

## Verslag kwartaaloverleg Q2 2019

Aanwezig: Werner Bijlsma (Voorzitter & Secretaris) en Ilse van Weelden (Penningmeester).

Afwezig: Geen

Datum: 13-07-2019 om 10:00

Locatie: Joure, It Jacht 12.

### 1. Opening

Het overleg vangt aan, wederom onder het genot van een lekkere hap.

### 2. Mededelingen

We zijn erachter gekomen dat we het kwartaalverslag van Q1 2019 niet gepubliceerd hebben. Dat is gelijktijdig met het verslag van Q2 2019 alsnog gedaan.

### 3. Notulen en actielijst

Ten opzichte van het vorig overleg zijn er geen opmerkingen.

### 4. Donaties Q2 2019

In het tweede kwartaal van 2019 hebben we in totaal €980,00 ontvangen aan donaties. Een belangrijk deel hiervan was afkomstig van een training die we hebben gegeven bij bol.com. T.o.v. het doel van €6.000,00 zitten we op per 1 juli 2019 op €2.066,50. We hebben overigens nog bijna €1.500 in onze portefeuille. Dat betekent dat we nagenoeg op schema lopen, al wordt het nog een belangrijk tweede half jaar.

### 5. Status lopende projecten

Op dit moment zitten we vol qua projecten en dat is wel een primeur. Zoals aangekondigd in het voorgaande overleg zijn we werkzaamheden bij Autismehuis opgeschaald en zijn we tevens een project gestart bij Croonwolter&dros. Hierdoor zitten de vrijdagen (en delen van de weekenden vol). Tot er weer ruimte vrij komt beginnen we derhalve niet aan grootschalige opdrachten. Wel is er nog ruimte voor een enkele training of lezing.

### 6. Steun aan projecten

De projecten die we steunen voor Natuurmonumenten brengen ons veel plezier. Dat heeft diverse redenen:

1. Het beschermen van insecten geeft ons een mooie focus op een groep diersoorten wat niet altijd de aandacht krijgt die het verdient.
2. Het is tastbaar doordat het in de buurt is (Nederland) en je zichtbaar resultaten ziet.
3. Met relatief kleine bijdragen kun je een groot effect hebben.
4. De samenwerking met Natuurmonumenten is erg prettig en we krijgen veel waardering voor ons werk.

Het mooiste compliment is wel dat we in de zomereditie van het blad "Puur Natuur" hebben gestaan met een kort interview over onze bijdrage. Daar hebben we veel positieve reacties ontvangen.

Op 12 juni zijn we bij de opening van de bloemenweide in 's Gravenland geweest. We hebben hier een mooi bedrag aan gedoneerd en het resultaat mocht er zijn. Een bloemenzee van bijna een kilometer lang en 60 meter breed.

Ook de projecten die we steunen via het Wereld Natuurfonds en Great Plains Foundation boeken mooie resultaten, mede dankzij onze kleine bijdragen. Al met al is het voor ons gevoel waardevol wat we doen.

## **7. Leads**

Momenteel hebben we niet veel ruimte voor extra projecten, uitgezonderd een lezing of korte training. Wel willen we kijken of we op andere manieren kunnen samenwerken met bedrijven. Dit willen we komend half jaar verder uitdenken.

## **8. Communicatiestrategie**

Ondanks het feit dat we qua projecten vol zitten, willen we onze naamsbekendheid verder uitbreiden. Dit heeft twee redenen:

- Om natuur onder de aandacht te houden binnen ons netwerk.
- Om voor te sorteren op nieuwe projecten in de toekomst.

Onze doelgroepen hierin zijn tweeledig:

- **Liefhebbers van de natuur:** mensen die ons volgen, omdat ze betrokken zijn bij het beschermen van de natuur.
- **Zakelijke relaties:** mensen die ons volgen vanuit zakelijk perspectief, omdat we ze mogelijk kunnen helpen met onze diensten.

Hierbij is het belangrijk om te melden dat de personen vaak ook in beide groepen vallen.

Om de natuur en onszelf onder de aandacht te houden, zullen we via social media de volgende strategie hanteren. Dit haakt ook in op onze doelstelling om meer volgers te krijgen op Facebook en Instagram.

- **LinkedIn:** hier willen we eens per maand een bericht posten op het raakvlak natuur/bedrijfsleven, profileren van de stichting (resultaten, dienstaanbod en de projectportefeuille) of relevante berichten over enkel de natuur.
- **Instagram:** hier willen we eens per week een bericht posten. De focus zal hier meer komen te liggen op de schoonheid van de natuur en highlights vanuit de stichting.
- **Facebook:** deze zal tussen Instagram en LinkedIn in hangen en vooral breed informeren over de natuur en de stichting. De frequentie zal variëren van eens per week/eens per twee weken. De focus ligt op belangrijke berichten uit de natuur en de resultaten vanuit de stichting. Het zakelijk gedeelte zal wat onderbelicht blijven.

Deze communicatiestrategie zal verder worden uitgewerkt in een separaat (intern) document.

## **9. Rondvraag**

Er zijn geen overige punten.

## **10. Sluiting**

Het overleg is ten einde.