



Producties

Jaarverslag 2015



"SodaProducties maakt mensen zichtbaar en verbindt ze. Jullie maken mij nieuwsgierig en blij!"

Eline Bouma –
Advocaat Arbeidsrecht | Lexence N.V.



"Door mijn samenwerking heb ik groot durven denken."

Bauke Spijkerman –
Stichting Welzaam



"Apart en samen zorgen mijn interne begeleider en expert ervoor dat mijn opdracht duidelijk is en dat ik blijf denken over de volgende stap. Ze prikkelen mij om bezig te blijven en door te gaan."

Nathalie Urbanus –
MATS-trainee bij Bereslim



"Dankzij jullie inspirerende en unieke ideeën kunnen wij nu al jaren Rotterdamse gezinnen blij maken. De positieve reacties van kinderen, ouders, scholen, project-medewerkers en vrijwilligers maken het een feestje om dit project uit te voeren. Met jullie werk verrijken jullie ook de levens van alle mensen die helpen om dit project mogelijk te maken."

Stichting Hoedje van Papier –
Uitvoerder VoorleesExpress Rotterdam



"De kracht van simpelheid draait het project."

Farida Topan –
VoorleesExpress Veghel



"Geld is geen vijand meer, maar een mooi middel om mogelijkheden mee te creëren."

Deelnemer
AdministratieExpress

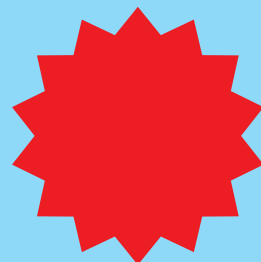
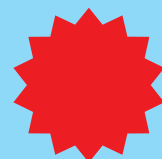


"Met MATS een goede Match!
Na al twee succesvolle trajecten die echt iets opleveren. Er volgen er meer!"

Jan Buijze –
Doenja Dienstverlening

Praktische oplossingen voor maatschappelijke vragen

We kijken terug op een bijzonder jaar – op 2 december 2015 bestond SodaProducties precies 10 jaar. Dit jaarverslag geeft een beeld van de resultaten van 2015 en wat dit voor ons betekent.



Trots

10 jaar SodaProducties, een mooie mijlpaal. We mogen trots zijn op wat we in die periode hebben bereikt. De VoorleesExpress is enorm gegroeid en we hebben daarnaast veel kleine initiatieven ontplooid. De Boer op, Schipper mag ik overvaren?, AdministratieExpress, MATS. Initiatieven waarmee we mooie resultaten hebben bereikt en waarvan we veel hebben geleerd.

Opschalen en maatschappelijk rendement

SodaProducties is steeds meer een sociale onderneming, die een zakelijke aanpak gebruikt om maatschappelijk rendement te creëren. We hebben erop ingezet om SodaProducties in 2015 grotendeels te financieren met investeringen van belanghebbenden, opdrachtgevers, lokale uitvoerders, partners en deelnemers. Zodat we af konden stappen van de subsidiestroom waar SodaProducties tot nu toe van afhankelijk was. We wilden dit bereiken door MATS en AdministratieExpress op te schalen. We hebben vol ingezet op acquisitie en marketing rondom deze diensten. Daarnaast kozen we voor nog meer focus en het loslaten van de lokale uitvoer. AdministratieExpress werd uitgevoerd door lokale organisaties en we droegen de uitvoer van VoorleesExpress Utrecht over naar Taal doet meer.

Beginpunt van onze ambitie

Dat wat bij de VoorleesExpress vrij vanzelf ging, lukte bij MATS en AdministratieExpress minder goed dan verwacht. We hebben veel bereikt, maar het opschalen ging niet zoals we hadden gehoopt. De stap van 50% subsidie naar een grotendeels eigen verdienmodel in één jaar bleek voor SodaProducties te groot. Het geeft aan hoe complex sociaal

ondernemerschap kan zijn. Alle randvoorwaarden moeten kloppen. Het thema moet politiek actueel zijn. Het effect aantoonbaar. De doelgroepen moeten echt behoefte hebben aan de oplossing. Zonder de investering van tijd of geld door belanghebbenden is het moeilijk sociaal te ondernemen en een methodiek schaalbaar en kostenefficiënt uit te voeren.

Flexibel zijn en keuzes maken

Sociaal ondernemen is flexibel zijn. Gedurende het jaar moesten we concluderen dat we onze ambitie te hoog hadden ingestoken. Hier hebben we op geanticipeerd. Door ons netwerk nog meer te mobiliseren, aanvullende financiering te regelen voor innovatie en keuzes te maken over de inzet van onze middelen en mensen. Helaas betekent deze stap ook dat we afscheid moesten nemen van een aantal vaste collega's.

Onze ambitie om financieel onafhankelijk te worden, blijft staan en gaan we in een meerjarenplan realiseren. 2015 is daarmee niet het eindpunt maar het beginpunt geworden van deze ambitie.

Initiatiefrijk

Door de ontwikkelingen in 2015 werd de vraag weer heel actueel: wat is de meerwaarde van SodaProducties? Hoe kunnen we zo goed mogelijk onze kennis, ervaring en netwerk inzetten? We zien dat – in tegenstelling tot 10 jaar geleden – iedere wijk en stad barst van de initiatieven en start-ups. Op ieder maatschappelijk vraagstuk – zoals de vluchtelingenstroom – springen veel particulieren en organisaties in. Er gebeurt veel moois tegelijk, maar is weinig landelijke samenhang. Wielen worden opnieuw uitgevonden en er kan meer geleerd worden van best practices.

Nieuwsgierigheid, leren en ontwikkelen

Wij willen onze basis als sociale onderneming versterken en de VoorleesExpress doorontwikkelen, zodat het bereik groeit en het effect groter wordt. Samen met de inwoners van Nederland, initiatiefnemers, maatschappelijke organisaties en het bedrijfsleven blijven we bijdragen aan een klimaat in Nederland waar mensen worden geprikkeld om nieuwsgierig te zijn naar elkaar. Waar mensen in staat worden gesteld van elkaar te leren en gestimuleerd worden om zichzelf verder te ontwikkelen.

Anne Heinsbroek,
Creatief leider SodaProducties

“Op een hele laagdrempelige en directe manier de samenleving van onderaf veranderen.”

Jelle IJntema –
PO-Raad & Passie in Beeld

“SodaProducties gaat voor kwaliteit in partnerschap. Daarmee wordt de wereld een beetje mooier gemaakt.”

Nardie Eijsberg –
Stichting Welzaam

Administratie-Express

118
betrokkenen
deden mee met
twee trajecten

De AdministratieExpress is een leuk, kortdurend traject dat geldzaken bespreekbaar maakt en financiële vaardigheden vergroot. Het is er voor mensen die grip op hun geld en rust in hun hoofd willen. Zij gaan met professionals uit de financiële wereld aan de slag. De AdministratieExpress voorkomt schulden in samenwerking met financiële bedrijven en maatschappelijke organisaties.



1 op de 5
trainees kreeg tijdens
of direct aansluitend
op het traineeship
een baan

Jorinde kreeg na haar traineeship een baan

Resultaten

- Er zijn twee trajecten georganiseerd en afgerond in samenwerking met lokale uitvoerders van de AdministratieExpress:
 - de Bibliotheek De Groene Venen in Bodegraven/Waddinxveen
 - PuurZuid in Amsterdam
 - Me'kaar in Utrecht
- In totaal waren er 59 coaches en 59 deelnemers actief.
- In Utrecht doorliepen 19 deelnemers het traject, in Amsterdam 32 en in Bodegraven/Waddinxveen 8.
- De lokale uitvoerders verzorgden de werving en selectie van deelnemers en organiseerden de workshops voor deelnemers.
- SodaProducties verzorgde de materialen, instructies en landelijke marketing.
- Er was media-aandacht en publiciteit voor het project op landelijke en lokale radio, in plaatselijke kranten, evenementen en diverse online uitingen.

- Het merendeel van de coaches geeft aan tevreden tot zeer tevreden te zijn over de organisatie.
- Het grootste deel van de deelnemers geeft aan zich minder gestrest te voelen dan voorheen als ze denken aan hun financiële toekomst. De helft geeft aan meer grip te hebben op hun financiën dan voorheen.
- Naast de lopende dienstverlening, hebben we AdministratieExpress ook doorontwikkeld. Lees hier meer over in het hoofdstuk 'Innovatie'.

Investering

- Deelnemersbijdrage
- Financiële bedrijven: Delta Lloyd Foundation, ING Amsterdam en Rabobank Utrecht
- Maatschappelijke organisaties: de Bibliotheek De Groene Venen, Me'kaar Utrecht en PuurZuid
- Kennis en expertise: Geldinzicht,

- het Gilde Vakmanschap en How 2 Spend It
- Gemeenten: Gemeente Utrecht en Stadsdeel Amsterdam Zuid
- Fonds 21

“Coachen is iets anders dan mensen vertellen wat ze moeten doen. Je leert deelnemers te stimuleren om zelf tot passende oplossingen te komen, in plaats van hen te sturen.”

Coach AdministratieExpress

MATS Maatschappelijke traineeships

MATS verbindt ambitieuze starters, maatschappelijke organisaties en het bedrijfsleven. Maatschappelijke organisaties kiezen MATS om een organisatievraagstuk op te lossen. MATS vertaalt dit vraagstuk naar een afgebakende opdracht. Starters werken als trainee een halfjaar aan deze opdracht en vergroten zo hun kansen op de arbeidsmarkt. Een expert uit het bedrijfsleven verbindt zich aan de opdracht en coacht de trainee.

Resultaten

- 29 trainees zetten zich via MATS een half jaar lang in voor een maatschappelijk vraagstuk.
- Trainees maakten in totaal 12.064 vrijwillige uren voor uitdagende opdrachten.
- Dankzij MATS hebben trainees hun competenties ontwikkeld en hun netwerk versterkt.
- 1 op de 5 trainees kreeg tijdens of direct aansluitend op het traineeship een baan.
- 21 maatschappelijke organisaties zetten MATS in om een actueel organisatievraagstuk op te lossen. Zij breidden hun team tijdelijk uit met minimale kosten en risico's.
- De traineeships vonden plaats in 9 gemeenten verspreid over het land. Van Groningen tot Den Haag, met het grootste aandeel in thuishaven Utrecht.

- 35 experts waren beschikbaar vanuit 24 bedrijven.
- Er werden 243 vrijwillige uren gemaakt door experts.
- De website www.kiesmats.nl is in 2015 ruim 20.000 keer bezocht.
- 127 sollicitanten hebben gereageerd op de vacatures.
- Naast de lopende dienstverlening, hebben we MATS ook doorontwikkeld. Lees hier meer over in het hoofdstuk 'Innovatie'.

Investering

- Deelnemersbijdrage van maatschappelijke organisaties
- Actieplan Jeugdwerkloosheid regio Midden-Utrecht

“Ik heb het zelf heel waardevol gevonden om een trainee te begeleiden; het was inspirerend en gewoonweg leuk om te doen.”

Suzanne Korthorst –
expert

VoorleesExpress Utrecht

VoorleesExpress Utrecht is in 2006 begonnen als eerste VoorleesExpress in Nederland, en heeft jarenlang gefungeerd als proeftuin voor landelijke ontwikkelingen. 2015 was het jaar waarin de samenwerking met (voor) scholen centraal stond en VoorleesExpress Utrecht werd overgedragen aan Taal doet meer.



“Taal doet meer is dé logische partij om VoorleesExpress Utrecht uit te voeren. Taal én inzet van vrijwilligers is hun core business. Zij hebben de afgelopen jaren laten zien dat ze in Utrecht een centrale rol spelen in samenwerking tussen de bibliotheek, (voor)scholen, gemeente en taalaanbieders. Wij geloven dat de VoorleesExpress in Utrecht bij hen daarom in goede handen is.”

Anne Heinsbroek – VoorleesExpressen SodaProducties

1500^e gezin in Utrecht voorgelezen

Resultaten

- In 2015 werd het 1500^e gezin in Utrecht voorgelezen.
- 2015 was het 10^e jaar dat VoorleesExpress Utrecht werd uitgevoerd.
- Dit jaar hebben 204 gezinnen deelgenomen aan VoorleesExpress Utrecht.
- 204 enthousiaste vrijwilligers zetten zich in als voorlezer.
- 35 coördinatoren hebben een seizoen lang vijf gezinnen en hun voorlezers begeleid.
- We versterkten het partnerschap met voorscholen in samenwerking met Spelenderwijs.
- We brachten meer structuur in de samenwerking met basisscholen.

- Alle gezinnen werden aangemeld door een (voor)school.
- De werving en selectie van vrijwilligers en gezinnen werd vanaf september 2015 uitgevoerd door Taal doet meer.

Investering

- Deelnemersbijdrage van alle gezinnen
- Gemeente Utrecht
- Spelenderwijs
- Het Evert van Zoudenbalch Huis
- Stichting Tjallinga Weeshuis
- Gottmer Uitgevers Groep
- Bibliotheek Utrecht

“Baklava en Turkse thee, zomaar een lekker voordeel als je voorleest @VoorleesExpress. Gelezen met Memet, 1e sticker heeft hij dik verdiend!”

Natasja de Groot – Voorlezer

Training Sociaal Ondernemerschap

Als partner van sociaal makelstichting Welzaam heeft SodaProducties een aantal social makelaars en initiatiefnemers uit de wijk Vleuten-De Meern workshops gegeven. Het vertalen van kleinschalige ideeën voor de wijk naar een ondernemingsplan stond hierin centraal.



“Samenwerken met SodaProducties heeft de sociaal ondernemer in mij aangemoedigd.”

Aster Blaauboer – Stichting Welzaam

Resultaten

- Sociaal makelaars gingen samen met initiatiefnemers uit de wijk aan de slag met het vertalen van kleinschalige ideeën voor de wijk naar een ondernemingsplan.
- SodaProducties verzorgde interactieve sessies waarbij gewerkt werd aan een doelgroepanalyse, belanghebbendenanalyse en Business Model Canvas.
- 10 deelnemers deden mee aan de workshops.
- 3 sociaal makelaars hebben praktijkervaring opgedaan met sociaal ondernemerschap.
- 7 lokale initiatiefnemers hebben 4 initiatieven uitgewerkt tot ondernemingsplannen.

- De lokale initiatiefnemers hebben hun plannen gepresenteerd aan hun belanghebbenden.
- Tussen de workshops door gingen deelnemers zelf aan de slag met het uitwerken en onderzoeken van hun ideeën.

Investering

- Welzaam

4 initiatieven zijn uitgewerkt tot ondernemingsplannen

“Ik ben na de workshops vooral trots op wat ik heb bereikt met de ouder-kindgroep! Ik vond het goed om een spiegel voor te krijgen. Het heeft me doen inzien dat ik mij graag wil inzetten voor de groep en hun toekomst. Het heeft mij hernieuwde passie en commitment gegeven voor ouders en kinderen in de wijk en hoe we meer met elkaar verbonden kunnen zijn.”

Leonore van der Hoeven – deelnemer

VoorleesExpress

Bij de VoorleesExpress worden kinderen met een taalachterstand gedurende twintig weken wekelijks thuis voorgelezen door enthousiaste vrijwilligers. SodaProducties zorgt voor de landelijke verankering, ontwikkeling en uitbreiding van de VoorleesExpress. Daarnaast sturen we de landelijke uitvoer aan vanuit een franchisemodel.

Warm ontvangst met een verhaal

Inspelend op de grote toestroom van vluchtelingen naar Nederland, zijn VoorleesExpress locaties gefaciliteerd bij het voorlezen in asielzoekerscentra. De VoorleesExpress zette haar landelijke netwerk in om voor te lezen aan vluchtelingenkinderen en hun ouders. Zo bieden we een warm ontvangst in Nederland. Kinderen en hun ouders maken op een makkelijke manier kennis met de Nederlandse taal en ontmoeten bewoners uit de buurt.



73.580
voorleessessies



"The smile of the people of the VoorleesExpress makes us to love Utrecht and its people always."

Rami –
afkomstig uit Syrië, vader van Logen

Resultaten

- We lazen voor bij 3.847 gezinnen.
- Er zijn 73.580 voorleessessies geweest.
- 4.216 vrijwilligers zetten zich in voor de VoorleesExpress.
- We waren actief in 110 gemeenten – in september ging de VoorleesExpress van start in de 100e Nederlandse gemeente.
- De VoorleesExpress werd lokaal uitgevoerd door 39 franchisenemers.
- De website www.voorleesexpress.nl is in 2015 ruim 89.000 keer bezocht.
- De VoorleesExpress is opgenomen als nationaal praktijkvoorbeeld in de Kamerbrief 'Actieprogramma Tel mee met Taal' aan het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap.
- De VoorleesExpress is opgenomen als internationaal praktijkvoorbeeld

in de Databank Europees Talenlabel van de Europese Commissie, de Effective Literacy Practices Database van UNESCO en de European Literacy Policy Network.

- Met vier grote landelijke fondsen hebben we afspraken gemaakt over aanvraagprocedures en beoordelingscriteria voor fondsaanvragen van franchisenemers.
- De Europese Commissie heeft de VoorleesExpress uitgelicht in de verzameluitgave van het Europees Talenlabel '7-year Language Label-Innovative Projects in the Lifelong Learning Programme'.
- Naast de lopende dienstverlening, hebben we de VoorleesExpress ook doorontwikkeld. Lees hier meer over in het hoofdstuk 'Innovatie'.

Investering

- Franchisebijdrage van VoorleesExpress locaties
- Verschillende leveranciers die diensten leverden zonder kosten te berekenen of met een grote korting
- Oranje Fonds
- Kansfonds (voorheen Skanfonds)
- VSBfonds
- Stichting Kinderpostzegels
- Sponsoring in natura van o.a. Gottmer Uitgevers Groep en De Nederlandse Boekenbon
- Stichting Lezen
- YouBeDo.com

Resultaten

- Er is voorgelezen bij asielzoekers-, nood- en crisisopvangcentra in Breda, Utrecht, Krimpen aan de IJssel en Roosendaal.
- Meer dan 50 vrijwilligers hebben zich hiervoor ingezet.
- VoorleesExpress locaties legden (eventueel door ons begeleid) het eerste contact met het Centraal Orgaan opvang Asielzoekerscentra (COA) of desbetreffende gemeente.
- In de noodopvang in Utrecht lezen 5 tot 8 vrijwilligers twee keer per week voor aan circa 30 kinderen.
- Er is samengewerkt met aanbieders van taalcurssussen, bibliotheek en gemeente.
- Hetrooster.nl gaf ons belangeloos toegang tot hun systeem van zelf-roosteren.

- We zijn in gesprek geweest met minister Asscher over belang van vrijwilligers voor de integratie van vluchtelingen.
- Er is een start gemaakt voor persoonlijk contact en vriendschap tussen vrijwilligers en vluchtelingen.
- De vrijwilligers komen uit ons bestaande netwerk van voorlezers.

Investering

- Evident
- Wijn & Stael
- Odenwald Organic
- De Slinger Utrecht
- Hetrooster.nl

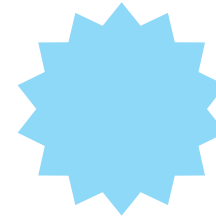
"Het is echt ongelooflijk hoe snel de kinderen leren. De 1e week was het handen en voeten werk. Nu, 6 weken later, hebben we samen een gesprekje over het boek wat we lezen."

Anna van der Zalm –
voorlezer

meer dan
50
vrijwilligers

Innovatie

Naast de uitvoer en dienstverlening van verschillende projecten, hebben we ook ingezet op innovatie en (door)ontwikkeling. Inspelend op kansen om ons heen, zijn we aan de slag gegaan met nieuwe thema's, aansluiting op gesignaleerde behoeftes en ontwikkelprojecten. Daarbij hebben we gefocust op de inhoud, het verbeteren van de dienstverlening en het inrichten van efficiënte en schaalbare processen.



“MATS biedt mensen de mogelijkheid om in hun kracht te gaan staan. Vanuit minimale middelen de maximale impact creëren.”

Rutger van Weeren –
Starters4Communities

VoorleesExpress

Doel

- De VoorleesExpress lokaal financieel minder kwetsbaar maken.
- Het bereik van de VoorleesExpress vergroten.

Aanpak

- Er zijn materialen en een training (door)ontwikkeld, die ingezet kunnen worden om het partnerschap met (voor)scholen te versterken en ouders te betrekken.
- We hebben vrijwilligersprofielen en een toolbox communicatie ontwikkeld voor franchisenemers, die ingezet kunnen worden voor de werving van vrijwilligers.
- Er is een functioneel ontwerp afgerond van een webapp voor projectleiders en vrijwilligers. Door deze webapp worden zij door het proces van de VoorleesExpress geleid en zijn gebruik van methodieken, kennis en instructies in het proces meer geborgd.
- We organiseerden een werksessie duurzame financiering voor franchisenemers. Tijdens deze interactieve sessie hebben we gebrainstormd over strategieën voor financiële duurzaamheid.
- We onderzochten welke behoeftes er naast het bestaande aanbod van de VoorleesExpress zijn. Hiervoor spraken we met bibliotheken, particulieren, lokale uitvoerders van de VoorleesExpress, peutercentra, basisscholen en andere (landelijke) partijen en samenwerkingspartners.

Conclusie

- Er zijn goede mogelijkheden om de VoorleesExpress slimmer uit te voeren.

- door online middelen in te zetten.
- Het is de moeite waard om, naast de huidige franchiseconstructie, nieuwe samenwerkingsvormen te onderzoeken waardoor we kleine kernen beter kunnen bereiken.

Investering

- Janivo Stichting en een anonieme investeerder

Meerwaarde

Doel

- Maatschappelijke organisaties kunnen gebruik maken van ervaring en expertise van ervaren medewerkers uit het bedrijfsleven.
- Werknemers in een outplacementtraject maken kennis met een andere sector, ontwikkelen nieuwe competenties en doen relevante praktijkervaring op.

Aanpak

- Het concept is uitgewerkt tot een ervaringsplek van 3 tot 6 maanden bij een maatschappelijke organisatie voor werknemers in een outplacementtraject.
- Meerwaarde is voorgelegd aan verschillende grote bedrijven en maatschappelijke organisaties. Daarnaast lag de focus op het vinden van kandidaten.
- Er zijn verschillende matches gemaakt tussen boventallige medewerkers en maatschappelijke organisaties.

Conclusie

- Grootschalige koppeling tussen boventallige medewerkers en maatschappelijke organisaties lijkt niet mogelijk, het vraagt maatwerk en er

- zijn veel beperkingen door regels en procedures waar een medewerker/werkzoekende mee te maken heeft.
- Tegelijkertijd was iedereen waarmee we spraken enthousiast over het concept. Als persoon ziet iedereen de meerwaarde van het idee. Werkervaringsplekken dragen bij aan de eigen ontwikkeling, aan het zelfvertrouwen van mensen en bij het vinden van een baan.

Investering

- een anonieme investeerder

AdministratieExpress

Doel

- Meer leren over de doelgroep van de AdministratieExpress.
- Betere aansluiting op de behoefte van coaches en deelnemers.
- Op zoek gaan naar een manier om ons landelijke bereik en het aantal deelnemers te vergroten.

Aanpak

- We hebben samengewerkt met lokale en landelijke partners aan profilering en landelijke zichtbaarheid.
- In de propositie, merk- en campagnestrategie brachten we een focus aan op lifechanging events waarmee jonge mensen veel te maken krijgen, zoals gezinsuitbreiding en verhuizing.
- We voerden een uitgebreide online wervingscampagne d.m.v. de inzet van een Google AdWords campagne. Dit was zo ingericht dat het tegelijk een landelijk online marktonderzoek was naar de doelgroep van AdministratieExpress, hun drijfveren, vindplaatsen en de manier we hen het best kunnen aanspreken.

- We ontwikkelden een nieuwe training 'oplossingsgericht coachen' voor deelnemende coaches en boden een light-pakket aan, voor coaches die eerder deelnamen aan het traject.
- We realiseerden nieuwe workshops, die meer inzetten op praktische vaardigheden. Daarnaast hebben we gefocust op het klaarmaken voor groei, vergroten van efficiëntie en standaardisatie van het project.

Conclusie

- De aanmeldingen van deelnemers bleven achter. Wij, en onze partners, hebben geen goede strategie kunnen ontwikkelen om op grote schaal deelnemers te bereiken met de AdministratieExpress. Het taboe en de schaamte zijn groot en deelname hoogdrempelig.
- Het is gelukt om het online verkeer en aandacht voor de AdministratieExpress te vergroten. We zien dat er een markt is op dit thema, dat mensen veel zoeken op levensveranderingen en dat er interesse is. Dat slechts een klein deel van de mensen die we bereiken, ook echt overgaat tot deelname, is tekenend. Het bereiken van deze deelnemers is bijzonder arbeidsintensief en vereist een enorme marketinginvestering.
- We hebben veel data kunnen halen uit de Google AdWords campagne en het websiteverkeer. Het heeft ons veel geleerd over het (online) gedrag van potentiële deelnemers wat wel en niet werkt. Ook hebben we een aantal drempels geformuleerd, die deelname in de weg zouden kunnen staan, en oplossingen om deze drempels te verlagen.

Investering

- Fonds 21, Google, Kessels & Smit, Nibud, Over Rood en Reason Marketing

MATS

Doel

- MATS zo inrichten dat de dienst minimaal kostendekkend is.
- Het bereik vergroten en het aantal matches laten groeien.

Aanpak

- We hebben geïnvesteerd in de zichtbaarheid van het project, door intensieve online marketing en het organiseren van inspiratiesessies.
- Op basis van feedback van onze klant- en doelgroepen (trainee, expert en maatschappelijke organisaties) hebben we een nieuwe propositie en dienstaanbod ontwikkeld dat beter inspeelt op hun behoeftes en kostendekkend is.
- Het proces van dienstverlening is gestandaardiseerd.
- Er is veel aandacht besteed aan acquisitie door onder andere samenwerking met partners, het werken met een klantvolgsysteem, en het voeren van veel acquisitiesprekken.
- Er is onderzoek gedaan naar werkende acquisitiemethoden die passend zijn bij SodaProducties.

Conclusie

- Klanten zijn tevredener. De nieuwe propositie wordt goed ontvangen. En de maatschappelijke organisaties blijken bereid om voor de nieuwe propositie een bedrag te betalen dat onze kosten dekt.

- Zodra er een opdracht vanuit een maatschappelijke organisatie is, wordt MATS heel efficiënt uitgevoerd.
- Het binnenhalen van nieuwe opdrachten van maatschappelijke organisaties blijkt tijdrovend en minder schaalbaar te zijn dan verwacht.
- De manier waarop we wilden opschalen, heeft niet het gewenste effect gehad op het aantal nieuwe MATS-klanten. De kracht van SodaProducties ligt minder op het gebied van koude acquisitie. En meer op het gebruik van haar bestaande, warme netwerk. Het is gebleken dat MATS veel beter kan groeien op een organische manier.

Investering

- Eigen middelen SodaProducties

Financieel overzicht

We slaagden erin nieuwe bronnen van inkomsten aan te boren. Een paar jaar geleden was bijna 80% subsidie, nu nog maar 33%. Dat maakt SodaProducties stabiel voor de toekomst.

Balans per 31 december 2015

	2015	2014		2015	2014
Vaste activa			Passiva ondernemingsvermogen		
materiele vaste activa	€ 6.710	€ 13.325	algemene reserves	€ 112.896	€ 152.305
financiële vaste activa	€ 950	-	bestemmingsreserves	€ 18.372	€ 19.562
totaal vaste activa	€ 7.660	€ 13.325	totaal vermogen	€ 131.268	€ 171.867
Vlottende activa			Kortlopende schulden		
vorderingen	€ 50.901	€ 77.019	schuldenbelasting/pensioenpremie	€ 7.620	€ 6.861
betalingmiddelen	€ 156.606	€ 142.449	vooritontvangen baten	-	€ 5.000
totaal vlottende activa	€ 207.507	€ 219.467	crediteuren en overlopende passiva	€ 76.279	€ 49.065
			totaal kortlopende schulden	€ 83.899	€ 60.926
Totaal activa	€ 215.167	€ 232.792	Totaal passiva	€ 215.167	€ 232.792

Staat van baten en lasten

Lasten	2015	2014	Baten	2015	2014
personeelslasten	€ 357.069	€ 308.707	subsidies	€ 163.228	€ 271.396
afschrijvingskosten	€ 6.615	€ 8.688	sponsoring/giften	€ 85.745	€ 59.083
huisvestingskosten	€ 14.542	€ 19.658	overige baten	€ 251.701	€ 196.978
organisatiekosten	€ 74.306	€ 97.909	rente	-	€ 1.660
activiteitskosten	€ 53.671	€ 111.379			
Financiële baten en lasten	- € 835	-			
Kostprijs van de omzet	€ 34.715	-			
overige lasten		€ 2.900			
Totaal lasten	€ 540.083	€ 549.242	Totaal baten	€ 500.674	€ 529.116

Toelichting

G.C.T. de Winter, accountant administratieconsulent bij U adviseurs accountants:

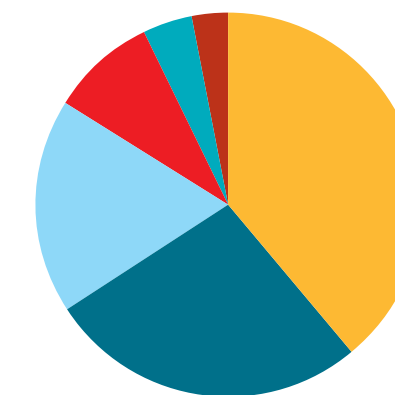
“Bovenstaande balans per 31 december 2015 en staat van baten en lasten over het jaar 2015 zijn op juiste wijze

afgeleid uit de jaarrekening 2015 van Stichting SodaProducties te Utrecht die wij hebben samengesteld. De balans en staat van baten en lasten over het jaar 2015 zijn onder verantwoordelijkheid van het bestuur van de stichting opgesteld. Voor een beter inzicht in de financiële positie en in de resultaten van

de Stichting SodaProducties te Utrecht, alsmede in de reikwijdte van onze samenstellingsopdracht, dienen bovenstaande balans en staat van baten en lasten 2015 te worden gelezen in samenhang met de door ons samengestelde jaarrekening. Bij de door ons samengestelde jaarrekening 2015 van

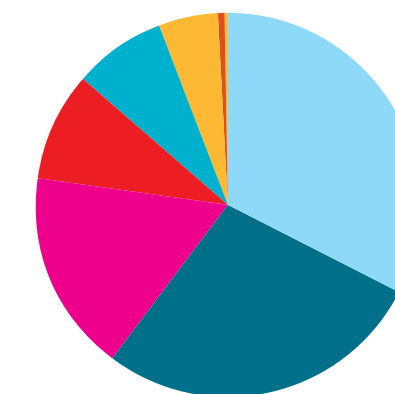
Verdeling baten over projecten

VoorleesExpress landelijk	39%
VoorleesExpress Utrecht	27%
AdministratieExpress	18%
Innovatie	9%
MATS	4%
Algemeen	3%



Bronnen van inkomsten

Subsidies	€ 163.228
Franchisebijdragen	€ 138.825
Dienstverlening	€ 85.001
Giften/donaties	€ 45.485
Sponsoring in natura	€ 40.260
Materialen VoorleesExpress	€ 25.056
Deelnemersbijdrage	€ 2.818
Overig	€ 1
Totaal	€ 500.674

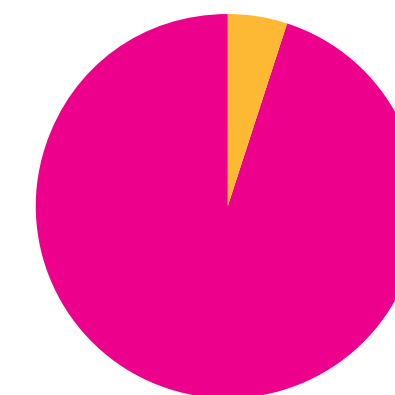


Inzet kernteam versus landelijke vrijwillige inzet

Inzet kernteam in uren*	13.350
Landelijke vrijwillige inzet in uren**	251.576
Totaal	264.926

* Uren van het kernteam van SodaProducties (werknemers, stagiaires en trainees).

** Onbetaalde uren van mensen die ze zich landelijk hebben ingezet voor SodaProducties, de VoorleesExpress, MATS of de AdministratieExpress.



Stichting SodaProducties te Utrecht hebben wij op 31 maart 2016 een samenstellingsverklaring afgegeven. Op bovenstaande balans per 31 december 2015 en staat van baten en lasten 2015 is geen accountantscontrole toegepast.”

Sponsoring in natura

Daar waar sprake is van sponsoring in natura, namen we op basis van (proforma) facturen zowel de kosten als de baten in de boekhouding op. Hierdoor ontstaat een realistisch beeld van de gemaakte kosten en de bijdrage van sponsors.

Opname uit algemene reserves

We sluiten het jaar af met een negatief resultaat. Dit wordt veroorzaakt door verschillende innovaties en tegenvallende resultaten. Dit verlies wordt opgevangen door de algemene reserves. Voor meer informatie kunt u de volledige jaarrekening 2015 bij ons opvragen.

Colofon

In 2015 werkten bij SodaProducties op kantoor:

Gijs van Arken, Ayse Basaran-Kaya, Meike Binnendijk, Daniëlle Bisschops, Katia van Bommel, Helge de Broekert, Menno van Dam, Pascal Dijkman, Teus Doornenbal, Bianca Ernst, Anne van Esseveldt, Annemarie Goosens, Anne Heinsbroek, Marieke Heinsbroek, Marjolein de Jong, Ruth Keizer, Janneke Kersbergen, Sietske van Leeuwen, Geertje Lucassen, Harrie Meussen, Kirsten de Mik, Sanela Radoncic, Catherine Reijers, Manon Rikkengaa-Wouters, Naomi van Ringelenstein, Thijs Struijk, Felicia Tielenius Kruythoff, Mariette Timmermans, Sanne van Viegen, Nienke Visch, Julia Visser en Dieuwke de Vries.

Raad van Toezicht

Arjen Bos
Caroline Perrée
Rob van Seters
Marion Wiendels

Raad van Advies

Ton Baetens
Peter van Bergen
Erik Deen
Herbert Pesch
Esther Brons-Stikkelbroeck
Mascha Tamarinof
Coen Tijhof
Robertjan Uijl

Uitgave en publicatie:

SodaProducties
Postadres:
Postbus 2157, 3500 GD Utrecht
Bezoekadres:
De Alchemist, Koningin Wilhelminalaan 8, 3527 LD Utrecht
030 - 261 5992
contact@sodaproducties.nl
www.sodaproducties.nl

Ontwerp: En-publique.nl

Fotografie: Bettina Zevenbergen, Jasmijn van Es, Jelle IJntema – Passie in Beeld, Ruud Vonk – Rudest Photography, SodaProducties

Redactie: SodaProducties

© SodaProducties, maart 2016

Met grote zorg en aandacht samengesteld.
Wijzigingen en drukfouten voorbehouden.

Wij hadden deze resultaten niet kunnen leveren zonder de enorme inzet van ons netwerk:

- Alle inzet van medewerkers, trainees, stagiairs en vrijwilligers, die hebben meegewerkt aan onze activiteiten.
- De extra inzet van freelancers en leveranciers zonder dat daar een vergoeding tegenover stond.
- De onbetaalde inzet van de Raad van Toezicht en de Raad van Advies.
- Sponsoring in natura en kortingen van bedrijven als Blömer Accountants en Adviseurs, En Publique, Hamaka, Mitros en Phaos.
- De gastvrije ontvangst en ondersteuning van bedrijfsverzamelgebouw de Alchemist, onze mede huurders en in het bijzonder Sasja van Deenen.

