

# Strategie Amsterdam Diner Foundation 2019-2023

Sander Allegro, directeur Amsterdam Diner Foundation

Amsterdam, 8 november 2018



# 1. Inleiding

De AmsterdamDiner Foundation is dé portal richting het bedrijfsleven en vermogende particulieren naar het ondersteunen van initiatieven met betrekking tot de hiv/aids-problematiek. In de 26 jaar van haar bestaan heeft het Amsterdam Diner haar scope verbreed en is daarbij mee ontwikkeld met de ontwikkeling van de wereldwijde hiv en aidshulpbeweging. Op dit moment kent de doelstelling van de AmsterdamDiner Foundation een duidelijke relatie met de Sustainable Development Goal nr 3 van de Verenigde Naties. SDG 3: goede gezondheid en welzijn met daarin als specifiek doel richting 2030 een einde aan epidemieën als aids.

De AmsterdamDiner Foundation brengt fondsen bijeen middels de organisatie van een fundraising diner en middels geefovereenkomsten met vermogende particulieren, zogenaamde “proud partners”

Eind 2017 heeft AmsterdamDiner Foundation oprichter en 25-jarig directeur het stokje overgedragen aan zijn opvolger, die als taak heeft om de activiteiten van de foundation voort te zetten en uit te bouwen. De overname is een complex proces dat nog in volle gang is. Dit document bevat het plan om de AmsterdamDiner Foundation ook in de toekomst succesvol te laten zijn en dat succes uit te bouwen. De missie blijft op een kleine toevoeging na, ongewijzigd:

**samen | werken aan een wereld zonder aids**

## 2. Trends

### **Trust & compliance issues**

er is sprake van een algemeen afnemend vertrouwen in instituties. Dit heeft consequenties voor fundraising activiteiten en vraagt om extra aandacht voor compliance en governance.

**Experience** “Donor experience” is key; men wil actief betrokken zijn; geven als experience. Veel actieve fundraising, veelal in de vorm van sport events met crowdfunding aspect.

**Professionaliteit** Hogere eisen aan professionaliteit in communicatie, compliance en productie. Ook van not for profit organisaties wordt professionaliteit verwacht en geeist.

**Nieuwe generatie filantropen** zoekt disruptieve en “eigen” doelen/projecten/ op zoek naar nieuwe innovatieve vormen. Investeringsmodellen zijn populair.

**Gala-moeheid** ligt op de loer. Een aantal charity's is reeds opgehouden met het organiseren van gala's, anderen hebben deze vorm van fundraising in heroverweging.

**Maatschappelijke betrokkenheid** Groeiende aandacht voor thema's VN SDG's, vooral bij jongeren. De wens actief bij te dragen aan betere wereld is voor de millennial vanzelfsprekend

**Eten en drinken.** Aandacht hiervoor is groeiende. Gezamenlijk eten als populaire manier van connectie. Vorm van “high touch” contact dat tegenwicht vormt voor het groeiend “high tech” contact.

**Nationalisme** In globaliserende wereld is tegenbeweging gaande. Tendens om problemen en misstanden in de eigen samenleving voorrang te geven boven die in andere delen van de wereld.

# 4. Strategie

4 pijlers:

1. **Vergroten netto opbrengst**
2. **Professionaliseren**
3. **Innoveren en optimaliseren diner concept**
4. **Verbreden en vergroten “fanbase”**

11 speerpunten

- 1a meeropbrengst uit diner
- 1b ontwikkelen nieuwe activiteiten
- 1c kostenreductie door smart samenwerken
- 2a investeren in systemen en huisvesting
- 2b investeren in menskracht en kennis
- 2c professionaliseren partnerschappen
- 2d optimaliseren bestuur
- 3a innovatorsrol claimen en invullen
- 3b optimaliseren balans event/doelstelling
- 4a opbouwen netwerk bij corporate LGBT initiatieven
- 4b ontwikkelen laagdrempelig aanbod voor jongere doelgroep



# Prioritering

In deze notitie is een groot aantal voorstellen gedaan om voorgestelde 4 strategische pijlers en de daarbij behorende speerpunten te realiseren. Een realistische blik maakt duidelijk dat een prioritering nodig is om resultaat te halen met de ter beschikking staande (beperkte) menskracht in middelen.

De prioriteiten voor 2019 lijken primair te liggen bij het professionaliseren van de organisatie en bij het optimaliseren van het bestaande dinerconcept. Daarenboven heeft de aandacht voor vernieuwing van proud-partnerschappen. De ontwikkeling van nieuwe inkomstenbronnen, markten en activiteiten zullen met name voor 2020 en daarna geagendeerd worden. De vergroting van de netto opbrengst vormt het hoofdmotief en zal bij alle te ontwikkelen acties als basis dienen.

De in deze notitie voorgestelde uitbreiding van de formatie op korte termijn, alsmede de investering in(tijdelijke) huisvesting en systemen, moet als voorwaardelijk worden beschouwd voor het kunnen uitvoeren van de plannen.