aan bewonersinitiatieven zou bieden?	8 ja=80%	10 ja=71%
Wil <u>niet</u> verder benaderd worden inzake de enquête.	2=20%	6=42%

Interessant aan dit onderscheid is dat je aan de ene kant een grote groep hebt die meer behoefte aan ondersteuning heeft en meer informatie wenst over andere mogelijkheden.

Aan de andere kant staat een grote groep van initiatieven die over het algemeen meer kennis in huis heeft en reeds behoorlijk georganiseerd is. Géén behoefte aan meer kennis van financiering en

dergelijke, blijkt in hoge mate te corresponderen met géén behoefte aan extra mankracht. Tegelijkertijd antwoordt deze groep toch ook overwegend bevestigend als het gaat om de vraag of de gemeente meer ondersteuning aan bewonersinitiatieven zou moeten bieden.

Het onderlinge verschil tussen beide groepen komt zelfs tot uiting in de interesse voor de resultaten van deze enquête.

Een interessante overeenkomst is daarentegen dat bij beide groepen een grote meerderheid aangeeft dat de crowdfunding campagne meer moeite kostte dan gedacht.

Conclusies en aanbevelingen

Als we de resultaten van deze enquête moeten samenvatten, dan is het wel dat crowdfunding initiatieven opgestart worden door een kleine groep mensen. Bij de helft van de initiatieven ging het zelfs om enkel 1 of 2 personen.

Weliswaar doet men niet alles zelf, getuige het feit dat twee derde van de initiatieven een actieve achterban heeft variërend van 5 tot 30 personen. Tóch kost het veel tijd en moeite en in het merendeel van de gevallen ook (veel) meer dan men van tevoren had gedacht.

Mogelijk is dit de hoofdreden waarom slechts een kleine groep van 21% zeker weet dat men nog eens aan een crowdfunding campagne begint, al weet twee derde wel wat men een volgende keer anders zou aanpakken.

Initiatieven laten zich onderverdelen in twee duidelijk te onderscheiden groepen. De ene groep geeft aan voldoende op de hoogte te zijn van andere mogelijkheden voor ondersteuning naast crowdfunding. Deze groep heeft doorgaans ook voldoende kennis, vaardigheden en mankracht in huis. De andere groep geeft aan meer ondersteuning op prijs te stellen en zeker ook behoefte te hebben aan extra kennis en mankracht. Bij beide groepen geeft een forse meerderheid duidelijk aan dat de gemeente meer ondersteuning aan bewonersinitiatieven zou moeten bieden.

Tegelijkertijd moet onderstreept worden dat men vaak uitermate positief was over het beleid rond crowdfunding. Men geeft vooral aan dat er wellicht meer mogelijk zou zijn qua ondersteuning.

Het belangrijkste advies op basis van deze enquête lijkt dan ook te zijn dat vanuit de gemeenten twee rollen in de gaten gehouden dienen te worden: een faciliterende rol en een meer actieve meedenkende rol.

Ruwweg kan men stellen dat de ene groep initiatieven meer behoefte heeft aan de faciliterende rol, omdat men over het algemeen al redelijk georganiseerd is en genoeg kennis en vaardigheden heeft. Deze rol gaat om soepele procedures, maar ook het beschikbaar stellen van financiële en andere middelen. De andere groep heeft veel behoefte aan een gemeente als actieve partner die informeert hoe het gaat, soms aanbiedt om in te springen op onderdelen zoals communicatie. Met andere woorden; een gemeente die zich meer opstelt als een projectpartner.

Er lijkt te kunnen worden geconcludeerd dat: het gemeentelijk beleid ten aanzien van crowdfunding initiatieven zich moet richten op deze twee groepen, elk met een eigen rol. Deze conclusie kan belangrijk zijn voor de volgende fase van ons onderzoek, waarin we met de vijf deelnemende gemeenten aan de slag gaan.

Bijlage

Korte omschrijving initiatieven per plaats en naar opgehaald bedrag

		Thema	Gevraagd bedrag	Opgehaald bedrag
Apeldoorn 1	Boek Apeldoornse Grift	Kunst & Cultuur	€ 2.000	€ 2.325
Apeldoorn 2	Burgerbankjes op Zwitsal	Ontmoeten	€ 2.000	€ 1.800
Apeldoorn 3	Kunstwerk Leienplein	Kunst & Cultuur	€ 6.000	€ 4.865
Apeldoorn 4	Moestuin Havenpark	Groen & Natuur	€ 10.000	€ 10.115
Apeldoorn 5	Laagvliegrouetes Lelystad Airport	Duurzaam	€ 2.000	€ 2.250
Apeldoorn 6	Stembeurt piano Omnizorg	Zorg & welzijn	€ 250	€ 260
Apeldoorn 7	Jouw bloemen in Pluktuin	Groen & Natuur	€ 1.600	€ 1.635
H'Meer 1	Bijental Fruittuinen	Groen & Natuur	€ 4.000	€ 4.410
H'Meer 2	Help onze atleten aan nieuwe materialen	Zorg & welzijn	€ 2.000	€ 7.150
H'Meer 3	Help onze kids de boom in (educatief bomenpad)	Educatief & Jeugd	€ 5.000	€ 5.763
H'Meer 4	Cruqius Concerten	Kunst & Cultuur	€ 4.000	€ 4.594
Leiden 1	Waar vonden we de hutspot (archeologie onderzoek Schans Lammen)	Kunst & Cultuur	€ 2.406	€ 2.406

Leiden 2	Duyt voor Schuyt (gedenk-plaquette)	Kunst & Cultuur	€ 8.000	€ 7.165
Leiden 3	Kook- en verhalen-boek 'Sijtje op recept'	Sociaal Ondernemen	€ 6.500	€ 6.814
Leiden 4	Autisamen/ Een stichting in oprichting	Zorg & welzijn	€ 3.000	€ 3.402
Utrecht 1	Volieres Nieuw Rotsoord	Groen & Natuur	€ 2.500	€ 2.850
Utrecht 2	Queridon Taal & Horeca	Sociaal Ondernemen	€ 10.000	€ 10.418
Utrecht 3	Starters for Communities	Sociaal Ondernemen	€ 25.000	€ 30.165
Utrecht 4	Met dementie in beweging	Zorg & welzijn	€ 2.400	€ 2.507
Utrecht 5	Happy Kids Basisschool	Educatief & Jeugd	€ 10.000	€ 10.000
Venlo 1	Evenement Kleur& Kracht 2018	Ontmoeten	€ 800	€ 810
Venlo 2	Doe mee voor PXE	Zorg & welzijn	€ 2.000	€ 2.383
Venlo 3	Steungezin.nl Venlo	Zorg & welzijn	€ 3.675	€ 3.675
Venlo 4	Voedselhulp Blerick	Zorg & welzijn	€ 1.264	€ 1.285