

DE SOLIDAIRE STAD:

Maatschappelijke initiatieven in coronatijd

APRIL 2021



Katja Rusinovic

Hasse van der Veen

Denise Jonker

Beitske Boonstra

let's change
YOU. US. THE WORLD.

DE HAAGSE
HOGESCHOOL

Erasmus School of
Social and
Behavioural Sciences

Colofon

@2021 De Haagse Hogeschool

Kenniscentrum Governance of Urban Transitions

De Haagse Hogeschool
Johanna Westerdijkplein 75
2521 EN Den Haag
www.dehaagsehogeschool.nl

Auteurs:

**Katja Rusinovic, Hasse van der Veen, Denise
Jonker, Beitske Boonstra**

Vormgeving:

Dienst Onderwijs, Kennis & Communicatie

ISBN: 789083115269

April 2021

INHOUDSOPGAVE

1. INLEIDING	5
2. ONDERZOEKSMETHODE	11
2.1 SELECTIE INITIATIEVEN	11
2.2 OVERZICHT INITIATIEVEN EN RESPONDENTEN	12
2.3 OPSCHAALBAARHEID BEVINDINGEN	13
3. ONTSTAAN EN VERDUURZAMING INITIATIEVEN	15
3.1 MOTIVATIE, KENNIS & ERVARING	15
3.2 NETWERK	18
3.3 FINANCIERING	24
3.4 PROFESSIONALISERING	28
4. CONCLUSIES	37

DE SOLIDAIRE STAD:

Maatschappelijke initiatieven in coronatijd

1



INLEIDING

In maart 2020 breekt in Nederland de coronacrisis uit. Nadat de maatschappelijke impact hiervan langzaam duidelijk wordt, gaan vrijwel direct allerlei maatschappelijke initiatieven van start. Van muziekoptredens voor verpleeghuizen, tot onlineboodschappenhulp; de coronacrisis laat allerlei vormen van onderlinge solidariteit en samenwerking zien¹.

Ook in Den Haag ontstaan spontaan allerlei initiatieven. Zo is begin april het Haagse initiatief 'Niet hangen maar helpen' uitgebreid in het (landelijke) nieuws. Uitgangspunt van dit initiatief is dat jongeren niet op straat hangen en daardoor mogelijk boetes oplopen, maar in plaats daarvan kwetsbare ouderen helpen door het brengen van maaltijden en daarmee ook lokale ondernemers steunen. Ook de bewonerscoöperatie Moerwijk haalt in die periode het landelijke nieuws doordat zij een maaltijdenactie zijn gestart, omdat de voedselbank Haaglanden tijdelijk dichtgaat.

De opkomst van dergelijke spontane initiatieven sluiten aan op bevindingen uit een grootschalig surveyonderzoek naar de maatschappelijke impact van corona. Hieruit blijkt dat vormen van informele solidariteit als gevolg van de coronacrisis zijn toegenomen in Den Haag en andere steden (Engbersen et al. 2020; Rusinovic et al. 2020). Over het ontstaan en de duurzaamheid van de initiatieven is echter weinig bekend. De centrale vraag van deze studie is dan ook hoe deze maatschappelijke initiatieven in coronatijd zijn ontstaan en hoe deze initiatieven zich kunnen ontwikkelen tot duurzame samenwerkingsverbanden om zo ook op langere termijn de nadelige gevolgen van de coronacrisis het hoofd te kunnen bieden.

Wijkcoöperatie Moerwijk 'Corona Hulp Actie in Moerwijk'

Vanuit de wijkcoöperatie Moerwijk is in maart 2020 samen met Geloven in Moerwijk en Amargi de Corona Hulp Actie in Moerwijk gestart. De directe aanleiding om met de Corona Hulp Actie van start te gaan was dat de voedselbank Haaglanden half maart tijdelijk dichtging omdat zij - doordat men massaal ging hamsteren- niet zeker was van de aanvoer van voldoende voedsel. In Moerwijk zijn ruim 400 mensen afhankelijk van de voedselbank. Velen van hen moeten rondkomen van 50 euro leefgeld per week. De Corona Hulp Actie ging dan ook in eerste instantie van start als een hulpactie voor de voedselbank. Er werd geld opgehaald voor bonnen voor de Albert Heijn, maar er werd ook een chauffeur en vrachtwagen geregeld om in het Westland voedsel op te halen. Zo resulteerde een rondgang langs de kassen voor producten die de tuinders niet kwijt konden, in 120 groentepakketten. In totaal zijn in de eerste maanden bijna 11.000 pakketten uitgedeeld.

De bekendheid, maar ook het draagvlak onder verschillende kerken, groeide mede door de aandacht die vanuit het tv-programma 'Niet alleen' in april aan het initiatief werd besteed. Inmiddels is de Corona Hulp Actie uitgegroeid tot een grootschalig initiatief waarmee wekelijks 300 gezinnen in Moerwijk aan eten worden geholpen. Dit komt neer op ongeveer vijf tot zeshonderd pakketten per week. Het betreft gezinnen die net niet voor hulp van de voedselbank Haaglanden in aanmerking komen. Voor de maaltijden zijn ze afhankelijk van verschillende fondsen en donaties.

Looptijd: maart 2020-heden

1 <https://fd.nl/opinie/1343065/de-solidariteit-en-samenwerking-van-nu-moeten-we-verankeren-in-de-economie-ulc1caY5PS6K>



Cultuurvlinder: buitenkamerworkshops en elfentasjes

Sinds de zomer zijn er in Mariahoeve veel activiteiten georganiseerd met behulp van het 'corona-activiteitenbudget' dat door het stadsdeel Haagse Hout aangeboden is. Eén van de organisatoren van die activiteiten is zzp'er Carola met haar bedrijf Cultuurvlinder. Dit bedrijf bestond al vóór de coronaperiode en is zowel stadsbreed als in Mariahoeve betrokken bij diverse kunstprojecten. Stadsbreed is Carola bijvoorbeeld betrokken bij de organisatie van de Haagse kunstroute Hoogtij. Een aantal van de kunstprojecten van Cultuurvlinder zijn gericht op Mariahoeve. In de coronaperiode zijn deze projecten voortgezet – al dan niet in aangepaste vorm – en zijn er ook nieuwe activiteiten opgezet. Zo was er vóór de coronaperiode al een activiteit in voorbereiding waarbij in huiskamers creatieve workshops voor buurtbewoners van Mariahoeve georganiseerd zouden

worden. Door corona is deze activiteit omgezet in 'buitenkamerworkshops'. Op groene plekken in Mariahoeve, voornamelijk gemeenschappelijke tuinen, konden in de buitenlucht deze workshops vanaf juni alsnog doorgaan. Zo leerden deelnemers in een traject van drie workshops een gedicht schrijven waarin zij een ode brachten aan de kleine dingen om hen heen. Vervolgens hebben ze daar een illustratie bij gemaakt en is daar een boekje van gedrukt. In de laatste sessie hebben zij de gedichten aan elkaar voorgelezen en hebben ze het boekje mee naar huis gekregen. Het initiatief zorgde ervoor dat met name eenzame bewoners positieve contacten opdeden. Zo hebben uiteindelijk zeven groepen in de zomerperiode aan deze workshops mee kunnen doen. In totaal waren dit 33 deelnemers van verschillende leeftijden. De bedoeling was om deze workshops af te sluiten met een grote tentoonstelling in het winkelcentrum van Mariahoeve in oktober. Door de komst van de tweede golf en de daaropvolgende maatregelen kon deze echter niet doorgaan.

Als alternatief voor een slotexpositie van de buitenkamerworkshops heeft Carola de 'Cultuurelfjes' bedacht. Hiervoor konden buurtbewoners tot januari 2021 een doe-het-zelf-pakketje ophalen, waarmee ze een kort gedicht en tekening konden maken. De verschillende bijdragen werden gebundeld in een minibookje. De deelnemers hebben vervolgens twee adressen opgegeven waarnaar het boekje toegestuurd kon worden. Uiteindelijk zijn er tachtig tasjes verspreid voor 100 personen en hebben een kleine twintig deelnemers meegedaan. De conclusie van initiatiefnemer Carola is dat thuis maken toch iets lastiger blijkt te zijn dan samen iets te doen.

Looptijd: maart 2020-januari 2021

De maatschappelijke initiatieven die in deze studie centraal staan, passen bij een vorm van governance waarbij het bestuur van de stad tot stand komt in de interactie tussen overheid, marktpartijen, het maatschappelijk middenveld en burgers (zie o.a. De Moor 2020). Deze vorm van (urban) governance - die mede voortkomt uit een terugtrekkende overheid die meer aan de samenleving overlaat ('de participatiesamenleving') - heeft de laatste jaren tot een

enorme toename van maatschappelijke initiatieven in wijken geleid (Franke e.a. 2015; De Moor 2013).² Daarnaast blijkt meer in het algemeen dat ten tijde van crises, dergelijke maatschappelijke initiatieven (spontaan) ontstaan, mede doordat maatschappelijke netwerken over de flexibiliteit, pro-activiteit en creativiteit beschikken om snel een antwoord te kunnen bieden op urgente hulpvragen en problematieken (Boonstra en Claessens 2021).

2 Onder een maatschappelijk initiatief verstaan we in deze studie activiteiten, waarbij (groepen van) burgers en/ of bedrijven zich inzetten voor een taak of belang waar zij zelf en/ of anderen een publieke waarde aan toekennen; dit kan betaald of onbetaald zijn en non-profit of winstgevend mits de publieke waarde leidend is voor het handelen. Zie ook: <https://brightpensioen.nl/wp-content/uploads/2015/04/quick-scan-aard-omvang-en-impact-van-maatschappelijk-initiatief.pdf>

Op basis van inzichten uit bestaande theorieën over collectieve actie en in het bijzonder theorieën gericht op burgerinitiatieven en sociale bewegingen gaat dit onderzoek in op de betekenis van een viertal factoren die het ontstaan en de duurzaamheid van de onderzochte initiatieven kunnen verklaren en beïnvloeden (zie o.a. Edwards en McCarthy 2004; Igalla en Meerkerk 2017). Het gaat hierbij om het belang van het beschikken over bepaalde hulpmiddelen of resources, zoals kennis, netwerk, inkomsten, maar ook het vermogen om deze resources te gebruiken voor het initiatief (ibid.).

Leeswijzer

In het volgende hoofdstuk beschrijven we de methodologie van het onderzoek. Daarna staan in hoofdstuk 3 de verschillende resources en het ontstaan en de duurzaamheid van de onderzochte maatschappelijke initiatieven centraal. In het laatste hoofdstuk worden de belangrijkste conclusies uit de studie genoemd en enkele aanbevelingen gegeven.

Belang van resources

Kennis en ervaring

Voor het ontstaan en de duurzaamheid van een sociale beweging zijn kennis en ervaring, oftewel *human resources* van belang. Hierbij gaat het onder meer om de ervaring, vaardigheden en expertise van de betrokken personen en in hoeverre deze van toegevoegde waarde zijn (Edwards en McCarthy 2004).

Netwerk

Volgens Igalla en Meerkerk (2017) is een factor die de duurzaamheid van burgerinitiatieven bevordert, het interne en externe netwerk. Voor het interne netwerk gaat het om het aantal (on-)betaalde medewerkers (intern netwerk). Een duurzaam netwerk wordt volgens Igalla en Meerkerk (ibid.) gekenmerkt door de aanwezigheid van voldoende medewerkers die ook bereid zijn om verantwoordelijkheden van een actieve trekker over te nemen. Dit om te voorkomen dat het initiatief volledig draait om één persoon. Naast het interne netwerk, draagt ook toegang hebben tot relevante externe netwerken en organisaties bij aan het succes van het initiatief (ibid.).

Financiering

Voor de duurzaamheid van een initiatief is de aanwezigheid van verschillende inkomstenbronnen van belang. Dit zorgt voor minder afhankelijkheid van een type inkomstenbron en daarmee tot meer financiële stabiliteit. Veel voorkomende inkomstenbronnen zijn subsidies van overheden, donaties en ledenbijdragen en/of inkomsten uit verkoop van producten (zie Igalla en Meerkerk 2017; Hassink, Elings, Van Dam en Fontein 2013).

Professionalisering

Een (zekere mate van) professionele organisatie draagt eveneens bij aan de duurzaamheid van een initiatief. Factoren die bijdragen aan de professionalisering van een initiatief zijn onder andere de zichtbaarheid (bekendheid) en de bereikbaarheid. De mate waarin een sociale beweging of burgerinitiatief zichtbaar is in bijvoorbeeld de (sociale) media kan van invloed zijn op de bekendheid en daarmee het draagvlak en de potentiële steun (Edwards en McCarthy 2004; Igalla en Meerkerk 2017). Daarnaast draagt ook de organisatievorm (een stichting, coöperatie of vereniging) bij aan de professionalisering en de duurzaamheid van een initiatief. De keuze voor een geformaliseerde organisatievorm is een uiting van een lange(re) termijn ambitie van de betrokkenen en daarbij veelal een vereiste om in aanmerking te komen voor subsidies of andere vormen van (financiële) ondersteuning (Igalla en Meerkerk 2017; Hassink e.a., 2013; Mujde en Daru, 2005). Hierdoor draagt een geformaliseerde organisatievorm eveneens bij aan de duurzaamheid van een initiatief.

Vermeldingen

De voorliggende studie bouwt voort op een eerder uitgevoerde studie in Rotterdam (Boonstra en Claessens 2021). Het onderzoek in Den Haag is gefinancierd vanuit de gemeente Den Haag en uitgevoerd door De Haagse Hogeschool in samenwerking met Beitske Boonstra (Erasmus School of Social and Behavioural Sciences en tevens verbonden aan de Kenniswerkplaats Leefbare Wijken). We willen graag Gerben van der Linde, Annette

de Graaf en Liesbeth Zuidema bedanken voor de prettige samenwerking in dit onderzoeksproject. Tot slot willen we ook alle respondenten bedanken voor hun medewerking aan het onderzoek. Ondanks alle beperkende maatregelen zijn zij erin geslaagd in de afgelopen maanden een initiatief te starten, veelal gericht op het ondervangen van de negatieve gevolgen van de coronacrisis voor medebewoners in de buurt, wijk of stadsdeel in Den Haag. Hun verhalen zijn illustratief voor de maatschappelijke veerkracht die de coronacrisis ook teweeg heeft gebracht.



De Winter Games in Den Haag. Foto: Sebastiaan Nederhoed.

Coronaoffensief Achterban Werkt

Achterban Werkt is een kleine stichting die zich inzet voor meer participatie en levensvreugde in de wijk Mariahoeve, stadsdeel Haagse Hout. De organisatie is voortgekomen uit het Straat Consulaat en is in 2018 opgericht. Achterban Werkt motiveert Hagenaars om samen buurtinitiatieven en projecten op te zetten en uit te bouwen. De stichting richt zich in het bijzonder op inwoners die zich in een uitdagende situatie bevinden, zoals het hebben van een verslaving of psychische klachten.

Het coronaoffensief dat zij in maart 2020 zijn gestart, staat los van de activiteiten die vanuit Achterban Werkt worden georganiseerd. Met het coronaoffensief wil Achterban Werkt bereiken dat mensen een menswaardig bestaan kunnen leiden. Het eerste coronaoffensief was gericht op het uitdelen van maaltijden en levensmiddelen aan kwetsbare bewoners zodat zij niet naar de supermarkt hoefden. Ze brachten maaltijden naar bewoners in heel Den Haag en Leidschendam-Voorburg. Bij dit eerste coronaoffensief waren veel andere partijen betrokken, zoals wijkwinkel Bij Betje, Het Rode Kruis, en het Leger des Heils, maar ook veel ondernemers uit Den Haag. Dit waren grotendeels al bestaande contacten van Achterban Werkt.

Voor het eerste coronaoffensief is Achterban Werkt erin geslaagd om fondsen aan te vragen, waardoor zij vijf maanden lang, tot aan de zomer, hun activiteiten hebben kunnen aanbieden. Eind 2020 werd Achterban Werkt benaderd door de NOS met de vraag wanneer ze weer zouden starten vanwege de aangekondigde tweede lockdown. In januari 2021 konden ze van start met het tweede coronaoffensief. Het tweede coronaoffensief is wat anders georganiseerd omdat ze constateerden dat er steeds meer initiatieven zijn in Den Haag die zich richten op het verstrekken van maaltijden. Voor het tweede coronaoffensief is er dan ook voor gekozen om gericht specifieke vormen van hulp te bieden, waaronder levensmiddelen, pakketten voor kinderen en hygiënische producten voor dames. Ook hiervoor hebben ze fondsen weten te vinden, waaronder Fonds 1818, het Kansfonds en het Haagse Groene Kruis.

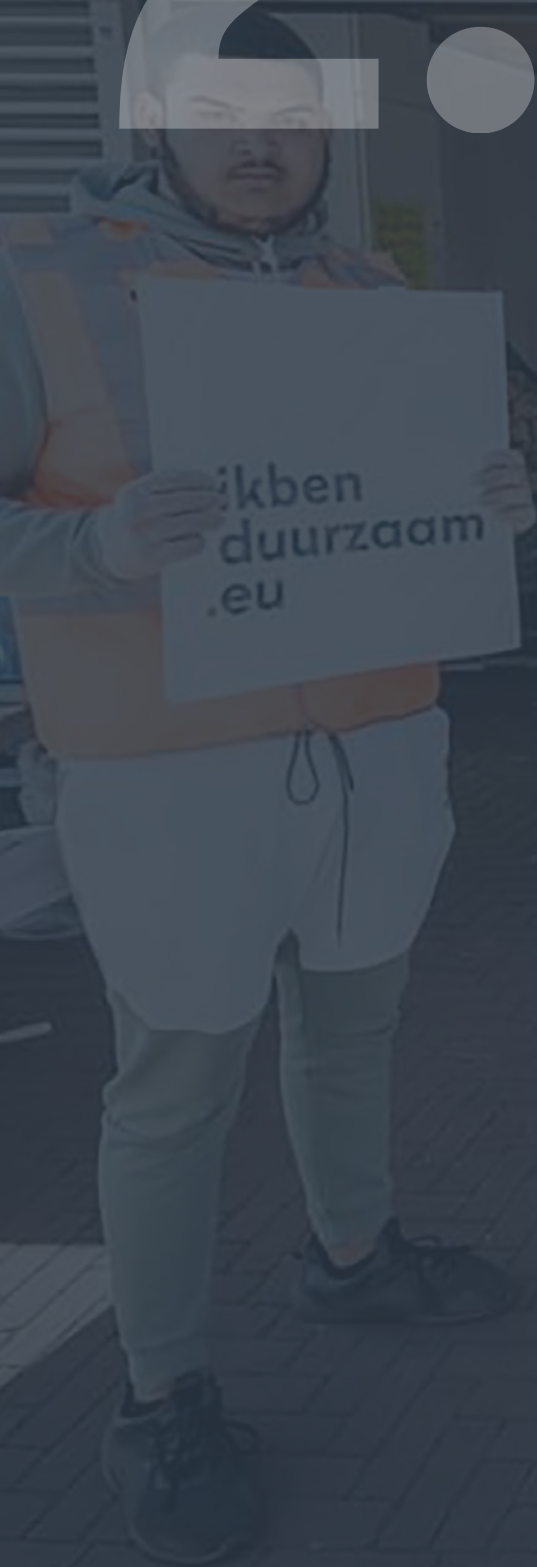
Voor het tweede coronaoffensief is bewust gekozen om de activiteiten te richten op de doelgroep die net buiten de voorwaarden van de voedselbank valt. Achterban Werkt is hierin samenwerkingen aangegaan met andere lokale initiatieven, waaronder Lichtpuntjes Mariahoeve en de Participatie Keuken. De spullen worden langsgebracht, of de bewoners kunnen deze spullen ophalen op een van de twee fysieke locaties van Achterban Werkt. Dit kan omdat Achterban Werkt als buurtcentrum voor kwetsbaren is uitgesloten van de RIVM-maatregelen en mensen op uitnodiging langs kunnen komen. Doordat het verschillende doelgroepen bereikt, heeft het initiatief ook een belangrijke signaleringsfunctie. In januari hebben ze daarnaast 150 kinderen blij hebben kunnen maken met groente, fruit en schoolspullen. Hiervoor hebben ze samengewerkt met verschillende scholen in Mariahoeve. De verwachting is dat het tweede coronaoffensief zal lopen tot de zomer. Achterban Werkt draait volledig op fondsen. Dit maakt enerzijds dat ze onzeker zijn over hun toekomst, maar anderzijds maakt het ze onafhankelijk en kunnen zij snel inspelen op behoeften en vragen vanuit de samenleving, aldus een van de betrokkenen. Naast het bestuur zijn er 17 vrijwilligers betrokken bij Achterban Werkt.

Looptijd: maart 2020-juli 2020; januari 2021-heden

DE SOLIDAIRE STAD:

Maatschappelijke initiatieven in coronatijd

2.



ONDERZOEKSMETHODE

Het veldwerk voor deze studie heeft plaatsgevonden tussen december 2020 en februari 2021. Daarmee viel het veldwerk samen met de periode van de volledige lockdown in Nederland. Als gevolg hiervan zijn alle interviews online afgenomen en vonden vrijwel allemaal plaats via MS Teams; een enkel interview is telefonisch afgenomen. De interviews duurden gemiddeld een uur en zijn allemaal letterlijk uitgewerkt. De interviews vonden plaats op basis van een semi-gestructureerde vragenlijst, die in samenwerking met de Erasmus Universiteit Rotterdam, is ontwikkeld.

Met toestemming van de respondenten hebben we van verschillende initiatieven een korte beschrijving opgesteld en deze opgenomen in het rapport. Daarnaast hebben we de respondenten gevraagd om een foto van het initiatief die we in het rapport konden opnemen. Ook hiervan is een selectie opgenomen. Wij hebben voor deze studie uitsluitend interviews afgenomen met de initiatiefnemers of direct betrokkenen bij de verschillende initiatieven. De bevindingen zijn dan ook vanuit dit perspectief beschreven. Dit wordt geïllustreerd door middel van quotes die afkomstig zijn uit de verschillende interviews. Vanwege de anonimiteit van de respondenten worden de quotes gevolgd door de letter 'R' met een nummer. De 'R' verwijst naar 'respondent' en het nummer naar het betreffende interview.

2.1 Selectie initiatieven

Om tot een selectie van de maatschappelijke initiatieven te komen, hebben we in eerste instantie een groslijst van 40 initiatieven opgesteld. Deze groslijst was gebaseerd op suggesties van verschillende personen uit het veld, waaronder ambtenaren van de gemeente en onderzoekers, aangevuld met desktop research. Deze initiatieven hebben we ingedeeld in vijf hoofdcategorieën, namelijk cultuur en vermaak (N=13), maaltijdenacties/voedselpakketten (N=12), burenhulpacties (N=5), onderwijsacties (N=3) en overig (N=7).

Op basis van deze 40 initiatieven hebben we, in oktober 2020, een eerste selectie gemaakt van 15 initiatieven. Hierbij hebben we gelet op een zekere spreiding in activiteiten, stadsdelen, en doelgroepen. Daarbij hebben we ook bewust een beperkt aantal initiatieven meegenomen die inmiddels al waren gestopt. Het doel hierbij was niet om tot een representatieve selectie van maatschappelijke initiatieven te komen, maar wel om een diversiteit van initiatieven bij het onderzoek te betrekken om het ontstaan en de duurzaamheid van de initiatieven zo goed mogelijk te kunnen verklaren en beschrijven.



Stichting Vobis bij Radio Sangam.

Nadat we in december de eerste tien interviews hadden afgenomen, en we in de tweede volledige lockdown zaten, hebben we opnieuw een aanvullende selectie gemaakt. Hierbij hebben we gelet op het betrekken van initiatieven die in de tweede lockdown van start zijn gegaan en/of een aanvulling vormden op de eerste tien geselecteerde maatschappelijke initiatieven. Eind februari hadden we in totaal 20 respondenten van verschillende maatschappelijke initiatieven geïnterviewd. Met een aantal van de geselecteerde initiatieven (N=8) slaagden we er niet in om contact te krijgen.

2.2 Overzicht initiatieven en respondenten

Wat betreft de doelgroep is bijna de helft van de maatschappelijke initiatieven in ons onderzoek gericht op bewoners in de wijk (N=9), drie initiatieven zijn gericht op bewoners van een stadsdeel en acht zijn stadsbreed en soms ook nationaal georiënteerd.

Iets meer dan de helft van de maatschappelijke initiatieven (N=11) hebben kwetsbare (buurt)bewoners als doelgroep. Deze initiatieven zijn gericht op kwetsbare jongeren, ouderen, gezinnen en/of migranten. Eén van de initiatieven is gericht op dak- en thuislozen. De meeste initiatieven zijn na de eerste lockdown (maart/april 2020) van start gegaan (N=12). Een enkel initiatief is in de zomerperiode gestart. Daarnaast hebben we zes initiatieven betrokken die in de maanden december of januari zijn gestart. Eén initiatief is zowel in maart 2020 als in januari 2021 (opnieuw) gestart.

De helft van de maatschappelijke initiatieven (N=10) is gestart als onderdeel van een grotere stichting. Daarnaast zijn drie initiatieven onderdeel van een welzijns- of bewonersorganisatie, en drie initiatieven zijn onderdeel van een (sociale) onderneming. Drie initiatieven zijn gestart als particulier initiatief en één initiatief is gestart vanuit een religieuze organisatie. De helft van de respondenten die wij hebben gesproken over het initiatief zijn het initiatief gestart. Daarnaast hebben we enkele bestuursleden of medewerkers van stichtingen geïnterviewd die nauw betrokken zijn bij de uitvoering van het initiatief.

Bingo TV

Bingo TV is een amusementsprogramma op Den Haag TV dat in het leven is geroepen tijdens de eerste coronagolf door Stichting Boodschappen Begeleidingsdienst (BBD). De medewerkers van BBD zochten een manier om contact te houden met hun klanten, voornamelijk ouderen, waar ze normaal gezien boodschappen voor doen en daarnaast ook verschillende activiteiten voor organiseren. Aangezien bingo een populaire activiteit was van BBD – ze hebben zelfs een bingoboot – was het een logische keuze om deze tijdens de coronacrisis op een andere manier voort te zetten. Maar Bingo TV draait niet alleen om bingo; tijdens het programma wordt ook informatie gegeven, zijn er zangoptredens, worden verhalen verteld, en is er een geschiedenis-quiz. Het programma wordt elke vrijdag uitgezonden tussen 14:00 en 15:00. Vaak schuiven er bekende gasten aan, zoals de burgemeester van Den Haag en voormalig wethouder Richard de Mos. Maar ook zijn er een bakker, kaasboer en klokkenmaker langs geweest.

Bingo TV is half mei 2020 begonnen en heeft een klein jaar later in maart 2021 al meer dan 40 afleveringen uitgezonden. De planning is om het programma tot eind april door te laten lopen; tot dan kan het programma gefinancierd worden. Daarnaast hoopt BBD dat, nu de vaccinatie van ouderen voorspoedig verloopt, de oorspronkelijke activiteiten weer langzamerhand opgepakt kunnen worden. Als de reguliere activiteiten weer plaats kunnen vinden, zal er naar verwachting ook minder tijd over zijn voor het produceren van zo'n programma. De stichting heeft hulp van tot wel 65 vrijwilligers, maar de productie van Bingo TV wordt zowel ondersteund door deze vrijwilligers als door betaalde krachten.

Bingo TV bereikt naar schatting rond de 1.000 kijkers per week. De focus ligt op Den Haag, omdat daar de oorspronkelijke doelgroep gevestigd is en omdat het door Den Haag TV uitgezonden wordt, maar er kijken ook mensen vanuit het Noorden, het Oosten en zelfs vanuit het buitenland. Wekelijks doen zo'n 250 tot 300 mensen actief mee met bingokaarten die bij hen thuis geleverd worden. Om logistieke redenen zijn dit voornamelijk mensen uit Den Haag.

Looptijd: mei 2020-heden

Welzijn Scheveningen

Vanuit buurtcentrum de Mallemok in Scheveningen hebben de afgelopen maanden jongerenwerkers van Welzijn Scheveningen coronaproof verschillende (digitale) activiteiten georganiseerd, waaronder succesvolle Fortnite [online computerspel] toernooien en het coronajournaal. Deze activiteiten zijn tot stand gekomen in overleg met de jongeren uit de wijk zelf.

De jongerenwerkers slagen erin - dankzij hun outreachende methode - om jongeren te bereiken, ook tijdens corona. Dit doen zij door jongeren zowel offline als online te benaderen. Omdat er geen andere activiteiten voorhanden zijn en thuiszitten vaak geen optie is, hangen veel jongeren op straat rond, waardoor de jongerenwerkers veel jongeren direct aan kunnen spreken op straat. Daarnaast worden de jongeren ook online benaderd. Voor de coronacrisis bereikten de jongerenwerkers al via de sociale media deze jongeren. Zo zijn de jongerenwerkers bijvoorbeeld actief op Facebook, Instagram en TikTok. Op Instagram heeft elke jongerenwerker een persoonlijk account waarmee zij veel contact hebben met jongeren. Het was voor de jongerenwerkers dan ook vrij gemakkelijk om te schakelen naar digitale acties toen corona uitbrak.

Naast deze digitale acties gaan ook de reguliere activiteiten gewoon door, waaronder de meidenclub en huiswerkbegeleiding. Vooral sinds december merken de jongerenwerkers dat er veel nieuwe jongeren in beeld komen.

Looptijd: maart 2020-heden

2.3 Opschaalbaarheid bevindingen

In mei 2020 is in Rotterdam het onderzoeksproject gestart naar de maatschappelijke initiatieven die in Rotterdam zijn ontstaan als gevolg van de eerste intelligente lockdown (Boonstra en Claessens 2021). Het veldwerk voor dit project liep tot september 2020. Dit onderzoeksproject in Den Haag bouwt voort op de inzichten die verkregen zijn uit deze studie. We zullen dan ook bij de presentatie van de bevindingen, op onderdelen aangeven in hoeverre deze overeenkomstig zijn met de bevindingen van de Rotterdamse studie. Hiermee kunnen de bevindingen vanuit Den Haag en Rotterdam in een breder perspectief worden geplaatst. Een belangrijk verschil tussen beide studies is de looptijd van de initiatieven. In de Haagse studie is van de onderzochte initiatieven ongeveer twee derde gestart in maart/ april 2020. Daarmee hebben de initiatieven op het moment van interviewen een langere looptijd dan in de Rotterdamse studie. Een ander verschil is dat in Rotterdam het merendeel van de initiatieven is gestart door (sociaal) ondernemers en een stedelijk bereik heeft. In Den Haag zijn meer initiatieven gestart vanuit de wijk en het merendeel van de initiatieven is gestart vanuit bestaande stichtingen of organisaties.

TABEL 1. OVERZICHT INITIATIEVEN

Buurt/wijk/stadsdeel	Doelgroep
Scheveningen	Jongeren
Mariahoeve	Kwetsbare buurtbewoners
Stadsbreed	Kwetsbare buurtbewoners
Transvaal	Jongeren
Stadsbreed	Kwetsbare bewoners
Mariahoeve	Kwetsbare buurtbewoners
Escamp	Kwetsbare vrouwen
Mariahoeve	Buurtbewoners
Mariahoeve	Kwetsbare buurtbewoners
Moerwijk	Kwetsbare buurtbewoners
Stadsbreed	Dak- en thuislozen
Stadsbreed	Ouderen
Stadsbreed	Kwetsbare migrantenouderen
Vruchtenbuurt	Buurtbewoners
Leidschenveen-Ypenburg	Kwetsbare bewoners
Stadsbreed	Horecaondernemers
Schilderswijk	Kwetsbare gezinnen
Stadsbreed	Jongeren
Moerwijk	Jeugd
Stadsbreed	Jongeren

DE SOLIDAIRE STAD:

Maatschappelijke initiatieven in coronatijd

3.

21 krijgt
22 getal
23 geluk
24 wooby
25 grupp
26 gevoel
27 rouw
28 jon
29 opzij
30 oude
31 trouw
32 rouw
33 byou



ONTSTAAN EN VERDUURZAMING INITIATIEVEN

De Participatie Keuken

De Participatie Keuken is een initiatief dat aan het begin van de eerste golf al van start is gegaan. Binnen een week hadden vele vrijwilligers meer dan duizend maaltijden gekookt die uitgedeeld werden onder meer dan duizend ouderen in Den Haag. Op deze manier konden binnen een korte tijd nadat de eerste lockdown afgekondigd werd meer dan duizend ouderen dagelijks voor drie maanden van een maaltijd voorzien worden. Groente, fruit en andere producten werden door verschillende organisaties en bedrijven gedoneerd en duizenden studenten, koks in opleiding, en medewerkers van bedrijven kookten de maaltijden en hielpen bij de organisatie van het geheel. Deze maaltijden werden vervolgens ingevroren en uitgedeeld onder ouderen en andere kwetsbare mensen. Op 3 juli 2020 werd op deze manier de 100.000ste maaltijd gekookt en op 6 juli werd deze uitgedeeld.

Het initiatief was een groot succes en trok veel media-aandacht. Het heeft ook andere mensen in heel Nederland geïnspireerd om soortgelijke initiatieven op te zetten. De Participatie Keuken trok zoveel aandacht dat het zelfs de Koning ter ore kwam en hij de initiatiefnemer Ben gebeld heeft om hem met het initiatief te complimenteren. Begin 2021 waren er minder hulpbehoevende ouderen die dagelijks van een maaltijd voorzien moesten worden. Op dat moment waren er nog zo'n 100 tot 150 ouderen die maaltijden afnamen. Vanaf december startte de Participatie Keuken een andere maaltijdactie genaamd Soeperwinter, waarbij soepen werden bezorgd bij ouderen in heel de regio Haaglanden. In januari 2021 waren er al 10.000 soepen uitgedeeld. Het beoogde doel hiervan is om ouderen uit hun isolement te halen en bij het langsbrengen van de soepen een praatje met hen te maken. Daarmee is het initiatief ook een signaleringsmoment; bij veel ouderen komen de bezorgers van de soepen ook achter de voordeur. Deze bezorgers zien dan of het wel goed met iemand gaat en of diegene er wel verzorgd uitziet. Indien nodig trekken zij aan de bel bij partijen die deze hulpbehoevende ouderen kunnen helpen.

Ten tijde van het opschrijven van dit rapport bereidt de Participatie Keuken zich voor op een voortbestaan na de coronacrisis. Er wordt een ruimte in Moerwijk gezocht om in de toekomst de activiteiten voort te kunnen zetten. De organisatoren hopen ook na de coronaperiode de veerkracht in de samenleving te versterken via ontmoeting. Verbinding tussen een diversiteit aan mensen (jong en oud, rijk en arm, hoog en laag opgeleid), is volgens initiatiefnemer Ben het middel tegen eenzaamheid, armoede en andere problemen die ook na de coronaperiode zullen blijven bestaan.

Looptijd: maart 2020-heden

3.1 Motivatie, kennis & ervaring

In deze paragraaf gaan we in op de motivatie van de initiatiefnemers om het initiatief te starten. Daarbij wordt ook onderzocht in hoeverre de initiatiefnemers al beschikken over relevante kennis en ervaring voordat zij van start gingen met het initiatief. Zoals ook in het eerste hoofdstuk is benoemd, zijn voor het ontstaan en de duurzaamheid van een burgerinitiatief of sociale beweging kennis en ervaring, oftewel *human resources* van belang (Edwards en McCarthy 2004).

Wanneer we kijken naar de redenen waarom de initiatieven zijn gestart, dan zien we dat veel van de initiatieven die in de eerste periode van start zijn gegaan, inspeelden op een urgent ontstane nood(situatie) als gevolg van de coronacrisis.

"Nou, in het begin van corona hebben we gezegd: 'als wij niet actief zijn in de wijk, hebben mensen gewoon niet te eten'. De voedselbank Haaglanden ging dicht, alles ging op slot, terwijl in het Westland gewoon meer dan voldoende eten verkrijgbaar was." R03

Een andere initiatiefnemer maakte zich veel zorgen over de mogelijke noodsituatie die zou ontstaan door corona onder dak- en thuislozen:

"Er is een wachtlijst voor dak- en thuislozen. De wachtlijst is gestegen. Mensen hebben dus geen plek meer binnen. Wat gaan we in vredesnaam met deze mensen doen?"

Dat was de reden dat ik in Den Haag ben beland. Ik ben in gesprek geweest met Rotterdam maar daar kende ik niemand. Ik ben in Amsterdam in gesprek geweest, maar daar vinden ze dat ze alles beter kunnen. En in Den Haag trof ik een wethouder die eerlijk was en zei: 'ja er is wel een probleem en we kunnen praten.'" R02

Bij een aantal van de initiatieven zien we dat de activiteiten of de doelgroepen door de tijd zijn veranderd. In het geval van het bovenstaande initiatief (R03) is de doelgroep veranderd

nadat de voedselbank weer geopend was en daarmee de acute nood voor sommige bewoners was verdwenen.

In de periode van de eerste lockdown is er veel onduidelijkheid over wat wel en niet kan en mag, onder de geldende maatregelen. Veel voorzieningen in de wijk liggen of lagen stil. Maar dankzij hun eerdere (werk-) ervaring, hun lokale inbedding, en flexibiliteit, slagen de initiatiefnemers er wel in om in contact te blijven met de doelgroep en de (veelal) kwetsbare bewoners op deze manier te ondersteunen. Het geeft sommige van de initiatiefnemers het gevoel dat ze aan het pionieren zijn en écht iets voor de ander kunnen betekenen:

"Ik moet zeggen, ik voelde mezelf echt wel even stoer in die eerste week in maart dat iedereen binnen moest blijven, overal matrixborden met 'ga naar huis, ga naar



Jongeren in actie voor 'Niet hangen maar helpen'.

huis'. En wij gingen juist op pad. Dat brengt je ook wel wat. Het geeft je gewoon een gevoel dat je ten minste écht iets doet voor een ander. En dat het ook daadwerkelijk op de plek komt waar dat nodig is. Ik bedoel het is niet dat het ergens naar een of ander vaag fonds of locatie gaat. Je brengt zelf de spullen, je koopt het zelf." R05

Omdat de maatschappelijke initiatieven er in slagen bepaalde doelgroepen te bereiken tijdens de coronacrisis, hebben zij een belangrijke signalerende functie naar de gemeente en andere zorg- en welzijnsorganisaties in de wijk.

"De belangrijkste samenwerking op dit moment is met de GGD, want de signalen die ik krijg, anoniem, bespreek ik met de GGD. De discussie over het vaccin bijvoorbeeld is echt iets wat speelt bij de doelgroep. Dat soort signalen geeft ik door aan de GGD." R09

"Op een gegeven moment draag je dat stukje dan over. Dan hoop je maar dat er iets mee gaat gebeuren. Wij bieden vooral noodhulp. Als er structurelere hulp nodig is, verwijs ik ze altijd door naar [naam organisatie]." R18

Naarmate de tijd verstrijkt en de coronacrisis aanhoudt, en er tegelijkertijd meer bekend wordt over de maatschappelijke impact van de crisis op verschillende (kwetsbare) groepen, worden er ook vanuit de landelijke overheid (ondersteunings-) programma's ontwikkeld. Een aantal van de initiatiefnemers speelt hierop in:

"Half december kregen we ongeveer een kwartier voor de persconferentie van Rutte een 'go' op onze aanvraag. Het is een gezamenlijk initiatief van [namen landelijke stichting en brancheorganisatie]. Vanaf november, eigenlijk al vanaf de zomer hebben zij gepraat met het ministerie van we willen iets organiseren om jongeren te laten bewegen. Natuurlijk omdat bewegen *an sich* heel belangrijk is, maar ook als middel zodat jongeren elkaar en andere rolmodellen konden blijven ontmoeten." R17

Een andere organisatie moest in de eerste lockdown de deuren sluiten, maar tijdens de tweede lockdown werd de organisatie bestempeld als een noodzakelijke voorziening voor de doelgroep, waardoor die wel open mocht blijven. Direct na de afkondiging van de tweede lockdown besloten de werknemers dan ook van start te gaan met het creëren van thuiswerkplekken voor kinderen.



Huiswerk maken bij de thuiswerkplek van de Kinderwinkel.

"Omdat wij nauwe banden hebben met de school [naam school] en we hoorden van enorme leerachterstanden en kwetsbare doelgroepen, hebben we gezegd: 'waarom gaan we niet thuiswerkplekken creëren'. We mogen toch niet zoveel doen aan activiteiten. De nood is hoog en met name de nood bij de achterstanden, de onderwijsachterstanden. Dus we zijn eigenlijk van de een op de andere dag begonnen." R07

Ook hier zien we dat eerdere (werk-)ervaring met de doelgroep een rol speelt in de motivatie om het initiatief te starten. Bij bovenstaand initiatief zien we net als bij sommige andere initiatieven dat het van start is gegaan omdat de bestaande activiteiten door de coronacrisis op een laag pitje kwamen te staan. De initiatiefnemers wilden met hun organisatie een alternatief aanbieden:

"Normaal gesproken hebben wij tijdens de kerst heel veel ouder-kind-activiteiten en dat doen we live, maar natuurlijk viel alles dit jaar weg. Toen hadden we zoiets van: 'hoe kunnen we de kerst toch een beetje in de kerstsfeer doen?' Dus toen waren we aan het brainstormen en toen kwamen er een paar leuke ideetjes, waaronder het idee van 'kunnen we niet een keer koken met de moeders online'." R13

Zoals bovenstaande voorbeelden illustreren, is op een enkel initiatief na, vrijwel ieder maatschappelijk initiatief dat wij hebben onderzocht, gestart vanuit de nodige kennis en ervaring met de doelgroep, en ook met kennis van het institutionele systeem. Dit blijkt ook uit de studie naar maatschappelijke initiatieven in Rotterdam (zie Boonstra en Claessens 2021). Hierdoor wisten zij voor de start van het initiatief, wat de behoeften waren en beschikten zij veelal ook al over een relevant netwerk dat van belang is geweest voor de (snelle) start van het initiatief. Deze relevante kennis en ervaring is niet alleen van belang voor de start van het initiatief, maar ook voor de duurzaamheid (zie ook de volgende paragraaf).

3.2 Netwerk

Zoals ook uit onderstaand voorbeeld van *Doneer een dorp* blijkt, is de verbinding met andere partijen van cruciaal belang voor het ontstaan en ook de duurzaamheid van het initiatief. In deze paragraaf brengen we in kaart met welke

externe partijen wordt samengewerkt in de uitvoering van de activiteiten. Maar we beginnen de paragraaf met het belichten van het belang van het interne netwerk voor het maatschappelijke initiatief, dat wil zeggen de (on-)betaalde medewerkers. De omvang van het interne netwerk is belangrijk om te voorkomen dat het initiatief te afhankelijk is van één kartrekker of initiatiefnemer.

Intern netwerk: grote afhankelijkheid van vrijwilligers

Bijna de helft van de onderzochte maatschappelijke initiatieven draait op een beperkt aantal betaalde krachten (één of twee) en daarnaast vooral op de inzet van vrijwilligers.

“Op dit moment hebben wij 17 vrijwilligers en daar zit het bestuur bij. We hebben maar één persoon in dienst, die hebben we sinds kort in dienst genomen. Dat is een project- en vrijwilligerscoördinator. Die hebben we kunnen betalen met middelen van het Oranje Fonds.”
R05

DoneerEenDorp.nl

Toen het coronavirus uitbrak in maart 2020 en iedereen binnenbleef, zag initiatiefnemer Martijn dat de straten toch niet volledig leeg waren. Dak- en thuislozen die nergens terecht konden waren nog op de straat te vinden. Martijn maakte zich zorgen over de vraag of deze mensen opgevangen zouden worden. Hij is daarom als individu het initiatief DoneerEenDorp.nl gestart. DoneerEenDorp.nl heeft een corona-zorglocatie gecreëerd voor dak- en thuislozen. Op de website kunnen mensen een heel ‘dorp’ doneren, zoals huisvesting, sanitair en andere basisvoorzieningen. De eerste locatie is 22 mei 2020 geopend op het parkeerterrein bij het Cars Jeans Stadion en is nu te vinden op de Henri Faasdreef.

Martijn is zelf op jonge leeftijd thuisloos geweest en zag meteen dat dak- en thuislozen flink in de problemen zouden komen door de uitbraak van corona. Hierdoor wist hij dat hij snel een plek moest creëren waar dak- en thuislozen in zelfisolatie kunnen of thuis kunnen zijn wanneer iedereen binnen moet blijven. Door de beperkte opvangmogelijkheden voor deze groep wist Martijn dat zij door het ijs zouden zakken en is hij in verschillende grote steden gaan kijken of hij deze plek kon creëren. Uiteindelijk is dit in Den Haag gelukt doordat hij via zijn netwerk in contact kwam met wethouder Bert van Alphen.

Om dit op te kunnen zetten wist Martijn, vanuit zijn ervaring als ondernemer, dat hij de verbinding moest opzoeken met andere partijen. De ervaring leerde dat hij dit niet in zijn eentje kon organiseren, dus heeft hij een combinatie van partners gezocht die dit samen konden opzetten. Zo is bijvoorbeeld nu de locatie in het beheer van de GGD en Kessler Stichting, doordat hij contact zocht met lokale organisaties die dak- en thuislozen al in beeld hadden. Ook heeft een bedrijf de containers neergezet en is er iemand die de communicatie doet.

Looptijd: maart 2020-heden

Stichting Vobis

Stichting Vobis is een zelforganisatie die zich richt op het ondersteunen van kwetsbare groepen. Hierbij hebben zij met name een groot bereik onder mensen met een Hindoestaanse achtergrond. Al snel na de corona-uitbraak signaleert Vobis de impact van corona op met name de eerste generatie (oudere) migranten. Hierbij spelen verschillende factoren een rol, waaronder hun kwetsbaarheid door armoede, sociaal isolement, maar ook een taalbarrière. Vrijwel direct na de corona-uitbraak zijn ze dan ook een boodschappenservice gestart. De (veelal) ouderen kunnen hun boodschappen doorgeven en deze worden vervolgens aan huis bezorgd. Hiervoor heeft de stichting ruim 25 vrijwilligers beschikbaar die hiermee kunnen helpen. Daarnaast zijn ze in april ook een belcirkel gestart, waarbij mensen aan kunnen geven hoe vaak per week ze gebeld willen worden. Zij worden gebeld door de (getrainde) vrijwilligers van Vobis. Zij werken hierbij samen met professionals, mocht er extra ondersteuning nodig blijken te zijn. Een andere activiteit waarmee ze zijn gestart, is het vertalen van de persconferenties tijdens een radio-uitzending op Radio Sangam. Ze ontdekten namelijk al snel dat vanwege de taalbarrière veel eerste generatie migranten de landelijke persconferenties niet konden volgen. Tijdens de wekelijkse uitzendingen worden ook andere thema's zoals eenzaamheid, maar ook huiselijk geweld in coronatijd worden besproken. Vobis ontvangt voor de activiteiten een subsidie vanuit onder andere Fonds 1818.

Looptijd: april 2020-heden

Zoals het bovenstaande citaat illustreert, zijn de maatschappelijke initiatieven die betaalde krachten hebben, erin geslaagd om hiervoor subsidie te krijgen. Een kwart van de initiatieven die wij hebben onderzocht, zijn volledig afhankelijk van de inzet van vrijwilligers. De (volledige) afhankelijkheid van de inzet van vrijwilligers, wordt als kwetsbaar ervaren. Zo vertelt een respondent hierover:

“Mensen worden gewoon opgebeld van: ‘Hallo, dit is uw werkcoach, u heeft een uitkering en volgens de Participatiewet moet u zich inzetten’. Omdat wij geen code hebben en daarmee geen erkend project zijn kunnen onze vrijwilligers dus bij ons worden weggehaald om elders vrijwilligerswerk te gaan doen.” R03

De inzet van vrijwilligers is kwetsbaar omdat daarmee de continuïteit van het initiatief onder druk staat. Dit geldt in het bijzonder voor de initiatieven die al vanaf maart draaien. In de eerste maanden van de coronacrisis was het veelal geen probleem om vrijwilligers te vinden voor de activiteiten. Maar naarmate de crisis langer duurde, wordt het lastiger om vrijwilligers te behouden en nieuwe vrijwilligers te vinden.

“Er was in de eerste lockdown een aanwas van vrijwilligers die heel veel wilden betekenen, ook voor hun bureaus, voor de buurt et cetera. Zij konden niet naar hun werk en wilden zich graag nuttig maken. Echt een aanwas van goeie vrijwilligers. En je merkt gewoon gaandeweg

de zomer dat het wat minder werd. Mensen hadden toch weer hun draai gevonden of het werk was opgestart. [...] Een aantal nieuwe vrijwilligers blijft gewoon, maar een deel is weer weg.” R20

Hoewel verschillende initiatieven een aanwas hebben van nieuwe vrijwilligers, draaien veruit de meeste initiatieven op een netwerk van bestaande vrijwilligers.

“Ik leid de vrijwilligers. We hebben 25 vaste vrijwilligers die ik begeleid samen met de andere projectleider. Het zijn vrijwilligers die ingezet worden voor diverse dingen. Nu met corona zijn er heel veel dingen waar vrijwilligers ondersteuning bij bieden. Onder andere het halen en brengen van boodschappen voor mensen die in isolatie zitten of in quarantaine.” R09

Voor sommige initiatieven is het bestaande netwerk onvoldoende om de activiteiten te organiseren. Om de vrijwilligerspool te vergroten, maakt een deel van de initiatiefnemers gebruik van vrijwilligers uit het externe netwerk. Zo vertelt een van de respondenten hoe zij erin slagen een beroep te kunnen doen op ruim 200 vrijwilligers voor hun activiteiten:

“Er is een hele groep studenten van De Haagse Hogeschool die soepen uitdelen. In Delft zijn het TU-studenten die de soepen uitdelen, het Rode Kruis

deelt soep uit. Fans van ADO Den Haag, de supporters van ADO Den Haag delen soepen uit. Vanuit Welzijn Den Haag, Scheveningen en omstreken delen vrijwilligers soepen uit. Dus er is een hele groep vrijwilligers betrokken. We hebben zo'n tweehonderd vrijwilligers die op verschillende manieren betrokken zijn." R06

Het voordeel is dat op deze manier veel meer vrijwilligers betrokken kunnen worden dan alleen vanuit de eigen organisatie. In de volgende paragraaf gaan we verder in op deze en andere manieren van samenwerken met externe partijen.

Extern netwerk: belang van maatschappelijke coalities

De onderzochte maatschappelijke initiatieven beschikken veelal over een breed extern netwerk waarmee op verschillende manieren wordt samengewerkt of waarop een beroep kan worden gedaan (zie ook vorige paragraaf). De partijen waarmee wordt samengewerkt zijn met name overheidsinstanties, andere maatschappelijke organisaties/initiatieven, sociaal ondernemers, commerciële partijen en religieuze organisaties.

Bijna alle initiatieven hebben meer dan drie samenwerkingspartners. Meer dan de helft van de initiatieven werkt zelfs samen met meer dan vijf samenwerkingspartners. Er is

Samenwerkingspartners

Overheidsinstanties

De meeste van de onderzochte maatschappelijke initiatieven zijn op de een of andere manier verbonden aan of werken samen met overheidsorganisaties, waaronder de nationale overheid, gemeente, onderwijs, en de politie. Met name de gemeente wordt als belangrijke partner beschouwd. Vaak ontvangen de initiatieven een bepaalde vorm van subsidie van de gemeente (zie ook paragraaf 3.3 Financiering), en soms hebben de organisatoren van de initiatieven contact met een verbindende ambtenaar of bestuurder van de gemeente die het initiatief verder kan helpen.

Zorg- en welzijnsinstellingen

Ongeveer de helft van de initiatieven werkt in enige vorm samen met zorg- en welzijnsinstellingen. Zo wordt er samengewerkt met partijen als de GGD, GGZ, en bijvoorbeeld buurtsport en jongerenwerk. In sommige gevallen financieren de welzijnsinstellingen de initiatieven. Maar daarnaast hebben de initiatieven een belangrijke signalerende rol voor deze organisaties.

Maatschappelijke organisaties en initiatieven

Ongeveer een derde van de initiatieven werkt samen met andere maatschappelijke organisaties en initiatieven. Zo wordt er samengewerkt met bewonersorganisaties, voedselbanken, maar ook vrijwilligersorganisaties die de initiatieven van vrijwilligers kunnen voorzien.

Commerciële partijen

Ongeveer een kwart van de initiatieven wordt ondersteund door commerciële partijen, bijvoorbeeld door middel van sponsoring of in de vorm van vrijwilligers uit de eigen organisatie.

Religieuze organisaties

Vier van de twintig initiatieven heeft enige connectie met religieuze organisaties. Soms worden zij financieel ondersteund door bijvoorbeeld een diaconie, in andere gevallen was de organisatie achter het initiatief verbonden aan een religieuze instelling.

Sociaal ondernemers

Ongeveer een kwart van de initiatieven werkt samen met sociaal ondernemers, vaak zzp'ers, die hen op organisatorisch vlak kunnen ondersteunen (zoals op gebied van communicatie) of een activiteit kunnen bieden als onderdeel van het initiatief.

Escamp voor vrouwen

Escamp voor Vrouwen is een stichting die zich inzet voor vrouwen uit Escamp die steun kunnen gebruiken. Dit zijn met name alleenstaande moeders. De stichting was al jarenlang actief, maar de coronacrisis heeft de hulpvraag vergroot en ook de vorm van deze hulpvraag veranderd. Zo ging Nederland bij de eerste golf massaal aan het hamsteren. De alleenstaande moeders (in Escamp en daarbuiten) die 50 euro leefgeld per week hadden, konden hierdoor niet aan de goedkope producten komen waarmee ze het normaal gezien redden. Om deze reden zette Escamp voor Vrouwen een initiatief op om noodzakelijke producten als voedsel, luiers en maandverband in te zamelen en deze weer onder de vrouwen te verdelen die dit nodig hadden. De inzameling van deze producten gebeurt vaak door andere vrouwen uit Escamp die bij het boodschappen doen extra inkopen of producten die ze overhebben, zoals kleding, doneren aan de stichting.

De hulpvraag blijft echter niet enkel bij levensmiddelen. Sinds de coronacrisis signaleert Escamp voor Vrouwen ook een toename van huiselijk geweld in de wijk. De vrouwen zitten binnen, hebben het financieel krap, en er is vaak een partner of vader van de kinderen die voor bedreigende situaties zorgt. Dit zijn meestal gevallen die buiten beeld van de gemeente en professionele instanties blijven, omdat de moeders bang zijn voor de consequenties voor henzelf en hun kinderen. Deze moeders nemen wel Mina, de initiatiefnemer Escamp voor Vrouwen, in vertrouwen. Mina onderneemt dan actie. Vaak is hierbij nodig dat er doorverwezen wordt naar gespecialiseerde professionals, maar dit gaat vaak moeilijk door het wantrouwen bij de vrouwen.

Voordat de coronacrisis alles stil legde organiseerde Escamp voor Vrouwen diverse activiteiten zoals naailes, koffieochtenden, en een meidengroep. De stichting heeft beschikking over een pand waar zeven dagen per week gebruik van gemaakt kan worden. Hierbij was contact maken het belangrijkste, zodat problemen gesignaleerd konden worden en er een vertrouwensband opgebouwd kon worden om deze problemen op te lossen. Helaas kunnen door corona de activiteiten niet doorgaan en dit wordt door alle deelnemers gemist. Naar schatting van initiatiefnemer Mina bereikt ze met deze activiteiten normaliter 200-250 deelnemers, en inclusief de kinderen zijn dit er zo'n 700. Momenteel is Mina een initiatief gestart met een bakfiets die vrijwilligers en andere mensen uit Escamp kunnen lenen. Hiermee kunnen boodschappen, kleding en andere spullen op een makkelijke manier vervoerd worden en worden verdeeld onder wijkbewoners die dit nodig hebben. Het is een leenbakfiets die verschillende vrouwen kunnen gebruiken voor eigen gebruik en om elkaar te helpen.

Looptijd: maart 2020-heden

slechts één initiatief dat geen samenwerkingspartner heeft, afgezien van de gemeentelijke subsidiëring van de organisatie achter het initiatief. Als de financieringspartners buiten beschouwing gelaten worden, heeft een kwart van de initiatieven minder dan drie samenwerkingspartners.³

De externe partijen zijn bij zowel de start als bij de verdere uitvoering van het initiatief betrokken. Externe partijen vervullen een belangrijke rol in de financiering van het maatschappelijk initiatief (zie paragraaf 3.3 Financiering).

Maar ook andere vormen van materiële steun worden vanuit het externe netwerk geboden. Zo hebben verschillende partijen voedsel en andere levensmiddelen ingezameld en/of gedoneerd aan de initiatieven die een voedselbank of maaltijdservice opgericht hadden:

"[Naam organisatie], die hebben bijvoorbeeld gespeeld voor kinderen gegeven en daar halen we ook wel kleding vandaan. En de voedselbank Haaglanden gaat ons helpen met groente en fruit voor de uitdeelactie." R05

3 Onder 'samenwerkingspartners' verstaan wij partijen die structurele ondersteuning bieden. Gastoptredens bij initiatieven, zoals in tv-programma's en podcasts, laten wij hier buiten beschouwing.

Andere externe organisaties steunen de maatschappelijke initiatieven op materiële wijze door een fysieke ruimte beschikbaar te stellen die bijvoorbeeld voor het voorbereiden van de maaltijden gebruikt kan worden.

"[Naam persoon] hoorde van mijn initiatief en dat ik niet in het wijkcentrum terecht kon om te koken. En toen kon ik in de [...]kerk terecht. Ik ben helemaal geen kerklid hoor, maar ik had echt zoiets van: 'naja het kan me niet schelen, ik ben blij met die keuken huppakee'." R18

Zoals bij de beschrijving van het interne netwerk al is benoemd, wordt het externe netwerk ook gebruikt voor het inzetten van vrijwilligers bij de uitvoering van de activiteiten. Door verschillende maatschappelijke initiatieven wordt soms dagelijks een beroep gedaan op organisaties in Den Haag die gericht zijn op vrijwilligerswerk, zoals PEP en de vrijwilligersvacaturebank Den Haag Doet. Naast het aanbod van vrijwilligers ontvangen de initiatieven ook andere

vormen van steun, zoals trainingen en een keurmerk voor vrijwilligers.

Veel van de connecties met partijen uit het externe netwerk van de initiatieven bestonden al voordat de partijen samen gingen werken voor het initiatief. Dit zien we ook terug bij de onderzochte initiatieven in Rotterdam (zie Boonstra en Claessens 2021). Sommige organisatoren van de initiatieven werk(t)en bij een organisatie die verbonden was met een extern netwerk, soms was de verbinding er omdat de organisaties aangesloten zijn bij een groter platform en in sommige gevallen werkten de organisatoren eerder samen vanwege een gemeenschappelijk doel. In andere gevallen was er al contact met de externe netwerkpartijen, maar is deze samenwerking wel verstevigd door de samenwerking rondom het initiatief. Onderstaand citaat geeft aan hoe belangrijk het is dat initiatiefnemers elkaar al kennen en dat de initiatiefnemers weten wie ze moeten benaderen, zodat initiatieven sneller ondersteuning vinden om door te gaan:



De Participatie Keuken

Thuiswerkplekken bij de Kinderwinkel

Door de sluiting van de scholen en het aangepaste onlineonderwijs liepen gedurende de coronaperiode vele scholieren leerachterstanden op. De Kinderwinkel, een project dat activiteiten en een plek aanbiedt voor kinderen en tieners uit Moerwijk, kwam daarom op het idee om tijdens de tweede lockdown thuiswerkplekken aan te bieden voor deze kinderen. Dit initiatief is gestart in januari 2021 en bood tot de scholen in februari weer openden 22 kinderen per dag een plek om rustig hun huiswerk te maken. De gemeente was erg gecharmeerd van het idee en heeft het project tablets, koptelefoons en muizen geschonken zodat alle kinderen goed aan de slag konden. De Kinderwinkel is een project van de protestantse wijkgemeente van de Marcuskerk in Moerwijk en van Stek (Stichting voor Stad en Kerk).

Het initiatief was een succes; elke dag waren alle thuiswerkplekken tussen half 9 's ochtends en half 1 's middags bezet en de organisatoren kregen veel aanvragen uit verschillende wijken. Toch lag de focus op Moerwijk, omdat de Kinderwinkel daar gevestigd is en het project zich altijd al op de wijk richtte. Omdat het project een buurthuisfunctie heeft, mocht het tijdens de tweede lockdown openblijven voor kwetsbare kinderen en jongeren. Veel van hen wonen met een groot gezin in een klein huis. Deze kinderen konden thuis niet rustig werken en/of hadden geen laptop of computer met goed werkend internet. De Kinderwinkel stond in nauw contact met scholen in de buurt die kinderen en jongeren doorverwezen die een thuiswerkplek konden gebruiken.

Nu de basisscholen vanaf 8 februari weer open zijn gegaan, draait de Kinderwinkel weer het reguliere programma van activiteiten gericht op ontspanning, creativiteit en sport. De kinderen kunnen weer naar school en hebben hiernaast vooral behoefte aan spelen en ontspanning. De huiswerkplek, die er vóór de coronaperiode op maandag al was, wordt ook voortgezet. Mocht deze vol zitten, gaat er gekeken worden of deze activiteit uitgebouwd kan worden. De thuiswerkplek was echter een tijdelijk initiatief die inspeelde op de behoefte van kinderen om tijdens de lockdown op een rustige plek hun lessen te volgen en huiswerk te maken.

Looptijd: januari 2021-februari 2021

"Ik had contact gehad met onze subsidieambtenaar van de Gemeente Den Haag. Daar hebben we goed contact mee en die heb ik verteld: 'we zijn dit aan het doen, maar we lopen tegen onze grenzen aan, dus kun je even met ons overleggen'. Die heeft mij gebeld en ons verteld dat ze alleen maar toejuichen wat wij doen. [...]

Ja dat is natuurlijk wel een voordeel dat je al goed contact hebt bij de gemeente. Dat de gemeente ook weet 'Dit is een betrouwbare partner'." R07

Hoewel de samenwerking met externe partijen veelal voortkomt uit bestaande netwerken, zijn er ook voorbeelden waarbij nieuwe samenwerkingen ontstaan.

"Door de coronacrisis is ook veel [problematiek] zichtbaar geworden. Er is dus een hele goede prikkel om wel te gaan samenwerken en toch die nieuwe partners eens te verkennen." R10

In het geval van bovenstaand initiatief kwam de samenwerking dan ook voort uit een acute hulpvraag die door de coronacrisis naar boven kwam.

Conclusie

Deze paragraaf laat zien dat het interne en externe netwerk van de onderzochte maatschappelijke initiatieven van belang is voor het ontstaan en de duurzaamheid van het initiatief. Voor het interne netwerk is vooral de inzet van vrijwilligers bij het ontstaan en voortbestaan van het initiatief van groot belang. De grote afhankelijkheid van vrijwilligers maakt tegelijkertijd sommige initiatieven ook kwetsbaar. Daarom is het ook belangrijk dat initiatieven erin slagen (door middel van bijvoorbeeld subsidie) om een of meerdere betaalde krachten bij het initiatief te betrekken. Daarmee wordt ook voorkomen dat het initiatief te afhankelijk wordt van een kartrekker. Naast het interne netwerk speelt het externe netwerk een belangrijke rol. De initiatiefnemers slagen erin om verschillende vormen van ondersteuning uit deze externe netwerken te krijgen.

Niet hangen maar helpen

Op 9 april 2020 is jongerenwerker en sociaal ondernemer Mourad te gast bij Op1 om te vertellen over het initiatief 'Niet hangen maar helpen'. Als gevolg van de corona-uitbraak signaleert Mourad dat jongeren in zijn buurt Transvaal hoge boetes krijgen omdat ze tegen de geldende regels met elkaar op straat hangen. Ze vervelen zich omdat ze niet naar school kunnen en ook niet kunnen sporten. Thuisblijven is ook niet voor iedereen een optie. Zo ontstaat het idee voor 'Niet hangen maar helpen'. Het is een initiatief van Mourad en jongerenambassadeur Aad. Met hun initiatief proberen ze van de coronatijd iets positiefs te maken voor jongeren. Mourad en Aad hebben geregeld dat de jongeren op woensdagen op de Haagse Markt voedselpakketten samenstellen voor klanten van de voedselbank. Op donderdagen worden de voedselpakketten uitgedeeld. Deze zijn extra welkom omdat de voedselbank Haaglanden tijdelijk is gesloten. Hiermee hangen de jongeren niet op straat, worden kwetsbare bewoners geholpen en worden lokale ondernemers gesteund. Mourad en Aad zijn er dagelijks op vrijwillige basis mee bezig, evenals de andere betrokken vrijwilligers. Het project loopt uiteindelijk tot de zomer. De wens is om het project voort te zetten, maar een subsidieaanvraag bij de gemeente wordt, tot onbegrip van de initiatiefnemers, afgewezen.

Looptijd: maart 2020-juni 2020

Van cruciaal belang hierbij is dat zij veelal gebruik (kunnen) maken van bestaande netwerken. Dit maakt dat zij snel kunnen schakelen en van start kunnen gaan met het initiatief. Tegelijkertijd zien we ook dat nieuwe samenwerkingsvormen zijn ontstaan door de coronacrisis. Hierbij spelen de (acute) hulpvragen als gevolg van de coronacrisis een belangrijke aanleiding. De openheid van de initiatieven naar andere partners en de verschillende vormen van samenwerking, draagt bij aan de duurzaamheid van het initiatief.

3.3 Financiering

Zoals in hoofdstuk 1 is aangegeven, is voor de duurzaamheid van een initiatief de aanwezigheid van verschillende inkomstenbronnen van belang. Dit zorgt voor minder afhankelijkheid van een bepaald type inkomstenbron en daarmee tot meer financiële stabiliteit. In deze paragraaf zullen we in beeld brengen op welke wijze(n) de maatschappelijk initiatieven hun activiteiten financieren. Vanuit bestaande literatuur weten we dat veel voorkomende inkomstenbronnen subsidies zijn van overheden, donaties en ledenbijdragen en/of inkomsten uit

verkoop van producten (zie Igalla en Meerkerk 2017; Hassink, Elings, Van Dam en Fontein 2013). Ook dit zien we terug bij de onderzochte maatschappelijke initiatieven. Zo is een derde van de onderzochte initiatieven afhankelijk van financiering vanuit de gemeente en/of van fondsen. Daarnaast doet een vijfde een beroep op donateurs/sponsors of bijdragen vanuit de diaconie. Een enkel initiatief vraagt een bijdrage van de deelnemers. In deze paragraaf zullen we de verschillende financieringsbronnen nader toelichten. Daarbij is het van belang om op te merken dat ongeveer de helft van de initiatieven een beroep doet om meerdere financieringsvormen.

Gemeente

Een derde van de onderzochte initiatieven is voor de activiteiten (deels) afhankelijk van een financiële bijdrage vanuit de gemeente⁴. Een aantal hiervan is volledig afhankelijk van subsidie van de gemeente. Dit zijn maatschappelijke initiatieven die al bestonden voor de corona-uitbraak en al subsidie ontvangen van de gemeente. Door de corona-uitbraak hebben zij hun activiteiten aangepast.

4 Er zijn 11 maatschappelijke initiatieven (deels) afhankelijk van gemeentelijke subsidie voor hun organisatie. Het gaat bijvoorbeeld om een basissubsidie voor bewonersorganisaties, of subsidie vanuit de gemeente voor het huren van een pand. Dit hebben we in deze paragraaf verder buiten beschouwing gelaten, maar is veelal wel een belangrijke (rand)voorwaarde voor het kunnen organiseren van de activiteiten.

"We krijgen sowieso elk jaar [X bedrag] van de gemeente dus voor ons is de gemeente de grootste subsidiegever. Wij werken nu voornamelijk vanuit het budget dat wij al hebben." R19

De andere initiatieven die subsidie hebben ontvangen vanuit de gemeente voor hun corona-activiteiten, zijn maatschappelijke initiatieven die met hun organisatie al bekend zijn bij de gemeente. Hierdoor kunnen zij ook gemakkelijk schakelen (zie ook paragraaf 3.2 Extern netwerk).

"Wij hebben een grote financiering vanuit de diaconie en we krijgen ook een heel groot deel subsidie vanuit de gemeente Den Haag en een heel groot deel van fondsen." R7

Een beperkt aantal initiatiefnemers (N=3) heeft geprobeerd subsidie te krijgen voor de corona-activiteiten, maar hun subsidieverzoek is (inmiddels) afgewezen.

De maatschappelijke initiatieven die actief zijn in de wijk Mariahoeve hebben succesvol aanspraak weten te maken op een bijdrage uit een corona-activiteitenbudget. Hiervoor is vanuit het stadsdeel Haagse Hout in het najaar van 2020 een bedrag van 15.000 euro beschikbaar gesteld. Het betreft een laagdrempelige subsidievorm die bedoeld is voor bewoners en organisaties in Mariahoeve. Er kan subsidie worden aangevraagd tot een bedrag van 1.500 euro. Vanwege het succes van het corona-activiteitenbudget in Mariahoeve, is besloten om in 2021 het corona-activiteitenbudget uit te breiden naar de andere wijken van het stadsdeel Haagse Hout. Daarmee is het corona-activiteitenbudget verruimd naar 60.000 euro. Het Stadsdeel Haagse Hout is het enige

Haagse Horeca Tour

Elk weekend organiseren Charlie en Victor de Haagse Horeca Tour. Hierbij gaan deelnemers wandelend langs verschillende horecazaken in het centrum, Zeeheldenkwartier en Scheveningen. Via hun website www.dehaagsehorecatour.nl kunnen wandelaars zich aanmelden voor het eerstvolgende weekend. Voor 3 euro 50 krijgen deelnemers een uitgestippelde route toegestuurd met startpunt en starttijd, het menu met de speciale aanbiedingen en een aantal wetenswaardigheden over de bezienswaardigheden onderweg. Wat de deelnemers tijdens de route bestellen, rekenen ze ter plekke af. Het doel van deze tour is om de horeca te steunen in de tijd dat zij alleen open mogen zijn voor *take-away*.

Wat in december begon als een spontaan idee, naast hun eigen adviesbureau, groeide al snel uit tot een succesvol initiatief. Zo namen in een weekend in januari al 550 mensen deel aan de Haagse Horeca Tour. Het begon met één route door het centrum, maar door de populariteit werden, onder andere om het coronaproof te houden, meer routes toegevoegd. Wel hebben ze contact met een wijkagent, zodat ze een vinger aan de pols houden of het niet te druk wordt op de routes, uiteraard samen met de horecazaken zelf.

Vanaf de start van het initiatief wordt de tour al flink gepromoot. Ze zijn erg actief op Instagram, waar mensen na elk weekend hun foto's worden gedeeld en ze hebben verschillende persberichten geschreven die ook zijn opgepikt door verschillende media. De toestroom van mensen is ook te verklaren door de mond-tot-mondreclame. Zelf denken ze ook dat het succes te verklaren is doordat mensen behoefte hebben om erop uit te gaan, nu thuiswerken de norm is en veel andere vrijetijdsbestedingen niet mogelijk zijn.

Contact met de gemeente over hun initiatief is er niet, dit hebben ze ook niet nodig gehad. Wel staan ze op de officiële evenementenagenda van de gemeente op www.denhaag.com. Ze zagen hun initiatief in eerste instantie als een tijdelijk initiatief, waar ze mee zouden stoppen wanneer de horecazaken weer open mogen. Er zit, zoals ze zelf zeggen, 'een houdbaarheidsdatum' aan de vraag vanuit consumenten. Sinds kort richten ze zich daarom op bedrijven, door coronaproof teamuitjes aan te bieden. Het plan is om dit te blijven doen, ook als de horeca straks weer open is.

Looptijd: december 2020-heden

stadsdeel in Den Haag die een dergelijk corona-activiteiten budget hanteert. Het grote voordeel van dit corona-activiteitenbudget is dat al binnen een week duidelijk is of de subsidie wordt toegewezen. Dit wordt als belangrijk voordeel gezien ten opzichte van de gebruikelijke termijn van zes weken. Daarmee kan er snel ingespeeld worden op spontane initiatieven vanuit de wijk.

"Als je subsidie gaat aanvragen, bijvoorbeeld bij de gemeente, dan duurt zo'n aanvraag gewoon zes weken en nog wel langer, ook drie maanden soms. Maar met zoiets als de coronacrisis is nu het probleem en moet je morgen wat gaan doen. Dus dan moet je je eigen portemonnee trekken en ik denk dat dat voor veel mensen toch wel erg bezwaarlijk is." R14

"Ik had voor de activiteiten wel geld via onder andere Fonds 1818, maar dat was niet voldoende. En toen kwam het coronafonds voorbij. Nou, ik vind het ongelooflijk lekker als je een heel gemakkelijke aanvraag hebt waar snel duidelijkheid over is." R15

Of de subsidie vanuit het corona-activiteitenbudget wordt toegewezen wordt bepaald door iemand vanuit het wijkberaad, het welzijnswerk en de community builder van Mariahoeve.

"In principe mag elke burger dat aanvragen dus je hoeft niet een initiatief te zijn, dat mag ook. En het was voor mij heel makkelijk, want ik heb nog nooit meegemaakt dat het zo eenvoudig was, want je hoefde nog niet eens een A4'tje op te stellen. Het waren ook heel eenvoudige vragen. Je vertelt kort wat je wilt gaan doen en wat je ongeveer nodig hebt en waarom dat in coronatijd natuurlijk belangrijk is. Ze kennen mij natuurlijk, dat scheelt ook. [...] Het zijn toch meer de geijkte personen die je dan weer voorbij ziet komen die al in stichtingen bezig zijn, die weten de weg heel snel te vinden hiernaar." R18

Zoals uit bovenstaande citaat duidelijk wordt, geldt ook voor het corona-activiteitenbudget waar iedereen een beroep op kan doen, dat degenen die al bekend zijn bij de gemeente snel(ler) hun weg weten te vinden naar deze subsidiemogelijkheid.

Fondsen

Ongeveer een derde van de initiatieven doet een beroep op fondsen voor de financiering. Voor sommige initiatieven vormen fondsen een aanvulling op de subsidie vanuit de

gemeente, maar voor de meeste initiatieven zijn fondsen de enige manier om de activiteiten gesubsidieerd te krijgen.

"Wij leven echt van de sponsors en fondsen. Zonder de fondsen kunnen wij het geen dag volhouden. Met alleen de subsidie van de gemeente redden we het niet." R13

De meeste initiatieven die fondsen aanschrijven doen een beroep op Fonds 1818, maar ook andere fondsen waaronder het Oranje Fonds, het Kansfonds en ook Europese fondsen worden aangeschreven. Sommige fondsen hebben op de crisis ingespeeld door naast hun reguliere subsidierondes ook speciale coronabudgetten beschikbaar te stellen. Zo heeft het Oranje Fonds het 'Corona Hulpfonds' opgezet. Een beroep doen op deze fondsen en het schrijven van een subsidieplan wordt door de initiatiefnemers als vaardigheid beschouwd waarover niet iedereen automatisch beschikt.

"Wij hebben een fondsenwerfer. Die heeft in principe al contacten met fondsen. Soms wil een fonds langskomen en dan geven we een rondleiding." R07

"Ik ben gewoon van de cijfers en ik weet hoe ik moet communiceren met de mensen die de fondsen weggeven. Het is gewoon heel zakelijk. Het moet goed onderbouwd zijn. Het moet goed opgezet zijn, de begroting moet kloppen, het verhaal moet kloppen. Je verantwoording moet kloppen, wat je doel is en ook met name wat je gaat bereiken, want dat is voor hen het belangrijkste. En dat je je ook houdt aan de afspraken die worden gemaakt bij de toekenning van het fonds. En dat betreft onder andere filmpjes maken, taggen, Facebook, LinkedIn, Instagram dat het fonds zelf ook natuurlijk naamsbekendheid krijgt." R05

Het nadeel van fondsen is dat het veelal gaat om korte, tijdelijke projectsubsidie. Daarmee ontbreekt het vooral aan duurzame vooruitzichten.

Donateurs en sponsors

Voor sommige maatschappelijke initiatieven is alleen financiering vanuit fondsen onvoldoende om rond te komen en zij gaan dan ook in aanvulling op zoek naar sponsors of donateurs. Hierbij gaat het veelal niet zozeer om het verkrijgen van financiële middelen, maar om bepaalde goederen die van donateurs of sponsors worden verkregen (zie ook paragraaf 3.2 Extern netwerk).

Niet alleen

'Niet alleen' is een landelijk initiatief van kerken en maatschappelijke organisaties dat hulpvraag en -aanbod tijdens de coronacrisis met elkaar verbindt. Deze hulpvraag en -aanbod worden door coördinerende organisaties verzameld en doorgestuurd naar relevante lokale organisaties die dit op kunnen pakken. Via zowel spotjes op de nationale televisie als via andere manieren, zoals via kerken, is er aandacht gevraagd voor het initiatief. Mensen kunnen dan bellen of mailen om hun hulpvraag of -aanbod door te geven. In Den Haag zijn er op deze manier ook verbindingen gelegd tussen verschillende personen en organisaties. Zo waren er concrete vragen als het doen van boodschappen, het zoeken van een maatje, het instellen van een laptop, of het uitlaten van de hond. Hulpvragen en hulpaanbod komt binnen bij een coördinator die vervolgens kijkt welke kerk of organisatie hierbij past en in de buurt van de hulpbehoevende gevestigd is. De doelgroep van *Niet Alleen* betreft voornamelijk kwetsbare mensen, waaronder ouderen en migrantengroepen. Maar net zo goed betreft de doelgroep de hulpaanbieders, die soms zelf een onderliggende hulpvraag naar contact hebben omdat ze eenzaam zijn. Dit betreft soms ook jongeren.

Niet Alleen loopt vanaf het begin van de coronacrisis tot op heden. Wel is het aantal aanmeldingen in maart 2021 een stuk minder dan tijdens de eerste golf. De meeste hulpvragen zijn nu al gesteld en opgelost en de vragen die overblijven zijn vaak 'trage' en achterliggende vragen, zoals rondom eenzaamheid. In totaal zijn er tijdens de gehele periode in Den Haag zo'n zestig matches gemaakt tussen hulpvraag en hulpaanbod.

Momenteel wordt er gesproken over een mogelijke verduurzaming van het initiatief na de coronaperiode. Er is een gelegenheidscoalitie van kerken en organisaties ontstaan dat elkaar nu makkelijk vindt in Den Haag. De infrastructuur ligt er al en is verbonden met het Missionair Platform Den Haag dat het coördineert. De vraag is hoe dit in de toekomst kan blijven bestaan. Op lokaal niveau is er enthousiasme rond het verbinden van hulpvragen aan bestaande organisaties en gemeenschappen met veel vrijwilligers die zo makkelijk bereikbaar worden. Ook is het gesprek landelijk gaande hoe de organisaties achter de landelijke *Niet Alleen* - onder andere Protestantse Kerk in Nederland en Stichting Present – het initiatief vorm gaan geven, en hoe dit zich gaat verhouden tot de lokale organisaties in Den Haag.

Looptijd: maart 2020-heden

Diaconie

Een aantal initiatiefnemers ontvangt voor de activiteiten een bijdrage vanuit de diaconie. Van de onderzochte maatschappelijke initiatieven is er één volledige afhankelijk van deze bijdragen; de andere drie ontvangen deze steun in aanvulling op andere vormen van financiering.

Eigen bijdragen

Een laatste vorm van financiering die we bij de onderzochte maatschappelijke initiatieven tegenkwamen, was het vragen van een eigen bijdrage aan de deelnemers/ doelgroep. Een enkele keer was deze eigen bijdrage voldoende om alle kosten te dekken, zoals bij onderstaand initiatief:

"De deelname is [bedrag] euro. We zitten nu qua tijd en moeite die we erin hebben gestopt hebben dat het zichzelf weer terugverdient. Het is daarmee een aanvulling op onze andere inkomsten." R12

"Er was er een activiteit, die was echt super populair, dat was het wandelen door de wijk. Dus met een stadsgids werd er een wandeling gemaakt door de wijk. Die was echt super populair! En dat was wel grappig, want die vroeg gewoon geld, want dat was eigenlijk gewoon haar werk. Iets van 2 euro 50." R04

De meeste initiatieven zijn gericht op een doelgroep voor wie een eigen bijdrage een drempel kan zijn om deel te nemen. Maar bij het ontbreken van andere financieringsmogelijkheden wordt alsnog een kleine tegemoetkoming in de gemaakte kosten gevraagd:

"Toen dachten we: weet je wat, we gaan zorgen dat mensen lekkere verse maaltijden krijgen. En zo zijn we in november begonnen met een soepactie. Drie weken lang op de woensdag, soep voor één euro. Het was gelijk een groot succes." R14

Winter Games

De Winter Games zijn een gezamenlijk initiatief van de Johan Cruyff foundation, Krajicek Foundation en Sociaal Werk Nederland. Vanaf de kerstvakantie tot en met de voorjaarsvakantie zijn er door heel Nederland sportactiviteiten georganiseerd voor jongeren tussen 13 en 17 jaar oud. Vóór corona was het voor de betrokken partijen al belangrijk dat er voor alle jongeren voldoende mogelijkheden moeten zijn om te sporten en bewegen, maar sinds de lockdown is deze urgentie nog groter. Daarnaast zijn deze activiteiten ook belangrijk voor ontmoeting tussen jongeren en voor het in contact komen met positieve rolmodellen. Het ministerie van VWS erkende het belang hiervan en heeft de Winter Games financieel ondersteund.

De Winter Games werden georganiseerd door lokale buurtsport- en jongerenwerkorganisaties. De activiteiten vinden lokaal plaats op bijvoorbeeld een Krajicek Playground, Cruyff Court of een andere (speel- en ontmoetings)plek in wijken in heel Nederland. De lokale organisaties konden bij de Winter Games organisatie een financiële bijdrage voor hun initiatief aanvragen. Er zijn circa 500 initiatieven ingediend, waarvan er 350 zijn gehonoreerd. Uiteindelijk zijn er in heel Nederland op zo'n 900 locaties circa 3.000 activiteiten georganiseerd en zijn er meer dan 55.000 jongeren in beweging gebracht. In Den Haag zijn er op zo'n 40 à 50 locaties Winter Games 200 tot 250 activiteiten georganiseerd. Het geheel is vastgelegd in een mini-documentaire die te vinden is op YouTube. De initiatiefnemers van de Winter Games willen graag een verlenging van het project vanwege de urgentie voor dergelijke activiteiten. Idealiter met een uitbreiding van de doelgroep, type activiteiten en locaties. Zo is ook de wens om activiteiten voor oudere jongeren mogelijk te maken en om de activiteiten niet alleen buiten plaats te laten vinden. Daarbij wordt er bijvoorbeeld gedacht aan culturele activiteiten in buurthuizen. Momenteel "ligt de bal" bij de Rijksoverheid om een besluit over een verlenging te nemen.

Looptijd: december 2020-februari 2021

Conclusie

Op basis van bovenstaande bevindingen blijkt dat de maatschappelijke initiatieven die wij hebben onderzocht op uiteenlopende manieren erin slagen om financiering voor hun activiteiten te regelen. Hierbij speelt de gemeente een belangrijke rol. Het corona-activiteitenbudget blijkt een voorbeeld van een goede manier om op een toegankelijke wijze in te kunnen spelen op activiteiten die ontstaan als gevolg van de coronacrisis. Tegelijkertijd blijkt dat lang niet alle initiatieven erin slagen om subsidie via de gemeente te regelen voor de activiteiten. Initiatiefnemers doen een beroep op uiteenlopende financieringsvormen en slagen er soms in van drie of vier verschillende partijen financiering te krijgen. Slechts enkele initiatieven zijn van maar één financieringsbron (grotendeels) afhankelijk. Dit is dan veelal de gemeente.

3.4 Professionalisering

Een (zekere mate van) professionele organisatie draagt eveneens bij aan de duurzaamheid van een initiatief. Factoren die bijdragen aan de professionalisering van een initiatief zijn onder andere de zichtbaarheid (bekendheid) en

de bereikbaarheid. De mate waarin een sociale beweging of burgerinitiatief zichtbaar is in bijvoorbeeld de (sociale) media kan van invloed zijn op de bekendheid en daarmee het draagvlak en de potentiële steun (Edwards en McCarthy 2004; Igalla en Meerkerk 2017). Zo kan het opzetten van een Facebook of Instagram account, initiatieven helpen om steun te mobiliseren (zie onder andere Mujde & Daru 2005). Maar ook door bijvoorbeeld (landelijke) media-aandacht wordt de reikwijdte om vrijwilligers en instanties te bereiken vergroot. Daarnaast helpt het beschikken over een fysieke plek voor de vindbaarheid van het initiatief. Ook dit kan meer vrijwilligers aantrekken (zie Igalla en Meerkerk 2015). Daarmee is de bekendheid en de bereikbaarheid van het initiatief zowel van belang in het ontstaan als voor de duurzaamheid van het initiatief. Ook de organisatievorm (een stichting, coöperatie of vereniging) draagt bij aan de professionalisering en de duurzaamheid van een initiatief. De keuze voor een geformaliseerde organisatievorm is een uiting van een lange(re) termijn ambitie van de betrokkenen en daarbij veelal een vereiste om in aanmerking te komen voor subsidies of andere vormen van (financiële) ondersteuning (Igalla en Meerkerk 2017; Hassink e.a. 2013; Mujde en Daru 2005).

Zichtbaarheid

Alle initiatiefnemers proberen op een bepaalde manier zichtbaarheid te geven aan hun initiatief. De meest voorkomende vormen die zij hiervoor gebruiken zijn: via sociale media, de traditionele media (TV, krant, radio), websites, per post (eigen blaadjes, flyers), en via persoonlijk contact of tussenpersonen. Hierbij wordt in meer of mindere mate gebruik van diverse sociale media. Het gebruik van Facebook wordt het meest genoemd, maar er wordt ook gebruik gemaakt van Instagram (vaak om jongeren te bereiken), Twitter, en andere sociale media platformen. Vaak heeft het initiatief een eigen sociale media-accounts, maar soms wordt er ook gebruik gemaakt van de accounts van de organisaties van waaruit het initiatief is opgezet. Sommige organisatoren die veel kennis en ervaring hebben met het gebruiken van sociale media, zetten 'influencers' (invloedrijke sociale mediagebruikers) in om hun berichten te delen. Op deze manier wordt een grotere doelgroep bereikt. Een enkel initiatief heeft zelfs advertentieruimte gekocht bij sociale media om het bereik van het initiatief te vergroten:

"Instagram is absoluut het belangrijkste kanaal geweest. Het is ook via [naam influencer] en [naam influencer] natuurlijk gedeeld waardoor we een heel nieuw bereik hadden. We hadden er ook advertising opgezet via social media dus via Instagram." R19

Een andere veel gebruikte methode om de zichtbaarheid van het initiatief te vergroten is via traditionele media zoals TV, krant en radio. Sommige, vaak kleinere, meer wijkgerichte initiatieven maken gebruik van lokale media, zoals lokale tv- en radiozenders, stadskranten en wijkbladen. De meer stadsbrede of zelfs nationaal-gerichte initiatieven genereren ook bekendheid via nationale media, zoals nationale televisieprogramma's, nieuwszenders, en kranten. Sommige organisatoren hebben zelf contact gezocht met deze media. Organisatoren met kennis en ervaring op dit gebied schreven persberichten om hun initiatief onder de aandacht te brengen. Er zijn ook organisatoren die soms zelf op de media afstapten:



De maaltijdenacties van de Bewonersorganisatie Leidschenveen

"We waren op de Haagse Markt en we zagen een journalist lopen [...] We zijn er gewoon op afgestapt. En we zijn ermee in gesprek gegaan. [...] En hij was zo enthousiast erover dat hij heeft gezegd: 'Ik kom volgende week terug als jullie willen en dan ga ik met jullie de wijk in.' En zogezegd, zo gedaan, [nieuwszender]. Het zou sowieso op de radio komen. Het was zo'n succes dat hij er ook een artikel van heeft gemaakt. [...] En ik heb toen op een gegeven moment bewust gekozen om niet alle journalisten te woord te staan want we hadden nog het dubbele aan media-aandacht kunnen krijgen." R1

Het bovenstaande voorbeeld laat zien dat aandacht van een mediakanaal het initiatief soms verder onder de aandacht brengt bij andere media. Daarnaast krijgen de initiatieven soms media-aandacht doordat bijvoorbeeld een wethouder het project bezoekt en met de initiatiefnemers op de foto gaat.

Nog een manier om de zichtbaarheid van het initiatief te vergroten, is een website. Initiatieven ontwikkelen zelf websites of promoten het initiatief via andere (betrokken) organisaties. Drie van de twintig initiatieven hebben een eigen website en vijftien maken gebruik van de website van de organisatie waar het initiatief onderdeel van is. Slechts twee initiatieven hebben geen website; beiden maken actief gebruik van hun sociale mediapagina's en één heeft verder voornamelijk persoonlijk contact met de doelgroep. Soms gebruiken initiatieven andere websites met een groot bereik om zo het initiatief op de kaart te zetten, bijvoorbeeld websites die evenementen en uitjes in Den Haag promoten.

Ook wordt er reclame gemaakt voor de initiatieven per post, zoals via eigen blaadjes en flyers. Dit zijn vaak de initiatieven die zich richten op oudere en/of kwetsbare doelgroepen:

"Er zijn er wat ouderen die daar [internet/sociale media] heel goed mee overweg gaan. En natuurlijk ook wel ouderen die dat minder goed kunnen. Daarom dat alles ook nog gewoon per post komt voor die mensen." R16

Een laatste vorm van PR die verschillende respondenten noemen, is persoonlijk contact. Dit gebeurt zowel rechtstreeks tussen de initiatiefnemers en de doelgroep als via een tussenpersoon die in nauw contact is met de doelgroep. Initiatiefnemers zoeken persoonlijk contact met de doelgroep door bijvoorbeeld het initiatief te presenteren op een voorlichtingsdag of andere bijeenkomst. Andere organisatoren van initiatieven hadden zelf al persoonlijk contact met de doelgroep, bijvoorbeeld doordat ze medewerkers zijn van een

welzijnsorganisatie. Wanneer ze zelf geen rechtstreeks contact met de doelgroep hebben, brengen organisatoren hun initiatief soms onder de aandacht via een tussenpersoon:

"Dus eigenlijk is een soort outreach methode het allerbeste. Dus je hebt iemand die midden in de wijk zit, die de mensen echt goed kent. En [...] als ik ze rechtstreeks benader dan lukt dat niet omdat ze mij niet kennen, en via een tussenpersoon lukt het dus beter." R15

Sommige initiatiefnemers hebben moeite met het creëren van zichtbaarheid. Vaak wijten ze dit zelf aan hun gebrek aan kennis en ervaring hiermee. Soms geven ze aan dat ze daar graag hulp bij zouden willen krijgen, bijvoorbeeld via een vrijwilligersorganisatie of de gemeente.

"We zijn allemaal onzichtbaar. Je helpt, maar er is niemand die het ziet." R11

"Dat is echt wat ik echt nog moet leren. Ik ben daar niet genoeg in thuis. [...] Ik denk ook [...] dat ik iemand nodig heb die me kan helpen van: 'Hey, wat is er nou mogelijk en wie kunnen hierbij helpen om dit zeg maar meer zichtbaar te maken en tot een succes te maken?'" R4

Zichtbaarheid via onder andere (sociale) media is van belang voor bijvoorbeeld het bereiken van potentiële vrijwilligers, samenwerkingspartners of donateurs. Daarnaast stellen sommige fondsen (zie ook paragraaf over financiering) zichtbaarheid in de (sociale) media als subsidievoorwaarde. Daarmee is zichtbaarheid van belang voor de duurzaamheid van de initiatieven.



Sef en Steven van Podcast Zin in Kunst. Foto: Franck Doho

De Vruchtenacademie

De Vruchtenacademie is opgericht door het wijkberaad van de Vruchtenbuurt. Het initiatief biedt bewoners van de wijk de mogelijkheid om online en offline workshops te volgen in de buurt. Het is de bedoeling dat bewoners van de wijk zelf deze workshops aanbieden. Het initiatief is dus voor en door bewoners van de Vruchtenbuurt. Enerzijds geeft de Vruchtenacademie bewoners de mogelijkheid om activiteiten te doen in de coronaperiode, waarin minder mogelijk is. Tegelijkertijd helpt het ook ZZP'ers en andere workshopverzorgers om mensen kennis te laten maken met hun diensten. Het idee is dat de workshopaanbieders gratis of tegen een kleine betaling een activiteit verzorgen, en hier hopelijk ook blijvend nieuwe klanten aan overhouden.

Het wijkberaad van de Vruchtenbuurt sprak voorheen voornamelijk ouderen aan, maar wil graag meer lagen van de bevolking aanspreken, zoals jongeren. Zodoende is er een activiteitencommissie opgericht die zich hierop ging focussen. Toen in de zomer van 2020 alles stil kwam te liggen door corona heeft deze activiteitencommissie de Vruchtenacademie in het leven geroepen. Al gauw werden er diverse workshops georganiseerd. Zo was er een theaterworkshop, een wijnproeverij, en een workshop over familierecht. Het wijkberaad stelde een ruimte beschikbaar waar - wanneer mogelijk - de offline workshops plaats konden vinden. Anders dan in eerste instantie bedoeld, werden sommige van deze workshops ook door mensen van buiten de wijk georganiseerd. Dit was nodig om genoeg workshop-aanbieders te vinden.

Ten tijde van het interview in januari 2021 lag de Vruchtenacademie behoorlijk stil, dus: afgezien van een verhalenwedstrijd met drie deelnemers. Voor een succesvolle voortzetting, wat wel de intentie is, geven de organisatoren aan dat ze meer mensen nodig hebben om het initiatief te dragen. Daarbij is vooral behoefte aan vrijwilligers die bepaalde *know-how* hebben, zoals hoe je het initiatief onder de aandacht brengt.

Looptijd: juni 2020-heden

Bereikbaarheid

Naast de zichtbaarheid kan de bereikbaarheid van een initiatief de bekendheid ervan vergroten. Meer dan driekwart van de onderzochte maatschappelijke initiatieven hebben een vaste, fysieke locatie waar de doelgroepen langs kunnen gaan of waar zij bijeen kunnen komen. Als de initiatieven niet over een vaste locatie beschikken, hebben zij dit vaak niet nodig omdat de activiteiten op verschillende plekken georganiseerd worden, vaak buiten. Op deze manier zijn deze initiatieven toch fysiek bereikbaar, al dan niet op variërende locaties en tijden. Er is één initiatief, die door verschillende organisaties gedragen wordt, waarvan meerdere organisaties wel een vaste fysieke locatie missen:

"Maar ook gewoon een plek hebben, zodat je niet de stad door hoeft te gaan op zoek naar weer een tijdelijke locatie. [...] Zeker als je de internationale en migranten[organisaties] meetelt, dan gaat het wel richting 40/50% die [geen vaste locatie hebben]." R10

Sommige initiatieven hebben een fysieke locatie, maar het is niet zeker of ze hier voor een lange periode over kunnen beschikken. Dit komt soms omdat zij zelf de ruimte bekostigen en niet zeker zijn of zij dit financieel gezien kunnen blijven doen. In andere gevallen wordt de locatie door een samenwerkingspartner bekostigd, maar betreft dit geen structurele subsidie.

"Kijk wij hebben onze vaste lasten enorm naar beneden gebracht, maar die waren al vrij laag [...]. Maar die moeten wel betaald worden hè, gas, water, licht, et cetera en huur. En op basis van alle fondsen die ooit aan het vorige bestuur of aan [naam initiatief] zijn gegeven, waren ze niet genegen om ons nog verder te subsidiëren. Dus we doen alles zelf." R5

"Ze [de gemeente] gaan ons een jaar lang ondersteunen met het betalen van de huur. Voor een eigen plekje, tenminste, wij krijgen bij [naam gebouw], daar huren we dan een ruimte in." R18

Een andere initiatiefnemer is nu al bezig met het verbouwen van de ruimtes waarover het initiatief beschikt. Hiermee anticipeert de initiatiefnemer op een grootschalig gebruik in de toekomst:

“Dus wij gaan nu een eigen keuken bouwen, we gaan een eigen stadsrestaurant/theater bouwen, althans ontwikkelen. We hebben ruimte. [...] Een vrij grote ruimte, dus die ruimte hebben we tot onze beschikking. [...] We hebben ruim 1.000 m² wat we kunnen ontwikkelen.” R6

Bovenstaande initiatiefnemer heeft met het initiatief dat in coronatijd is ontstaan een lange termijnambitie ontwikkeld. Voor deze plannen is een fysieke locatie onmisbaar. Maar het belang van een fysieke locatie blijkt ook ten tijde van corona van belang. Een fysieke locatie maakt de initiatieven toegankelijk en zichtbaar in de wijk voor zowel de bewoners als (potentiële) vrijwilligers.

Organisatie

Meer dan driekwart van de initiatieven heeft de ambitie om het initiatief in de toekomst, ook na de coronaperiode, voort te zetten. Slechts één initiatief zal in geen enkele vorm doorgaan wanneer de coronaperiode over is. Dit initiatief is enkel in het leven geroepen om een hulpvraag op te vangen die er na de coronaperiode niet meer zal zijn. Drie initiatieven zullen het initiatief niet voortzetten in de vorm zoals die tijdens de coronaperiode was (vaak online, met minder deelnemers en/of buiten), maar zullen wel de activiteiten voor de organisatie achter het initiatief voortzetten, vaak in offline/'live' vorm. Deze activiteiten bestonden vaak ook al voor de coronacrisis en de intentie is om deze zoals

voorheen voort te zetten. Voor alle drie de organisaties die het corona-initiatief niet voort zullen zetten maar wel hun activiteiten, kost het te veel tijd en energie om naast deze oorspronkelijke activiteiten het initiatief voort te zetten.

“We vinden het zelf ook wel erg leuk om te doen, maar het is wel, het vraagt veel meer tijd van ons dan we vooraf hadden verwacht. Dus het is eigenlijk moeilijk te combineren met normale activiteiten die we doen. Dus als straks alles weer, als de corona weer een beetje op orde is en we gaan weer naar buiten, we gaan van alles met de mensen doen, dan is er weinig tijd om dit ook nog in stand te houden. Gewoon qua personeel en bezittingen.” R16

Volgens de meeste initiatiefnemers die we gesproken hebben is de belangrijkste stap voor verduurzaming van het initiatief het veiligstellen van de financiering hiervan:

“Het is altijd een kwestie van geld hè. Dat is met dit soort dingen ook hè, want kijk, een stichting zou natuurlijk wel meer geld willen hebben om bijvoorbeeld extra personeel aan te kunnen stellen om dit soort dingen te organiseren en te doen. Of ook nieuwe busjes of weet ik wat, er is altijd geld nodig. Dus meestal is het daarvan afhankelijk.” R16

Initiatiefnemers die het initiatief voort willen zetten na de coronaperiode benadrukken dat hiervoor een structurele vorm van financiering van groot belang is. Om in aanmerking te kunnen komen voor fondsen of subsidie van de gemeente, is het (veelal) noodzakelijk om een formele organisatievorm te

Podcastserie Kunst

Het Kunstmuseum in Den Haag begon de podcast *Zin in Kunst* als een idee om een meer divers publiek aan te spreken. Het is dus oorspronkelijk geen initiatief als antwoord op de corona-uitbraak, maar dat werd het uiteindelijk wel. In deze podcast lopen Yousef Gnaoui (Sef) en Steven van Lummel rond in het Kunstmuseum. Ze praten over de kunstwerken die in het museum te zien zijn, en medewerkers en bekenden van het museum vertellen hun verhaal. De podcast bestaat uit twee afleveringen en een bonusaflevering. Bovendien liggen er al plannen om een volgende serie te maken. De podcastserie heeft in totaal bijna achtduizend mensen bereikt. In het bereiken van de beoogde doelgroep, namelijk jongeren, is de podcast een succes. Zo is in de statistieken te zien dat de podcast vooral twintigers en dertigers bereikt. De podcast wordt door het Kunstmuseum gefinancierd. Eén van de grootste subsidievertrekkers van het Kunstmuseum is de gemeente Den Haag, die dus indirect bijdraagt aan de podcast.

Looptijd: januari 2021-heden

Kerst maaltijdboxen de Mussen

De Mussen is een buurtcentrum dat gevestigd is in de Schilderswijk. Tijdens de coronacrisis zocht de Mussen manieren om met haar doelgroepen, waaronder moeders in de wijk, in contact te blijven. Tijdens de eerste golf werd er geëxperimenteerd met digitale bijeenkomsten, zoals in de vorm van een online peptalk. Toen er tijdens de tweede golf weer een lockdown afgekondigd werd, moest er opnieuw gezocht worden naar de mogelijkheden, ook omdat de basisscholen gesloten werden. Tijdens de kerst organiseert de Mussen normaal gezien veel ouder-kind activiteiten. Alhoewel dat dit jaar niet in normale vorm door kon gaan, wilden de medewerkers van het buurtcentrum toch graag een kerstviering mogelijk maken. Er zijn namelijk veel gezinnen in de Schilderswijk die zich (tijdens kerst in het bijzonder) eenzaam voelen omdat vrienden en familie niet dichtbij wonen. Daarnaast hebben veel moeders behoefte aan contact met andere moeders. Om deze redenen kwamen de medewerkers van de Mussen met het idee om online met moeders uit de wijk te koken rond kerst. Uiteindelijk was het plan om een week lang van 21 tot en met 28 december elke dag via video instructies te koken met ingrediënten die de gezinnen in een maaltijdbox mee naar huis kregen. Op kerstavond was er een livestream waarbij moeders met medewerkers en vrijwilligers van de Mussen gezamenlijk online kookten. Het bleek een groot succes; 110 gezinnen hebben een maaltijdbox afgenomen, zo'n 50 moeders stuurden achteraf foto's en filmpjes van wat ze gekookt hadden, en op kerstavond kookten 32 moeders online mee. Het initiatief was enerzijds zo succesvol omdat het een positief contactmoment was voor de moeders, en anderzijds was het ook een financiële steun voor hen omdat de box uit negen gratis maaltijden bestond.

Het initiatief kreeg bij de voorbereiding en uitvoering hulp van zo'n tien vrijwilligers. Daarnaast hielp een bijzondere groep vrijwilligers: de 'Crownies'. Dit zijn een groep meiden die wekelijks iets goeds voor de wijk, zoals moestuinen schoonmaken en het verzorgen van optredens. Voor de kerstactie hebben de Crownies met name geholpen bij het samenstellen van de maaltijdboxen.

De medewerkers van de Mussen hopen wanneer het weer kan activiteiten weer voornamelijk live uit te voeren. Toch heeft de online kerstactie laten zien dat wanneer het nodig is activiteiten ook succesvol online uitgevoerd kunnen worden. Zo bestond er voor corona het idee om een 'Mussen restaurant' te openen, waar gezinnen met weinig geld uiteten konden. Door corona kon dit idee niet uitgevoerd worden, maar door de geslaagde kerstactie gaat dit concept nu online uitgevoerd worden. Dit initiatief ging in februari 2021 van start en vijftig gezinnen doen daar per keer aan mee. Zij komen de ingrediënten ophalen bij het buurtcentrum en dan koken ze online gezamenlijk 's avonds de gerechten. Wanneer het weer kan zal deze activiteit weer live plaatsvinden; moeders zullen dan in het buurtcentrum voor €1,50 een driegangenu serveren. Toch denken de medewerkers van de Mussen er ook aan om bepaalde activiteiten online te blijven uitvoeren.

Looptijd: december 2020

worden, zoals een stichting, vereniging of andere rechtsvorm. De meeste van de initiatieven beschikken al over een dergelijke rechtsvorm; vijftien initiatieven waren al onderdeel van één of meerdere stichtingen, één initiatief heeft zelf een stichting opgericht, en twee initiatieven zijn onderdeel van een onderneming (waarvan één zzp'er met mogelijk de ambitie om een stichting op te richten). Slechts twee van de twintig initiatieven beschikken nog niet over een rechtsvorm, maar hebben wel de ambitie om een stichting te worden.

"Het zou beter zijn hè wat dat betreft als dit uiteindelijk overgenomen wordt in een stichting. Daar werk ik ook aan, maar dat mensen er echt fulltime [...], dat verdient het ook, hier tijd in kunnen steken." R2

"Ik krijg nu heel veel uit donaties, maar dat fluctueert. Dus de ene keer wat meer. [...] Dat je op een gegeven moment moet gaan kijken of je deze [doelgroep] wellicht werk kan gaan aanbieden. [...] Dus als je daarnaartoe wilt

Lichtpuntjes van Mariahoeve

Zeven jaar geleden is Lichtpuntjes van Mariahoeve begonnen. Het begon met verschillende groepen voor kinderen, maar toen zag initiatiefneemster en coördinator van Lichtpuntjes Naomi dat er een aantal moeders was waar ze wel meer voor kon betekenen. Doordat ze dit zag, is ze wijkprojecten begonnen, waarmee ze ook in contact kwam met de gemeente. Wat begon als een kleine organisatie is door de jaren heen uitgegroeid tot een bekende organisatie in Mariahoeve.

Lichtpuntjes van Mariahoeve is al sinds de uitbraak van het coronavirus actief bezig voor de wijk. Ze organiseren bijvoorbeeld pakketjes met eten voor mensen in acute nood, knutselmaterialen en speelgoed voor kinderen en ze hebben ook voor kinderen allerlei challenges georganiseerd. Toen het coronavirus uitbrak stond Naomi meteen klaar om met Lichtpuntjes mensen te helpen die het hard nodig hadden. Sinds de eerste lockdown maken ze warme maaltijden en bezorgen ze deze bij o.a. ouderen en alleenstaanden. Lichtpuntjes heeft ongeveer honderd huishoudens in beeld.

De organisatie draait op vrijwilligers, voornamelijk vrouwen. Er zijn ongeveer vijftien actieve vrijwilligers. Lichtpuntjes heeft dertig teamleden en twaalf bezorgers. Van belang voor de voortzetting van de activiteiten is het net in het leven roepen corona activiteiten budget. Lichtpuntjes heeft twee keer een aanvraag kunnen doen, wat een bijdrage heeft geleverd aan het kunnen organiseren van de verschillende activiteiten die zij doen in coronatijd. Momenteel is Lichtpuntjes van Mariahoeve bezig met formaliseren en het worden van een stichting. Ook krijgen ze een eigen locatie, waardoor ze nog zichtbaarder in de wijk hun werk kunnen doen.

Looptijd: maart 2020-heden

dan heb je gewoon geld nodig. Dan kan je niet meer zeg maar een simpel burgerinitiatief blijven dan moet je een rechtsvorm hebben." R18

Andere stappen die initiatiefnemers zetten om hun initiatief te verduurzamen, hebben te maken met het vinden van structurele oplossingen voor structurele problemen. Zij willen geen tijdelijke oplossingen vinden voor de tijdelijke situatie die door corona ontstaan is, maar willen een lange termijn-oplossing creëren voor problematiek dat vaak al lang voor de coronacrisis bestond. Sommige initiatieven hielden zich al bezig met dergelijke problemen, zoals daklozenhuisvesting, eenzaamheid en sociaaleconomische kwetsbaarheid, maar deze zijn vaak verergerd tijdens de coronacrisis. Om deze problemen op te lossen, betogen veel initiatiefnemers, zijn tijdelijke oplossingen voor hen geen optie.

"En daarom heb ik om het duurzaam te maken, hebben wij dus niet gezegd: 'specialiseren in het neerzetten van een coronazorglocatie voor thuislozen'. Nee, wij hebben gezegd: 'wij focussen ons op huisvesting voor dak- en thuislozen'. [...] Doneer een dorp blijft gewoon bestaan,

die richt zich op duurzame uitstroom. Dan moet je [bijvoorbeeld] denken aan tiny houses." R2

Initiatiefnemers pogen ook hun initiatief te verduurzamen door het uit te breiden. De voornaamste manier waarop ze dit doen is door nieuwe partners aan te haken of de samenwerking met bestaande partners verder te vergroten.

"Ik ben het concept zo aan het uitwerken dat het in ieder geval in de regio Den Haag goed wordt overgenomen. Ik ben nu bezig met verbindingen in heel de regio. Ik wil dat gewoon heel sterk samen gaan brengen. Waardoor we dus onze krachten gaan bundelen om, wat ik net ook zei, 10- tot 15.000 mensen wekelijks bij elkaar te brengen." R6

Conclusie

De meeste initiatiefnemers hebben verschillende stappen ondernomen om hun initiatief te professionaliseren en daarmee te verduurzamen. Deze stappen zijn genomen op het gebied van zichtbaarheid, bereikbaarheid en organisatieontwikkeling. Wat betreft zichtbaarheid spelen het gebruik van sociale media en ook traditionele media

een belangrijke rol. Op deze manier worden beoogde doelgroepen bereikt, maar ook potentiële vrijwilligers en samenwerkingspartners. Ook de bereikbaarheid van een initiatief kan bijdragen aan de verduurzaming ervan. Initiatiefnemers hechten waarde aan het hebben van een fysieke locatie waar de activiteiten voor het initiatief

uitgevoerd kunnen worden en/of de doelgroep bijeen kan komen. Een laatste factor voor de verduurzaming van een initiatief is het verder ontwikkelen van de organisatie. Belangrijk hierbij zijn het hebben van een rechtsvorm en de uitbreiding en versterking van samenwerkingsnetwerken.



Een ontmoeting tussen familieleden via hoogwerker, mogelijk gemaakt door Niet Alleen.

DE SOLIDAIRE STAD: Maatschappelijke initiatieven in coronatijd



ASBAK
Voor sigaretten
→



CONCLUSIES

In deze studie hebben we onderzocht hoe maatschappelijke initiatieven in coronatijd zijn ontstaan en hoe deze zich kunnen ontwikkelen tot duurzame samenwerkingsverbanden. Hiervoor hebben we in de periode december 2020-februari 2021 in totaal 20 maatschappelijke initiatieven in Den Haag onderzocht. Deze 20 maatschappelijke initiatieven variëren wat betreft doelgroep, looptijd en bereik. Een belangrijke overeenkomst is dat de initiatieven die wij hebben onderzocht veelal al langer dan een half jaar bestaan en daarmee al deels een duurzaam karakter hebben gekregen. De studie bouwt voort op een eerder verrichte studie in Rotterdam. Daarmee kunnen de bevindingen uit deze studie in een breder perspectief worden geplaatst. In deze laatste paragraaf zetten we de belangrijkste bevindingen op een rij.

Maatschappelijke initiatieven vormen een belangrijk vangnet voor kwetsbare groepen en daarmee een aanvulling op reguliere organisaties in de wijk

De maatschappelijke initiatieven waren met name in de beginfase van de coronacrisis als een van de weinigen actief in de wijk en zetten zich hierbij vooral in op het ondervangen van de negatieve gevolgen van de coronacrisis voor kwetsbare groepen. Door de laagdrempelige voorziening, de lokale kennis, ervaring, netwerk en flexibiliteit slagen de initiatiefnemers erin deze doelgroepen te bereiken met hun acties en activiteiten. Ook omdat veel van hen al voor de coronacrisis erin slaagden groepen te bereiken die voor andere partijen, zoals grotere welzijnsinstellingen moeilijker te bereiken/'onzichtbaar' zijn. Hierdoor hebben de initiatieven een belangrijke signalerende functie naar de reguliere instanties en organisaties in de wijk.

De meerwaarde hiervan wordt door de verschillende partijen gezien en gewaardeerd. Het is dan ook belangrijk om meer aandacht te hebben voor meer structurelere vormen van samenwerking tussen formele en informele partijen in de wijk (zie ook Boonstra en Claessens 2021).

Ontstaan maatschappelijke initiatieven: minder uit het niets dan gedacht

In hoofdstuk 1 beschrijven we hoe er in de maanden maart/april allerlei 'spontane initiatieven' zijn ontstaan als reactie op de coronacrisis. In dit onderzoek hebben we initiatieven onderzocht die veelal vanaf maart 2020 actief zijn. Dit onderzoek laat zien dat deze initiatieven vaak minder uit het niets zijn ontstaan dan het lijkt. De initiatiefnemers beschikten voor de start van het initiatief meestal over de nodige relevante kennis van en (werk-)ervaring met de doelgroep maar ook over kennis van het institutionele

systeem. Dit blijkt ook uit de studie naar maatschappelijke initiatieven in Rotterdam (zie Boonstra en Claessens 2021). Daardoor hadden ze zicht op de behoeften vanuit de wijk en de doelgroep en beschikten ze veelal over een relevant netwerk waar een beroep op kon worden gedaan bij de start. Hierdoor konden ze ook gemakkelijker de juiste personen benaderen voor (hulp)vragen. Dit alles draagt ook in positieve zin bij aan de duurzaamheid van de onderzochte initiatieven.

De uitvoering van de maatschappelijke initiatieven draait om de inzet van vrijwilligers

Een kwart van de onderzochte initiatieven is volledig afhankelijk van de inzet van vrijwilligers. Deze afhankelijkheid maakt de initiatieven kwetsbaar op het punt van continuïteit en duurzaamheid. Naarmate de crisis voortduurt, blijkt het lastiger te worden om vrijwilligers te vinden en te behouden voor de activiteiten. De meeste initiatieven zijn voor de inzet van vrijwilligers afhankelijk van het netwerk van bestaande vrijwilligers, maar proberen via het externe netwerk de vrijwilligerspool te vergroten.

Maatschappelijke initiatieven worden gedragen door meerdere externe partijen

De maatschappelijke initiatieven beschikken veelal over een breed netwerk waarin op verschillende manieren wordt samengewerkt met of waarop een beroep kan worden gedaan voor de uitvoering van de activiteiten. De partijen waarmee wordt samengewerkt zijn met name overheidsinstanties, andere maatschappelijke organisaties/initiatieven, sociaal ondernemers, commerciële partijen en religieuze organisaties. Externe partijen vervullen een belangrijke rol in de financiering van de initiatieven, maar ook in materiële zin, door het leveren van bepaalde goederen of het huren/beschikbaar stellen van een ruimte. Hierbij wordt door de initiatiefnemers veelal met meerdere partijen samengewerkt, variërend van de overheid tot commerciële bedrijven. Het open karakter van het externe netwerk draagt dan ook in positieve zin bij aan de duurzaamheid van het initiatief. Ook hier zien we dat er slechts zelden sprake is van een gelegenheidscoalitie. Veel vaker zien we dat de samenwerking met de externe partijen voortkomt uit bestaande contacten. Dit zien we ook bij de maatschappelijke initiatieven in Rotterdam (zie Boonstra en Claessens 2021).

Financiële bijdragen bieden veelal onvoldoende zekerheid op lange termijn

Ruim driekwart van de initiatieven die we hebben onderzocht, hebben de ambitie om de activiteiten ook na de coronacrisis te continueren. De belangrijkste barrière hiervoor is

de financiering. Voor veel initiatieven is de financiering gebaseerd op fondsen, projectsubsidies, donaties, sponsoring of giften. Deze vormen van financiering brengen veelal een grote mate van onzekerheid met zich mee voor de continuïteit en duurzaamheid van het initiatief. Daarbij kost het aanvragen van projectsubsidies veel tijd, energie en kennis waarover niet ieder initiatief automatisch bezit.

Het corona-activiteitenbudget in Mariahoeve maakt spontane initiatieven en professionalisering mogelijk

Het corona-activiteitenbudget in Mariahoeve is een mooi voorbeeld waarmee met een bescheiden budget (15.000 euro) de gemeente op een laagdrempelige manier snel kan inspelen op (spontane) initiatieven vanuit de wijk. Bewoners en organisaties in de wijk kunnen een subsidie aanvragen tot een bedrag van 1.500 euro. Het grote voordeel van dit corona-activiteitenbudget is dat al binnen een week duidelijk

is of de subsidie wordt toegewezen. Dit wordt door initiatiefnemers als belangrijk voordeel gezien ten opzichte van de gebruikelijke termijn van zes weken. Initiatiefnemers kunnen een beroep doen op het budget voor de start van het initiatief en de kosten van de activiteiten. Maar het activiteitenbudget kan ook worden ingezet voor de doorontwikkeling van een initiatief. Daarmee draagt het corona-activiteitenbudget eveneens bij aan de verduurzaming van de initiatieven in de wijk. Een uitbreiding van deze werkwijze naar andere stadsdelen en eventueel het gemeentelijk niveau voor stadsbrede initiatieven is dan ook aan te bevelen.

Professionalisering is noodzakelijk voor verduurzaming

Om verder te kunnen ontwikkelen tot een duurzaam initiatief is het van belang dat de initiatieven die deze ambitie hebben bepaalde stappen ondernemen in de (verdere) professionalisering van het initiatief.

Corona-acties van Bewonersorganisatie Leidschenveen

Aan het begin van de coronacrisis moest de Bewonersorganisatie Leidschenveen (BOL) noodgedwongen haar activiteiten stilleggen. Het werd al snel duidelijk dat veel oudere bewoners van de wijk zich eenzaam voelden en dat er andere problemen waren. Om deze reden is de bewonersorganisatie al snel meerdere corona-acties gaan organiseren. Zo zetten ze 15 weken lang een boodschappenservice op tussen half maart en half juli, waarbij vrijwilligers aan ouderen werden gekoppeld om boodschappen voor hen te doen. Toen bleek dat corona nog langer aanhield, is de bewonersorganisatie een maaltijdactie begonnen. In november werd er drie weken lang op woensdag soep gekookt voor €1,-. Deze actie was gericht op de ouderen en kwetsbare bewoners wonend in de wijk Leidschenveen. De seniorenflats hebben de soep thuisbezorgd gekregen door vrijwilligers en bewoners die goed mobiel waren, haalden zelf de soep op. Dit was een groot succes. Toen er na die drie weken nog steeds geen uitzicht op versoepeling van de maatregelen was, werd de maaltijdactie verlengd in de vorm van drie weken lang stampot. Dit resulteerde in het uitdelen van 140 maaltijden per week. Mensen haalden het op of het werd aan huis gebracht door vrijwilligers. Twee vrijwilligers kookten de maaltijden, terwijl hun echtgenoten in de keukens hielpen met het verzorgen van de maaltijden en met de afwas. De coronacrisis bleef echter duren, dus in januari werd er nog een laatste reeks van drie weken toegevoegd waarin er maaltijden werden uitgedeeld. Mensen konden genieten van Hollandse maaltijden zoals hachee, rode kool en aardappelpuree. De maaltijden werden verzorgd in het nieuw te openen buurthuis de Huiskamer.

In totaal heeft de BOL meer dan 1.100 maaltijden uitgegeven. Door de maaltijdactie hebben velen nu al de weg naar de huiskamer gevonden. Binnenkort hoopt de BOL de deuren van buurthuis de Huiskamer echt te openen zodat eenieder kan binnenlopen voor een kopje koffie, om een krantje te lezen of spelletje te doen, en er zullen veel activiteiten georganiseerd worden. Bewoners van de wijk hebben de BOL veelvuldig gevraagd de maaltijdacties te verlengen omdat de acties de sociale cohesie in de wijk versterkten. Toch heeft het bestuur besloten om de maaltijdacties echt te stoppen en zich te focussen op het nieuwe buurthuis.

Looptijd: maart 2020-februari 2021

Voor het bereiken van zowel de beoogde doelgroepen als potentiële vrijwilligers en samenwerkingspartners is het van belang dat de initiatieven inzetten op het vergroten van hun zichtbaarheid en bereikbaarheid. Zichtbaarheid, bijvoorbeeld via (sociale) mediakanalen, is vooral van belang voor het benaderen en in contact blijven met deze groepen, terwijl de bereikbaarheid, in de vorm van een fysieke locatie, belangrijk is voor het behouden van contact met doelgroepen en samenwerkingspartners. Als laatste is de organisatievorm van belang. Zo is voor het verkrijgen van subsidie of om een beroep kunnen doen op fondsen, een formele organisatievorm veelal een vereiste. Daarmee is de stap van 'spontaan initiatief' naar een formele organisatie voor de duurzaamheid van het initiatief noodzakelijk.

REFERENTIES

Boonstra, B. en Claessens, S. (2021) *Maatschappelijke coalities in coronatijd: van spontaan initiatief naar duurzaam samenwerkingsverband*. Rotterdam: Kenniswerkplaats Leefbare Wijken.

Edwards, B. en McCarthy, J. (2004) Resources and Social Movement Mobilization (pp. 116-152). In Snow, D., Soule, S. Kriesi, H. (red.) *The Blackwell Companion to Social Movements*.

Engbersen et al. (2020) *De bedreigde stad: De maatschappelijke impact van COVID-19 op Rotterdam*. Rotterdam: Kenniswerkplaats Leefbare Wijken.

Franke, S., Niemans, J., Soeterbroek, F. (2015) *Het nieuwe stadmaken; van gedreven pionieren naar gelijk speelveld*. Haarlem: trancity*valiz/

Hassink, J., Elings, M., Dam, van, R. Fonteijn, R. (2013) [Zoekers gevonden: Een zoektocht naar een succesvolle strategie voor groene burgerinitiatieven](#). Wageningen: WUR

Igalla, M., Meerkerk, van, I. (2017) [Burgerinitiatieven hebben baat bij professionalisering](#). *Tijdschrift voor Sociale Vraagstukken*.

Igalla, M., Meerkerk, van, I. (2015) De duurzaamheid van burgerinitiatieven. Een empirische verkenning. *Bestuurswetenschappen*, 69 (3): 25-53. DOI: 10.5553

Moor, de, T. (2020) [Meer ruimte voor de 'commons'?](#) *Tijdschrift voor Sociale vraagstukken*.

Moor, de, T. (2013) *Homo cooperans: instituties voor collectieve actie en de solidaire samenleving*. Oratie, Universiteit Utrecht

Mujde, A. en Daru, S. (2005) *Actieve burgers en vrijwilligersorganisaties*. Utrecht: Mulier Instituut.

Rusinovic et al. (2020) *Berichten uit een stille stad: de maatschappelijke impact van COVID-19 in Den Haag*. Den Haag: De Haagse Hogeschool.



Kenniscentrum Governance of Urban Transitions
dehaagsehogeschool.nl

GUTS@hhs.nl

070 - 445 8888

Johanna Westerdijkplein 75
2521 EN Den Haag



let's change
YOU. US. THE WORLD.

DE HAAGSE
HOGESCHOOL