



Project Aware!

Jaarverslag 2005

Voorwoord

Voor u ligt het jaarverslag 2005 van Stichting Project Aware. Met dit tweede verslag hopen we u een compleet beeld te kunnen geven van een organisatie die nu twee jaar oud is en zonder financiële middelen een grote naamsbekendheid heeft opgebouwd.

In 2004 hebben we vooral acties uitgeprobeerd en datgene gedaan waar we goed in waren zoals het schrijven van muziek en hiermee optreden, produceren van radio- en tv-spots, het bouwen van een eenvoudige website, een feest organiseren, enz. In 2005 zijn we doorgegaan met die acties die succesvol bleken te zijn en hebben Atreya en ik een team van enthousiaste vrijwilligers betrokken bij de missie van Project Aware. Omdat niemand een inkomen geniet bleek de hoeveelheid tijd die men in de organisatie kon steken schaars. Het was dan ook een hele uitdaging om alle ideeën te realiseren aan de hand van de *kosten-nul-methode*. Dit betekent dat de kosten van de organisatie gedragen worden door partners die dit initiatief ondersteunen door hun kennis, diensten of producten aan te bieden. Veel bedrijven en vrijwillige vakmensen hebben al kosteloos of in ruil voor naamsvermelding hun medewerking verleend. Tot onze verbazing bleek het niet met geld werken in een wereld die om geld draait geen nadeel, maar een voordeel. Hierdoor kregen we de sympathie van menig supporter en sponsor. Talloze bedrijven steunden Project Aware juist omdat er geen geld in omgaat. Daarnaast bleek Project Aware een mooi alternatief voor iedereen die 'donatiemoe' was of op niet-financiële manier zijn of haar steentje wilden bij dragen.

Project Aware bleek een platform voor mensen die vrijheid belangrijk vinden. De tijd was rijp voor een extra dimensie binnen de goede doelen sector; een toegevoegde waarde en een nieuwe werkwijze bleken de oplossing. De unieke formule van Project Aware mocht er zijn. Het project sloeg aan en we konden de enorme groei en hoeveelheid vragen amper aan. De teller, die het aantal supporters van Project Aware meet, steeg van minder dan 5.000 naar ruim 20.000 supporters. We hebben Project Aware op de kaart gezet. Het waren drukke tijden maar we kijken terug op een succesvol jaar.

Van harte wensen wij u veel leesplezier toe en wij hopen dat ons enthousiasme daardoor ook op u als lezer overslaat.

Jeroen Aalders
Managing Director
Project Aware

Inhoud

Voorwoord.....	2
Deel I: Profiel informatie	
1.1 Hoe het begon.....	4
1.2 Dit is Project Aware!.....	5
1.3 Thema uitgelicht: Werken bij Project Aware!.....	6
Deel II: Directieverslag	
2.1 Interview met dhr. Aalders.....	7
2.2 Verslag per onderdeel.....	10
2.3 Toekomstbeeld.....	15
Deel III: Verslag in Cijfers	
3.1 Resultaat meting.....	16
3.2 Personeel.....	17
3.3 Balans.....	18
3.4 Staat van inkomsten en uitgaven.....	19
3.5 Meerjarenoverzicht.....	20
3.6 Toelichtingen.....	21
Bedrijfsgegevens.....	22



Deel I

Profiel Informatie

1.1 Hoe het begon

Project Aware! is een initiatief van de Spaanse zangeres Atreya en haar Nederlandse partner Jeroen Aalders. Het begon een paar jaar geleden in Nepal en Noord India. Deze jonge Europeanen ontmoetten daar verschillende Tibetaanse vluchtelingen die al sinds de Chinese invasie in 1959 aan de 'verkeerde' kant van de Himalaya in ballingschap leven. Ze kwamen in aanraking met de spirituele Tibetaanse cultuur en troffen een warmte aan die in Europa onbekend is. Maar de vluchtelingen vertelden ook over de ellende in hun thuisland Tibet, waar schending van de mensenrechten aan de orde van de dag is.

Bijna vijftig jaar na de invasie is er in de situatie van de Tibetanen nog niets verbeterd. De schaduwzijde van Tibet, de onderdrukking van het Tibetaanse volk, mensenrechtenschendingen van de ergste soort en de totale vernietiging van de unieke Tibetaanse cultuur, wordt door de internationale gemeenschap niet erkend.

Deze ervaringen hadden op Atreya en Jeroen zo'n diepe indruk gemaakt, dat zij voor het eerst Aware! (bewust) werden. Eenmaal terug in Nederland waren zij nog altijd ondersteboven van de ervaringen van hun reis en voelden ze zich al evenzeer betrokken met de zaak Tibet. Helaas bleek de meerderheid van de mensen in Europa, net zoals zijzelf voordat ze deze reis maakten, niet bekend te zijn met de ontberingen van het Tibetaanse volk. Bovendien ontdekten ze dat de media-aandacht over dit onderwerp zeer te wensen over liet. Zij vonden het daarom van groot belang meer mensen te inspireren, zodat er ook bij hen een knopje van Awareness om zou gaan. Een jaar na hun aankomst in Amsterdam startten zij Project Aware!

1.2 Dit is Project Aware!

Project Aware! is van mening dat mensenrechtenschendingen niet van deze tijd zijn en probeert op een moderne en toegankelijke manier de mensheid ervan te doordringen dat iedereen recht heeft op vrijheid. Pas als de mensheid hiervan overtuigd is kunnen zaken als onderdrukking en marteling worden aangepakt en kan er met meer begrip en respect geleefd worden.

Helaas wordt er wereldwijd nog op grote schaal gemarteld. Het merendeel van de westerse bevolking is zich hier totaal niet van bewust, omdat er onvoldoende aandacht voor is. Project Aware! zet de mens aan het denken op een natuurlijke en ongedwongen manier. Er wordt geprobeerd een bewustwordingsproces op gang te brengen. Pas wanneer genoeg mensen inzien dat deze gruwelijkheden echt niet meer kunnen, kan de mensheid gezamenlijk verantwoordelijkheid nemen en de wereld daadwerkelijk verbeteren.

Project Aware! vraagt niet om geld maar om aandacht, awareness en support via een e-mail donatie. Via een teller op de website www.projectaware.nl wordt geregistreerd hoeveel mensen er al Aware! zijn. Sinds de oprichters zelf Aware! zijn geworden hebben zij al meer dan 20.000 van deze 'digitale handtekeningen' verzameld. Er zijn natuurlijk nooit genoeg e-mail donaties, maar het 'opgehaalde' aantal geeft wel een indicatie hoe groot de spreidingswijdte van de organisatie is. En dat aantal kan weer als motivatiemiddel dienen om een einde aan marteling te kunnen maken.

In haar missie om de wereld bewust te maken van mensenrechtenschendingen is Project Aware een samenwerking aangegaan met verschillende sponsors. Project Aware! werft geen fondsen en draait zo veel mogelijk op de *kosten-nul-methode*. Sponsors zijn dan ook erg belangrijk voor Project Aware! Sponsoring bij Project Aware! gaat over producten of diensten en niet over geld. Project Aware! benadert bedrijven die iets kunnen betekenen voor de organisatie of Project Aware! wordt benaderd door potentiële sponsors of vakmensen die iets willen doen voor Aware!

Alle werkzaamheden worden door vrijwilligers en de initiatiefnemers (tevens vrijwilliger) naast hun betaalde baan gedaan. Ook zijn er inmiddels twee stagiaires bij Project Aware gestart. Jeroen vormt samen met Atreya de directie van de stichting en verzorgde tevens de communicatie met de media en sponsors. Atreya nam de HRM voor haar rekening en hield zich net als Jeroen bezig met opstarten van een aantal projecten.

Vrijwilligers zijn onmisbaar voor Project Aware. Op dit moment werken er dertien vrijwilligers en twee stagiaires. Zij ondersteunen Jeroen en Atreya bij hun missie door bijvoorbeeld de webwinkel te verzorgen en zich bezig te houden met een aantal projecten. Naarmate de stichting groeit, wordt het schema van deze mensen steeds voller. Er zullen dus in de toekomst meer vrijwilligers nodig zijn om de missie voort te zetten.

1.3 Thema uitgelicht: Werken bij Project Aware!

Bedrijfscultuur

Project Aware! is een jonge, innovatieve en flexibele organisatie die continu in beweging is. De communicatie binnen het bedrijf verloopt open, eerlijk en informeel en de lijnen zijn kort. Nieuwe ideeën, initiatieven en creativiteit worden gestimuleerd.

Kernwoorden die passen bij werknemers van Project Aware! zijn: enthousiast, prettig in de omgang, betrouwbaar, creatief, open en professioneel. Van de vrijwilligers en stagiaires wordt verwacht dat ze zelfstandig en verantwoordelijk zijn, maar daarvoor krijgen ze wel een grote mate van vrijheid terug.

Vrijwilligers

Vrijwilligers zijn erg belangrijk voor Project Aware!, aangezien zonder hen de stichting niet zou kunnen bestaan. Vrijwilligers zijn vaak mensen die meer willen doen voor Project Aware! dan alleen hun e-mailadres doneren. Ze zijn afkomstig uit diverse beroepsgroepen en brengen daardoor ook een grote verscheidenheid van vakkennis met zich mee. Zij hebben zowel coördinerende, organiserende als uitvoerende taken.

Door de ongedwongen aard van hun werkzaamheden zijn vrijwilligers erg gemotiveerd en gedreven en kunnen ze veel betekenen voor de groei en professionalisering van Project Aware!

Stagiaires

Naast vrijwilligers zijn ook stagiaires van groot belang binnen de organisatie. Dit omdat zij een vast aantal uren op kantoor aanwezig kunnen zijn en veel tijd in Aware! kunnen steken. Ook hier is er sprake van verschillende opleidingen en dus veel nieuwe input voor Project Aware!

Voor de stagiaires is Project Aware! een geweldige leermogelijkheid. Naast de fijne sfeer binnen het team is er sprake van veel verantwoordelijkheid en afwisselende werkzaamheden. Een goede stap op weg naar een toekomstige carrière dus.

Werving

De werving van personeel voor Project Aware! vindt voornamelijk plaats door middel van een mailing naar alle supporters. In deze mail, die gemiddeld twee keer per jaar wordt gestuurd, wordt de supporters gevraagd of ze meer willen doen dan hun e-mailadres doneren.

Daarnaast wordt er gebruik gemaakt van verschillende vacaturesites en stagiaires worden ook geworven door middel van een directe oproep aan scholen. Na de werving vindt er een selectieprocedure plaats om ervoor te zorgen dat alle neuzen de zelfde kant op staan.



Deel II

Directieverslag

2.1 Interview met dhr. Aalders

Om meer inzicht te geven in het functioneren van Stichting Project Aware en haar besluitvorming volgt nu verslag in de vorm van een fictief interview met dhr. Aalders.

Ik zie veel nulletjes in het financiële jaarverslag. Hoe komt dat?

Bij Project Aware! werken we met de *kosten-nul-methode*. Dit houdt in dat we proberen zoveel mogelijk gesponsord te worden. En dan niet financieel, maar in natura en arbeid. Kantoorruimte, computers, reclamemateriaal, alles krijgen we gesponsord. Dit houdt in dat we nauwelijks kosten en uitgaven overhouden. Daar staat tegenover dat er ook maar weinig geld binnenkomt. We vragen niet om donaties en de marge op de merchandise en evenementen is nihil. Hierdoor leggen we het accent op het doel en schuift de factor 'geld' naar de achtergrond.

De initiatiefnemers zijn Aware! geworden in Tibet. Waarom richt Project Aware! zich daar niet op?

Project Aware! legt een accent op de situatie in Tibet, maar wil ook meehelpen een einde te maken aan mensenrechtenschending in andere landen. Dit omdat we ons ervan bewust zijn dat er behalve Tibet nog talloze andere gebieden zijn waar vrijheid van meningsuiting niet als normaal beschouwd wordt en waar onschuldige mensen zonder een eerlijk proces worden opgesloten en gemarteld. Project Aware! probeert daarom meer aandacht te krijgen voor de wereldwijde schending van de mensenrechten. Marteling doet overal evenveel pijn en moet afgelopen zijn!

Project Aware! werkt op basis van sponsoring door het bedrijfsleven. Maar is hier wel animo voor?

De betrokkenheid van het bedrijfsleven is van groot belang. Zonder betrokkenheid van het bedrijfsleven zou Project Aware! niet kunnen bestaan. Het concept van Project Aware! is vernieuwend. Het is gebleken dat vanuit deze unieke werkwijze juist steeds meer bedrijven geïnteresseerd zijn om Project Aware! te sponsoren. De tendens die te zien is, is dat het bedrijfsleven massaal geïnteresseerd is in het Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO).

Steeds meer bedrijven realiseren zich dat ondernemen niet alleen een kwestie is van geld, maar ook van waarden. Waarden zoals een gezonde en uitdagende werkomgeving, zorg voor het milieu en, internationaal gezien, mensen- en arbeidsrechten. Daarnaast zijn bedrijven geïnteresseerd in MVO omdat de markt erom vraagt. Dat wordt bevestigd door Europees onderzoek, waaruit blijkt dat 80% van de Nederlandse consumenten het belangrijk vindt dat bedrijven getuigen van hun maatschappelijke verantwoordelijkheid. Vervolgens is er bij veel werknemers de behoefte om iets terug te doen voor de lokale

samenleving waar ze naast hun drukke werkzaamheden nauwelijks meer aan toe komen. Deze tendens is erg belangrijk voor Project Aware! aangezien wij hier ons voordeel mee kunnen doen.

Het Nederlandse publiek is het afgelopen jaar negatiever gaan denken over de 'goede doelen' sector. ¹ Wat betekent dit voor Project Aware?

Doordat Project Aware! een vernieuwend concept heeft en een andere aanpak heeft dan andere goeden doelen opent dit deuren voor Project Aware! bij het grote publiek. Ook hierbij is het van belang dat Project Aware! haar transparantie hoog in het vaandel houdt. Transparantie blijkt namelijk de factor die het meest van invloed is op het vertrouwen.

Een volgende factor die een belangrijke rol speelt in het publieksvertrouwen is de professionaliteit van een organisatie. Het oordeel over een aantal specifieke aspecten van professionaliteit van goede doelen is overwegend negatief. Omdat Project Aware! nog niet de organisatie is zoals ze zou willen zijn, zou dit wel eens een valkuil kunnen zijn. Daar moeten we dus goed op letten. Ook hierbij is dus weer van belang dat Project Aware! spoedig nieuwe werknemers werft voor de voortzetting en uitbreiding van haar activiteiten.

Project Aware is het afgelopen jaar sterk gegroeid. Wat waren voor u de belangrijkste ontwikkelingen?

Ten eerste is er natuurlijk de teller; die is gestegen van 5.000 naar ruim 20.000. Een geweldige stijging dus. Deze stijging werd vooral veroorzaakt door het herhaaldelijk uitzenden van de tv en radio spots, maar ook door de aankondiging van de To Be Aware! Party.

Daarnaast hebben we veel personeel geworven. In 2004 hadden we één vrijwilligster, maar eind 2005 hadden we er maar liefst dertien en ook twee stagiaires. Dit heeft geleid tot meer nieuwe initiatieven en een verbetering van de professionaliteit. Veel van deze vrijwilligers doen namelijk bij Project Aware! het werk waar ze in hun betaalde baan ook actief in zijn en brengen dus vakkennis met zich mee.

U heeft het over de professionalisering van Project Aware! maar wat heeft u hier zoal voor gedaan?

Samen met trainers hebben we in april een aantal jaardoelen opgesteld. Naar aanleiding van deze jaardoelen heeft het team aan het begin van iedere maand in speciale bijeenkomsten, maanddoelen opgesteld. Tijdens deze bijeenkomsten werden ook de maanddoelen van de vorige maand geëvalueerd. Zo heeft Project Aware! een goed beeld van waar ze staat en waar ze naar toe wil. De neuzen stonden allemaal dezelfde kant op en de effectiviteit werd vergroot. Het team is sterker geworden door deze trainingen en alle leden hadden de missie en het doel duidelijk voor ogen. Hoewel niet alle doelen gehaald zijn heeft deze methode wel degelijk veel betekent voor de groei van Project Aware! naar een volwassen stichting. Er is nu een richting bepaald en een hecht team ontstaan waarmee mijns inziens we helemaal klaar zijn voor het nieuwe jaar.

¹ . Bron: Publieksvertrouwen in de goede doelen sector. CBF, dec 2005, [Liones Publishing Services](#)

De kernactiviteit van Project Aware! is dus eigenlijk communicatie en voorlichting. Wat houdt dit in voor uw marketingbeleid?

De benadering van potentiële supporters verloopt voor Project Aware! grotendeels via de media. In 2005 hebben we een actief mediabeleid gevoerd. Er werden advertenties geplaatst in kranten en tijdschriften en radio- en televisiespotjes uitgezonden. In navolging van het succes van 2004 hebben we ook dit jaar een radio en televisie campagne gelanceerd.

Project Aware! werkt met alleen maar vrijwilligers en stagiaires. Welke consequenties heeft dat?

Project Aware! bestaat uit een team wat erg creatief is en wat beschikt over een flinke dosis doorzettingsvermogen. Er wordt hard gewerkt. Hier hebben we al veel profijt van gehad en we kunnen in de toekomst ook ons voordeel ermee doen. Toch is er een grote vraag naar meer vakkundig personeel binnen het team van Project Aware! Bij de aanname van dit vakpersoneel zullen de werknemers die nu werkzaam zijn voor Project Aware! zich kunnen richten op taken en werkzaamheden waar ze goed in zijn, wat nu niet altijd het geval is. Het is daarom van belang dat er een nieuwe selectieprocedure wordt opgestart. Wanneer dit niet gebeurt, zou dit de groei die Project Aware! voor ogen heeft belemmeren.

2.2 Verslag per onderdeel

Project Aware! heeft in 2005 een aantal nieuwe projecten ontwikkeld.

2.2.1 Nieuwe SBU's

Kids Aware!

Kids Aware! richt zich op de leeftijdscategorie tot tien jaar. Acties op lagere scholen vormen de beste manier om deze groep te bereiken. Hierbij gaat het om het creëren van 'awareness' wat betreft de schendingen van mensenrechten. Dit kan op allerlei manieren, van het geven van klassikale voorlichting tot het organiseren van projecten. Ook zal deze doelgroep via modern entertainment in de media worden aangesproken. Eind 2005 is er een team onder leiding van een KidsAware! projectleider gevormd. Zij zullen het komend jaar content voor een website, lespakket en scholenproject ontwerpen. Naar verwachting zal dan medio 2007 de Kids Aware! website gelanceerd worden en worden scholen bezocht.

Dare2Care

Dare 2 Care (D2C) richt zich op de leeftijdscategorie twaalf tot twintig. Acties op middelbare scholen vormen de beste manier om deze groep te bereiken en bewust te maken van mensenrechtenschendingen. Dit kan op allerlei manieren, van het geven van klassikale voorlichting tot het organiseren van projecten. In 2006 zal in navolging van het Kids Aware! team, het plan van aanpak van D2C er toe leiden dat er ook content voor de D2C website en lespakket komt en zal in 2007 een team de scholen bezoeken.

Aware Art!

Aware Art! is het kunstproject van Project Aware! dat staat voor de vrijheid van meningsuiting in de kunst. Verschillende kunstvormen zijn in de collectie ondergebracht: gedichten, schilderijen, tekeningen, beelden, digitale werken en foto's. Omdat Project Aware! het uitgangspunt de *kosten-nul-methode* heeft zal er ook bij Aware Art! geen geld in en uit gaan. Aware Art! vraagt dan ook aan kunstenaars om hun kunstwerken te doneren. Met deze werken zal de Aware Art! collectie gevormd worden, die te zien zal zijn op de Aware Art! subwebsite en tijdens verschillende exposities. Door middel van kunst wil Aware Art! een zo groot mogelijk publiek aan het denken zetten, mensen confronteren en wakker schudden. Zo wil Aware Art! een nog grotere doelgroep 'Aware' maken van de mensenrechtenschendingen in de wereld.

2.2.2 Promotionele acties

RTV Campagne

5 mei 2005 is de nieuwe rtv-spot gelanceerd. Om de eerdergenoemde RTV campagne te versterken, lanceerde Project Aware! op bevrijdingsdag een reeks nieuwe radio- en tv spots. De nieuwe charitatieve commercials richten zich op de e-maildonatie actie en lopen parallel met de bestaande meer informatieve spots. Ook dit keer steunt de landelijke Radio- en TV-media Project Aware! door uitzonderlijk veel zendtijd gratis aan te bieden. Ze koppelen graag hun naam aan een politiek neutrale organisatie, die staat voor datgene waar ieder individu voor staat: vrijheid!

Website

Project Aware groeit. En dus ook haar activiteiten. Al gauw bleek de html website niet meer toereikend. Eind 2005 is de vormgeving aangepakt waardoor de informatie toegankelijker werd. Medio 2006 wordt echter een geheel nieuwe website verwacht die niet allen mooier maar ook meer informatief is, overzichtelijker en vooral functioneler. Ook zal de website gebruik gaan maken van een CMS (content management system) waardoor vrijwilligers in staat zijn content toe te voegen en te wijzigen zonder tussenkomst van een webmaster.

PleinPromotie

Eind december is een start gemaakt met een project dat de werktitel, PleinPromotie, mag dragen. Op 10 december, de dag van de mensenrechten, is een try-out gehouden. Deze try-out is over het algemeen goed verlopen, er zijn 300 personen Aware! geworden door deze actie. Maar er moet nog wel her en der wat bijgeschaafd worden. Na deze try-out werd er druk gebrainstormd over komende pleinacties in andere steden. En er is gebleken dat er meer vrijwilligers nodig zijn om dit project goed te laten verlopen. Daarom is besloten een grote wervingsactie voor het aankomende jaar te houden om dit project tot een succes te maken.

2.2.3 Muziek, festivals en feest!

Muziek/Festivals

Omdat er voor velen geen vrijheid van meningsuiting bestaat, zijn wij hún stem in het westen. Muziek is een uitstekende manier om een boodschap over te brengen en over stem gesproken; Atreya is naast initiatiefnemer van Project Aware! ook singer-songwriter. Zij besloot na haar reis door Nepal speciaal een nummer voor de Tibetanen te schrijven. Dit werd de CD-single Aware! Tijdens haar optredens op verschillende festivals en evenementen, brengt Atreya naast haar andere (eigen) werk het nummer 'Aware!' live ten gehore. De Project Aware! radiospot wordt dan vaak voor of na haar optredens over de geluidsinstallatie gedraaid en Atreya richt zich vanaf het podium tot het publiek. Atreya is zo de stem van hún stilte geworden! Project Aware! is aanwezig met een stand, waar men naast informatie over Project Aware! ook promotionele Aware! artikelen kan verkrijgen. Vrijwilligers maken de bezoekers Aware! en verzamelen support tegen marteling en onderdrukking. Het is hier tevens mogelijk om direct een e-mailadres te doneren.

Feest: 'To be Aware'

To Be Aware! was oorspronkelijk bedoeld ter gelegenheid van het bereiken van de 10.000 supporters maar tijdens de voorbereidingen verdubbelde dit aantal. Van 19:00 uur tot maar liefst 06:00 uur stond het feest in het teken van vrijheid. Verschillende surprise acts waaronder een live concert van initiatiefnemer Atreya, een duet van Marchello, live percussie, acts van Indian Dancers en Agent Entertainment en een show van Denise Mulder maakten, samen met iedereen die voor vrijheid staat, dit feest uniek. De Nederlandse topdj's Roog, Ericke, Eric De Man, Marc van Dale, Ronald van Gelderen en Roy Rox zorgden voor de juiste beat totdat het weer licht werd. Niet alleen zijn er veel party people Aware! geworden, maar iedereen voelde zich ook vrij; de sfeer in het

uitgaansleven was die nacht ongekend goed. Na dit succesvolle feest zijn er redenen genoeg voor nog een dans feest voor vrijheid wat nog groter zal worden aangepakt. Project Aware! heeft bewezen dat er vraag is naar dit soort feesten en daarom willen zij er dan ook een jaarlijks terugkerend feest van maken. Zo wordt ook het uitgaanspubliek bereikt en worden ook feestvierders zich bewust van de mensenrechtenschendingen.

2.2.4 Ondersteuning

Best Year Yet

In 2005 wordt zowel het team van Project Aware!, als de verschillende teamleden privé, actief ondersteund door Best Year Yet. In het kader van de verdere professionalisering van Project Aware! is er voor het eerst een business plan opgesteld. Door ervaren trainers wordt het team in de maandelijkse follow-ups begeleid in haar effectiviteit. Iedere maand wordt teruggekeken naar de resultaten. Deze worden geëvalueerd en er worden doelen gesteld voor de volgende maand. Het heeft Project Aware! geleerd om tot inzicht te komen van een paar belangrijke zaken. Tijdens deze trainingen is naar voren gekomen hoe belangrijk goede communicatie is. Om hiervoor te zorgen werden de begrippen openheid en eerlijkheid nog eens onderstreept bij, maar ook door, alle personen die werkzaam zijn voor Aware! Daarnaast is het erg belangrijk voor het team om verwachtingen uit te spreken. Daardoor loopt de communicatie veel soepeler. Ook heeft het team geleerd taken en energie te verdelen.

Ambassadeurs

Project Aware! doet een beroep op iedereen die in vrijheid leeft om in plaats van geld, een e-mailadres te doneren als blijk van steun. Zo verzamelen zij support tegen wereldwijde marteling en onderdrukking. Een aantal bekende Nederlanders steunen Project Aware! en hebben zelf een e-mailadres gedoneerd. Omdat bijna elk goed doel al met bekende personen werkt en voor Project Aware juist iedereen en ieder e-mail donatie gelijk is, is er besloten om voorlopig niets met de meerwaarde als publiek persoon te doen.

2.2.5 Communicatie

Website

Zoals hierboven al genoemd staat, is de Project Aware! website een belangrijk communicatiemiddel van de stichting. De e-mail donaties gaan via de website. Ook kunnen geïnteresseerden snel en makkelijk geïnformeerd worden wat Project Aware! is en waar de stichting om vraagt. Daarnaast is de website een belangrijk kanaal voor werving van vrijwilligers.

E-mail

De belangrijkste communicatie loopt bij Project Aware! via e-mail. E-mail is snel, gratis, grenzeloos, makkelijk en van deze tijd. Daarom is bij het opzetten van het project ook gekozen voor een e-mail database, waarop mensen hun e-mail adres kunnen doneren. Hiermee laten ze zien dat ze Aware! zijn en dus hun stem laten gelden. Daarnaast kunnen mensen die geïnteresseerd zijn of vragen hebben, reageren via de e-mail. Iedere

dag worden de binnengekomen e-mails bekeken en - altijd - beantwoord. De mensen die hun e-mail adres gedoneerd hebben en dus ingeschreven staan als Aware! krijgen twee keer per jaar een mailtje gestuurd. Daarin staat belangrijke informatie. Ook dient het mailtje ter controle of de e-mail adressen nog allemaal werkzaam zijn, omdat Project Aware! wil dat de teller een eerlijk beeld geeft van het aantal donateurs worden de niet-werkende e-mailadressen verwijderd.

Informatieaanvragen

Stichting Project Aware! streeft ernaar om haar missie zo helder mogelijk en naar ieders tevredenheid over te brengen. Toch kan het vóórkomen dat niet alle antwoorden op vragen online terug te vinden zijn. In het kader van onze transparantie nodigen we iedereen dan ook van harte uit vragen te stellen. Vragen aan Project Aware! kunnen worden gesteld door gebruik te maken van het online vragenformulier. Eventueel kan men ook een brief sturen naar het op de website aangegeven adres. Project Aware! neemt alle vragen die worden gesteld serieus en streeft er dan ook naar om goede contacten te onderhouden met eenieder die de tijd en moeite neemt om onze missie te begrijpen en/of te ondersteunen.

Communicatie met sponsors

Project Aware! hecht veel waarde aan persoonlijk contact met sponsors. Hoe die communicatie verloopt, varieert per sponsor en is afhankelijk van de periode waarin werkzaamheden plaatsvinden, planningen en de relatie tussen Project Aware! en sponsor. Met de sponsor wordt een sponsorovereenkomst opgesteld waarin wordt opgenomen wat beide partijen voor elkaar kunnen betekenen.

2.2.6 Overig

Aware! boek

Doordat Project Aware! volledig draait op de vrije tijd van vrijwilligers, en dus ook van de initiatiefnemers, heeft Jeroen in 2005 niet de tijd gevonden om het Aware! boek te schrijven. Naast de nodige geografische en culturele informatie zit dit waargebeurde reisverslag vol emoties en 'toevalligheden'. Ook wordt de verborgen waarheid over Tibet en de ellende die de Tibetanen tot op de dag van vandaag moeten doorstaan onthuld. Omdat de personages voor hun vertrek geen enkele band hadden met Azië, Tibet of het Boeddhisme kan een ieder zich makkelijk met hen identificeren en is het juist daarom prachtig om te zien hoe deze twee individuen door die reis zijn veranderd. Wat gedurende de reis nog mysterieus leek, valt achteraf als een puzzel op zijn plek. Die ervaring leidde tot het oprichten van Project Aware! Als het meesterwerk af is kan eenieder de voetsporen van deze twee jonge Europeanen volgen en zelf alle ups en downs vanuit zijn of haar luie stoel beleven. Om zoveel mogelijk mensen te bereiken wordt het Aware! boek in eerste instantie in het Engels geschreven.

Webwinkel

In december 2005 is er naast de oude collectie een wintercollectie toegevoegd aan de webwinkel. Vanaf eind 2005 waren dus ook sweaters/longsleeves en kindershirts verkrijgbaar. De mobiele winkel is aanwezig geweest op enkele festivals en evenementen waar geïnteresseerden ook hun e-mail konden doneren en bij de verkopers terecht konden voor informatie.

2.3 Toekomstbeeld

Continuïteit

Met haar nieuwe concept spreekt Project Aware! veel mensen aan. Iedere dag worden er meer mensen Aware! En ook bedrijven raken steeds geïnteresseerder om meer te doen voor een vrije wereld. Het ziet er dus naar uit dat Project Aware! ook de komende jaren aan de weg kan blijven timmeren om haar doel na te streven.

Omdat Project Aware! een initiatiefrijke en flexibele stichting is kan het pad nog niet volledig uitgestippeld worden. Maar voor het komende jaar zijn er in elk geval de volgende plannen gemaakt:

Project planning

De nieuwe website wordt ergens eind 2006 online verwacht. De Engelstalige en Spaanse website zal net als de websites van Dare2Care, KidsAware! en Aware! Art, in de loop van 2007 gelanceerd worden.

Naast de radio- en televisiespotjes zal er de komende jaren ook voorzichtig geëxperimenteerd worden met reclame-uitingen in print media, outdoor en online.

In navolging op het succes van de release party en de To Be Aware! Party gaan er nog meer feesten georganiseerd worden voor minstens 500 bezoekers.

Professionalisering

Om ook in 2006 steeds professioneler te worden zal er meer (vakkundig) vrijwillig personeel geworven worden. Het is ook de bedoeling dat er zo snel mogelijk meer fulltimers op kantoor aanwezig zullen zijn.

Onderzoek en ontwikkeling

Er gaat een team samengesteld worden voor de PleinPromotie. Dit team zou moeten bestaan uit een aantal wervers en een coördinator. Het is de bedoeling dat dit promotieteam in de toekomst op een plein of evenement staat om support te werven.

In kader van de groei van Project Aware! zal er voorbereidend onderzoek gedaan worden naar eventuele internationalisering.

Financiële planning

De verwachte financiële resultaten zullen, net als de afgelopen twee jaar, nul zijn. Gebleken is dat de *kosten-nul-methode* succes heeft en daarom zet Project Aware! dit door. Wat inhoudt: nauwelijks inkomsten en alle sponsoring in natura.

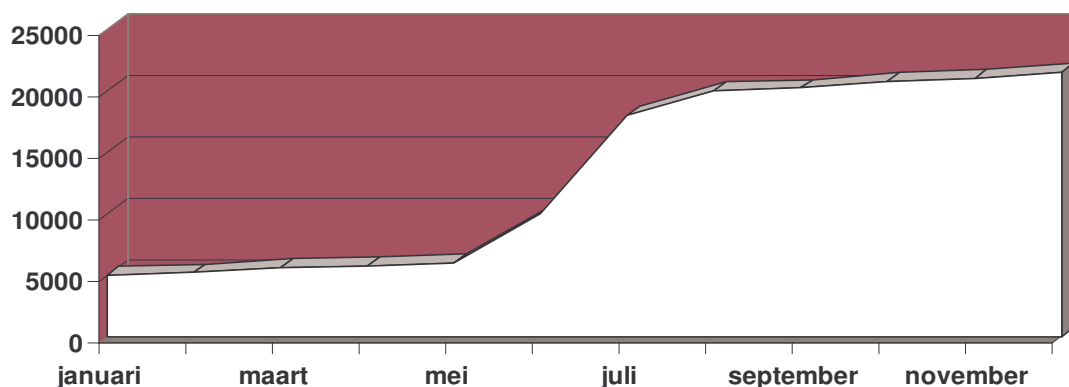


Deel III

Verslag in Cijfers

3.1 Resultaat meting

De teller op de website geeft de support door middel van het aantal gedoneerde e-mailadressen weer. Eind 2004 was het resultaat 5000 e-mailadressen. Hoewel de stijging in de eerste maanden van 2005 nihil was, was er vanaf mei een duidelijke stijging te zien, veroorzaakt door de gelanceerde radio en tv spot. Ter ere van de 10.000 e-mailadressen werd een groot feest georganiseerd, maar tijdens de voorbereidingen steeg de support met nog een 10.000. Het resultaat van 2005 is ruim 20.000.



3.2 Personeel

FTE's: 0

Part-time vrijwilligers december 2005: 13

Stagiaires december 2005: 2

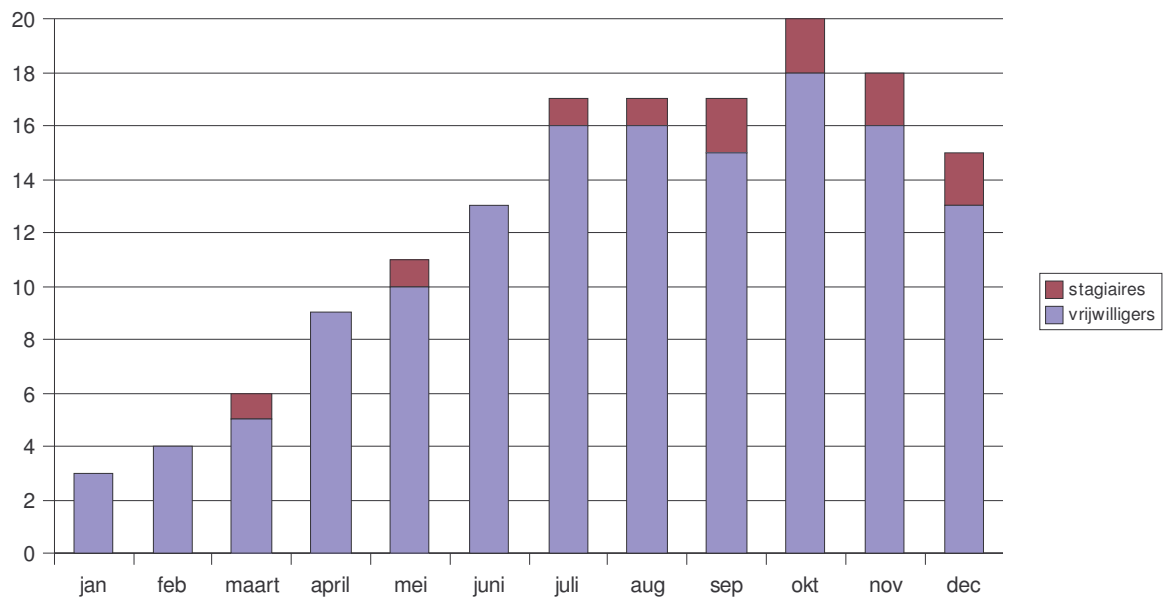
Instroom aantal vrijwilligers: 22

Uitstroom aantal vrijwilligers: 11

Verhouding man/vrouw: 20/80

Gemiddelde leeftijd: 25

Ziekteverzuim percentage: 1%



3.3 Balans

Als op 31 december 2005
Bedragen in euro's

ACTIVA		PASSIVA	
Liquide middelen	6.390	Vermogen	4.345
Inventaris meubilair	0	Overige schulden en plichten	7.683
Inventaris kantoorapparatuur	0		
Voorraad goederen	5.303		
Te ontvange btw	334		
Totale activa	12.027	Totale passiva	12.027

3.4 Staat van inkomsten en uitgaven

1 januari 2005 tot 31 december 2005
Bedragen in euro's

OPBRENGSTEN

Release party	4.817
Donaties	573
Verkopen winkel	2.753
Rente	9
Totale opbrengsten	8.152

UITGAVEN

Personeelkosten	0
Huisvestingskosten	0
Kantoormiddelen	0
Kosten promotie	
Website	0
Drukwerk	0
Aware uitingen	0
Media	0
Afschrijvingen	
Meubilair	0
Kantoor apparatuur	0
Onvermijdbare kosten	
Bank kosten	21
Verzendkosten	784
Kostprijs verkopen winkel	1.593
Kosten release party	1.936
Totale uitgaven	4.334

Toevoeging aan het vermogen 3.818

3.5 Meerjarenoverzicht

	2005	2004	Mutatie
Resultaat			
Teller	22,000	5,000	340%
Netto omzet	7,570	1,386	446%
Afschrijvingen	0	0	0
Cash flow	3,817	526	626%
Vermogen (in €)			
Vaste activa	0	0	0
Vlottende activa	12,027	4,393	174%
Kortlopende schulden	7,683	3,867	99%
Eigen vermogen	4,345	526	726%
Totaal vermogen	8,689	1,052	726%
Medewerkers			
Vrijwilligers	13	3	333%
Stagiaires	2	0	200%
Totaal	15	3	400%

3.6 Toelichtingen

Toelichting op het financieel verslag

- De Balans is de situatie per 31 December 2005. Kantoorinventaris en kantoormiddelen zijn opgenomen voor een waarde van 0, aangezien deze worden gesponsord.
- De Voorraad Goederen is de waarde van de goederen welke worden verkocht via de webwinkel. De goederen zijn gewaardeerd tegen inkoopprijs. De voorraad bestaat hoofdzakelijk uit shirts in diverse modellen en maten.
- Te ontvangen BTW vertegenwoordigt het bedrag aan BTW dat van de Belastingdienst te vorderen is.
- Het Vermogen van de stichting vertegenwoordigt het verschil van de bezittingen en de schulden en kan gezien worden als het vermogen of de buffer van de Stichting.
- Overige Schulden en Verplichtingen omvatten onder andere Crediteuren en de schuldverhouding met Jeroen Aalders, die de lopende uitgaven van dit jaar heeft voorgeschoten. Deze bedragen zijn hoofdzakelijk gebruikt voor het aanschaffen van de goederen voorraad van de webwinkel.
- Opbrengsten zijn voor de Webwinkel en de Release Party altijd contant. Rente-inkomsten hebben betrekking op de periode tot en met 31 December 2005. Hoewel Project Aware oproept om e-mail adressen te doneren, zijn er toch mensen die financieel willen bijdragen. Dit is verantwoord onder Donaties.
- Kosten worden waar mogelijk gesponsord. De bijdrage in natura van de diverse sponsors heeft ervoor gezorgd dat Project Aware de kosten-nul-methode zo veel mogelijk heeft kunnen waarmaken in de verslagperiode. Kostprijs verkopen winkel vertegenwoordigt de kostprijs van de verkochte goederen en die van de goederen die om promotionele redenen zijn weggegeven.
- De periode tot en met 31 december 2005 heeft tot een netto bijdrage geresulteerd van € 3.818,52. Deze bijdrage is toegevoegd aan het vermogen van de stichting teneinde de continuïteit vanuit een financieel oogpunt te verbeteren.

Bedrijfsgegevens

Stichting Project Aware

Management

dhr. J.J. Aalders
mevr. A. Pedrosa Peral

Postadres

Stichting Project Aware
Postbus 1725
1000 BS Amsterdam
Nederland

Bezoek adres

Stichting Project Aware
p/a Pleon b.v.
Amsterdamseweg 206
1182 HL Amstelveen
Nederland

Contact

Telefoon: 020-4874070
Fax: 020-6697265
Website : www.projectaware.com
E-mail: info@projectaware.com

Overige nummers

BTW Nr: NL8134.30.227.B01
KVK Nr: 34203097

