

Hoger doel

Inwoners van Utrecht die geconfronteerd worden met een urgente en acute financiële nood, waarvoor ter oplossing geen voorliggende voorzieningen bestaan, zodanig ondersteunen dat de nood wordt gelenigd -zo nodig binnen 24 uur- en er een nieuw perspectief is ontstaan, ook structureel.

Visie

Niemand kiest ervoor in urgente nood terecht te komen. Als maatschappij hebben wij dat onvoldoende in beeld.

Kernwaarden

1. respect voor mensen in nood.
2. bewondering voor de werkers in het sociale veld.
3. barmhartig.
4. accuraat,
5. kostenefficiënt
6. weinig franje
7. van betekenis zijn

SWOT

Sterk	Zwak
<ul style="list-style-type: none"> • goede ingang bij vermogensfondsen. • relatie met gemeente • werkveld-kennis binnen bestuur • bestuurssamenstelling • effectieve werkwijze 	<ul style="list-style-type: none"> • directe banden met het veld waarvoor we er willen zijn • bekendheid van de Stichting bij buurtteams
Kansen	Bedreigingen
<ul style="list-style-type: none"> • goed uitvoerend team gemeente • gemeente Utrecht duurzaam sociaal 	<ul style="list-style-type: none"> • stijging van de kosten voor energie en ziektekosten • toenemende bureaucratie treft juist de zwaksten • arm-rijk kloof groeit • mondiaal maatschappelijke onrust

Gewaagde doelen

Doel	Q1	'Q2	Q3	Q4
1 Middelen dekken vraag				
2 Toekenningen stroken met criteria deelnemende fondsen				
3 Alle sociale instellingen in de gemeente Utrecht op de hoogte van onze mogelijkheden.				
4 optimaal bereiken van "alle" mensen uit onze doelgroep die na hulp zo mogelijk ook werkelijk het probleem (daarna) heeft opgelost				
5 Tevreden donoren				

Acties

Actie	GD	Wie?	Q1	'Q2	Q3	Q4
1 Relatie met het werkveld via directie Werk en Inkomen	1,2	PP				
2 Naamsbekendheid bij buurtteams maximaal: Om het jaar rondetafelgesprek met vertegenwoordigers uit het veld (2024 volgende)		B				
3 Relatie met donateurs onderhouden op een transparante manier informeren en blijven verbinden aan ons werk (bestuursleden naar eigen fondsen, Hans naar rest), om het jaar donateursontmoeting	2	B,H				
4 rapportagecyclus en goede communicatie donateurs uitvoeren (X=jaarcijfers tov jaarverslag in april, Y=halfjaarcijfers in september, Z=begroting opvolgend jaar in oktober)		A		X	Y	Z
5 Twee-jaarlijkse ontmoeting met deelnemende fondsen (volgende 2025)		B				
6 Twee maal per jaar (april en augustus) wordt in de bestuursvergadering nagegaan of de acties zijn uitgevoerd en het 'hogere doel' nagestreefd blijft worden	1t/m4	H				
7 Communicatief jaarverslag		PP,A,M,J,		apr		
8 Zakelijke vergaderingen elk kwartaal en tussendoor e-mail informatie van zaken die voor bestuurders van belang zijn; een actie lijst en een besluitenlijst, met actoren op de acties; maar niet meer dan strikt nodig.		M,J				

Hoofdstrategieën

Relatiemanagement:

- a. veld
- b. sponsors

Transparant naar ondersteunende fondsen

Kort en zakelijk

Controle / Voortgang

- Gepland
- Kritisch
- Geen
- Op schema
- Niet haalbaar

Status van "Gewaagde doelen" of "Acties" in tabellen.

Vervolgvoorstellen

Legenda:

- A = Albertien
- B = bestuursleden
- E = Evelien
- H = Hans
- J = Jacomijn
- M = Mauk
- PP = Peter Pennekamp
- PY = Petri