



DE ADVIES WINKEL

Beleidsplan en begroting De
Advieswinkel

16-07-2022

Inhoudsopgave

VOORWOORD	3
ORGANISATIESTRUCTUUR	3
UITVOERING	3
LOCATIES	5
DOELGROEP	5
RESULTAAT	6
WERKWIJZE, BELANG EN RELEVANTIE VOOR DE GEMEENTE	6
GROEI VAN DE ADVIESWINKEL	8
BEGROTING	9

DOELSTELLING EN MISSIE

Stichting de Advieswinkel is een vrijwilligersorganisatie die sinds haar oprichting in 2014 de stap naar psychische hulpverlening wil verlagen en het praten over psychische klachten wil normaliseren. Dit doen we door gratis, anoniem en vrijblijvend gesprekken aan te bieden met vergevorderde psychologiestudenten (vrijwilligers). Iedereen kan bij ons terecht voor een gesprek, waarbij we speciale aandacht verlenen aan minderheden. De getrainde psychologiestudenten verhelderen samen met de bezoeker het probleem en komen gezamenlijk tot een praktische oplossing waarna zij de haalbaarheid ervan toetsen. Daarnaast kan men bij onze vrijwilligers terecht voor meer informatie over psychische klachten en informatie over het zorgaanbod in de buurt (sociale kaart).

ORGANISATIESTRUCTUUR

De Advieswinkel bestaat uit drie organisatieonderdelen (het bestuur, de Commissie van Advies (CvA) en de Raad van Toezicht (RvT)) en daarnaast uit trainers, supervisors en een groep psycholoog-vrijwilligers. Het bestuur bestaat dit jaar uit vijf vergevorderde psychologiestudenten (voorzitter, penningmeester, secretaris, commissaris externe betrekkingen en commissaris PR). De CvA bestaat uit de oprichters en oud-bestuursleden van de Advieswinkel en heeft een ondersteunende en adviserende rol voor het bestuur dat jaarlijks rouleert. De Raad van Toezicht (RvT) verbindt de stichting met universiteiten en de praktijk van de geestelijke gezondheidszorg. Zij ziet toe op het functioneren van het bestuur, heeft inzage in de financiële uitgaven van het bestuur en zet haar eigen netwerk in. De Advieswinkel heeft een ANBI-status waarbij iedereen zijn/haar diensten onbezoldigd verleent.

UITVOERING

Bij een gesprek zijn twee psycholoog-vrijwilligers aanwezig, waarbij één de rol van primaire gespreksvoerder aanneemt en de ander voegt vanuit een observator rol aan waar nodig. Voor de gesprekken wordt een vaste structuur aangehouden, het zogenoemde vijf-fasen model. Dit verzorgt een helder en logisch verloop van het gesprek. Een belangrijk onderdeel binnen deze structuur is de doelstelling van het gesprek. Zo kan in het gesprek door de bezoeker en de vrijwilliger samen een realistisch doel worden toegekend om zo naar een concreet resultaat toe te werken binnen het gesprek. Doelen kunnen ver uiteenlopen en worden afgestemd op wat een bezoeker nodig heeft. Voorbeelden van doelen zijn: het kwijt kunnen van een verhaal, informatie krijgen over klachten, informatie over de psychische gezondheidszorg of een praktisch doel bedenken aan de hand van de klachten. Een voorbeeld van een praktisch doel bij een persoon met eenzaamheidsklachten is samen op zoek te gaan naar manieren om zijn/haar sociale netwerk uit te breiden. Een bezoeker kan tot maximaal vijf vervolgspraken inplannen. Hiermee wordt ingespeeld op de zelfredzaamheid van de bezoeker en wordt een structuur lijkend aan een psychologische behandeling vermeden.

De Advieswinkel biedt gesprekken aan op locatie. In verband met het coronavirus werden er het afgelopen jaar ook online gesprekken aangeboden. Deze mogelijkheid zal blijven bestaan. Daarnaast bieden wij wandelgesprekken en chatgesprekken aan. De wandelgesprekken vinden plaats in een willekeurig park in Amsterdam (niet te druk en niet te rustig) en hebben

dezelfde indeling als een normaal (vijf-fasen model) gesprek bij De Advieswinkel. De chatfunctie op onze website biedt een alternatief voor het voeren van een 'face-to-face' gesprek. We streven ernaar om deze gesprekken kort te houden en de bezoeker te vragen om een online, wandel of fysiek gesprek in te plannen.

Maandelijks vindt er een supervisie of een intervisie plaats. De supervisies worden om de maand gegeven door GZ-psychologen met ruime ervaring in de geestelijke gezondheidszorg. Tijdens de supervisie worden de gesprekken met bezoekers uitvoerig besproken en bij vragen wordt de nodige begeleiding en ondersteuning gegeven. Dit geeft de vrijwilligers de kans om zoveel mogelijk van de gesprekken te leren en zich verder te ontwikkelen.

Momenteel werken er 13 psycholoog-vrijwilligers bij de Advieswinkel die getraind zijn in het voeren van gesprekken. Onze vrijwilligers schrijven zich per maand voor twee diensten en één achterwacht dienst in (waarbij de vrijwilliger ingezet kan worden in het geval dat de oorspronkelijk ingeplande vrijwilliger verhinderd is) en wonen elke maand een intervisie of supervisie bij. Daarnaast wordt drie keer per jaar een thema-avond georganiseerd voor onze vrijwilligers, waarin verschillende relevante onderwerpen worden besproken omtrent de GGZ. Zo wordt hun psychologische kennis vergroot en op peil gehouden. Onlangs hebben de psycholoog-vrijwilligers een thema-avond bijgewoond waarbij een GGZ-ervaringsdeskundige van ExpEx (jongerenorganisatie van Team ED) vertelde over zijn ervaringen met trauma. Hierbij hebben de vrijwilligers de mogelijkheid gekregen om vragen te stellen en kregen zij tips om rekening mee te houden tijdens het voeren van gesprekken met bezoekers.

Daarnaast heeft de Advieswinkel drie trainers, die de training voor de vrijwilligers verzorgen, waarbij de theorie van gespreksvaardigheid wordt besproken en wordt geoefend aan de hand van rollenspellen. Tijdens een training leren vrijwilligers bijvoorbeeld hoe ze de hulpvraag van de bezoeker kunnen achterhalen en hoe zij hier goed op in kunnen spelen. Een ander voorbeeld is een training waarbij psycholoog-vrijwilligers informatie krijgen over de sociale kaart. Zij leren hoe zij samen met de bezoeker kunnen kijken naar instellingen die psychologische hulp bieden. Door middel van de supervisie, intervisie, thema-avonden en trainingen wordt gewaarborgd dat de vrijwilligers in staat zijn namens de Advieswinkel gesprekken te voeren van goede kwaliteit.

LOCATIES

De Advieswinkel is momenteel gevestigd in CREA, het bruisende cultureel centrum voor Amsterdamse studenten. Dit bevindt zich te midden van de campus Roeterseiland van de Universiteit van Amsterdam. Door de centrale locatie en de goede bereikbaarheid met het openbaar vervoer is deze plek voor alle Amsterdammers toegankelijk. Wij zijn op het moment op zoek naar extra locaties waar wij gesprekken kunnen voeren. Met het uitbreiden van onze locatie hopen wij de stap voor een bezoeker om bij ons te komen, nog kleiner te maken. Daarnaast blijven we online- en wandelgesprekken aanbieden.

DOELGROEP

Iedereen die behoefte heeft aan een gesprek is welkom bij De Advieswinkel, maar wij richten ons met name op Amsterdammers met lichte psychische klachten denkend aan: gevoelens van eenzaamheid, zorgen over je studieschuld, zorgen over de toekomst, omgaan met stress, relatieproblemen, depressieve gedachten en problemen met plannen. Uit onderzoek is gebleken dat mensen gemiddeld 9 jaar met een psychische klacht rondlopen voordat zij naar een psycholoog of huisarts gaan¹. Dit komt onder andere door een taboe op psychische hulp, onderschatting van de klachten en lange wachtlijsten voor psychische hulp. Het niet tijdig aanpakken van psychische klachten leidt vaak tot een lagere kwaliteit van leven en een verlaagde arbeidsproductiviteit. Ook verergeren de klachten vaak in deze periode, waardoor uiteindelijk veel intensievere zorg nodig is. Door vroegtijdig in te grijpen op sluimerende mentale klachten door laagdrempelig gesprekken aan te bieden en zo nodig te adviseren over eventuele vervolgstappen die de bezoeker kan nemen kan toename van deze klachten worden voorkomen. Ook kan het mentaal welzijn zo worden verhoogd. De Advieswinkel richt zich op de kwetsbaren in de samenleving die (momenteel) minder zelfredzaam zijn. Belangrijk is hierbij om te vermelden dat het coronavirus een grote impact heeft gehad op het psychisch welbevinden van jongvolwassenen. Zo komt uit onderzoek van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) naar voren dat één op de vier mensen tussen de 18 en 25 de eerste helft van 2021 psychisch ongezond was. Dit is een stijging van 10 procentpunt ten opzichte van 2020. Het CBS stelt dat een persoon psychisch ongezond is wanneer deze zich somber voelt of veel stress ervaart. Volgens deze cijfers kampen jongvolwassenen vaker met zulke klachten dan andere leeftijdsgroepen. In lijn met deze gegevens constateert het Trimbos-instituut dat in 2021 de mentale gezondheid onder mensen tussen de 20 en 35 hard is achteruit gegaan sinds de pandemie². Niet alleen heeft het coronavirus impact gehad op Nederlandse jongeren, ook veel internationale studenten kampen met psychische klachten, bijvoorbeeld door vereenzaming.³ Het is van groot belang dat deze studenten hierbij aansluitende hulp krijgen aangeboden. De Advieswinkel biedt daarom gesprekken aan in het Engels om de drempel te verlagen voor mensen die de Nederlandse taal minder goed beheersen.

De Advieswinkel sluit daarmee aan op de preventieve prioriteiten van gebied Centrum-Oost. Amsterdammers maken kennis met De Advieswinkel via sociale media en andersoortige vormen van promotie, zoals posters en flyers. De nadruk ligt hierbij vooral op online promotie. Daarnaast ontvangen we veel bezoekers door mond-tot-mondreclame en via contact met huisartsen en studieadviseurs.

RESULTAAT

De Advieswinkel is in 2014 geopend en heeft inmiddels een stevige basis. Er zijn al verschillende generaties student-vrijwilligers getraind. Een netwerk van betrokken GZ-psychologen verzorgt supervisie avonden en een paar keer per jaar wordt een thema-avond

¹ M. Veerbeek, A. Knispel, J. Nuijen (2012). *GGZ in tabellen*. Utrecht: Trimbos Instituut.

² <https://nos.nl/artikel/2396262-cbs-kwart-jongvolwassenen-heeft-psychische-problemen>

³ <https://www.ad.nl/binnenland/onderzoek-psychische-nood-onder-internationale-studenten-momenteel-torenhoog~a46a4348/?referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>

georganiseerd om onze vrijwilligers verder te scholen in relevante gebieden. Afgelopen jaren heeft het bestuur hard gewerkt aan het werven van bezoekers, resulterend in een groeiend aantal bezoekers. We hebben het afgelopen jaar 43 bezoekers mogen ontvangen. Dit is helaas minder dan ons doel van 70 bezoekers. Wij zijn van mening dat vooral de coronapandemie met bijhorende maatregelen, de oorzaak is van het niet halen van ons doel van 70 bezoekers. Ondanks dat we met onlinegesprekken en wandelgesprekken zijn begonnen, werd er minder gebruik gemaakt van ons aanbod dan verwacht. Wel waren alle bezoekers erg tevreden over ons aanbod en zijn er meerdere vervolgesprekken gepland. Ook zijn de vrijwilligers erg tevreden met wat ze hebben geleerd het afgelopen jaar.

Het bereik op sociale media is vergroot. Sinds november 2020 zijn we begonnen met het delen van tips en kennis over persoonlijke ontwikkeling en het omgaan met alledaagse problemen. We zijn vooral actief op Instagram. In een korte periode van anderhalf jaar zijn wij van 170 volgers naar bijna 900 volgers gegaan. Onze Facebookpagina telt inmiddels 1155 volgers. Het doel van onze social media kanalen is om de volgers enerzijds meer informatie te geven over praktische zaken van De Advieswinkel en anderzijds een stukje psycho-educatie. Deze psycho-educatie kan gericht zijn op bepaalde klachten of handige tips om met alledaagse zorgen om te gaan.

Het afgelopen jaar is er hard gewerkt aan contact en samenwerking met andere organisaties en instellingen. Zo is er contact met Frisse gedachtes, een soortgelijke organisatie als De Advieswinkel om in de toekomst gezamenlijk een run of webinar te organiseren. Wij hebben een samenwerking met Team ED om over en weer bezoekers naar elkaar door te verwijzen. Hetzelfde geldt voor ExpEx, de jongerenorganisatie van Team ED. Recent hebben we een thema-avond georganiseerd. We zijn van plan om in de toekomst vaker thema avonden met ExpEx te organiseren. Daarnaast hebben wij contact met de studieadviseurs van de Universiteit van Amsterdam. Wij hebben flyers verspreid en posters opgehangen op de universiteit en er wordt op canvas, het interne platform van de UvA regelmatig een oproep geplaatst voor werving van nieuwe vrijwilligers/en of bestuur. Hetzelfde geldt voor de Vrije Universiteit, Universiteit van Leiden en de Universiteit van Utrecht. Wij zijn in gesprek met de Hogeschool van Amsterdam om mogelijk samen te werken door vrijwilligers van ons te combineren met toegepaste psychologen om in een inloophokje op de HvA met studenten te praten wanneer ze daar behoefte aan hebben. Onze huisarts (lid van de Raad van Toezicht) verwijst door naar De Advieswinkel. We verwachten dat dit een groei van het aantal bezoekers zal opleveren. Ook is er een plan voor een samenwerking met Podcasts. Tot slot hebben wij contact met het ROC Amsterdam, Student Experience (voor werving van internationale studenten), Roeivereniging Nereus, Intreeweek van Amsterdam en zijn wij genomineerd voor de 'Making A Difference Award' van de Public Leadership foundation. De MAD-award is een prijs dat wordt gegeven aan een groot of klein initiatief, die het verschil maakt.

WERKWIJZE, BELANG EN RELEVANTIE VOOR DE GEMEENTE

De Advieswinkel beoogt bij te dragen aan het bevorderen van de sociale basis van Amsterdammers door middel van het verhogen van de psychische volksgezondheid passend bij het gestelde doel: “verkleinen van gezondheidsverschillen, ook psychosociale, en stimuleren van positieve gezondheid”. Wat betreft de samenredzaamheid en de zelfredzaamheid draagt De Advieswinkel aan meerdere activiteiten bij. Voor

samenredzaamheid spelen wij in op “preventie en vroege signalering”. Wat betreft de activiteiten rondom zelfredzaamheid, ontplooiing en gelijke kansen voor volwassenen draagt De Advieswinkel bij aan de activiteiten gericht op “het bieden van (informele) praktische hulp en steun” voornamelijk maar niet uitsluitend op het thema “vergroten van de weerbaarheid”. In de gebiedsagenda van stadsgebied Centrum-Oost staat preventieve zorg hoog op de agenda.

De Advieswinkel sluit perfect op deze doelen aan. Doordat onze diensten gratis, anoniem en vrijblijvend zijn, verlagen we de drempel om hulp te zoeken en om over de klachten te praten. De gevoerde gesprekken zullen voor velen net het nodige steuntje in rug kunnen zijn en overige hulp overbodig maken. Ook kan het klachten opsporen die gespecialiseerde zorg behoeven en mensen tijdig aansporen om hulp te zoeken voor hun psychische klachten. Zo kan verergering van de klachten worden voorkomen. Wij werken nauw samen met eerstelijns professionals en instellingen om de lijnen hiermee kort te houden. Onze psycholoog-vrijwilligers kennen de sociale kaart van Amsterdam en kunnen (als de bezoeker daar behoefte aan heeft) adviseren waar de bezoeker terecht kan voor meer specialistische zorg. De Advieswinkel draagt daarmee bij aan vroege opsporing en bespreking van psychische klachten en desgewenst een soepele doorgeleiding naar psychische zorgmogelijkheden. Daarmee kan de Advieswinkel op een preventieve manier bijdragen aan het verlagen van de kosten van de gezondheidszorg. Dit past bij de prioriteiten van stadsgebied Centrum-Oost en sluit aan op de gewenste preventieve activiteiten betreffende de samenredzaamheid van Amsterdammers.

Daarnaast sluit ons project aan bij bevordering van de zelfredzaamheid door het stimuleren van een positieve psychosociale gezondheid door praktische hulp en steun te bieden. Zo wordt ook de weerbaarheid vergroot. Voorbeelden van klachten die worden besproken zijn faalangst, relatieproblemen en klachten die gerelateerd zijn aan stress. Wij helpen mensen bij het versterken van hun eigen vermogen om problemen op te lossen waardoor zij meer controle ervaren over de situatie of klachten. Tijdens een gesprek ligt de verantwoordelijkheid en regie dan ook bij de bezoeker, deze bepaalt zelf wat hij/zij wil bespreken. Vervolgens wordt er samen met de bezoeker gezocht naar een praktisch doel voor het gesprek. Mogelijke doelstellingen zijn het verschaffen van informatie over het zorgaanbod in de buurt, simpelweg een luisterend oor bieden of samen met de bezoeker zoeken naar (praktische) manieren waarop hij/zij het probleem zelf of met een ander kan aanpakken of oplossen. Uiteindelijk leidt dit tot een afname van zorgconsumptie, meer regie bij de bezoeker, en een verhoogde zelfredzaamheid.

De Advieswinkel draagt aan deze doelen bij naast al bestaande organisaties, omdat ons concept, dat bij de Advieswinkel de mogelijkheid wordt geboden om gratis en anoniem een gesprek te voeren op locatie met vergevorderde psychologie studenten drempelverlagend werkt. Daarnaast draagt de Advieswinkel bij aan het bevorderen van de praktische vorming van gevorderde universitaire psychologiestudenten. Onder psychologiestudenten is er behoefte aan meer mogelijkheden om praktijkervaring op te doen en de Advieswinkel biedt deze mogelijkheid. Na een strenge selectie krijgen student-vrijwilligers een training, worden ze ingewerkt en gaan ze in tweetallen aan de slag. Ze ontwikkelen zich verder tijdens regelmatige intervisie-, supervisie- en thema-avonden. De vrijwilligers geven aan tevreden te zijn met de begeleiding die hun wordt geboden.

GROEI VAN DE ADVIESWINKEL

Het afgelopen jaar heeft het bestuur er alles aan gedaan om De Advieswinkel te laten groeien. Op dit moment ontvangen we gemiddeld zo'n 40 bezoekers per jaar. Na elk gesprek vullen bezoekers een tevredenheidsformulier in. Tot nu toe krijgen we positieve reacties en worden gesprekken als fijn en helpend ervaren. Graag willen we nog meer bezoekers werven en hen de juiste hulp bieden. Voor het waarmaken van deze groei zijn we in contact met buurtinitiatieven en huisartsen. Een eerste doel voor het komende jaar is om de wachttijden bij de POH-GGZ op te vangen door een samenwerking aan te gaan. Voorbeeld: een cliënt met panieklachten meldt zich bij een POH-GGZ. Hij of zij zal 2 à 3 gesprekken hieraan wijden. Ondertussen kan deze cliënt naar ons worden doorgestuurd zodat hij/zij de kleine stappen/adviezen met onze begeleiding alvast kan gaan zetten. De cliënt kan dan vervolgens zelf een terugkoppeling geven aan de POH-GGZ en zij maakt de inschatting of opschalen (verwijzen naar een psycholoog) nodig zal zijn.

Daarnaast willen wij dit jaar extra gaan inzetten op de promotie. We willen meer investeren in onze sociale mediakanalen. Dit gaan we doen door specifieke groepen te 'targeten' op Instagram, LinkedIn, Facebook en zoekmachines zoals Google met als doel het werven van nieuwe bezoekers. We zijn bezig de website Engelstalig te maken zodat Engels sprekende studenten en expats makkelijker bij ons een afspraak kunnen inplannen. Dit jaar zal ook worden ingezet op het werven van tweetalige psycholoog-vrijwilligers. De reden hiervan is dat een aanzienlijk deel van de bezoekers Engelssprekend is (50%). Studeren in het buitenland brengt uitdagingen met zich mee die lokale studenten niet of minder ervaren. Voorbeelden hiervan zijn: de taalbarrière, culturele verschillen, financiële uitdagingen en problemen met huisvesting. Bovenstaande kan leiden tot gevoelens van eenzaamheid, sociale isolatie en stress bij internationale studenten.⁴ Het is noodzaak dat de nieuwe lichte psycholoog-vrijwilligers comfortabel is in het voeren van Engelstalige gesprekken en kennis heeft over eventuele culturele achtergronden van bezoekers. Bij de werving zal worden gekeken naar diversiteit van het team, zodat deze aansluit bij de doelgroep. Daarnaast willen we video's maken waarin we uitleggen wie wij zijn en wat we precies doen. De komende tijd zal ook gekeken worden naar het werven bekende en minder bekende gezichten die als ambassadeur iets zouden kunnen betekenen voor De Advieswinkel.

Tot slot zijn we bezig om contact te leggen met verschillende podcasts en zijn wij bezig met een sponsorloop om geld in te zamelen voor De Advieswinkel. Met het uitvoeren deze doelen hopen we bij een groter publiek bekend te worden. Om deze reden zullen we het komende jaar meer uitgaven gaan maken betreft promotie. Wij zijn uniek in wat wij doen ten opzichte van andere organisaties die gratis psychische hulp bieden. Dit is vooral omdat wij fysieke gesprekken voeren, geschoolde psycholoog-vrijwilligers hebben die ver zijn in hun psychiëtriestudie en deze vrijwilligers ook trainingen, intervisies en supervisies bijwonen.

⁴ <https://www.trimbos.nl/docs/dd0425d9-4aaa-4d42-a486-60bbe6ec7228.pdf>

BEGROTING

Verwachte inkomsten juni 2022 – juni 2023

<i>Inkomstenpost</i>	<i>Bedrag</i>
1. Subsidie	€ 4100
2. Donaties	€ 1000
3. Overig	€ 0
Totaal	€ 5100

Toelichting

1. Subsidie

De Advieswinkel heeft sinds haar oprichting ieder jaar subsidie ontvangen van de gemeente Amsterdam. Met de subsidieaanvraag voor 2022-2023 wil De Advieswinkel de verwachte kosten (bestaande uit kantoorposten, promotiekosten en coördinatiekosten) dekken.

2. Donaties

Het afgelopen jaar heeft De Advieswinkel € 1000 opgehaald met een sponsorloop. Volgend jaar streven wij ernaar om een soortgelijk bedrag binnen te halen.

Verwachte uitgaven juni 2022 – juni 2023

<i>Kostenpost</i>	<i>Bedrag</i>
1. Kantoorkosten	€ 850
2. Promotie	€ 2000
3. Coördinatiekosten	€ 650
Totaal	€ 3500

Toelichting

1. Kantoorkosten

Kantoorkosten bestaan uit de kosten voor het houden van een zakelijke rekening, e-herkenning, kosten voor het beheer van de website en de boekingswebsite en kosten voor benodigdheden voor diensten (bijv. pen en papier, mappen, koffie en thee). Daarbij komen de kosten voor een zoom-account om veilig online gesprekken aan te kunnen bieden. Wat betreft locaties van vergaderingen en bijeenkomsten kunnen we tegen een vast bedrag per jaar ruimtes huren bij Crea. Het afgelopen jaar zijn de kantoorkosten iets hoger uitgekomen, omdat we een heel jaar Zoom Premium hebben gehad. Er is ook meer geld uitgegeven aan de website. Dit komt, omdat de prijzen van Youcanbookme en Yourhosting omhoog zijn gegaan. Het komende jaar verwachten we dat deze kosten gelijk zullen blijven. Het afgelopen jaar heeft De Advieswinkel € 757 uitgegeven aan kantoorkosten.

2. Promotie

Promotie is gericht op het vergroten van de naamsbekendheid van de Advieswinkel. Promotiekosten zijn onder andere het verspreiden van professioneel ontworpen materiaal via verschillende mediakanalen. Daarnaast vergroten we onze online aanwezigheid door via google, Facebook en Instagram te adverteren. Ook drukkosten van flyers, posters en visitekaartjes vallen onder deze post. We hebben dit jaar meer uitgegeven aan het bedrukken van promotiewerk. Vooral de stickers waren prijzig. We willen dit jaar meer geld uitgeven aan promotie. Wij gaan op de Entreeweek van de UvA staan en tasjes en flyers uitdelen. Daarnaast laten wij extra pennen maken en drinkflessen maken. Ook hebben wij een Instagram abonnement aangeschaft om beter te kunnen adverteren. Tot slot willen wij een bedrijf inschakelen die voor ons een promotiefilmpje kan maken. Wij vragen dit jaar daarom een extra bedrag om deze kosten te dekken. Door meer te investeren in de promotie hopen wij meer bezoekers te trekken. Het afgelopen jaar heeft De Advieswinkel € 834 uitgegeven aan promotiekosten.

3. Coördinatiekosten

Deze kosten bestaan onder andere uit de kosten voor verschillende bijeenkomsten en overleggen in het kader van de Advieswinkel (bijv. consumpties en reiskosten). Daarnaast vallen relatiegeschenken onder deze post. Te denken valt aan geschenken aan personen die een thema-avond hebben verzorgd, of aan vrijwilligers aan het einde van hun werkzame tijd bij de Advieswinkel. Het afgelopen half jaar heeft De Advieswinkel € 654 uitgegeven aan coördinatiekosten. Wij verwachten dat deze kostenpost gelijk zal blijven.

Eerder ontvangen subsidies

Bij het opzetten van de Advieswinkel had de stichting nog geen vermogen, en zijn de kosten door de oprichters voorgesloten. Als eerst hebben wij een subsidie ontvangen van de Fonds Psychiatrische Gezondheid. Vervolgens heeft de stichting een beroep gedaan op enkele partijen voor subsidies. Vier jaar geleden hebben wij een subsidie ontvangen van gemeente stadsdeel Oost en een jaar later, ook vorig jaar, twee keer een subsidie van Stadsdeel Centrum. Ook hebben wij drie jaar geleden een eenmalige subsidie ontvangen van de Rabobank. Vorig jaar hebben wij dankzij een sportieve sponsoractie geld ontvangen. We hebben laten zien met relatief weinig financiële middelen rond te komen. Alle werkzaamheden zijn bij De Advieswinkel onbezoldigd, waardoor de kosten laag zijn. Om de

financiële continuïteit voor komende jaren te kunnen waarborgen, is het echter van belang dat het vermogen van de stichting weer wordt vergroot. Daarom is subsidie vanuit Stadsdeel Centrum van groot belang.