

1. Missie & Visie

Visie:

Wij willen dat nieuwkomers zich thuis kunnen voelen in Nederland

Missie:

Onze missie is om het integratie proces te versnellen en eerlijker te maken. Dit doen we door alle stakeholders op één platform samen te brengen. Via onze app hebben nieuwkomers direct toegang tot en een overzicht van alle organisaties, activiteiten, programma's relevante informatie en netwerken die er zijn in hun buurt. Daarmee krijgen ze eigenaarschap over hun eigen proces terug doordat ze minder afhankelijk zijn van hulpverleners. Door het samenbrengen van maatschappelijke organisaties, bedrijven en gemeenten gaan we versnippering in het veld tegen en kunnen partijen beter samenwerken en naar elkaar doorverwijzen.

Over 10 jaar gebruiken alle nieuwkomers vanaf dag één in Nederland de Welcome app om zelf aan de slag te gaan met het vinden van hun plek in de Nederlandse maatschappij. Alle partijen die iets voor deze doelgroep organiseren of willen organiseren gebruiken de Welcome app om hen te bereiken. Door te leren van onze data vergaren we waardevolle inzichten over de uitdagingen en behoefte van nieuwkomers. Samen met onze partners, de aanbieders op ons platform en beleidsmakers kijken we hoe zowel beleid als aanbod aan kan sluiten op de behoefte van de nieuwkomer.

Voor wie zijn wij er?

Nieuwkomers: Mensen met een vlucht achtergrond die naar Nederland gekomen zijn en hier asiel aangevraagd hebben of via gezinshereniging hier gekomen zijn. Nieuwkomers zijn over het algemeen op zoek naar manieren om een nieuw leven op te bouwen in Nederland. Belangrijkste elementen hierbij zijn taal, netwerk, , opleiding, werk, vrijetijdsbesteding en met name informatie over al deze elementen.

Aanbieders: Dit zijn zowel organisaties die speciaal in het leven zijn geroepen om nieuwkomers te ondersteunen als reguliere lokale organisaties. De organisaties zijn over het algemeen op zoek naar manieren om meer nieuwkomers te bereiken en erkennen het probleem van het versnipperde landschap. Veel lokale organisaties zoals culturele instellingen, sportclubs, verenigingen en bedrijven zijn op zoek naar manieren om zich in te zetten voor nieuwkomers, maar weten niet goed hoe dat te doen.

Locals: Veel lokale individuen (locals) zijn op zoek naar manieren om in contact te komen met nieuwkomers en hen te ondersteunen.

Gemeenten: Gemeenten hebben de wettelijke plicht om nieuwkomers zo goed mogelijk te begeleiden richting een nieuw bestaan in Nederland. Maar gemeenten lopen ook aan tegen het versnipperde landschap van aanbieders die de gemeenten kunnen helpen om hun wettelijke verplichting na te komen.

2. Ambities

Onze ambitie is om in 2021 en 2022 uit te groeien tot hét centrale platform voor integratie en participatie in Nederland. Dit betekent dat we in alle grote steden zowel gebruikers (nieuwkomers) als aanbieders op ons platform hebben die elkaar sneller en beter kunnen vinden en dat meerdere grote en middelgrote gemeenten ons platform gebruiken op dagelijkse basis. We willen aan het eind van 2022 voor 15.000 nieuwkomers duurzaam hebben bijgedragen aan het thuis voelen in Nederland.

3. Werkzaamheden en het meten van onze impact

Het in kaart brengen en meetbaar maken van onze missie is een grote uitdaging omdat het draait om social impact, waarbij vele (onmeetbare) factoren een rol spelen. In tegenstelling tot commerciële organisaties is het voor een stichting als Welcome app niet mogelijk om ons succes te bepalen op basis van maatstaven als winst of sales. Voor ons draait het om de werkelijke, kwalitatieve impact onderaan de streep.

Onze werkzaamheden en activiteiten dienen een langdurige impact hebben en moeten bijdragen aan verandering. Dit is vastgelegd in onze 'Theory of Change'. Wij hebben onze *Theory of Change* uitgewerkt in een 'Logic Model', waarmee we op basis van onze aannames, ervaringen en lessen van de afgelopen jaren, in kaart kunnen brengen hoe onze acties leiden tot resultaat. Zo kunnen we zowel voor onszelf als voor de buitenwereld analyseren en evalueren of we de gewenste resultaten en impact bereiken.

Welcome app's Theory of Change model is afgebeeld in afbeelding XX en in de volgende sectie zullen de verschillende onderdelen van dit model worden toegelicht zodat duidelijk wordt hoe Welcome app bijdraagt aan het thuisgevoel van nieuwkomers in Nederland.

[hier visual invoegen ter verduidelijking van de onderstaande uitleg](#)

Commented [1]: @michiel@welcomeapp.nl
@esmee@welcomeapp.nl

Welcome app's Theory of Change

Het Logic Model van de Theory of Change kan worden gelezen als flowchart, van links (Input) naar rechts (Impact). Hierin worden aannames duidelijk in een oorzaak-gevolg reactie (als... dan...). Dus als wij bepaalde input en activiteiten leveren, dan verwachten we bepaalde outputs, outcomes en uiteindelijk langdurige impact.

Input

Onder input verstaan wij de middelen die we nodig hebben om de gewenste verandering teweeg te brengen. We hebben tijd, geld, een team, onze app en extern advies nodig als grondstof om de activiteiten te kunnen uitvoeren die bijdragen aan onze missie.

Activiteiten

Met de bovengenoemde middelen voeren wij verschillende activiteiten uit die nodig zijn om de noodzakelijke outputs en outcomes te realiseren. Het gaat hierbij om:

App onderhoud en ontwikkeling

De Welcome app is het fundament van onze organisatie en wij zijn continu bezig om de app te onderhouden en verder te ontwikkelen, zodat we beter kunnen inspelen op de behoeften van nieuwkomers en beter kunnen aansluiten op de wensen van de overige gebruikers van de Welcome app zoals de aanbieders, de gemeenten

en de locals. Om ons doel te bereiken moet ons platform gebruiksvriendelijk en toegankelijk zijn voor de diverse groep 'nieuwkomers'. Daarom blijven wij ons platform continu testen en verbeteren.

Community Management

Een app kan niet zonder gebruikers en om hen te kunnen bereiken staat Community Management centraal in onze organisatie. Wij hebben onderscheid gemaakt tussen twee vormen van Community Management: het algemeen Community Management, verantwoordelijk voor nieuwkomers en activiteiten aanbod in verschillende regio's en daarnaast het lokale Community Management uitgevoerd door 'Hubs' van vrijwillige Welcome app ambassadeurs.

Marketing & Communicatie

Welcome app kan niet zonder een ijzersterke marketing- en communicatiestrategie, die ervoor zorgt dat wij de juiste personen en partijen bereiken met ons verhaal. De marketing en communicatie activiteiten variëren van dagelijkse in-app berichten tot specifieke campagnes voor onze grote projecten.

Research & Development

Er zijn veel factoren die continu in beweging zijn, waardoor wij als organisatie niet stil kunnen staan (denk aan de samenstelling van de nieuwkomer-populatie in Nederland of technische ontwikkelingen die invloed hebben op de app) en daardoor is het van belang dat wij continu blijven ontwikkelen op basis van de inzichten die we zowel actief als passief vergaren door onderzoek en door *learning by doing*.

Strategische samenwerkingen

Wij geloven erin dat we ons platform en onze service kunnen verbeteren door strategische samenwerkingen aan te gaan met andere organisaties, bedrijven en gemeenten. Dit zorgt voor groei in gebruikers en aanbod van activiteiten op ons platform en biedt mogelijkheden om aan de duurzaamheid van onze businesscase te werken.

Operations

Alle interne zaken als administratie en finance valt hieronder. Dit team zorgt voor de continuïteit en structuur van onze organisatie.

Output

Het resultaat van onze activiteiten noemen wij de output, deze is onder te verdelen in verschillende meetbare categorieën die aantonen dat wij waardevolle connecties faciliteren voor onze gebruikers, namelijk:

De beantwoorde vragen

De bijgewoonde activiteiten

De gevoerde gesprekken met een tolk

Om onze output meetbaar te maken gebruiken wij de North Star Metric methode (in kort: NSM). Een onderdeel van deze NSM, is de Product North Star. Dit is een getal dat wij als organisatie hanteren als focus voor de groei op ons platform. Dit getal is de beste weergave van de hoeveelheid waarde die wij creëren voor onze doelgroep nieuwkomers op een meetbaar output niveau.

Outcomes

De volgende stap in het model is de vertaalslag van kwantitatieve output naar kwalitatieve outcomes die aantonen dat er ook daadwerkelijk een verandering teweeg wordt gebracht. Wij geloven erin dat naast het behalen van outputs, het nog veel belangrijker is om daadwerkelijk verandering teweeg te brengen in de levens van nieuwkomers. Wij zijn ervan overtuigd dat de waardevolle connecties die we faciliteren hier aan bijdragen en door middel van deze connecties willen wij toegevoegde waarde leveren op vijf verschillende thema's. Deze thema's zijn gekozen op basis van de behoeften van nieuwkomers zoals deze naar voren zijn gekomen in eerder onderzoek en de uitgebreide ervaringen die wij verzameld hebben van onze gebruikers en nieuwkomers in ons netwerk. Deze thema's vormen samen het fundament voor een verbeterd thuisgevoel, dus de Welcome app zorgt ervoor dat nieuwkomers zich thuis gaan voelen, omdat zij...

(i) ... toegang krijgen tot informatie die hen verder helpt. Nieuwkomers hebben aangegeven dat zij veel moeite hebben om het Nederlandse systeem te gebruiken, dit roept veel vragen op, waarop zij vaak geen antwoord vinden. Soms omdat het er simpelweg niet is en soms omdat ze niet weten waar ze moeten zoeken. De Welcome app moet ervoor zorgen dat informatie makkelijk vindbaar en toegankelijk is.

(ii) ... hun Nederlandse taalniveau kunnen verbeteren. Om je ergens echt thuis te kunnen voelen, is het van belang dat je de taal kunt begrijpen en jezelf verstaanbaar kunt maken. Het merendeel van onze gebruikers heeft aangegeven de app te gebruiken om hun Nederlandse taalniveau te willen verbeteren. Zij geven aan dat het spreken van de taal hen gaat helpen om een betere connectie te maken met locals en de maatschappij in zijn geheel. De Welcome app moet inzichtelijk maken wat de (informele) mogelijkheden zijn voor nieuwkomers om hun taalniveau te kunnen verbeteren.

(iii) ... hun sociale en professionele netwerk kunnen vergroten. Twee grote uitdagingen zijn eenzaamheid en werkloosheid. Deze problemen zijn een groot obstakel voor het thuisgevoel van nieuwkomers. Zij geven aan dat het moeilijk is om een connectie te maken met locals of dat zij moeite hebben met het vinden van werk. Door middel van de activiteiten in de Welcome app moeten nieuwkomers makkelijker connecties kunnen maken en zo hun netwerk vergroten.

(iv) ... meer opleidingskansen krijgen. Er zijn veel barrières voor nieuwkomers voordat zij kunnen studeren of hun educatie kunnen uitbreiden. Deze barrières lopen uiteen van taalniveau tot simpelweg het onderwijssysteem van Nederland niet kunnen begrijpen. Om je thuis te kunnen voelen, wil je ook jezelf verder kunnen ontwikkelen. De Welcome app moet ervoor zorgen dat de bestaande barrières zoveel mogelijk worden weggenomen, bijvoorbeeld door middel van begeleiding vanuit de helpdesk.

(v) ... hun kansen op de arbeidsmarkt kunnen vergroten. Zoals aangegeven, werkloosheid is een groot probleem onder nieuwkomers en dat terwijl de meeste nieuwkomers niets liever willen dan een baan vinden. Om zich thuis te kunnen voelen, is het voor hen van belang om zelfstandig een nieuw leven te kunnen opbouwen en zo snel mogelijk een baan te kunnen vinden (die bij hen past). De Welcome app is nadrukkelijk geen recruitment platform, omdat onze eerdere ervaringen hebben aangetoond dat dat voor ons niet haalbaar is om dat uit te voeren. Echter de Welcome app moet nieuwkomers wel de mogelijkheid bieden om zich beter te kunnen voorbereiden op de arbeidsmarkt en de activiteiten in de app zullen hieraan bijdragen.

Impact

De verwachte lange termijn verandering is: nieuwkomers voelen zich sneller thuis in Nederland doordat ze actief gebruik maken van de Welcome app. In essentie streven wij er dus naar om verwijderd te worden, want zodra een nieuwkomer zich thuis voelt, heeft hij of zij de app hopelijk niet meer nodig. We zijn overigens wel van plan om gebruikers in dat geval de mogelijkheid te geven om zelf andere nieuwkomers te ondersteunen in het opbouwen van een nieuw leven via Welcome app.

In het verleden hebben we voornamelijk gestuurd op outputs, maar nu realiseren wij ons dat we nog niet zeker weten hoe deze outputs bijdragen aan de daadwerkelijke verandering op outcome en impact niveau. Vanaf begin 2021 willen wij dit wel gaan doen omdat we op die manier beter kunnen bepalen welke impact we hebben op de levens van nieuwkomers. De belangrijkste vraag daarbij is: brengen deze 'waardevolle connecties' daadwerkelijk de gewenste verandering teweeg? Op basis van deze realisatie hebben wij onze focus voor de komende twee jaar verlegd van outputs naar outcomes. Dit betekent dat we verder willen kijken dan cijfers, maar willen onderzoeken of onze input, activiteiten en outputs tot de juiste outcomes leiden, om zo dichterbij de gewenste impact te komen.

4. Lessons learned

We hebben veel geleerd in de afgelopen jaren. Hier een aantal van de belangrijkste lessen op een rij.

Matches tussen nieuwkomers en locals kunnen leiden tot een negatieve ervaring wanneer de verwachtingen uiteenlopen. Het merendeel van de matches die wij hebben gefaciliteerd hebben tot hele mooie dingen geleid, maar het kwam ook regelmatig voor dat nieuwkomers en locals de ontmoeting met andere verwachtingen tegemoet gingen. Nieuwkomers dachten vaak een nieuwe vriend te ontmoeten waar locals het vaker zagen als een eenmalige ontmoeting. Dit heeft in een aantal gevallen tot negatieve ervaringen geleid.

Het probleem van 'het versnipperde landschap' werd de afgelopen jaren steeds duidelijker en daarmee ontstond het besef dat wij hier als platform een cruciale rol in kunnen spelen. Door de verbinding te faciliteren tussen nieuwkomers en alle overige stakeholders kunnen wij veel meer impact maken.

Gemeenten proberen geregeld 'de' sociale kaart te maken; een overzicht van alle maatschappelijke initiatieven die actief zijn binnen de desbetreffende gemeente. We hebben gezien dat deze snel gedateerd is, omdat de informatie over de programma's van initiatieven nu eenmaal vaak verandert. Daarnaast zijn deze overzichten erg statisch - je kunt als lezer niet direct in actie komen - en over het algemeen heel talig - veel tekst die vaak onnodig ingewikkeld geschreven is -. Dit zorgt ervoor dat ze niet toegankelijk en gebruiksvriendelijk zijn voor nieuwkomers.

Samenwerken met partners zoals OpenEmbassy en FutureWork zorgt voor verdieping en groei.

Wat is de constructieve feedback die we hebben gekregen?

Nieuwkomers

We merken dat nieuwkomers moeten wennen aan de veranderingen die wij hebben doorgevoerd. Voor sommigen is het nog niet helemaal duidelijk wat zij aan de Welcome app hebben. We horen nog te vaak dat nieuwkomers denken dat Welcome app alleen voor sociaal contact staat. Zodra gebruikers begrijpen wat er allemaal te halen valt uit het platform zijn de meesten erg enthousiast en zeer actief. Het is dus aan ons om een duidelijk en concreet imago op te bouwen. Verder hebben we veel inzichten opgehaald over de gebruiksvriendelijkheid van de app.

Aanbieders

Er is veel behoefte aan samenwerking en informatie-uitwisseling, maar toch worden die bruggen niet snel geslagen. Onze app zou een antwoord kunnen zijn en dat klinkt aantrekkelijk voor veel aanbieders. Echter, sommigen worden afgeschrikt door het idee dat het aanmaken van een account, het plaatsen van de activiteiten in de app en het in de gaten houden van de aanmeldingen hen veel tijd en werk kost. We moeten deze aanbieders overtuigen dat dit niet het geval is en we moeten ervoor zorgen dat onze app voor hen zeer gebruiksvriendelijk is. Dit doen we door de app te blijven ontwikkelen aan de hand van de feedback van aanbieders. Dit wordt zeer gewaardeerd. We zijn in ontwikkeling en iedereen merkt het. Sommigen zeggen: "Ik doe nu al mee!", anderen wachten af totdat we nog een stap verder zijn.

Gemeenten

De meeste gemeenten geven aan behoefte te hebben aan meer overzicht van het bestaande aanbod voor nieuwkomers en zijn dus zeer geïnteresseerd in ons platform. Het lukt gemeenten zelf vaak niet om deze informatie toegankelijk te maken voor iedereen en deze informatie up-to-date te houden. Daarnaast worden gemeenten vaak benaderd door partijen die iets willen organiseren voor nieuwkomers, maar hebben zij de capaciteit niet om die partijen hierbij te ondersteunen. Gemeenten geven daarom aan dat het goed zou zijn als er één centrale plek zou zijn waar dit soort aanbod verzameld kan worden. Een centrale plek die toegankelijk is voor zowel klantmanagers van de gemeenten als de nieuwkomers. Sommige gemeenten vragen zich wel af of zij niet zelf een vergelijkbaar platform moeten ontwikkelen. Aan ons de uitdaging om hen te overtuigen dat dit moeilijk en tijdrovend is en dat dit niet nodig is als ze met ons gaan samenwerken.

5. Werving van inkomsten

De inkomsten om onze werkzaamheden te bekostigen komen sinds de oprichting met name vanuit Nederlandse sociale fondsen zoals het Anton Jurgens Fonds en Adessium Foundation. Ons doel is om de afhankelijkheid van dergelijke fondsen af te bouwen en duurzame samenwerkingen aan te gaan met partners, bedrijven en gemeenten. Hierbij is het uitgangspunt dat ons platform veel waarde levert aan deze partijen en dat zij bereid zullen zijn daarvoor een vergoeding te betalen.

6. Wie zijn wij?

Uitvoerend bestuur

Voorzitter - Julius Weise (functie: Director)

Penningmeester - Pepijn Middeldorp (functie: Head of Product)

Secretaris - Birthe Berghs (functie: Head of Operations)

Team

Moustafa Hamo - Community Manager

Aisha Ahmed - Community Manager

Michiel Stock - Brand & Marketing Manager

Loes Ansems - Head of Impact

Raad van Toezicht

Daniel Roos - Voorzitter

John Brouwer

Fikria El Abbouri

Raad van Advies

Ewoud Goudswaard - Voorzitter

Jan Petit

Hayde Zarkeshan

Duco van Lanschot

Lex van Zalingen

Achraf Bouali

Organisatiegegevens

KVK nummer: 66011310

RISN nummer: 856355884

Vestigingsadres:

Schipluidenlaan 12

1062 HE Amsterdam

Contactgegevens

Algemeen

email: info@welcomeapp.nl

telefoonnummer: +31 6 42 28 06 82

Postadres

T.a.v. Welcome app

Spaarndammerstraat 460
1013 SZ Amsterdam

7. Beheer en besteding vermogen

Het vermogen van Stichting Welcome app wordt vrijwel continu geïnvesteerd in een van de twee grootste kostenposten van de organisatie:

Personeelskosten

Product development kosten

Indien Stichting Welcome app beschikt over extra vermogen, dan is dit vermogen gekoppeld aan lopende, dan wel nieuwe projecten zoals vastgesteld in het tweejarplan (2021-2022). Deze projecten zijn vooraf goedgekeurd door de Raad van Toezicht.

Het vermogen wordt beheerd door de uitvoerende bestuurders en besteed aan de vooraf door de Raad van Toezicht geaccordeerde kostenposten.

8. Het beloningsbeleid

Het beloningsbeleid is bepaald voor bestuurders, personeel en Raad van Toezicht. Voor de bestuurders en de Raad van Toezicht is het beleid als volgt in de statuten vastgelegd:

Voor het bestuur in artikel 4.11

Bestuurders kunnen voor het verrichten van hun bestuurstaken een beloning ontvangen. De hoogte van deze beloning wordt vastgesteld door de raad van toezicht.

Voor de Raad van Toezicht in artikel 12.10

Leden van de raad van toezicht ontvangen voor hun taken als zodanig geen bezoldiging, Leden van de raad van toezicht ontvangen een redelijke vergoeding voor de door hen in het kader van hun functie gemaakte kosten. Deze vergoedingen worden door de raad van toezicht vastgesteld en in de jaarrekening zichtbaar gemaakt en nader toegelicht

Het personeel in dienst van de stichting ontvangt een maandelijks bruto salaris conform de salarisschalen bepaald door het bestuur van de stichting en geaccordeerd door de Raad van Toezicht.

9. Nawoord

Het verslag van de uitgevoerde activiteiten en de financiële verantwoording van Stichting Welcome app Nederland zijn terug te vinden op www.welcomeapp.nl