

Meerjarenbeleidsplan Quiet 2024-2026

Inleiding

De Quiet Community Maastricht zet zich in voor mensen in bestaansonzekerheid als gevolg van armoede. Door member bij Quiet te worden, kunnen zij op basis van behoefte of interesse, gebruikmaken van een aanbod producten of diensten. Dit zijn gesponsorde producten of diensten, beschikbaar gesteld door het lokale of regionale bedrijfsleven. De members ontvangen via het Quiet platform deze aanbiedingen, die ze zonder tegenprestatie kunnen ontvangen. Doel van de producten en aanbiedingen voor de members is het terugvinden en versterken van eigenwaarde en uit een sociaal isolement komen. Daarnaast kunnen members vrijwilliger worden bij Quiet en talenten (her)ontdekken.

Quiet is gebaseerd op drie kernwaarden.

- A. **Vertellen:**
 - a. De Quiet Community Maastricht wil armoede bespreekbaar maken: de schaamte voorbij. Daarom kunnen onze members wekelijks hun verhaal kwijt en een kopje koffie drinken in het inloophuis van Quiet aan het Aartshertogenplein Maastricht Oost, MABI Hotel in het centrum of in Maastricht West in Malpertuis.
 - b. Quiet stelt zich ook ten doel om het verhaal van armoede/bestaansonzekerheid in Maastricht en omstreken veel en zo vaak mogelijk te vertellen. Hiermee wil zij bewustwording creëren en betrokkenheid vergroten t.a.v. het onderwerp, de organisatie en de medeburgers die zich in deze situatie bevinden.
- B. **Verzachten:** de toegang tot het aanbod aan producten en diensten maakt het leven iets aangener. De members komen uit hun sociale isolement en worden geactiveerd. Daarom werven we bij lokale sponsors aanbiedingen die de members als geluuksmoment ervaren, even loskomen van je zorgen en je weer 'erbij horen' voelen.
- C. **Versterken:** Members kunnen o.a. vrijwilliger worden bij Quiet. De eigenwaarde wordt hiermee versterkt en mensen ontdekken opnieuw hun talenten. We zetten in op activiteiten die de members uit hun sociaal isolement halen en een volgende stap durven te zetten.

Doelstellingen voor 2024-2026.

2024 Meten is weten

Quiet wenst in kaart te brengen wat de lange termijn impact is van ons werk op de armoedesituatie en de gezondheidssituatie van onze members. Met het ontwikkelen en gebruikmaken van een impactmeting versterken we onze members. Daarnaast kunnen we onze eigen werkzaamheden aanscherpen, zodat we in de nabije toekomst armoede nog effectiever kunnen verlichten en de daarmee samenhangende gezondheidsklachten kunnen verminderen. De member kan zelf zijn/haar ontwikkeling volgen en Quiet krijgt inzicht in welke activiteiten tot versterken leiden. Ook voor vrijwilligers staat het kwalificeren van verworven vaardigheden op de agenda. Hiermee kunnen vrijwilligers hun CV aanvullen met behaalde 'badges', dit zijn officieel beoordeelde 'vliegrepen' in bepaalde vaardigheden. Voor beide projecten wordt de samenwerking aangegaan met Zuyd HS en/of UM.

2025 Quiet voor altijd?

Quiet wil zolang het nodig is zich inzetten voor de mensen in armoede en daarnaast een bijdrage leveren aan bewustwording en oplossingen die armoede bespreekbaar c.q. voorkomen of verminderen kunnen. Daarvoor is financiële continuïteit nodig. In '24 wil Quiet de eerste vaste vrienden voor vastleggen en in '25 uitbreiden naar een financiële basis die onze organisatie toekomstbestendig houdt.

2026 Die de jeugd heeft, verandert de toekomst

Quiet zet in op de jongste generatie, de vicieuze cirkel van armoede doorbreken gebeurt hier. We kijken o.a. naar de resultaten van Nationaal Programma Heerlen Noord en maken gebruik van 'best practices'.

Uitleg bij doelstellingen Quiet periode 2021-2024

Members:

Het doel voor eind 2026 is 10% van 8000 gezinnen als member in te schrijven; 800 membersgezinnen. Per jaar betekent dit minimaal 100-125 nieuwe inschrijvingen. Hierbij is rekening gehouden met aftrek van de uitschrijvingen die leiden tot een absoluut aantal ingeschreven members. Aan het einde van '24 willen we dus op 625-650 members zitten.

Wat gaan we hiervoor doen?

Momenteel zijn we bezig met een actieplan voor het werven van nieuwe members. Acties die genoemd zijn:

- We betrekken de members bij het vinden van nieuwe members.
- We houden (per wijk) bij waar members vandaan komen, zo kunnen we gerichte acties doen in de wijken waar meer of minder members vandaan komen. Met extra aandacht voor de wijken rondom de inlooplocaties (uitgezonderd centrum).
- We gaan de Voedselbank regelmatig bezoeken om nieuwe members in te schrijven.
- De sociale teams worden actief bezocht om ervoor te zorgen dat alle organisaties die hiervan deel uitmaken, bekend zijn met Quiet en mensen kunnen doorsturen.
- De doorverwijzers mailing wordt wederom in het eerste half jaar herhaald. De lijst blijven we uitbreiden met mogelijke doorverwijzers.
- We gaan actief de brug functionarissen van basisscholen benaderen.
- We gaan in elk wijkblad adverteren/een artikel plaatsen over Quiet.
- We willen grote werkgevers(organisaties) benaderen om aandacht te vragen voor stille armoede onder werknemers (zie ook PR en Media punt 2.)
- We gaan bij gemeente Meerssen en Eijsden-Margraten langs om Quiet onder de aandacht te brengen (hier komen enkele tientallen members vandaan).

Communicatie

PR en Media

- Uiteraard blijven we de media opzoeken met persberichten en projecten die Quiet onder de aandacht brengen.
- Benaderen van grote bedrijven organisaties (netwerken) om een presentatie te geven over stille armoede onder werknemers.
- Via social media plaatsen we wekelijks berichten en verhalen over de activiteiten en acties van Quiet. Dit hoort ook deels bij verzachten omdat we hiermee ook (nieuwe) sponsors kunnen bereiken.
- Verder uitbreiden van de nieuwsbrief mailinglijst; we weten dat dit door sponsors en donateurs en fondsen wordt gelezen en gewaardeerd.
- Nieuwsbrief item toevoegen m.b.t. 'de Vrienden van' oproep/actie en voortgang/aanbeveling door ambassadeurs.

Verzachten:

Sponsoring

- Iedere member willen we 1 aanbieding per maand aanbieden. Dit kan een product zijn, een uitje of activiteit.
- Bij 500 members betekent dit 6000 aanbiedingen, dus we streven bij 800 members naar 9600 eind '26.
- Eind 2024 zou dat bij ca. 625 members 7500 aanbiedingen zijn in totaal.
- We gaan a.d.h.v. de resultaten van de enquête gericht op zoek naar sponsors in de top 3:
 - Horeca en supermarkt
 - Uitjes en cultuur
 - Gezinsuitjes
- Dit gaan we op de volgende manier doen:
 - Naast het actief benaderen van supermarkten en horeca zullen we ook indirecte bronnen benaderen voor het sponsoren van bijvoorbeeld Jumbobonnen, zoals serviceclubs.
 - Via het budget van Bassinario kunnen we kinderfeestjes inkopen bij diverse sponsors (100 à € 75, € 7.500 op te nemen in de begroting), die we tevens benaderen voor 100% gesponsorde aanbiedingen voor de members.
 - Via relatiebeheer worden de huidige sponsors minimaal 1 x per halfjaar benaderd (per mail en/of telefonisch).
 - Met de culturele instellingen zoals Theater a/h Vrijthof, Lumière, Pathé en Fotomuseum, Maastricht Museum, Marres en Bonnefantentemuseum worden dit jaar wederom nieuwe afspraken gemaakt en projecten t.b.v. uitjes en activiteiten
 - Quiet zal een aanvraag doen bij het Preuvenemint om voor liefst alle members een minivakantie bij Preston Palace te organiseren. Voorwaarde is dat Rino zijn kwaliteiten inzet en we een aanvraag definitief kunnen indienen.

Versterken

Activiteiten

Het gaat vanaf '24 over activiteiten gericht op versterken (positieve gezondheid, armoede, inclusiviteit),

- We streven naar 4 inloopactiviteiten per maand, waarbij we bijhouden wie en hoe vaak meedoet. Bij de aanbiedingen horen ook activiteiten die we bij de inloop organiseren voor de members. Dat zijn 1x per maand lunch, 1x per maand soep, de speciale activiteiten rondom feestdagen zoals Sinterklaas, Kerst, Halloween, Moeder/Vaderdag en vakanties, thema

ochtenden rondom informatie over geld en gezondheid door andere organisaties en bijzondere projecten zoals de kunstprojecten of workshops op gebied van creativiteit of positieve gezondheid. Voorwaarde is dat we voldoende budget blijven houden om inkopen van materialen te blijven bekostigen.

- De activiteiten vinden voornamelijk plaats in inloop Oost/WVV. We willen in de loop van het eerste kwartaal ook starten met informatie ochtenden bij inloop West/Malpertuis.
- We streven naar een opening van de vierde inlooplocatie in De Rink, Caberg einde derde kwartaal. Hiervoor zal t.z.t. een speciale activiteit georganiseerd worden. Voorwaarde is dat ESF en aan evt. andere eisen kunnen worden voldaan.

Vrijwilligers

- De vrijwilligerscoördinator is bij iedere inloop aanwezig.
- Per inloop is de inloop coördinator aanwezig en zijn minimaal 4 à 5 vrijwilligers nodig,
- Er zijn 6 afdelingen. Per afdeling werken minimaal 1 coördinator en 2 medewerkers.
- Incidenteel zijn er vrijwilligers nodig om mee te helpen bij grotere events.

Opleiding, informeren en binding van vrijwilligers

T.b.v. teambuilding en individuele ontwikkeling organiseert Quiet:

- Een informatieve bijeenkomst bestaande uit een lunch en workshop, betreft een thema dat vrijwilligers informeert over een actueel onderwerp of methode.*
- Een gezellige informele bijeenkomst bestaande uit een activiteit naar wens die de teambuilding bevordert .
- Bij verjaardag ontvangen de vrijwilligers een bon en aan het einde van het jaar een eindejaarsgeschenk in de vorm van een bon.
- In de loop van '24 willen we onderzoeken (met behulp van UM) of en hoe vrijwilligers via een 'badge' systeem hun CV kunnen uitbreiden. Ervaringen bij Quiet worden aan de hand van de frequentie en succesvol afronden van deze handelingen gewaardeerd en gecertificeerd in de vorm van een badge die je kunt verdienen en aan je CV kunt toevoegen.

Versterken van members

- In '24 willen we starten met het onderzoek naar de impact van Quiet en ontwikkeling van members .
- Hoe ontwikkelt zich een member van moment dat hij/zij zich inschrijft tot bepaalde meet momenten? Denk aan erop uit gaan? Uitbreiding sociaal netwerk, etc.
- Voorwaarde is dat we in het eerste kwartaal een aanvraag kunnen indienen.

Financieel

In 2024 ligt de nadruk op het opzetten van Vrienden van Quiet en in 2025 dient dit na een vliegende start (bijv. d.m.v. een event) verder uit te groeien. Een actie waarbij bestuur en directie gezamenlijk verantwoordelijkheid dragen.

Targets per jaar

Het totaal aantal members is niet representatief voor het aantal mensen dat Quiet helpt. O.a. het aantal nieuwe members geeft het succes aan van het bereik van Quiet. Het aantal uitgeschreven members en met name de reden* van uitschrijving, geeft aan hoeveel mensen weer op eigen kracht verder gaan. Dit geeft het bereik aan van versterken.

*Het gaat hierbij om de uitschrijvingen waarbij members aangeven uit de schuldhulpverlening te zijn of een baan te hebben.

Jaar	Totaal members	Inschrijving nieuwe members	Uitschrijvingen Members
------	----------------	-----------------------------	-------------------------

2023	550	126	9
2024	635	100 - 125	9-12
2025	720	100 - 125	9-12
2026	800	100 - 125	9-12

Jaar	Aantal sponsoren	Nieuwe sponsoren	Totaal aantal geluksmomentjes	Opgehaalde geluksmomentjes
2023	125	14	8000	70%
2024	135	20	8500	70%
2025	145	20	9000	70%
2026	155	20	9600	70%

Aantal vrijwilligers:

In 2023 waren er 26 vrijwilligers. De behoefte voor 24-26 ligt met name op het vinden van functioneel geschikte vrijwilligers om de doelen voor 26 te behalen. De functionele eisen voor vrijwilligers in de inloop zijn anders dan op kantoor. Voor sponsoring en communicatie en administratie zijn specifieke vaardigheden noodzakelijk.

Benodigde uren o.b.v. huidige aantal locaties en openingstijden.

Locatie	aantal vrijwilligers (a)	benodigde uren per inloop per vrijwilliger (b)	benodigde vrijwilligers uren per inloop (c = a*b)	aantal inlopen per week (d)	benodigd uren per week (e = c*d)
<i>Inloop</i>					
Oost	5	2,5	12,5	3	37,5
West	3	2,5	7,5	3	15
Mabi	3	1,5	4,5	2	9
<i>Kantoor</i>	aantal vrijwilligers (a)	Benodigde uren per vrijwilliger per dag		aantal dagen per week (d)	benodigd uren per week (e = a*b*)
<i>Coördinator</i>					

Activiteiten	1	7		4	28
	1	2		4	8
Inloop	1	4		5	20
PR& Communicatie	1	4		4	16
	1	1		3	3
Members	3	3		4	27
Vrijwilligers	2	3		4	24
Belteam	3	2		1,5	9
Administratie	1	2		4	8

Totaal aantal vrijwilligers per jaar

2024 : 28

2025 : 32

2026 : 36

Effectmeting

Het sturings- en verantwoordingsmechanisme van QCM, de **Key Performance Indicators** worden per tertiaalrapportage met bestuur QCM besproken. Zij zijn onderdeel van de periodieke rapportages aan stakeholders. De KPI's zijn verdeeld in kwalitatieve ("zachte") en kwantitatieve ("harde") indicatoren en zijn gerelateerd aan de 3 hoofdactiviteiten van Quiet, namelijk **Verzachting (I)**, **Vertellen (II)** en **Versterken (III)**. Activiteiten rondom verzachting en versterken zijn middelen, versterken (in de kracht laten komen) is het doel. Vooralnog zijn de volgende indicatoren benoemd:

Kwantitatief:

- aantal geregistreerde members per tertiaal, aanbiedingen actief (I) en inactief (III)
- aantal sponsors per tertiaal (I) (II)
- realiteit versus begroting per tertiaal (cofinanciering in balans, continuïteit. (II)
- aantal uitgezette aanbiedingen per tertiaal platform en handmatig (I)
- aantal verzilverde aanbiedingen (matches) per tertiaal platform en handmatig, per locatie (I)
- aantal nieuwe members via members, doorverwijzers, en communicatiekanalen (I)
- aantal nieuwsbrief inschrijvingen, aantal nieuwsbrieven, aantal berichten op social media, aantal berichten op traditionele media.
- aantal ambassadeurs, supporters, volgers social media (II)
- aantal contactmomenten Quiet/members opgesplitst naar aard van contact (bijvoorbeeld inloop, belcontact, match, informatie, mail) (III)
- aantal medewerkers in organisatie Maastricht (in dienst en vrijwillig) (II)
- aantal gegenereerde vrijwilligers uit de doelgroep voor Quiet organisatie zelf (inclusief mate van inzet: uren) (III)
- aantal vervolgacties/verwijzingen via en met Quiet/members/gelieerde sympathiserende bedrijven/organisaties naar aanleiding van deze contactmomenten, opgesplitst naar aard van de vervolgactie (III)

- aantal activiteiten, georganiseerd door Quiet door/voor members (III)
 - aantal deelnemers inloopactiviteiten (III)
 - aantal kinderen dat direct of indirect via ouders gebruik gemaakt heeft van Quiet (III)
- Vermeldingen in geval van
- aantal vrijwilligers uit de doelgroep, die doorstromen naar (betaalde) coördinatiefunctie in Quiet organisatie zelf (inclusief mate van inzet: uren) (III)
 - aantal vrijwilligers uit de doelgroep, die doorstromen naar (betaald of) vrijwilligerswerk elders buiten de Quiet organisatie (III)

Kwalitatief:

- Zijn er genoeg (potentiële) sponsors? (I)
- Is de diversiteit aanbiedingen voldoende? (I)
- Met welke andere (armoede)initiatieven werken we samen, op welke wijze?
Wat is het resultaat? (II)
- Genereren we goede en interessante berichten op social media en wat is daarvan het effect? (II)
- Hoe en met welke middelen activeren we bewustwording (II)
- Is de website aantrekkelijk, bijgewerkt met nieuws en bevat deze actuele gegevens? (II)
- Is de inlooplocatie goed vindbaar en bereikbaar, laagdrempelig en van goede kwaliteit? (II, III)
- Is de organisatie goed bereikbaar via mail, social media, telefoon? (II)
- Wordt er snel en klantvriendelijk gereageerd op mail en berichten social media? (I) (II)
- Kunnen deelnemers (members, vrijwilligers, ambassadeurs, supporters) het merk Quiet en het empowerment en de resultaten voldoende uitdragen? (III)
- Community building; hoe sterk ontwikkelt zich de QCM, kwaliteit inloop tafelgesprekken en telefoon desk..
- Members-tevredenheidsonderzoek, members bevragen wat heeft QCM hen opgeleverd? (invloed op leven, zelfstandigheid, ontwikkeling eigen situatie, doorverwijzingen, (sollicitatie-) activiteiten?)

Bijlage 1

Op basis van de 3 kernwaarden zijn er binnen de organisatie 7 afdelingen.

AFDELING	TAKEN	SAMENWERKING
1. Members	<ul style="list-style-type: none">• Administratie van members• Input aanbiedingen• Organisatie activiteiten events en inloop• Aanmelding members• Contact met members• Maandelijks rapportage voortgang members.	<ul style="list-style-type: none">• Maandelijks Voortgangsbespreking met leiding.• Wekelijks overleg met kernteam.• Maandelijks voortgangsbespreking met team members.• Afstemming met belteam
2. Belteam	<ul style="list-style-type: none">• Nabellen members bij niet reageren aanbiedingen,• enquête uitvoeren,• uitschrijving,• bevindingen aanbiedingen,• Maandelijks rapportage	<ul style="list-style-type: none">• Maandelijks Voortgangsbespreking met coördinator members• Maandelijks Voortgangsbespreking met coördinator vrijwilligers + leiding.• Afstemming met Coördinator members
3. Inloop	<ul style="list-style-type: none">• Ontvangen en inschrijven nieuwe members,• Catering,• begeleiding activiteiten,• facilitaire ondersteuning,• hand en spandiensten.	<ul style="list-style-type: none">• Maandelijks voortgangsbespreking met vrijwilligerscoördinator + leiding.• Wekelijks overleg met kernteam.• Afstemming met coördinator vrijwilligers en members.
4. Vrijwilligers	<ul style="list-style-type: none">• Begeleiding vrijwilligers,• Werving en selectie,• Voorbereiding en uitvoering overleg inloop,• Administratie,• Activiteiten t.b.v. vrijwilligers organiseren,• Aanwezig tijdens inloop.	<ul style="list-style-type: none">• Maandelijks Voortgangsbespreking met leiding.• Wekelijks overleg met kernteam.• Maandelijks voortgangsbespreking met vrijwilligers.

		<ul style="list-style-type: none"> ● Afstemmen met coördinator members en communicatie.
5. Sponsoring	<ul style="list-style-type: none"> ● Werving nieuwe sponsors, ● Input aanbiedingen dashboard, ● Bezoeken sponsors, ● Relatiebeheer, ● Afstemming members en belteam, communicatie over sponsoring t.b.v. acties. ● Administratie salesforce. ● Maandelijks rapportage voortgang. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Maandelijks Voortgangsbepreking met leiding. ● Wekelijks overleg met kernteam. ● Maandelijks overleg met team sponsoring.
6. Communicatie	<ul style="list-style-type: none"> ● Vormgeving, ● Mailings, Mailinglijsten ● Nieuwsbrief, ● Projectuitvoering ● Social Media Beheer, ● (Half)Jaarverslagen, ● Coupons Maken, ● Flyers, Folders, Posters Etc. ● Kantoorartikelen Beheer. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Maandelijks voortgangsbepreking met leiding. ● Wekelijks overleg met kernteam. ● Maandelijks redactieoverleg. ● Afstemmen met leiding en overige afdelingen.
7. Directie	<ul style="list-style-type: none"> ● Algehele Leiding Organisatie ● Individuele Begeleiding, ● Plannen Jaarprogramma, Doelstellingen En Begroting, Aanvragen Projectsubsidie, ● Projecten Opzet En Delegeren. ● Pr Werkzaamheden ● Pr En Communicatie Strategie, ● Initiëren Samenwerkingen, ● Netwerken, ● Relatiebeheer; Onderhouden Contacten Gemeente, Stakeholders, Sponsors, Collega Organisaties/Instellingen. ● Presentaties, ● Persberichten, ● Overzicht Administratie, ● Maandelijks Voortgangsrapportage Bestuur, ● Voorbespreking Bestuursvergadering. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Maandelijks overleg bestuur. ● Maandelijks vooroverleg voorzitter. ● Wekelijks overleg kernteam. ● Maandelijks redactieoverleg. ● Maandelijks overleg team sponsoring/vrijwilligers/members/ administratie/ inloop/communicatie. ● Incidentele overleggen i.h.k.v. projecten of aanvragen. ● Afstemming met bestuur.

--	--	--

Bijlage 2: Inschatting toekomstige benodigde capaciteit inloop activiteiten

Huidig aantal inlopen

- 3 inlopen per week locatie Oost
- 1 inloop per week locatie West en Mabi

Toekomstig Aantal inlopen per week

- 3 inlopen per week voor locaties Oost, West
- 1 inloop per week voor locatie Mabi

Randvoorwaarde voor het uitbreiden van het aantal inlopen in locatie West is dat andere organisaties die gebruikmaken van dezelfde ruimte, deze ruimte minder gaan gebruiken en dat het daardoor vrijkomende tijdslot ter beschikking komt van Quiet.

Daarnaast komt er misschien een nieuwe locatie beschikbaar waardoor er nieuwe mogelijkheden ontstaan.

Toekomstig Wekelijks Benodigd aantal uren van vrijwilligers voor inloop:

Locatie	aantal vrijwilligers (a)	benodigde uren per inloop per vrijwilliger (b)	benodigde vrijwilligers uren per inloop (c = a*b)	aantal inlopen per week (d)	benodigd uren per week (e = c*d)
Oost	5	3 ⁽¹⁾	15	3	45
West	3	3 ⁽¹⁾	9	3	27
Mabi	3	3 ⁽¹⁾	9	2	18

Opmerking:

- (1) De benodigde uren per vrijwilliger zullen toenemen bij gestage groei van het aantal members. Er is dan meer capaciteit nodig voor het inschrijven van members en het verzilveren van aanbiedingen.