



iamprofiled.



Jaarverslag 2024

Voor meer info:

info@iamprofiled.nl

www.iamprofiled.nl

www.linktr.ee/iamprofiled

Social Media:

www.instagram.com/iamprofiled

www.linkedin.com/company/iamprofiled/

INHOUDSOPGAVE

Samenvatting

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 - Lunar New Year in Rotterdam	7
2.3	Activiteit 2 - Panelgesprek over de bamboe ceiling bij Pakhuis de Zwijger	8
2.4	Activiteit 3 - Maanfeest bij ONNI	9
2.5	Activiteit 4 - Input leveren aan videoproject van Felicia Lin	9
3	De Jaarrekening	
3.1	De begroting	10
3.2	Balans	11
3.3	Toelichting balans	11
3.4	Staat van baten en lasten	12
3.5	Toelichting staat van baten en lasten	12
4	Vooruitzicht	
4.1	Toekomstplannen	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 voelen¹. 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 was². 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 haat incidenten 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 Aziaat 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 onbewust variant is echter wel een probleem dat

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

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

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: “tegengaan van racisme tegen Aziaten in Nederland.”. De focus ligt vooral op de onbewust 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 Aziaat (etniciteit), 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 cultuurskloof, discriminatie, racisme of pesterij; 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 support 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 onbewust 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 - LUNAR NEW YEAR IN ROTTERDAM

Videoproject: Lunar New Year in Rotterdam.

Context: Elk jaar wordt er lunar nieuwjaar gevierd in het centrum van Rotterdam (rondom Coolingsingel en west-kruiskade). Omdat het programma de jeugd vaak niet aansprak en de naam eigenlijk vrijwel niet inclusief klinkt, werden wij gevraagd om het feest aantrekkelijker te maken voor de jeugd. Het feest wordt door veel verschillende partijen georganiseerd. Stichting iamprofiled was namens de Young Asian Leaders verantwoordelijk voor de highlights vast te leggen rondom de activiteiten bij de trams.

In dit geval ging het om drie artiesten (Rui Jun Luong van Asian Raisins, Huijiang en Faye Cheng) in de spotlights te zetten middels een interview, die we hebben opgenomen voor social media.

Vorbereiding: Er is eerst gebrainstormd over wat we in de video willen doen. Zo kwam naar voren dat we graag van de artiesten wilden weten wie ze zijn, wat hun werk is en wat hun drive erachter zit. We hebben in principe voor alle artiesten dezelfde vragen opgesteld, maar weken soms af tijdens het interview met specifieke vragen.

Uitvoeren: We zijn naar de locaties gegaan (tijdens lunar nieuwjaar in Rotterdam) waar de artiesten stonden met hun tentoonstelling. Rui Jun Luong stond bij haar "wie is het?" spel in het Maritiem Museum, Huijiang bij

de rijst workshop in de boot van het Maritiem Museum en Faye Cheng bij haar mini-kunstgalerij in de trams op Westkade.



2.3 ACTIVITEIT 2 - PANELGESPREK OVER DE BAMBOO CEILING BIJ PAKHUIS DE ZWIJGER

Evenement: Panelgesprek organiseren tijdens de week tegen racisme bij Pakhuis de Zwijger.

Context: Ook op de werkvloer bestaat er onbewuste racisme tegen Nederlanders met een Aziatische achtergrond. Dit gebeurt door werknemers is hokjes te stoppen als degene die minder geschikt zijn voor leiderschapsrollen, maar meer inzetbaar zijn voor expertisegericht werk. Hierdoor is het ook lastiger voor Nederlanders met een Aziatische achtergrond om door te groeien naar de managementlaag binnen het bedrijf. Als we kijken naar managementscope.nl, kan je ook terugzien dat er in Nederland voornamelijk witte managers zijn. Slechts 0,23% van de bestuurders in Nederland heeft een (zuid/oost-) Aziatische achtergrond. Dit probleem wilden wij dus aankaarten tijdens de week tegen racisme is samenwerking met Pakhuis de Zwijger. We wilden dit doen in de vorm van een panelgesprek, waarbij in de eerste minuten Kevin Doan kort uitlegt wat de bamboe ceiling. Daarna begint het panelgesprek, waarbij drie ervaringsdeskundigen werden geïnterviewd door Kaixia Keuper (de oude co-founder van iamprofiled).

Vorbereiding: Er was veel gebrainstormd over hoe het programma eruit zou zien. Ook had Pakhuis de Zwijger een avond georganiseerd waarbij we ons idee voor het programma konden delen. Toen eenmaal duidelijk was wat het programma eruit zal zien, gingen we vrijwilligers zoeken die foto's en video's kon schieten tijdens het event, en ook de ervaringsdeskundigen moesten we werven.

Uitvoeren: Het evenement verliep erg goed. Er waren leuke foto's en video's geschoten door vrijwilliger Stacey. De hele panelgesprek is hier terug te zien op YouTube:

<https://www.youtube.com/watch?v=hSEWKWqYEEw>

Dit was de landing pagina van Pakhuis de Zwijger:

<https://dezwijger.nl/programma/bamboo-ceiling-een-vorm-van-anti-aziatisch-racisme>

Voor en na het event hebben we een aantal social media content gemaakt ter promotie.



2.4 ACTIVITEIT 3 - MAANFEEST BIJ ONNI

Evenement: Het maanfeest bij ONNI.

Context: Elk jaar vieren mensen met roots in Azië het maanfeest, ook in Nederland. In 2024 wilden we dat leuker maken door spelletjes te organiseren waar mensen ook prijzen kunnen winnen. Dit wilden we organiseren samen met de Young Asian Leaders community en ONNI in Rotterdam.

Vorbereidingen: We hebben middels verschillende brainstormsessies ideeën kunnen bedenken om de juiste spelletjes te ontwerpen, die gasten kunnen uitleggen wat de subtiele verschillen zijn tussen culturen hoe zij het maanfeest vieren. Zo kwamen we op de “The CHUSEOK Games”, waarbij gasten middels 3 spellen kunnen leren hoe de Koreaanse versie van het maanfeest in elkaar zit. Het team die het snelst alle spellen heeft voltooid, die wint.

Uitvoering: Al ging het evenement door, ONNI had wegens miscommunicatie ook een spel bedacht. Hierdoor is ons spel last-minute uit het programma gezet. Wij zijn echter van plan het spel alsnog uit te voeren voor 2025.

2.5 ACTIVITEIT 4 - INPUT LEVEREN AAN VIDEOPROJECT VAN FELICIA LIN

Project: Felicia Lin is bezig met een mini-documentaire *“Rijstkorrels en een aardappel”*

Context: Felicia Lin was als publiek aanwezig bij het panelgesprek over de bamboo ceiling. Zij vroeg ons om input te geven op haar mini-documentaire, die gaat over leven in Nederland met twee culturele achtergronden en hoe dat invloed kan hebben op je leven. Zo werd ik geïnterviewd over mijn ervaringen en heb ik geholpen met de werving van vrijwilligers om voor de camera te staan. Veel voorbereiding was niet nodig.

3. DE JAARREKENING

3.1 DE BEGROTING

BEGROTING

	Begroting 2024	Begroting 2023
	€	€
Baten		
Subsidies	7000	0
Donaties	300	487.3
	<u>7300</u>	<u>487.3</u>
Lasten		
ICT kosten	200	144.9
Projectkosten	5000	487.3
Marketing kosten	1540	54.79
Algemene kosten	500	14.76
	<u>7240</u>	<u>701.75</u>
Exploitatieresultaat	<u>60</u>	<u>-214.45</u>

3.2 BALANS

BALANS PER 31 DECEMBER (NA VERWERKING VAN HET RESULTAAT)

Activa	2024	2023
	€	€
<i>Vaste Activa</i>		
Bedrijfsinventaris	<u>554.73</u>	<u>1055.1</u>
	554.73	1055.1
<i>Vlottende Activa</i>		
Debiteuren	<u>0</u>	<u>0</u>
	0	0
<i>Liquide Middelen</i>		
PayPal	0	0
Bunq	<u>39.80</u>	<u>0</u>
	39.80	83.43
Totaal	<u>594.53</u>	<u>1138.53</u>
 Passiva		
<i>Stichtingsvermogen</i>	0	0
<i>Kortlopende schulden</i>	0	0
<i>Langlopende schulden</i>	594.53	1138.53
Totaal	<u>594.53</u>	<u>1138.53</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 bij de oprichters (voornamelijk bij Kevin Doan) om de activiteiten voort te zetten.

STAAT VAN BATEN EN LASTEN

	Realisatie 2024	Realisatie 2023
	€	€
Baten		
Subsidies	0	0
Opbrengsten activiteiten	1150	0
Donaties	0	487.3
Lening	220	318.36
	<u>1370</u>	<u>805.66</u>
Lasten		
ICT kosten	49.61	144.9
Projectkosten	500	487.3
Marketing kosten	5.93	75.27
Algemene kosten	94.09	14.76
Afbetalen lening	764	0
	<u>1413.63</u>	<u>722.23</u>
Exploitatieresultaat	<u>-43.63</u>	<u>83.43</u>

De ICT-kosten zijn, zoals gewoonlijk, gestegen ten op zichten van het jaar daarvoor door inflatie. Ook zien we een stijging in de algemene kosten. Een grote bijdrager is het organiseren van het panelgesprek met Pakhuis de Zwijger. Gelukkig hebben ze er financieel bijgedragen. Verder hadden we een extra lening nodig van 220 euro vanuit de oprichters.

4. VOORUITZICHT

4.1 TOEKOMSTPLANNEN

Mededankzij het organiseren van het panelgesprek samen met Pakhuis de Zwijger, merken we dat stichting iamprofiled steeds meer naamsbekendheid krijgt in Nederland. In 2025 verwachten wij dan ook veel meer samen te werken met andere partijen. De nadruk ligt echter op samenwerking met gemeentes, zodat wij meer impact kunnen maken op de samenleving en dus ook meer zichtbaar maatschappelijk betrokken zijn. Impact maken is namelijk de grote drijfveer voor 2025.