



1. Samenvatting

Stichting De Helderse Uitdaging is het maatschappelijke makelaarsnetwerk van Den Helder en Julianadorp. De stichting verbindt lokale ondernemers met verenigingen, stichtingen en maatschappelijke organisaties door vraag en aanbod te matchen op het gebied van kennis, materialen en menskracht, volgens het principe van de gesloten beurs. Daarnaast organiseert De Helderse Uitdaging de jaarlijkse Beursvloer en initieert en ondersteunt zij maatschappelijke projecten die bijdragen aan inclusie, sociale samenhang en leefbaarheid.

Dit beleidsplan beschrijft de doelstelling, werkzaamheden, doelgroepen, werkwijze, organisatie en governance, financiering, besteding van middelen, vermogensbeheer, communicatie en de wijze waarop resultaten en effecten worden gevolgd. Het plan is opgesteld voor 2026 en verder en vormt het kader voor de activiteiten van de stichting in deze periode.

2. Aanleiding en context

In Den Helder en Julianadorp zijn veel verenigingen, stichtingen en maatschappelijke initiatieven actief. Zij leveren een belangrijke bijdrage aan welzijn, participatie en een sterke sociale infrastructuur. Tegelijkertijd beschikken deze organisaties niet altijd over voldoende middelen, kennis of capaciteit om hun maatschappelijke opgaven duurzaam uit te voeren.

In het lokale bedrijfsleven bestaat juist een grote bereidheid om maatschappelijk bij te dragen. Ondernemers willen hun kennis, materialen en menskracht inzetten voor de samenleving, maar missen vaak het overzicht van hulpvragen en de coördinatie om daadwerkelijk in actie te komen.

Stichting De Helderse Uitdaging overbruggt deze kloof door als onafhankelijke maatschappelijke makelaar te functioneren. Door vraag en aanbod gericht en zorgvuldig met elkaar te verbinden, ontstaat een win-winsituatie: maatschappelijke organisaties worden versterkt en ondernemers kunnen op een laagdrempelige en praktische manier maatschappelijk betrokken ondernemen. In de praktijk leidt dit vaak tot een zogenoemd *steen-in-de-vijver-effect*, waarbij één match nieuwe verbindingen en vervolgininitiatieven tot stand brengt.

3. Identiteit, missie en kernprincipes

3.1 Missie

Het verbinden van lokale ondernemers die iets te bieden hebben met maatschappelijke organisaties die daarmee geholpen kunnen worden, zodat Den Helder en Julianadorp inclusiever, leefbaarder en socialer worden.

3.2 Kernprincipes

De Helderse Uitdaging werkt vanuit de volgende uitgangspunten:

- Gesloten beurs: matches draaien primair om kennis, materialen en menskracht, niet om financiële bijdragen.
- Vraaggericht en haalbaar: maatschappelijke organisaties worden geholpen hun hulpvraag concreet en uitvoerbaar te formuleren.
- Wederkerigheid: waar passend staat tegenover een bijdrage van een ondernemer ook een tegenprestatie, zoals zichtbaarheid, ontmoeting of een inhoudelijk verhaal.
- Lokaal en inclusief: focus op Den Helder en Julianadorp en op initiatieven die bijdragen aan meedoen, kansengelijkheid en sociale samenhang.
- Zorgvuldigheid en transparantie: heldere afspraken over inhoud, planning en verantwoordelijkheden.

4. Doelstelling en beoogde impact

4.1 Statutaire doelstelling (hoofdpijnen)

De stichting heeft ten doel het structureel tot stand brengen van verbindingen op lokaal niveau tussen het bedrijfsleven, onderwijs, lokale overheden en maatschappelijke organisaties in Den Helder en Julianadorp. Door deze verbindingen wordt de leefkwaliteit en maatschappelijke participatie bevorderd, met bijzondere aandacht voor inwoners in een kwetsbare positie.

4.2 Beoogde impact (2026 en verder)

Met haar activiteiten wil de stichting bereiken dat:

- maatschappelijke organisaties meer en beter aanbod kunnen leveren aan hun doelgroepen door extra kennis, middelen en capaciteit;
- sociale samenhang en inclusie worden versterkt, onder andere door het tegengaan van eenzaamheid en het vergroten van kansengelijkheid;
- duurzame samenwerkingen ontstaan tussen ondernemers, maatschappelijke organisaties, scholen en partners in de stad;
- maatschappelijke betrokkenheid van ondernemers groeit en zichtbaar, praktisch en meetbaar wordt.

5. Doelgroepen en bereik

5.1 Doelgroepen

- Primair: maatschappelijke organisaties, verenigingen en stichtingen in Den Helder en Julianadorp met concrete hulpvragen.

- Secundair: lokale ondernemers en bedrijven die willen bijdragen met kennis, materialen of menskracht.
- Indirect: inwoners van Den Helder en Julianadorp die profiteren van versterkte maatschappelijke initiatieven en een robuustere sociale infrastructuur.

5.2 Bereik en kanalen

De stichting bereikt haar doelgroepen via:

- doorlopende intake en matching via persoonlijk contact en het (landelijke) vraag- en aanbodplatform;
- de jaarlijkse Beursvloer Den Helder – Julianadorp, georganiseerd in samenwerking met Scholen aan Zee;
- communicatie via website, nieuwsbrief en social media;
- netwerkopbouw via de Club van 100 en samenwerking met lokale partners, fondsen en maatschappelijke organisaties.

6. Werkzaamheden en activiteiten

6.1 Doorlopende matching van vraag en aanbod

Maatschappelijke organisaties dienen hun hulpvraag in bij De Helderse Uitdaging. De stichting helpt bij het concretiseren van de vraag en toetst de haalbaarheid. Vervolgens wordt binnen het lokale netwerk gezocht naar een passende ondernemer of partner. Afspraken worden vastgelegd en de voortgang wordt actief gevolgd totdat de match is afgerond.

6.2 Beursvloer Den Helder – Julianadorp

De Beursvloer vormt een jaarlijkse versnelling van wat de stichting het hele jaar doet. In korte tijd komen ondernemers en maatschappelijke organisaties bijeen om directe matches te sluiten. De stichting is verantwoordelijk voor de werving, voorbereiding, begeleiding tijdens het evenement en de nazorg.

6.3 Maatschappelijke projecten

Naast individuele matches initieert en ondersteunt De Helderse Uitdaging projecten die bijdragen aan inclusie en sociale samenhang, waaronder:

- Ieder Kind verdient een Sint: inzameling en uitreiking van sinterklaaspakketten aan gezinnen met een kleine beurs;
- Samen aan Tafel: ontmoetingslunches die inwoners van verschillende achtergronden samenbrengen en eenzaamheid verminderen;
- Week tegen Eenzaamheid en vergelijkbare thematische initiatieven.

6.4 Stimuleren van maatschappelijk betrokken ondernemen

Ondernemers worden gefaciliteerd om zich praktisch en zichtbaar in te zetten, bijvoorbeeld via deelname aan de Beursvloer, het adopteren van een ontmoetingslunch, het leveren van expertise of deelname aan structurele netwerken.

6.5 Club van 100 en netwerkbeheer

Via de Club van 100 dragen ondernemers structureel bij aan de maatschappelijke leefomgeving van Den Helder en Julianadorp. De stichting onderhoudt dit netwerk, werft nieuwe leden en maakt de maatschappelijke impact zichtbaar.

6.6 Professionele ondersteuning en coördinatie

De uitvoering van de werkzaamheden wordt professioneel ondersteund door een manager die gemiddeld circa **12 uur per week** werkzaam is voor de stichting. Deze inzet is essentieel voor de continuïteit, kwaliteit en betrouwbaarheid van de activiteiten. De manager fungeert als vast aanspreekpunt en bewaakt de samenhang tussen matching, projecten, netwerkontwikkeling, communicatie en verantwoording.

7. Organisatie, governance en kwaliteit

Stichting De Helderse Uitdaging is een stichting met een onbezoldigd bestuur. Het bestuur bewaakt de koers, financiën en continuïteit van de organisatie en delegeert de dagelijkse uitvoering aan de manager. Bestuursleden ontvangen geen beloning; uitsluitend een vergoeding van gemaakte onkosten is mogelijk.

De stichting registreert matches en projecten, volgt de uitvoering actief op en legt resultaten vast in verslaglegging, waaronder het jaarverslag en de verplichte ANBI-publicaties. Waar mogelijk sluit de stichting aan bij landelijke kennis en werkwijzen van het netwerk van lokale Uitdagingen, terwijl de uitvoering volledig lokaal blijft.

8. Doelen, resultaten en indicatoren

Om resultaten te volgen en transparant te verantwoorden stuurt de stichting onder meer op:

- het aantal gerealiseerde matches;
- de verdeling naar type match (materiaal, kennis, menskracht);
- de indicatieve maatschappelijke waarde van matches en projecten;
- de betrokkenheid van ondernemers (o.a. Club van 100, Beursvloer, projectbijdragen);
- kwalitatieve feedback van maatschappelijke organisaties en ondernemers.

9. Financiering en inkomsten

De financiering bestaat uit een mix van structurele en projectmatige inkomsten, waaronder:

- structurele bijdragen van founders, zoals de gemeente Den Helder;
- bijdragen van fondsen en sponsors;
- jaarlijkse bijdragen van ondernemers via de Club van 100;
- incidentele donaties en bijdragen in natura.

De stichting streeft naar spreiding van inkomsten om afhankelijkheid te beperken en continuïteit te borgen.

10. Besteding van middelen

De middelen worden besteed aan activiteiten die direct bijdragen aan de doelstelling. De belangrijkste kostenpost betreft de inzet van de manager voor coördinatie en uitvoering. Daarnaast worden middelen ingezet voor organisatie van activiteiten, uitvoering van maatschappelijke projecten, communicatie en algemene organisatiekosten.

11. Vermogensbeheer en continuïteit

De stichting houdt een beperkte reserve aan op een zakelijke betaal- en/of spaarrekening. Deze reserve dient als continuïteitsbuffer voor tijdelijke schommelingen in inkomsten en uitgaven. De stichting belegt niet en streeft geen vermogensvorming na anders dan functioneel noodzakelijk. De omvang van de reserve wordt periodiek door het bestuur beoordeeld.

12. Risico's en beheersmaatregelen

De belangrijkste risico's betreffen onvoldoende aanbod van ondernemers, een gebrek aan concrete hulpvragen, capaciteitsdruk, financiële schommelingen en reputatierisico's. Deze worden beheerst door actieve werving, heldere intakecriteria, prioritering, spreiding van inkomsten, het aanhouden van een beperkte reserve en zorgvuldige opvolging van afspraken.

13. Integriteit en privacy

De stichting handelt zorgvuldig en transparant. Persoonsgegevens worden uitsluitend verwerkt voor de uitvoering van activiteiten en communicatie en niet langer bewaard dan noodzakelijk.

14. Communicatie

De Helderse Uitdaging maakt haar maatschappelijke impact zichtbaar via website, nieuwsbrief, social media, lokale media en bijeenkomsten. Communicatie is gericht op concrete resultaten, verhalen uit de praktijk en het uitnodigen van nieuwe organisaties en ondernemers om mee te doen.

15. Evaluatie en actualisatie

Dit beleidsplan geldt voor 2026 en verder. Jaarlijks worden resultaten geëvalueerd en wordt het plan waar nodig geactualiseerd. Bij wezenlijke wijzigingen wordt het beleidsplan tussentijds aangepast en opnieuw gepubliceerd conform de ANBI-publicatieplicht.