

# **Stichting Vox Pop**

**Beleidsplan en financiële verslaglegging**

**Juli 2017**

## Algemene informatie

**Naam:** Stichting Vox Pop  
**RSIN:** 857173595  
**Adres:** Tweede van der Helststraat 89h, 1073AN, Amsterdam  
**Telefoonnummer:** 0629557965, 0621565085  
**Emailadres:** [rubentreurniet@gmail.com](mailto:rubentreurniet@gmail.com)  
**KVK nummer:** 67787193  
**Activiteiten:** SBI-code: 9492 - Politieke organisaties. 'Het stimuleren van politieke betrokkenheid onder Nederlanders met name door het bevorderen van het politieke debat.'

## Voorwoord

Het opzetten van Stichting Vox Pop in januari 2017 begon met een *'Big Bang'*. Er zat amper twee maanden tijd tussen het besluit tot oprichting van de Stichting en het lanceren van de website waar het in eerste instantie allemaal om te doen was: [www.waaromkiesjij.nl](http://www.waaromkiesjij.nl) (WKJ). Met dit discussieplatform, waarbij gebruikers 1-op-1 aan elkaar gekoppeld werden op basis van hun politieke voorkeur, wilden wij het publieke debat in aanloop naar de Tweede Kamerverkiezingen van Maart 2017 stimuleren. De mede-oprichters (Secretaris Leon Horbach, Penningmeester Robin de Vogel, en vrijwilligers Sem Houben en Willem Herter) en ikzelf ervoeren persoonlijk hoe moeilijk het kan zijn om in contact te komen met landgenoten die fundamenteel anders naar (politieke) zaken kijken dan wijzelf. Het doorbreken van zulke sociale/politieke 'bubbels' stond daarom centraal bij het oprichten van WKJ, aangezien de website kiezers met een tegengestelde politieke voorkeur direct aan elkaar koppelde. De paar maanden tussen het ontstaan van het idee voor dit initiatief en de verkiezingen laten zich het best omschrijven als een snelkookpan. Gedreven door de overtuiging dat de behoefte om in discussie te gaan met andersdenkenden niet alleen bij ons bestond, hebben we alles op alles gezet om dit platform te verwezenlijken. Met de hulp van veel vrijwilligers, die ieder hun eigen specifieke bijdrage leverden, is het gelukt: op 15 februari ging de website 'live', en nog geen maand later waren er meer dan 35.000 discussies gevoerd, hebben we meerdere 'offline' discussie evenementen georganiseerd, en mochten we ons verhaal doen bij uiteenlopende media, zoals [Een Vandaag](#) en [RTL Koffietijd](#). Al met al een zeer geslaagde vuurdoop van Stichting Vox Pop! Hiermee bewezen we, niet in de laatste plaats aan onszelf, dat het mogelijk is om met beperkte financiële middelen en mankracht toch een belangrijke impact te kunnen hebben. Het succes van WKJ wakkerde dan ook een grotere ambitie aan, waarbij we na zijn gaan denken over nieuwe activiteiten om publiek debat en politieke discussie te stimuleren, overeenkomstig met de doelstellingen van Stichting Vox Pop. Wat er in de pijplijn zit lees je in dit beleidsplan!

Ruben Treurniet  
Voorzitter Stichting Vox Pop

## **1. Inleiding**

Dit allereerste verslag over Stichting Vox Pop blikt terug op haar eerste half jaar, geeft een overzicht van de financiële situatie en een vooruitblik op hetgeen in de planning staat. Na een succesvol eerste project, waarbij tienduizenden Nederlanders met elkaar in discussie gingen over de Tweede Kamerverkiezingen, is de ambitie nu om door te pakken en met nieuwe projecten opnieuw meningsuitwisseling over politieke zaken na te streven. De geloofwaardigheid die is opgebouwd na ons eerste project hopen wij nu te kunnen gebruiken als basis voor het vervolg, zowel in de samenwerking met partners als het aantrekken van financiering. Na een korte introductie van de Stichting gaat dit rapport achtereenvolgens in op de activiteiten van de Stichting tot nu toe, het beleidsplan voor de (nabije) toekomst, en de financiële situatie.

### **1.1 Missie en karakter van de Stichting**

Stichting Vox Pop werd op 10 januari 2017 opgericht, en heeft als primair doel het stimuleren van politieke betrokkenheid onder Nederlanders met name door het bevorderen van het publieke debat. Het opzetten van een online website waarop contacten worden gelegd voor meningsuitwisseling ([www.waaromkiesjij.nl](http://www.waaromkiesjij.nl)) is expliciet opgenomen als kanaal waarmee het primaire doel kan worden verwezenlijkt, evenals het vergaren van inkomsten en het verrichten van verdere handelingen ten behoeve van dit doel. De Stichting heeft (uiteeraard) geen winstoogmerk, en de bestuursleden zijn gezamenlijk bevoegd.

### **1.2 Het bestuur en de ambitie**

Het bestuur bestaat uit de volgende leden:

- Ruben Treurniet, voorzitter
- Robin de Vogel, penningmeester
- Leon Horbach, secretaris

De Stichting staat, ook na een succesvol eerste project, nog in haar kinderschoenen, en de ambitie bestaat om dit op termijn uit te bouwen naar een meer volwassen organisatie die met structurele initiatieven bij kan dragen aan het bevorderen van het publieke debat. Tegelijkertijd past naast deze ambitie op de middellange termijn ook de realiteitszin dat de Stichting door een beperkte financiële en vooral personele slagkracht vooralsnog de blik op het eerstvolgende project moet houden. De Stichting heeft geen personeel in dienst, en alle werkzaamheden ten behoeve van de Stichting worden vooralsnog ingevuld door het bestuur. Tegelijkertijd betekent het feit dat dit onbetaald werk betreft dat de personele inzet beperkt is en het bestuur zich slechts parttime in kan zetten voor de Stichting. Desalniettemin heeft het eerste half jaar bewezen dat we met de juiste inzet, ideeën en enthousiasme een aanzienlijke impact kunnen hebben, en vanuit die basis beginnen we vol goede moed aan een nieuwe fase van Stichting Vox Pop.

## **2. Activiteiten**

## 2.1 Waaromkiesjij.nl

De aanleiding voor het opzetten van Stichting Vox Pop was het realiseren van een discussieplatform waar mensen met een tegengestelde politieke voorkeur met elkaar in contact werden gebracht. In aanloop naar de Tweede Kamerverkiezingen van 2017 werd daarom Waaromkiesjij.nl in het leven geroepen. Van 15 februari tot 15 maart konden Nederlandse kiezers van verschillende politieke kleuren met elkaar in discussie gaan over politieke stellingen.

### 2.1.1 Concept

Op basis van je politieke voorkeur koppelde het platform je automatisch aan een gesprekspartner met een afwijkende politieke voorkeur. De gebruiker kiest zijn/haar partij (of), geeft een (fictieve) naam op, en wordt onmiddellijk gekoppeld aan een gebruiker met een contrasterende partijkeuze. In een één op één chatomgeving konden de gesprekspartners aan de hand van willekeurig gegenereerde politieke stellingen de discussie aangaan. De gebruikers konden ten alle tijden kiezen om een nieuwe stelling te introduceren of de discussie te beëindigen en een nieuwe gesprekspartner te zoeken.

### 2.1.2 Doel

- **Doorprikken van de ‘filterbubbel’.** Een van de twee pijlers van Waaromkiesjij.nl was de ambitie om de zogenaamde filterbubbel te doorbreken – de fysieke en vooral digitale barrière die ervoor zorgt dat je zelden spreekt met andersdenkenden, en zodoende je mening nauwelijks meer wordt uitgedaagd en/of getoetst. Enerzijds is dit een fysieke situatie, ontstaan door verschillen in geografie en demografie. Maar vooral digitaal presenteert de filterbubbel zich de laatste jaren nadrukkelijk als product van vernuftige algoritmes op sociale media waardoor de gebruiker leest wat hij/zij wilt lezen, en hierdoor voornamelijk diens eigen mening keer op keer bevestigd ziet worden.
- **Stimuleren van het publieke debat en het democratisch proces.** Politieke discussie is vanzelfsprekend niet alleen voorbehouden aan politici in Den Haag. Maar in de praktijk gaat, zeker in campagnetijd, vrijwel alle aandacht uit naar de discussies tussen partijleiders. Zo is het ‘publieke’ debat nauwelijks publiek te noemen, en wordt maatschappelijke discussie in grote mate bemiddeld door politici en media. Maar in een tijd waarin de roep om directere vormen van democratie en een podium voor de stem van de burger groeit, is het belangrijk om uitwisseling tussen Nederlanders zelf te stimuleren. Vrije, publieke deliberatie is waar het democratisch proces begint, en hetgeen de basis vormt voor democratische besluitvorming. Door het platform voor zulke burgerparticipatie aan te bieden stimuleerde Waaromkiesjij.nl het publieke debat en betrok het burgers actief bij het democratische proces. Het bood burgers de mogelijkheid hun mening te geven, te toetsen en/of te verdedigen, en zo inzicht te krijgen in die van een ander.

### 2.1.3. Uitgangspunten

- **Laagdrempeligheid.** Veel kiezers ervaren het politieke proces als een ‘ver van hun bed show’, zelfs in verkiezingstijd. Om het publieke debat te stimuleren en mensen te betrekken bij het politieke proces is het essentieel om het zo makkelijk mogelijk te maken om hier aan deel te nemen. Die laagdrempeligheid kon Waaromkiesjij.nl bieden: in minder dan een minuut was een gebruiker gekoppeld aan een andere kiezer, met een andere politieke voorkeur. Juist ook door het feit dat gebruikers niet werd gevraagd een officieel account aan te maken, of persoonlijke gegevens achter te laten. En het aangaan van de discussie was hiermee niet langer verbonden aan een specifieke tijd en plek: discussiëren over verkiezingsthema’s kan altijd, op elk mobiel apparaat.
- **Anonimiteit.** Het waarborgen van de privacy van gebruikers ligt in het verlengde van de laagdrempeligheid van Waaromkiesjij.nl. Gebruikers hoeven immers alleen een (fictieve) naam in te voeren, en zich geen zorgen te maken over de vraag of er mee wordt gekeken met de discussie. De inhoud van de gesprekken wordt versleuteld verstuurd, is voor niemand inzichtelijk, en wordt een uur na de laatste chatactiviteit van de gebruiker automatisch verwijderd.
- **Intimiteit:** Internet en intimiteit lijken elkaars antithesis. Maar doordat Waaromkiesjij.nl gebruikers in een ‘intieme’ 1-op-1 omgeving de kans gaf om zonder publiek in discussie te gaan, leert de ervaring nu dat misdragingen een absolute uitzondering vormden, en zelfs politieke tegenpolen dikwijls concludeerden dat ze het prima met elkaar oneens konden zijn. Zulke uitwisseling vormt een positief contrast met het karakter van veel discussies op social media, waar het debat vaak giftige vormen aanneemt. Bij Waaromkiesjij.nl ontbreekt het publiek dat geschreeuw en het verkondigen van een provocerende mening beloont: in de 1-op-1 omgeving bereiken twee gesprekspartners alleen elkaar. Bovendien kan misbruik gerapporteerd worden en is met een klik op de muis een nieuwe partner gevonden. Bovenstaande inzichten komen voort uit de vele positieve testimonials van gebruikers die we hebben ontvangen, onze soortgelijke bevindingen bij het organiseren van ‘offline’ discussies met Waaromkiesjij? Live!, en het feit dat er in een maand tijd, en na tienduizenden discussies, slechts één gebruiker van het platform geweerd is doordat deze 3 keer gerapporteerd was door zijn/haar gesprekspartners (middels een IP-ban).

### 2.1.4. Personele inzet

Naast het feit dat de bestuursleden zich tijdelijk full-time hebben ingezet voor het kunnen opzetten van waaromkiesjij.nl, is ook in zeer belangrijke mate gebruik gemaakt van de goodwill die het project creëerde. Mensen met specifieke expertise (bijvoorbeeld een designer, filmmaker, social media-adviseur, privacy-expert en een media- en communicatiespecialist) hebben zich kosteloos ingezet om de Stichting te helpen haar eerste project tot een succes te maken. Dit was onontbeerlijk voor het positieve verloop van het platform.

### 2.1.5. Resultaten

Op basis van de gebruiksaantallen was het platform vanaf het eerste moment een succes. In een maand tijd zijn er ruim 35.000 online discussies gevoerd op [Waaromkiesjij.nl](http://Waaromkiesjij.nl), waarin in totaal meer dan 70.000 stellingen zijn besproken. Ook het politieke landschap was goed vertegenwoordigd, met 26 partijen die ‘deelnamen’ en een goede vertegenwoordiging aan gebruikers van alle grote partijen. Bovendien waren de vier partijen die het meest werden gekozen, eveneens de top vier partijen in de peilingen, wat duidt op een redelijke spreiding onder Nederlandse kiezers.

De vele testimonials schetsen daarnaast een zeer positief beeld van de gebruikerservaring. Een harmonieus gesprek tussen een PVVer en een GroenLinkser, een FvDer die iemand van D66 overtuigd van de noodzaak van een bindend referendum, een VVDer die de stem op DENK na een discussie van 10 minuten goed kon begrijpen; getuigenissen te over. Deze kregen wij binnen via sociale media (twitter, facebook) en via email.

Om deze verhalen een gezicht te geven werd *Waaromkiesjij? Live!* in het leven geroepen. Op live events in Amsterdam en Rotterdam nodigden we Nederlanders van verschillende leeftijden, etniciteiten, en politieke kleuren uit om met elkaar in discussie te gaan. In andere woorden: de offline versie van een online platform. Dit is allemaal professioneel gefilmd, en een week voor de verkiezingen in samenwerking met de NRC in een dagelijkse publicatie online uitgebracht.

Daarnaast is er veel media-aandacht gegenereerd, met artikelen bij onder andere Het Parool, het AD, de Trouw, de NOS, en RTL Nieuws, radio-optredens bij Radio 2, BNR en Radiodoc, en tv-optredens bij AT5, RTL Koffietijd en EenVandaag.

## 3. Toekomstplannen

### 3.1. WKJ ‘franchise’

Het [Waaromkiesjij.nl](http://Waaromkiesjij.nl) platform was initieel bedacht als eenmalig project. Het succes heeft echter doen aantonen dat een dergelijke methode werkt, gebruikers er positief tegenover staan, en daarom gebruikt kan worden onder soortgelijke omstandigheden. Kort na de Tweede Kamerverkiezingen kwam de onvermijdelijke ‘hoe nu verder’-vraag: waar, en in wat voor vorm, zou de ‘Vox Pop methode’ nu het beste kunnen worden toegepast? Aanstaaende verkiezingen in Frankrijk, het Verenigd Koninkrijk, Noorwegen en Duitsland lonkten, en met feedback in het achterhoofd kon snel worden nagedacht over hoe *Waaromkiesjij 2.0* eruit moest zien.

Voor de verkiezingen in Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk was er niet genoeg tijd, en voor de Noorse verkiezingen waren we niet in staat een geschikte partner te vinden. Een van de hoofdingrediënten voor het succes van WKJ was kennis van het politieke landschap en actualiteit. Om deze reden is het vinden van een geschikte partner voor een WKJ *franchise* van groot belang.

### **3.1.1 DiskutierMitMir (DMM) in Duitsland**

Deze geschikte partner vonden wij in Duitsland in de persoon van Louis Klamroth, die samen met zijn vrienden, Niklas Rakowski en Moritz Hohenfeld, de taak op zich wilde nemen een platform gebaseerd op WKJ op te zetten voor onze oosterburen, in aanloop naar de Duitse verkiezingen op 24 september. Louis heeft zijn eigen wekelijks politieke talkshow, *Klamroth's Konter*, en heeft mede daarom goede wortels in medialand en de Duitse politiek. DMM moest een verbeterde versie van WKJ worden, zowel op het gebied van design als functionaliteit, zonder af te doen aan de laagdrempeligheid en eenvoud van het originele concept. De eerste belangrijke aanpassing in de functionaliteit was de mogelijkheid tot het kiezen voor een segment van het politieke spectrum (links, centrum links, centrum, centrum rechts, etc) die gelijk stond aan een groep politieke partijen. Zo kan je toch de discussie aangaan zonder exact te weten welke partij jouw voorkeur heeft. Daarnaast kan je bij DMM tijdens de chat kiezen over welk thema je gaat praten, in plaats van puur willekeurige stellingen voorgeschoteld te krijgen (zoals het geval was bij WKJ).

Voor DMM liggen er samenwerkingen met onder andere de Bundeszentrale für Politische Bildung (Bpb) en die Zeit in het verschiet. Hopelijk zal mede hierdoor DMM het succes van WKJ overtreffen.

Ongeacht de resultaten van DMM hebben onze Duitse partners aangegeven geïnteresseerd te zijn in eventuele verdere samenwerking. Dit kan betekenen dat de Stichting een internationale wordt met meer slagkracht. Bovendien zou dit de eventuele uitrol van het onderwijsconcept (zie hieronder) in Duitsland vergemakkelijken.

### **3.1.2 Verdere uitrol discussieplatform**

Inmiddels heeft Stichting Vox Pop het intellectueel eigendom van de onderliggende technische chat- en match-making-architectuur van het WKJ (en DMM) platform in het bezit. Dit, samen met een nog te bepalen standaard design, kan aan derden worden aangeboden als een semi-compleet pakket. Met de Stichting als adviseur op de achtergrond kunnen partijen zodoende hun eigen franchise van het Vox Pop opstarten. Op deze manier kunnen de achterliggende gedachten en kerndoelen van Vox Pop op een effectieve manier worden verspreid, zonder dat de Stichting zelf veel tijd en kapitaal hoeft te investeren.

## **3.2 'Vox Pop methode in het onderwijs'**

Naast het opzetten van een discussieplatform in aanloop naar specifieke verkiezingen, drong de vraag zich op hoe het concept breder kon worden ingezet om discussie onder Nederlanders in een educatieve omgeving te stimuleren. Hoe bereid je jongeren voor op het kritisch participeren in een democratische samenleving? Hoe zorg je ervoor dat scholieren worden blootgesteld aan de diversiteit van ideeën, meningen en achtergronden in de maatschappij? Het zijn twee leidende vragen van het burgerschapsonderwijs, dat scholen in het primair,



speciaal en voortgezet onderwijs wettelijk verplicht zijn te integreren hun curricula. Een belangrijke pijler van dit onderwijs is het nastreven van een (politiek) betrokken samenleving waarin een geïnformeerd debat wordt gevoerd, gestoeld op educatie in meningsvorming, argumentatie en discussie. De huidige invulling hiervan laat te wensen over, blijkt uit het rapport van de Inspectie van Onderwijs van december 2016 ('Burgerschap op School'). De kwaliteit verschilt sterk per school, en blijkt ook lastig te meten. De uitdagingen waarvoor het burgerschapsonderwijs staat vragen om een innovatieve benadering. Daarom streeft Stichting Vox Pop ernaar om digitale technologieën in te zetten voor het kwalitatief verbeteren van het burgerschapsonderwijs in Nederland.

VOXPOP.edu is een aangepaste variant van het originele platform, dat leerlingen in het contact met elkaar de mogelijkheid biedt op laagdrempelige manier te discussiëren en zo uitdaagt hun eigen mening te verkennen, formuleren en onderbouwen. Daarnaast geeft het platform een uniek inzicht in het gebruik door deelnemers, hetgeen tot meetbare resultaten leidt die van grote waarde zijn voor de lerar(ess)en, onderwijsinstellingen, maar bovenal voor de continue ondersteuning van de voortgang van de leerlingen zelf.

Momenteel streeft Stichting Vox Pop ernaar een digitaal platform te ontwikkelen voor het burgerschapsonderwijs dat kan worden geëvalueerd in een pilot-traject onder geselecteerde onderwijsinstellingen. De uiteindelijke vorm die het platform krijgt zal het product zijn van deze testfase en aangepast kunnen worden aan de concrete behoeften van de gebruikers.

Inmiddels zijn al meerdere partners geënthousiasmeerd die zouden willen bijdragen aan de pilot. Denk aan ProDemos (van de Stemwijzer), IZI Solutions (van de Jongerenkieswijzer) en Irion Technologies, een taaltechnologie bedrijf uit Delft die met zelflerende algoritmes de transcripten van gesprekken kunnen analyseren. Deze analyses zijn waardevol voor universiteiten en onderzoeksinstituten, alsmede voor beleidsmakers bij het ministerie van OCW. Enkele onderzoekers van de Universiteit Leiden hebben al aangegeven graag met de data te willen werken. Ook hier zal de Stichting Vox Pop, na een succesvolle pilot, voornamelijk een adviserende functie bekleden. De concrete invulling en uitvoering van de projecten zouden idealiter worden uitbesteed aan leiders binnen het (digitale) burgerschapsonderwijs.

## **4. Financiën**

### **4.1 Inkomsten en startkapitaal**

Hoewel het idee voor het opzetten van WKJ en Stichting Vox Pop eind 2016 ontstond, leek het er in eerste instantie op dat we niet voldoende financiële middelen bij elkaar konden brengen om het ook daadwerkelijk te realiseren. Een navraag bij een reeks ontwikkelaars leerde dat het WKJ project voor wat betreft techniek en tijdsdruk complex zou zijn, en daarom flink in de kosten zou lopen. In die wetenschap zijn we in eerste instantie op zoek gegaan naar subsidies en/of partners. Voor subsidies bleek het al snel te laat, aangezien de aanvraagtijd (ook bij navraag) van veel mogelijke subsidieverstrekkingen simpelweg te lang was om het project tijdig te kunnen

financieren. Ook lukte het niet om op een dergelijke korte termijn een partner te vinden die bereid was om dit initiatief gezamenlijk op te zetten en (een deel van) de kosten voor de ontwikkeling op zich te nemen, ondanks het feit dat we veel partijen hebben benaderd voor een eventuele samenwerking. Een filantropische investeerder in ons netwerk bracht uiteindelijk verlossing. Overtuigd van de noodzaak om mensen van verschillende politieke kleuren in gesprek te laten gaan, heeft deze investeerder een startkapitaal verstrekt van 10.000 euro om het platform op te richten. De lening heeft geen specifieke looptijd en mag terugbetaald worden wanneer Stichting Vox Pop hier de middelen voor heeft. Dit stelde ons in staat om snel te handelen, en aan de slag te gaan met de bouw van het platform.

## 4.2 Uitgaven

In Tabel 1 zijn alle uitgaven van Stichting Vox Pop in het eerste halfjaar van 2017 uiteengezet. De grootste kostenpost was, zoals verwacht, de ontwikkeling van de website [www.waaromkiesjij.nl](http://www.waaromkiesjij.nl), waar met 5425,84 euro meer dan de helft van het beschikbare budget naartoe ging. Het grootste deel hiervan ging naar Studioweb voor het bouwen van de website zelf. Het creëren van e-mailaccounts en hostingkosten kwamen hier nog bij. Daarnaast is een (relatief klein) bedrag overgemaakt naar Flinc Create, welke het websitedesign heeft geproduceerd maar tegen een gereduceerd tarief werkte op basis van goodwill.

De gemaakte marketingkosten voor WKJ bedroegen 1205,70 euro. Een aanzienlijk deel hiervan werd aangewend om Facebookadvertenties te komen, om met name moeilijk te bereiken (politiek geëngageerde) groepen te bewegen gebruik te maken van het platform. Alleen met voldoende diversiteit kon het platform immers een succes worden. Daarnaast vallen hier de kosten onder van de camerahuur die nodig was voor het opnemen van het [promotiefilmpje](#). Dit filmpje werd gedraaid en bewerkt door twee professionele filmmakers die dit bereid waren kosteloos te doen. Andere marketingkosten gingen naar fysieke reclame-uitingen, zoals een banner, flyers en stickers.

De kantoor-gerelateerde kosten bedroegen 794,48 euro. Dit bedroeg onder andere fysieke kantoor-artikelen, maar ook relevante abonnementen (SurveyMonkey en Gmail). Daarnaast vallen hier ook kosten onder voor de huur van kantoorruimte vanaf mei 2017. De eerste maanden kregen wij kosteloos kantoorruimte aangeboden door Freedomlab in Amsterdam, uit sympathie voor het initiatief. Sinds mei wordt er voor enkele dagen per week tegen betaling één werkplek gereserveerd bij het bedrijf Hammerfest, tevens in Amsterdam. Desalniettemin wordt en werd een aanzienlijk deel van het werk voor de Stichting verricht vanuit huis, omdat alle betrokkenen andere primaire professionele verplichtingen hebben.

Kosten voor representatie bedroegen 496 euro in het eerste halfjaar van 2017. Dit bedroeg de organisatie van een bedank-borrel voor alle mensen die (grotendeels vrijwillig) hadden bijgedragen aan de totstandkoming van WKJ, en de aanschaf van WKJ t-shirts voor degenen die zich buitengewoon en zonder betaling hadden ingespannen. De inzet van vele vrijwilligers was onontbeerlijk voor het succes van WKJ, eens te meer omdat dit ons in staat stelde om met relatief lage kosten in korte tijd een innovatief platform op te zetten.

De stichtingskosten betroffen de oprichting van Stichting Vox Pop zelf, en de inschrijving bij de Kamer van Koophandel, welke bij elkaar 352,50 euro bedroegen.

Diverse kosten, tot slot, bedroegen 61,45 euro, en betroffen uitgaven aan reis- en parkeerkosten, en gemaakte kosten voor het betalingsverkeer.

Tabel 1, Overzicht uitgaven Stichting Vox Pop 1/2017 t/m 6/2017

Categorie	Ontvanger	Specificatie	Datum afschrift	Kosten	Cumulatief
Kantoor (artikelen)	Bruna & Hema (via R. Treurniet)	Terugbetaling voorschot kantoorartikelen aan R.W. Treurniet	1/24/17	42.98	
	SurveyMonkey	Tijdelijk abonnement SurveyMonkey	2/9/17	35	
	Gmail (via R. Treurniet)	Terugbetaling voorschot tijdelijk abonnement Gmail	3/6/17	32	
	SurveyMonkey	Tijdelijk abonnement SurveyMonkey	3/6/17	35	
	SurveyMonkey	Tijdelijk abonnement SurveyMonkey	4/3/17	35	
	SurveyMonkey	Tijdelijk abonnement SurveyMonkey	5/4/17	35	
	SurveyMonkey	Tijdelijk abonnement SurveyMonkey	6/1/17	35	
	Hammerfest BV	Huurkosten kantoorruimte	5/11/17	181.5	
	Hammerfest BV	Huurkosten kantoorruimte	6/13/17	181.5	
	Hammerfest BV	Huurkosten kantoorruimte	7/6/17	181.5	
Website (ontwikkeling)	Hostnet (via R. Treurniet)	Aanschaf domeinnamen www.waaromkiesjij.nl & www.vox-pop.org	1/24/17	22.99	
	Studioweb	factuurnummer F2017-0102, debiteurnummer 11519	1/24/17	90.75	
	Studioweb	factuurnummer F2017-0078	1/24/17	24.2	
	Flixc Create	website design	2/7/17	302.5	
	Studioweb	Oplevering website, factuurnummer F2017-0290	3/6/17	4961	
	Studioweb	Factuurnummer F2017-0247	3/6/17	24.4	
Stichtingskosten	Kamer van Koophandel	inschrijvingskosten	1/24/17	50	
	Notaris Rang	oprichtingskosten	1/24/17	302.5	352.5
Marketing	Voordelegestickers.nl	WKU Stickers	1/24/17	70.99	
	Vistapring	printen van flyers	2/3/17	51.97	
	Budget Cameraverhuur	Huur camera eerste draaidag voor promotiefilmpje	2/6/17	234.74	
	Budget Cameraverhuur	Huur camera voor tweede draaidag promotiefilmpje	2/7/17	117.37	
	PLV*RDG Reclame Amsterdam	WKU Banner	2/9/17	78.05	
	Facebook (via S. Houben)	Reclame	3/6/17	23	
	Facebook (via R. Treurniet)	Reclame (1220740161371946-2335115 en 1220740144705281-2335114)	3/6/17	200.45	
	Stichting het Nieuwe Instituut	Drankkosten deelnemers WKU Live Event Rotterdam	3/13/17	55	
	Facebook (via R. Treurniet)	Reclame (FBADS-264-100210370)	3/16/17	173.44	
	Facebook (via R. Treurniet)	Reclame (FBADS-264-100216145)	3/17/17	54.31	
Facebook (via R. Treurniet)	Reclame (FBADS-264-100216144)	3/17/17	145.75		
Divers	Gem. Amsterdam	Parkeerkosten op draaidag	2/6/17	6	
	NS (via R. De Vogel)	Reiskosten R.M. de Vogel naar WKU Live event Rotterdam	3/6/17	16.2	
	Gem. Rotterdam	Parkeerkosten tijdens WKU Live event Rotterdam	3/6/17	12	
	Gem. Rotterdam (via R. Treurniet)	Parkeerkosten tijdens WKU Live event Rotterdam)	3/16/17	15.5	
ING	Kosten Zakelijk Betalingsverkeer	4/26/17	11.75		
Representatie	Screenstudio van 't Hull	Bedrukking WKU T-shirts als bedankje voor helpers	3/16/17	225.97	
	H&M (via R.W. Treurniet)	15 witte shirts voor WKU bedrukking	3/16/17	119.85	
	Albert Heijn (via P. Caubo)	Inkopen afslijtingsborrel WKU	4/3/17	150.18	
<b>Totaal</b>				<b>8335.34</b>	

### 4.3 Balans, toelichting

De verrekening van inkomsten en uitgaven levert de balans op zoals te zien in Tabel 2, met een huidig saldo van 1664,66 euro in kas. Een positieve lezing hiervan is dat we met de Stichting in staat zijn gebleken om ons eerste grote project (ruim) binnen het beoogde budget te hebben kunnen realiseren. Er is zeer verantwoordelijk omgegaan met het geld, er is, op enkele minimale onkostenvergoedingen na, geen vergoeding betaald aan de directe betrokkenen (alleen aan 3<sup>e</sup> partijen), en er is in overgrote mate gebruik gemaakt van de goodwill die het project creëerde om de kosten te drukken.

Tegelijkertijd is het beschikbare geld goeddeels uitgegeven, en is de Stichting momenteel (zeer) beperkt in haar financiële slagkracht. Om de ambities voor de toekomst waar te maken zal er nieuwe financiering moeten worden gerealiseerd. Enkele mogelijkheden hiervoor worden hieronder verkend. Desondanks heeft de Stichting momenteel zeer lage structurele kosten, die zich beperken tot huurkosten en enkele operationele kosten (onderhoud website, betalingsrekening, etc.). Er is daarom geen enkel acuut budgettair gevaar, des te meer omdat de betrokkenen zich kosteloos inspannen voor de Stichting. Om het werk van de Stichting naar een hoger plan te tillen, echter, zal nieuwe fondsenwerving noodzakelijk zijn.

Tabel 2

<b>Balans stichting Vox Pop 1/2017 tot en met 6/2017 (euro)</b>	
Inkomsten	10000
Uitgaven	8335.34
Saldo (lopende rekening)	1664,66

### 4.4 Toekomstige fondsenwerving

De mogelijkheden voor toekomstige fondsenwerving laten zich in drie categorieën vatten, te weten fondsenwerving uit eigen inkomstengenerering, uit subsidies, en/of vanuit (filantropische) investeringen.

#### 4.4.1 Eigen inkomstenwerving

Een logische ambitie van iedere onderneming is in staat te zijn eigen inkomen te genereren, en daarmee niet afhankelijk te zijn van externe financiering. Dit geldt ook voor Stichting Vox Pop, en ondanks dat de Stichting pas net bestaat, heeft Vox Pop al twee noemenswaardige concepten ontwikkeld die zich lenen om als product te kunnen worden verkocht.

De meest gevorderde van deze, zoals in het beleidsplan aangegeven, is het concept van [www.waaromkiesjij.nl](http://www.waaromkiesjij.nl), waarvan de onderliggende technische chat- en match-making-architectuur intellectueel eigendom is van Stichting Vox Pop. Het concept heeft zijn succes in Nederland bewezen, en de interesse vanuit andere landen geeft aan dat het ook daar kan worden gezien als relevante tool om kiezers in aanloop naar verkiezingen met elkaar in gesprek te laten

gaan. Met de Duitse variant, [DiskutierMitMir.de](http://DiskutierMitMir.de), hopen we het concept nog geloofwaardiger te maken. Als het in Nederland en Duitsland goed werkt, waarom dan niet in Italië, Polen of Nieuw-Zeeland? Bij het opzetten van de Duitse versie is Stichting Vox Pop nauw betrokken, in de vorm van het geven van advies, operationele ondersteuning, en het functioneren als een soort 'middle-man' tussen onze Duitse partners en Studioweb, de Nederlandse ontwikkelaars. We hebben laten vastleggen dat het een co-productie betreft, waarbij Stichting Vox Pop mede-eigenaar is van de Duitse versie (en mogelijke vertakkingen hiervan) en aanspraak maakt op een deel van de inkomsten mochten die in een later stadium gegenereerd worden. Omdat de Duitse case vooral tot doel heeft om het WKJ-concept te verbeteren en de geloofwaardigheid hiervan te consolideren is besloten om geen aparte vergoeding te rekenen voor het Duitse gebruik van de oorspronkelijke software, eens te meer omdat met Duitse financiering het onderliggende platform is aangepast en verbeterd. Stichting Vox Pop heeft dus zonder extra geld uit te geven in een co-productie een Duitse variant van het oorspronkelijke discussie-platform ontwikkeld.

In de toekomst, echter, willen wij in andere Europese landen partners benaderen die een eigen spin-off van het discussie-platform willen opzetten in hun eigen land. Op deze manier kunnen wij als Stichting een vergoeding vragen voor het gebruik van ons concept en een deel van onze kosten (tijd/geld) door kunnen berekenen aan eventuele afnemers. Op die manier zou er geld terugvloeien dat dan kan worden ingezet om nieuwe projecten van de Stichting te financieren.

Daarnaast zijn we met Voxpop edu bezig met het ontwikkelen van een nieuw discussie-platform, gericht op gebruik in het onderwijs in plaats van in aanloop naar de verkiezingen. Ook al bevindt dit project zich nog geheel in de conceptuele fase, is het met de serieuze interesse die er bestaat bij (mogelijke) partner-organisaties om dit project gezamenlijk op te zetten realistisch dat een pilot-versie van het geheel daadwerkelijk ontwikkeld kan worden. De ambitie bestaat dan ook om dit project ook gefinancierd te krijgen, ofwel via partners ofwel via subsidies. De implementatie van het project zou in grote mate moeten worden uitbesteed, maar ter vergoeding van het vele (conceptuele) werk dat in het initiatief zit zou financiering moeten worden aangetrokken.

#### **4.4.2 Subsidies aanvragen**

Het aanvragen van subsidies is een andere route om financiering aan te trekken voor toekomstige projecten. Zowel een mogelijke verdere (internationale) uitrol van WKJ, als het opzetten van een educatief discussie-platform zouden mogelijk aanspraak kunnen maken op financiering vanuit subsidies. Ten aanzien van het eerste project is het echter eerst belangrijk om de uitkomsten van het Duitse DiskutierMitMir platform af te wachten, alvorens we de meer concrete mogelijkheden voor uitbreiding in het buitenland onderzoeken en vormgeven met een mogelijke subsidieaanvraag. Ten aanzien van het educatieve platform geldt ook dat we ons momenteel in een zeer vroeg stadium bevinden. Het idee is bedacht naar aanleiding van WKJ en vervolgens uitgewerkt en aan mogelijke partners voorgelegd. Na initiële positieve reacties verkeren we nu in de fase om, na de zomerperiode, uit te werken hoe een mogelijke samenwerking en nieuw educatief platform er in de praktijk uit kan komen te zien. Op basis hiervan kunnen we dan ook mogelijk een subsidieaanvraag opstellen.

#### **4.4.3 Filantropische investeerders**

Wat voor het aantrekken van subsidies geldt, geldt ook voor filantropische geldschieters. De oprichting van de Stichting geschiedde oorspronkelijk door het hebben kunnen aantrekken van een dergelijke filantropische investering, en het is goed mogelijk dat bepaalde bronnen aangeboord zouden kunnen worden om een nieuw project te kunnen financieren. Maar zoals boven aangegeven hangt de geloofwaardigheid van de nieuwe projecten die in de pijplijn zitten af van de uitwerking hiervan de komende tijd.

#### **4.5 ANBI Status**

Het verkrijgen van een zogenaamde Algemeen-Nut-Beogende-Instelling (ANBI) status zou alvast een stap in de goede richting zijn t.a.v. het kunnen aantrekken van financiële steun. Een dergelijke status zou de Stichting (en mogelijke financiers) namelijk vrijwaren van bepaalde belastingen, waardoor het fiscaal aantrekkelijker wordt om de Stichting te ondersteunen. Om een ANBI status te krijgen moet aan een aantal voorwaarden worden voldaan, waaronder de publicatie van financiële verslaglegging en een beleidsplan. Deze zijn in de vorm van dit rapport samen met de andere benodigde gegevens te vinden op [www.voxpop.org](http://www.voxpop.org), en zo snel mogelijk na publicatie hiervan zal de aanvraag voor de ANBI status worden ingediend.