



iamprofiled.



# iamprofiled.

Jaarverslag 2022

***Voor meer info:***

[info@iamprofiled.nl](mailto:info@iamprofiled.nl)

[www.iamprofiled.nl](http://www.iamprofiled.nl)

[www.linktr.ee/iamprofiled](http://www.linktr.ee/iamprofiled)

***Social Media:***

[www.instagram.com/iamprofiled](https://www.instagram.com/iamprofiled)

[www.linkedin.com/company/iamprofiled/](https://www.linkedin.com/company/iamprofiled/)

## INHOUDSOPGAVE

|       |                                       |    |
|-------|---------------------------------------|----|
| 1     | Hoofdpijnen actueel beleidsplan       |    |
| 1.1   | Het probleem                          | 1  |
| 1.2   | Over stichting iamprofiled            | 1  |
| 1.3   | Organisatiecultuur                    | 2  |
| 1.4   | Algemene informatie                   | 3  |
| 2     | De Activiteitenverslag                |    |
| 2.1   | De werkwijze                          | 5  |
| 2.2   | “Activiteit 1”                        | 7  |
| 2.3   | “Activiteit 2”                        | 8  |
| 3     | De Jaarrekening                       |    |
| 3.1   | De begroting                          | 9  |
| 3.2   | Balans                                | 10 |
| 3.3   | Toelichting balans                    | 10 |
| 3.4   | Staat van baten en lasten             | 11 |
| 3.5   | Toelichting staat van baten en lasten | 11 |
| 4     | Vooruitzicht                          |    |
| 4.1   | Impact meten                          | 12 |
| 4.2   | Toekomstplannen                       | 12 |
| 4.2.1 | Vrijwilligerswerving                  | 12 |
| 4.2.2 | Iamprofiled onder het publiek krijgen | 13 |
| 4.2.3 | Anticipatie op relevantie             | 13 |
| 4.2.4 | Sponsorwerving                        | 13 |

## 1. HOOFDLIJNEN ACTUEEL BELEIDSPLAN

### 1.1 HET PROBLEEM

Volgens de *Happiness Report* van de UN (uitgebracht in 2023) staat Nederland op nummer vijf in de wereld voor het hebben van de meeste inwoners die zich gelukkig voelen<sup>1</sup>. Dit neemt echter niet weg dat Nederland nog steeds veel sociale problemen heeft waar niet genoeg aandacht aan wordt besteed. Volgens het CBS voelden in 2021 zo'n 1,6 miljoen Nederlanders zich gediscrimineerd, waarbij ras of huidskleur de meest genoemde grond van discriminatie was<sup>2</sup>. De top drie manieren waarop werd gediscrimineerd waren ongelijke behandelingen, discriminerende opmerkingen en stigmatisering (bijv. een negatief beeld creëren in de media).

Inmiddels is er niet veel veranderd. Sterker nog, door de COVID-19 pandemie kwam aan het licht dat er nog steeds discriminatie bestaat tegen Nederlanders met een Aziatische achtergrond. Omdat de discriminatie een etnische grondslag heeft, wordt dit ook wel racisme genoemd. Er wordt dan onderscheid gemaakt tussen twee soorten racisme: bewust en onbewust.

Het eerste probleem is bewust racisme. Dit is een vorm van opzettelijk ongelijke behandeling. Vaak zijn dit individuen die een negatief vooroordeel hebben over mensen die er anders uitzien of een andere achtergrond hebben. Slachtoffers van bewust racisme kunnen onder andere geweld of haat meemaken. Een goed voorbeeld hiervan zijn de haatincidenten op Aziaten in Nederland tijdens de COVID-19 pandemie. Er ontstond toen een aanname dat alle Aziaten in Nederland uit China kwamen. Daardoor vonden incidenten plaats waarbij specifiek Aziaten in Nederland meer werden vermeden in het openbaar, uitgeoeld of zelfs neergestoken. Gelukkig keuren veel mensen in Nederland zulke vormen van disrespect af, waardoor soortgelijke problemen makkelijker aan te kaarten zijn als ontoepasselijke vorm van omgang.

Het tweede probleem is onbewust racisme. Dit is een vorm van ongelijke behandeling wat niet opzettelijk gebeurt. Dit staat ook wel bekend als microagressie. Het gaat dan vaak om opmerkingen of omgangsuitingen die op het eerste oog onschuldig lijken, maar eigenlijk pijnlijk zijn voor de ontvanger. Een voorbeeld hiervan is vragen aan een persoon van kleur waar die écht vandaan komt. Vaak zijn deze mensen van kleur Nederlanders die in Nederland zijn opgegroeid, waardoor de persoon van kleur zich anders behandeld voelt door deze vraagstelling. Maar ook opmerkingen onder het mom van "het is maar een grapje" zoals "ni hao" roepen tegen iemand die er Aziatisch uitziet zijn voorbeelden van microagressie. Een ander voorbeeld: als jij altijd automatisch Engels spreekt tegen een Aziat die je ziet in Nederland, dan erken je indirect dat diegene niet uit Nederland komt, ook al is het misschien iemand die in Nederland is geboren. Dit kan het gevoel opwekken alsof ze niet horen bij de andere Nederlanders. Omdat individuen niet bewust zijn van hun daden, worden deze vormen van disrespect niet vaak erkent als ontoepasselijk gedrag. Dit maakt het dan ook lastiger om mensen ervan te overtuigen dat het geen gewenst gedrag is. Omdat er geen geweld of duidelijke haatuitingen ter sprake zijn, worden vaak dit soort vormen van discriminatie gebagatelliseerd.

### 1.2 OVER STICHTING IAMPROFILED

Afgezien van tijdens de COVID-19 pandemie, komt over het algemeen bewust racisme relatief minder vaak voor tegen Nederlanders met een Aziatische achtergrond. De onbewuste variant is echter wel een probleem

---

<sup>1</sup> <https://happiness-report.s3.amazonaws.com/2023/WHR+23.pdf>

<sup>2</sup> <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2022/27/1-6-miljoen-mensen-voelden-zich-vorig-jaar-gediscrimineerd>

dat veel Nederlanders niet realiseren dat het bestaat. Om die reden is stichting iamprofiled (ook wel iamprofiled genoemd) opgericht om Nederlanders hierover te informeren.

De hoofddoelstelling is: “tegenaan van racisme tegen Aziaten in Nederland.”. De focus ligt vooral op de onbewuste variant. Wat dit is hebben we al eerder omschreven in de inleiding. Stichting iamprofiled wil deze hoofddoelstellingen bereiken door de ondersteunende subdoelen die gericht zijn op kennis, bewustwording en dialoog. Subdoelen zijn:

- a. Kennis bieden over microagressies tegenover de Aziatische gemeenschap en deze zichtbaar maken;
- b. Het bieden van kennis over handelingsperspectieven, zowel van degene die het meemaakt als ook van degene die de microagressie pleegt;
- c. Het delen van de verhalen en tradities van de Aziatische gemeenschap;
- d. In dialoog gaan over verschillen en overeenkomsten tussen Aziaten en niet-Aziaten.

De naam iamprofiled heeft een diepe en symbolische betekenis over de identiteit van ieder individu. Je kan er verschillende kanten mee op. Iamprofiled staat ten eerste voor slachtoffer zijn van profilering. Eigenlijk betekent de naam letterlijk ‘ik ben geprofileerd’, ‘mensen hebben een vooroordeel over mij’. Dit kan letterlijk over iedereen gaan, en kan alle kanten op. Of je nou een moslim bent (geloof), een Aziat (ethniciteit), een queer (seksualiteit), dat maakt allemaal niet uit; veel van hen ervaren in Nederland vooroordelen. Ten tweede staat de naam iamprofiled symbool voor jouw eigen profiel, jouw eigen identiteit. Mensen die vaak zijn gepest, voelen zich namelijk niet meer hunzelf. Hunzelf zijn was blijkbaar niet goed genoeg. Ze verliezen dan hun eigen identiteit, hun eigen profiel van hun leven. Het is alsof zij hun wachtwoord zijn vergeten van hun eigen Facebookaccount.

Stichting iamprofiled wil dus de slachtoffers helpen hun wachtwoord weer terug te krijgen om weer toegang te krijgen tot hun profiel. Zoals eerder genoemd kan dit op verschillende manieren. Het is een combinatie van het voorbereiden op de toekomst (kinderen op de basisschool voorlichten), in gesprek te gaan met jongvolwassenen en hun stil laten staan waarom ze bepaalde intolerante gedrag uiten (ludieke creatieve acties), en support te bieden aan hen die al de gedupeerde zijn van pesterij, discriminatie of racisme. Stichting iamprofiled staat dus voor het behoud van jouw gehele identiteit als persoon en om daarin het geluk te vinden. Dit wordt gedaan door met positiviteit en creativiteit Nederlanders bewust te maken van het racisme tegen Aziaten in Nederland. Stichting iamprofiled gelooft dat meer bewustwording zal leiden tot meer begrip voor en meer saamhorigheid tussen de verschillende culturen in Nederland. Om dit te bereiken is het belangrijk om met elkaar in gesprek te gaan en actief naar elkaars verhalen te luisteren. Omdat dit vaak een zwaar onderwerp is, wil iamprofiled dit zo laagdrempelig mogelijk bespreekbaar maken. Dit doen wij door ludieke evenementen te organiseren en social media content te maken. Denk aan projecten zoals educatieve artikelen schrijven en vormgeven, podcasts maken en videoproductie.

Stichting iamprofiled bestaat uit een jong progressief team. De werkwijze is gebaseerd op de volgende waarden: transparantie, saamhorigheid, gelijkwaardigheid, inclusie en toegankelijkheid.

Visie: een inclusievere Nederlandse samenleving.

Missie: met creatieve multimedia content en positieve representatie, Nederlanders bewust maken van het racisme tegen Aziaten in Nederland en deze verlagen.

Stichting iamprofiled gelooft in het principe van calling in. Dit betekent dat je anderen door kennis en bewustwording brengen mensen onderdeel maakt van de oplossing op een positieve en laagdrempelige manier. Dit doen we door geleefde ervaringen en kennis over cultuur en micro-agressie te delen. Het gaat

een stap verder dan calling out. Dit is de persoon wijzen op het gedrag en laten weten aan anderen dat deze persoon dat gedrag vertoont. Calling is erop gericht dat de persoon het gedrag ook gaat veranderen.

Om de doelen te bereiken van stichting iamprofiled, is het belangrijk dat er maandelijks bestuursvergaderingen (online en eventueel soms offline) plaatsvinden met een vooropgestelde agenda. Alle bestuursleden zijn namelijk verantwoordelijk voor (1) de huidige stand van zaken van activiteiten, voor (2) het bespreken van relevante ontwikkelingen in de samenleving, en voor (3) het uitwerken van de lopende en toekomstige activiteiten.

### 1.3 ORGANISATIECULTUUR

Stichting iamprofiled stelt zich ten doel (1) ondersteuning te bieden aan hen die een identiteitscrisis ervaart of zich benadeeld voelt wegens sociale druk en/of problemen veroorzaakt door een cultuurkloof, discriminatie, racisme of pestering; en (2) het vreedzaam stimuleren van tolerantie voor de multiculturele maatschappij. Dit is een uitdaging, dat zeker haalbaar is mits de juiste methode van aanpak wordt gebruikt. Een ding is wel zeker, en dat is dat stichting iamprofiled niet gelooft in geweld en niet gelooft in onnodig vingers wijzen. Als stichting iamprofiled dit wel zou doen, dan zou het de affectieve polarisatie bevorderen in Nederland. Dit is terug te zien bij de protesten van andere organisaties, waarbij zij provocerend (soms met agressie) te werk gaan. De tegenpartij voelt zich dan aangevallen, waardoor niemand meer naar elkaar luistert. Iamprofiled daarentegen staat hier dus niet achter. Stichting iamprofiled is van mening dat er alleen naar elkaar kan luisteren als er ruimte is voor ontwikkeling van empathie. Dit krijg je meestal als je in iemand anders schoenen kan staan door elkaar weer opnieuw te leren kennen via verhalen. Stichting iamprofiled wil het debat daarom interessant en creatief houden voor beide partijen, waardoor er wel geluisterd kan worden. Nogmaals, geweld wordt dus niet aangemoedigd bij iamprofiled.

Stichting iamprofiled is mede mogelijk gemaakt door vrijwilligers. Zonder deze mensen zou stichting iamprofiled stoppen met bestaan. Het is daarom belangrijk het werk van de vrijwilligers te erkennen, te waarderen en mits nodig feedback te leveren voor hun eigen persoonlijke groei. Uiteindelijk moeten de vrijwilligers zich wel op hun gemak voelen, want anders gaan ze weg. Vrijwilligers moeten zich dus echt lekker in hun vel zitten terwijl ze samen in een team nastreven naar een tolerante toekomst in Nederland.

Een manier om de vrijwilligers op hun gemak te laten voelen is dat er ruimte moet zijn voor zelfontplooiing voor de ambitieuze of leergierige vrijwilligers. Dit houdt ook in dat fouten mogen gemaakt worden; van fouten leer je, en is de beste educatie.

Een tweede manier is om te realiseren dat veel van de vrijwilligers bestaan uit jonge mensen, en die waarderen tijd heel erg. Verspil dus niet hun tijd, en probeer afleidingen tijdens het werk te verminderen.

Verder moet iedereen bij stichting iamprofiled het gevoel hebben dat ze gehoord worden. Als iemand een idee heeft, alle feedback en input zijn welkom. Alle feedback en input wordt serieus genomen door het bestuur, en er moet een antwoord terug worden gegeven waarom wel of niet het idee is aangenomen.

### 1.4 ALGEMENE INFORMATIE

Iamprofiled als organisatie was ontstaan op 28 december 2019. De stichting is pas op 7 juli 2023 ingeschreven bij de Het Handelsregister van de Kamer van Koophandel te Almere onder het nummer 90772814. Dit was mede mogelijk gemaakt door de steun van Stichting Dona Daria.

De samenstelling van het bestuur is als volgt:

K.Q. Doan | Voorzitter

M.C. Cheng | Secretaris

L. Wang | Penningmeester

Postadres:

Stichting iamprofiled

Sonar 13

1319DN, Almere

## 2. DE ACTIVITEITENVERSLAG

### 2.1 DE WERKWIJZE

Zoals beschreven in de inleiding wil stichting iamprofiled Nederlanders bewust maken van het racisme tegen Aziaten in Nederland, zodat er meer begrip voor en meer saamhorigheid tussen verschillende culturen ontstaat. Racisme is echter een groot onderwerp. Er valt dus héél veel over te vertellen. Om te voorkomen dat het overweldigend wordt, is ervoor gekozen om ons met elke bewustwordingscampagne te richten op één subonderwerp. Daarom heeft iamprofiled ervoor gekozen om projectmatig te werken, waarbij we steeds één onderwerp of probleem belichten per project. Door kort te focussen op een specifiek onderwerp of probleem dat Aziaten kunnen ervaren in Nederland, proberen wij het zo luchtig, laagdrempelig en interessant mogelijk te maken.

Een project richt zich vaak op één van de volgende doelen: (1) het in kaart brengen van onbewuste gedragsvormen die voor Nederlanders met een Aziatische achtergrond als discriminerend kunnen worden ervaren, (2) informeren hoe Nederlanders dat anders kunnen doen en (3) wat de verschillende culturen in Azië zijn. Het uitgangspunt van ieder project is dus dat het educatief is. Het kan over een leuk feitje gaan zoals een feestdag van een bepaalde cultuur in Azië, of over een wat serieuzer onderwerp zoals intersectionaliteit. Daarnaast kunnen het video's, evenementen, artikelen (instagram carousels) of podcasts zijn, door iamprofiled zelf gemaakt en georganiseerd, of in samenwerking met partners.

#### Evenementen

Een voorbeeld is het speeddating evenement met Asian guys tijdens valentijnsdag. Het idee achter dit concept is om bewustwording te creëren over het feit dat Aziatische mannen in Nederland weleens worden benadeeld in de datingwereld door hun Aziatische uiterlijk. Mannen met een Aziatisch uiterlijk worden soms als grap of weerloos neergezet in de mainstream media. Hierdoor worden er ook weinig serieuze rollen weggelegd voor Aziatische mannen, waarna er een tekort is van positieve representatie van Aziatische mannen in de mainstream media. Dit in tegenstelling tot de mannen met een niet-Aziatische uiterlijk die vaker als sexy worden neergezet op TV. Het resultaat is dat mensen minder snel een kans geven aan mannen met een Aziatisch uiterlijk om op date te gaan. Daarom wil iamprofiled met het event "Speeddaten met Asian Guys" iedereen de kans geven om ze te leren kennen. Hiermee hopen wij dat mensen inzien dat het vooral gaat om iemands persoonlijkheid en dat Aziatische mannen ook sexy kunnen zijn.





## Partner projecten

Bij iamprofiled vinden wij het belangrijk om samen te werken met andere partijen, omdat wij geloven dat we samen sterker zijn en daarmee meer kunnen bereiken. Tot op heden heeft iamprofiled met verschillende partijen samengewerkt om Nederland een stukje inclusiever te maken. Met DWARS (Groenlinkse Jongerenpartij) hebben wij bijvoorbeeld een keer een panel gehouden om de leden te informeren en hun vragen te beantwoorden over racisme tegen Aziaten in Nederland. Dit deden wij door vier sociaal ongemakkelijke scenario's te illustreren, waarbij het publiek mag aankaarten wat er sociaal ongepast is, waarom het gebeurt en hoe dit opgelost kan worden. Met Adoptiepedia hebben wij samen een project uitgevoerd om bewustwording te creëren over de effecten van racisme tegen Aziaten op de slachtoffers. Ook met Tea Guys zijn wij een samenwerking aangegaan om elkaar te helpen groeien.



## Videoprojecten

Als het gaat om verhalen vertellen, doet iamprofiled dat graag via videoprojecten. Op dit moment heeft iamprofiled twee video series lopen. De eerste serie valt onder project "Asian Stereotypes Exposed" en is een YouTube videoprogramma die samen met de kijker erachter gaat komen of een specifiek probleem van racisme tegen Aziaten wel bestaat in Nederland. Dit doen wij door op straat bij voorbijgangers te testen of zij de ongewenste gedragsvorm onbewust vertonen om het bestaan van het subonderwerp te bevestigen. Soms halen we dan ook de ervaringen erbij van de Aziaten zelf in Nederland. De tweede serie heet "Wist je dat...?", waarin we in een short/reels/tik tok format verhalen delen van hoe Aziaten in Nederland een specifiek probleem van het racisme ervaart. Op deze manier wil iamprofiled op een efficiënte manier het doelgroep bereiken.



## Educatieve carousels

Omdat er zoveel te vertellen is over alle vormen van racisme tegen Aziaten in Nederland, is het een uitdaging om zo compact mogelijk de essentie van de problemen te delen met Nederlanders. Dit proberen wij te doen via Instagram carousels. Op dit moment is de content van de Instagram carousels vooral gericht op het delen van vrij diverse onderwerpen, van culturele ontwikkelingen tot aan educatie van terminologieën binnen het domein van activisme. In het volg wil iamprofiled meer content plaatsen op Instagram dat te maken heeft met het uitlichten van ongepaste gedragsvormen tegen Aziaten dat voorkomt in Nederland, actuele food for thought storytelling op Instagram, give aways met partners en nog veel meer dat beter past bij onze doelgroep.



## Out-of-the-box projects

Bij iamprofiled stimuleren wij om out-of-the-box te denken. Het is namelijk belangrijk om steeds met nieuwe ideeën te komen om het bestaan van racisme tegen Aziaten in Nederland aan te kaarten.

### 2.2 ACTIVITEIT 1

“Een actueel verslag van de uitgeoefende activiteit of activiteiten van de instelling;”

Instagram reel: Asian-owned business.

Context: In het kader van de gewelddadige aanvallen op Oost-Aziatische mensen en bedrijven in West-Europa en Amerika, wilden we Asian-owned businesses in Nederland in het licht zetten. Dit wilden we doen middels een korte reel om meer gevoel en beeld te geven bij de ondernemingen dan een Instagram post.

Vorbereiding: We besloten om ondernemingen in Amsterdam op te zoeken. We vonden het belangrijk om in te spelen op het stereotype beeld van Oost-Aziatische Nederlanders die altijd maar een horeca-onderneming starten. Oost-Aziatische Nederlanders kunnen zoveel meer dan een horeca-onderneming runnen, en dat wilden we ook in beeld brengen. Zodoende vonden we naast een restaurant ook een bloemenwinkel, kapperszaak en skincare winkel. Vervolgens was het een zaak van plannen om de ondernemingen te bezoeken en materiaal te filmen. Hiervoor hebben we telefonisch en/of via de mail contact opgenomen met de ondernemingen en gevraagd of dit mogelijk was. Van de bloemenwinkel en kapperszaak mochten we alleen de buitenkant filmen ivm de privacy van de klanten. In het restaurant en de skincare winkel mochten we wel filmen zolang de klanten niet op beeld staan.

Uitvoeren: We zijn langs de ondernemingen geweest om materiaal te filmen. Dit is bewerkt in een korte reel en deze is op Instagram geplaatst.

### 2.3 ACTIVITEIT 2

Videoproject: Zijn Aziatische mannen aantrekkelijk?

Context: Om aan te tonen dat het stereotype beeld bestaat dat Aziatische mannen niet of minder aantrekkelijk zijn, wilden we hierover een educatieve video maken.

Vorbereiding: Er is eerst gebrainstormd over wat we in de video willen doen. Na twee brainstormsessies zijn we uiteindelijk tot het idee gekomen om een mini-onderzoek uit te voeren. Uit Amerikaans onderzoek is namelijk gebleken dat vrouwen Aziatische mannen een stuk minder aantrekkelijk vinden. We konden echter geen Nederlands onderzoek hierover vinden. Daarom wilden wij de straat op om mensen hierover te interviewen. Vervolgens hebben we in teams een script bedacht en een storyboard.

Uitvoeren: We hebben het centrum van Utrecht bezocht om materiaal te filmen. Daarnaast heeft Kevin ten behoeve van ons onderzoek data verzameld met zijn datingprofielen en hebben we een poll gedeeld via onze social media platforms. De videomaterialen zijn bewerkt in 2 reels voor op Instagram en 1 video voor op YouTube.

### 3. DE JAARREKENING

#### 3.1 DE BEGROTING

## BEGROTING

|                             | <b>Begroting<br/>2022</b> | <b>Begroting<br/>2021</b> |
|-----------------------------|---------------------------|---------------------------|
|                             | €                         | €                         |
| <b>Baten</b>                |                           |                           |
| Subsidies                   | 0                         | 0                         |
| Donaties                    | 0                         | 0                         |
|                             | <u>0</u>                  | <u>0</u>                  |
| <b>Lasten</b>               |                           |                           |
| ICT kosten                  | 142.87                    | 101.55                    |
| Projectkosten               | 0                         | 0                         |
| Marketing kosten            | 0                         | 0                         |
| Algemene kosten             | 0                         | 0                         |
|                             | <u>142.87</u>             | <u>101.55</u>             |
| <b>Exploitatieresultaat</b> | <b><u>-142.87</u></b>     | <b><u>-101.55</u></b>     |

3.2 BALANS

**BALANS PER 31 DECEMBER  
(NA VERWERKING VAN HET RESULTAAT)**

| <b>Activa</b>               | <u>2022</u>          | <u>2021</u>          |
|-----------------------------|----------------------|----------------------|
|                             | €                    | €                    |
| <i>Vaste Activa</i>         |                      |                      |
| Bedrijfsinventaris          | <u>820.17</u>        | <u>602.80</u>        |
|                             | 820.17               | 602.80               |
| <i>Vlottende Activa</i>     |                      |                      |
| Debiteuren                  | <u>0</u>             | <u>0</u>             |
|                             | 0                    | 0                    |
| <i>Liquide Middelen</i>     |                      |                      |
| PayPal                      | 0                    | 0                    |
| Bunq                        | <u>0</u>             | <u>0</u>             |
|                             | 0                    | 0                    |
| <b>Totaal</b>               | <u><b>820.17</b></u> | <u><b>602.80</b></u> |
| <br>                        |                      |                      |
| <b>Passiva</b>              |                      |                      |
| <i>Stichtingsvermogen</i>   | 0                    | 0                    |
| <i>Kortlopende schulden</i> | 0                    | 0                    |
| <i>Langlopende schulden</i> | 820.17               | 602.80               |
| <b>Totaal</b>               | <u><b>820.17</b></u> | <u><b>602.80</b></u> |

3.3 TOELICHTING BALANS

Omdat iamprofiled tot aan 7-7-2023 nog geen stichting was, maakte het lastiger om in aanmerking te komen voor subsidies of donaties. Daarom heeft iamprofiled een rentevrije langlopende lening afgesloten om de activiteiten voor te zetten.

### STAAT VAN BATEN EN LASTEN

|                             | <b>Realisatie</b>     | <b>Realisatie</b>     |
|-----------------------------|-----------------------|-----------------------|
|                             | <b>2022</b>           | <b>2021</b>           |
|                             | €                     | €                     |
| <b>Baten</b>                |                       |                       |
| Subsidies                   | 0                     | 0                     |
| Donaties                    | 0                     | 9.11                  |
|                             | <u>0</u>              | <u>9.11</u>           |
| <b>Lasten</b>               |                       |                       |
| ICT kosten                  | 142.87                | 101.55                |
| Projectkosten               | 62.9                  | 128.24                |
| Marketing kosten            | 0                     | 0                     |
| Algemene kosten             | 11.6                  | 68.05                 |
|                             | <u>217.37</u>         | <u>297.84</u>         |
| <b>Exploitatieresultaat</b> | <b><u>-217.37</u></b> | <b><u>-288.73</u></b> |

Omdat iamprofiled tot aan 7-7-2023 nog geen stichting was, maakte het lastiger om in aanmerking te komen voor subsidies of donaties. Daarom staat deze op 0 euro voor 2022. De ICT kosten zijn echter gestegen ten op zichten van 2021 door inflatie.

## 4. VOORUITZICHT

### 4.1 IMPACT METEN

Om te meten hoe effectief de activiteiten die stichting iamprofiled organiseert, en dus in hoeverre het doel van iamprofiled is bereikt, wordt er een impact meting model opgesteld. Dit is anders voor elke doelgroep. Bij het racisme tegen Aziaten in Nederland zijn de belangrijke factoren die indicatie geven voor vooruitgang:

- Een afname van racistische opmerkingen onder socialmedia posts betreft Aziaten (het Coronavirus is een goed voorbeeld hiervan).
- Een afname van scholen die hanki-panki-shanghai zingen voor jarige kinderen in Nederland.
- Een stijging van support van niet-Aziaten die opkomen voor de Aziaten in Nederland.
- Een afname van geweld dat gebruikt wordt tegen Aziaten.
- Een afname van vernederende/denigrerende uitspraken tegen Aziaten.
- Een stijging van Aziatische jongens die daten/hebben gedatet met niet-Aziaten.

Dit wordt gemeten aan de hand van enquêtes die online worden verspreid of tijdens de evenementen wordt uitgedeeld. Gebaseerd op de cijfers kan het bestuur haar toekomstige plannen bijsturen.

### 4.2 TOEKOMSTPLANNEN

Stichting iamprofiled is niet lang geleden opgericht, wat inhoudt dat niet veel Nederlanders bekend zijn met het bestaan van de organisatie. Om toch bezoekers te trekken voor de activiteiten die worden georganiseerd, is het belangrijk om strategieën te bedenken om de aandacht te trekken. Daarnaast moeten er plannen worden gemaakt om vrijwilligers te werven: zonder vrijwilligers kan iamprofiled niet functioneren.

#### 4.2.1 VRIJWILLIGERSWERVING

Om zo voordelig mogelijk vrijwilligers te werven, is er gekozen om organische bekendheid te krijgen door zoveel mogelijk Nederlanders op socialmedia te volgen, o.a. via suggereerde vrienden of via de volgerslijst van relevante grote socialmedia-accounts. Dit kan zowel middels de account van iamprofiled als middels je persoonlijke account. Let er wel op dat bij het gebruik van de persoonlijke account er promotiemateriaal duidelijk op de feed of cover moet staan van iamprofiled, waarbij in de bio staat dat er vrijwilligers gezocht zijn. Dit is een geniale strategie om effectief vrijwilligers te vinden, omdat je op deze manier kosteloos in korte tijd honderden Nederlanders kan informeren over het bestaan van iamprofiled. Veel mensen worden namelijk nieuwsgierig wanneer ze een nieuwe volger erbij krijgen, en bekijken gelijk hun profiel. Ze krijgen dan gelijk het logo van iamprofiled te zien, met bijbehorende relevante copywriting. Pas wel op om niet té veel mensen achterelkaar te volgen, anders wordt je verbannen van de socialmedia platform.

De eerste vrijwilligers van iamprofiled zijn geworven door deze strategie toe te passen met een iamprofiled Instagram account. In de bio stond kort en kracht dat er vrijwilligers gezocht zijn. Daarnaast was de enige post een video waar de oprichter vertelt over iamprofiled, en dat er vrijwilligers nodig waren. Ook werd gevraagd om de video te delen. Verder stond er een link naar de website van iamprofiled, waar de details stonden over de functies waar vrijwilligers voor werden gezocht. Binnen een maand waren er 400+ volgers op het account, waarbij er rond 15 mensen interesse toonden om vrijwilliger te worden. Dit waren vaak gelijk vrijwilligers de dezelfde normen en waarde hebben als iamprofiled, omdat al van tevoren duidelijk was gemaakt wie iamprofiled is. In de toekomst kan deze techniek wellicht toegepast worden op Facebook.

#### 4.2.2 IAMPROFILED ONDER HET PUBLIEK KRIJGEN

Marketing kan worden gedaan via interne als externe wegen. Via de interne wegen wordt bedoeld het verspreiden van de activiteiten van iamprofiled via de gemeenschappen die betrokken zijn met de activiteit. In 2020 gaat het om de Aziatische gemeenschap in Nederland. Het is daarom belangrijk dat iamprofiled al een groot netwerk van mensen probeert op te bouwen die iamprofiled kent, zodat wanneer er producten zijn om gedeeld te worden via socialmedia, dat dit ook massaal wordt gedeeld. Ook grote namen in Nederland die Aziaten een stem geven kunnen hieraan helpen.

Marketing via de externe wegen betekent het verspreiden van de activiteiten van iamprofiled aan de mensen buiten de bekende gemeenschap. Hier kunnen nog verschillende manieren voor worden bedacht. Als het gaat om evenementen, dan is het strategisch om het op locaties te organiseren waar veel mensen rondlopen. Dat is namelijk een potentiële locatie waar makkelijk aandacht kan worden getrokken. In de grote steden zijn het ook vaak de jonge mensen die dan op die drukke gebieden rondlopen. Dit zijn dus ideale plekken voor iamprofiled om haar activiteiten te organiseren en om organisch naamsbekendheid te krijgen. Openbaar speeddaten met Asian Guys is daar een goed voorbeeld van. Het is de bedoeling dat nieuwe ideeën eerst kleinschalig worden getest op een of maximaal twee verschillende locaties. Mocht het een succes zijn, dan kan er besloten worden het evenement in meerdere steden in Nederland te organiseren. Natuurlijk vergt dit ervaring en meer vrijwilligers. Een andere methode waar iamprofiled op kan gaan is om naar gebouwen te gaan waar regelmatig evenementen worden georganiseerd, bijvoorbeeld Pakhuis de Zwijger (op verzoek van Organisatie Nederland Wordt Beter).

Er komt een moment dat er een budget beschikbaar wordt gesteld voor een beter marketingplan. Dit betekent dat er geïnvesteerd kan worden in flyers die tijdens de evenementen kan worden uitgedeeld. Ook het plaatsen van promotie posters op openbare locaties wordt dan mogelijk. Op die manier kan actief bezoekers worden geworven. Verder helpt het om het Event Team shirts/merchandise tijdens de activiteiten te laten dragen die het logo van iamprofiled vertoont.

#### 4.2.3 ANTICIPATIE OP RELEVANTIE

Stichting iamprofiled treedt op bij zowel kleine als nieuwsbrekende incidenten op het gebied van racisme en/of discriminatie. Dit houdt dus in support te geven aan de gedupeerden, het publiek op de hoogte te houden en de tegenpartij te informeren. Het is echter niet de bedoeling om constant content te plaatsen dat alleen te maken heeft met social issues. Dit werkt namelijk mogelijk averechts op het algemeen publiek, waardoor er alleen nog mensen die een passie voor vechten voor rechtvaardigheid de kanalen van iamprofiled volgen. De bedoeling is juist de aandacht te behouden van het algemene publiek. Het gaat echter een uitdaging worden om een goede balans te vinden tussen serieuze onderwerpen aan te kaarten en entertainment. Dit moet nog worden besproken met het bestuur hoe verder.

#### 4.2.4 SPONSORWERVING

Om alle kernactiviteiten van stichting iamprofiled te financieren wordt gezocht naar sponsoring bij instanties als de gemeente, bedrijven en grote scholen (bijv. Universiteiten). Zij worden automatisch partners van iamprofiled, en hun naam zal worden vermeld op de website van iamprofiled, en eventueel tijdens de activiteiten worden genoemd mits de donatie gericht is naar dat specifieke activiteit. Daarnaast is het mogelijk om te denken aan de verkoop van iamprofiled merchandise om het functioneren van iamprofiled te ondersteunen. Mocht het YouTube kanaal van iamprofiled goed lopen, dan wordt het inkomen hiervan ook gebruikt voor het voortzetten van stichting iamprofiled.