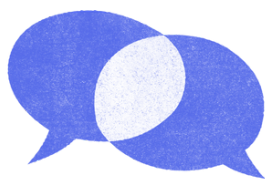


Jaarverslag 2025

Stichting Deep Canvassing Nederland



**GESPREKKEN VOOR
VERANDERING**

Inhoudsopgave

Voorwoord.....	2
Samenvatting	3
2025 in cijfers	3
Gesprekken voor Verandering - Migratie	4
Lokale groepen	4
Gesprekken.....	5
Impact.....	5
Samenwerkingen	7
Deep Canvassing als Tool	7
Kleur-klasse onderzoek	8
Media	9
Governance	10
Vooruitblik	10
Financiële toelichting.....	11



Colofon

Bestuur

Sandra Ball (Voorzitter)
Joep Karskens (Secretaris)
Jan Warning (Penningmeester)

Kantoorteam

Eefje Hendriks
Bruno Lauteslager
Pippi van Ommen
Vivian Konijnenberg
Bas van Veen

Foto's

Yohannes Henriksson
Jelt Roos
Hannah Rudner

Plaatjes

Logo (Joost de Haas)

Adres/contact

Zoutkeetsgracht 68L
1013 LC, Amsterdam
info@deepcanvassing.nl

Voorwoord

Beste lezer,

Terwijl wij dit jaarverslag afronden, zijn er protesten tegen noodopvang voorzieningen in gemeenten. Wij zijn geschokt. Maar niet stil. Onze beweging komt in beweging omdat wij weten uit ervaring dat er veel stille supporters zijn voor een veilige, eerlijke en humane opvang van vluchtelingen in Nederland. Dat weten wij omdat wij wekelijks deur-aan-deur in gesprek gaan. Mens tot mens. Niet verhit en niet verdedigend. Wij zijn in gesprek. Diepe gesprekken. En als er ooit een tijd is dat onze beweging nodig is, dan is het in het afgelopen jaar. En in de jaren die voor ons liggen.

De stichting Deep Canvassing bestaat uit mensen. Mensen die mensen willen welkom heten. Mensen die geïnteresseerd zijn in de mening van een ander. Want pas in gesprek met elkaar kunnen wij verkennen hoe Nederland in de toekomst eruit ziet. Wij schreeuwen niet. Wij blokkeren niets. Dat is niet onze rol. Maar wij begrijpen wel dat mensen dat doen. Aan onze 'kant' en soms ook aan de andere 'kant' want dat is een groot goed in een democratie. Maar in een beweging voor verandering heeft iedereen een rol en een 'wapen' en het 'wapen' van Deep Canvassing is het gesprek.

In dit jaarverslag leest u wat wij in 2025 voor elkaar hebben gekregen. Een jonge telg in de progressieve beweging, zult u lezen dat wij zijn gegroeid. Nieuwe mensen zijn aan ons verbonden. Wij hebben veel mensen getraind. Wij kwamen bij elkaar om te vieren wat wij samen doen. Wij deden onderzoek naar onze effectiviteit. Maar vooral zijn we deur-aan-deur in gesprek gegaan.

Als bestuur zijn wij trots dit jaarverslag te presenteren. Wij vervullen een wettelijke taak die noodzakelijk is om onze Stichting vorm te geven. Maar het echte werk wordt gedaan door onze kernteam, onze organizers. En vooral door de vrijwilligers in het land. Wij zijn er trots op om hen hiermee in het zonnetje te zetten. En onze beweging in de breedte te kunnen presenteren.

Wij wensen iedereen veel leesplezier. En wie weet, misschien bent u ook zo geïnspireerd dat je straks ook deur-aan-deur wil gaan voor een goed gesprek.

~ Sandra Ball

Voorzitter Bestuur Deep Canvassing Nederland

Samenvatting

In 2025 groeide onze beweging. We gingen door met onze campagne Gesprekken voor Verandering – Migratie. Waar we aan het begin van 2025 nog ongeveer 5 lokale groepen hadden, waren dat er 25 aan het eind van het jaar. Het aantal gesprekken dat we voerden groeide daardoor ook exponentieel. We belden aan bij bijna dan 5000 deuren en voerden 1500 gesprekken van élk twintig minuten tot een halfuur. Van die mensen gaf een kwart aan dat ze er aan het eind van het gesprek anders over dachten dan aan het begin.

Om onze groei te faciliteren en de beweging te versterken trainden we meer dan 10 nieuwe trainers, organiseerden we een landelijke campagedag en leerden we van elkaar in regelmatige online interviews. Lokale teams ontwikkelden hun eigen strategie, verdeelden rollen en taken en organiseerden potlucks, documentaire avonden en borrels om hun community te verstevigen. Voor het eerst organiseerden we landelijke canvasmomenten, op één centrale plek én op meerdere plekken tegelijkertijd. We belden aan bij alle deuren in een wijk en gaven iets terug met een buurt barbecue! Samen met het buurthuis en lokale organisaties brachten we alle bewoners bij elkaar – om ze te bedanken voor de mooie gesprekken en terug te geven wat we hebben gehoord. Met artikelen in landelijke kranten, uitgebreide radio interviews en de keren dat we werden genoemd in columns leerden steeds meer mensen in Nederland onze beweging kennen. Dat leidde altijd ook tot een groei in lokale vrijwilligers. Samen voerden we zes keer meer gesprekken dan in 2024. Op dat geweldige fundament bouwen we door in 2026.

2025 in cijfers

Gesprekken	
Deuren aangeklopt	4958
Gesprekken gevoerd	1416
Verandering geregistreerd, ruwe data	25%
Actieve canvassers	357

De Beweging	
Communitydagen (campagedagen en landelijke canvasdagen)	6
Online introductie	19
Lezingen en trainingen aan partners	12
Lokale groepen	25

Training	Gepland	Gerealiseerd
Trainers	22	24
Basistrainingen	20	22
Online introductie	10	19
Lezingen en trainingen aan partners	10	12
Verdiepende trainingen, interview en speciale webinars	10	12

Media en Online Zichtbaarheid	
Website, unieke bezoekers	39400
Totaal volgers Instagram	1460
Radio, krant en film	10

Gesprekken voor Verandering - Migratie

Lokale groepen

Voor 2025 stelden we ons tot doel om met behulp van ons bewegingsopbouwmodel op te schalen van drie naar tien sterke teams die zich inzetten voor de Migratie campagne, verspreid over het land. Op basis van geleerde lessen bij het oprichten van de eerste drie groepen wilden we onze wijkgerichte aanpak verder verbeteren en uitrollen naar nieuwe locaties. Daarnaast voorzagen we dat we op tien extra plekken basistrainingen zouden geven, als eerste stap naar lokale betrokkenheid.

Het lukte: we zagen het aantal lokale groepen explosief toenemen van ongeveer 5 aan het begin van het jaar naar maar liefst 25 aan het eind. In Amsterdam, Utrecht en Haarlem zijn de sterke, zelfstandige teams doorgegroeid en hebben een eigen aanpak. Daarnaast zijn er in zeven steden sterke teams bijgekomen, waaronder Den Haag, Amersfoort, Groningen, Leeuwarden, Twente, Rotterdam en Deventer. Hier zijn gesprekkentrekkers actief die zelfstandig acties organiseren en lokale betrokkenheid opbouwen. Lokale teams ontwikkelden hun eigen strategie, verdeelden rollen en verantwoordelijkheden en bouwden actief aan hun community. Dat deden ze niet alleen via gesprekken aan de deur, maar ook met potlucks, documentaire-avonden en borrels. Hiermee groeiden het aantal canvassers én hun betrokkenheid. Vrijwilligers gaan niet alleen langs de deuren, maar bieden zich ook aan om op andere manieren aan de beweging te bouwen. Lokale trekkers staan met elkaar in contact en delen ervaringen over het moment van canvassen of het bereiken van nieuwe canvassers. Er is een IT-groepje met enkele vrijwilligers ontstaan, dat zich ontfermt over de digitale infrastructuur waar we op leunen. En het aantal trainers is gegroeid naar 25.

Op nog eens vijftien locaties is een eerste basis gelegd. In totaal zijn er nu op 25 plekken basistrainingen gegeven en zijn er groepschats opgezet waarin mensen elkaar weten te vinden. Hoewel hier nog geen vaste structuur is, vormt dit een veelbelovende voedingsbodem voor verdere groei van de beweging.

De grootste les was dat groepen hebben meer tijd nodig binnen één campagnethema. Onze wens was om al in 2025 te onderzoeken welke andere thema's geschikt en strategisch logisch zouden zijn voor een deep canvassing campagne. We experimenteerden met andere thema's, maar op grote schaal een switch maken naar een nieuwe campagne... dat was nog te snel. Groepen starten juist op bij langere continuïteit. Canvassers doen veel ervaring en inhoudelijke kennis op en zijn zo beter in staat om zelf training te geven, mensen te integreren en strategie te bepalen. In 2026 zullen we inzetten op kleinere pilots om nieuwe thema's te testen, voor we deze landelijk uitrollen.

de Groep in Haarlem: Een klein én stevig team

In Haarlem belt een leuke en diverse groep vrijwilligers een paar keer in de maand aan voor deep canvasgesprekken in de wijk. Wat bij Christien (54 jaar) begon met de drang om iets te doen, groeide uit tot een lokaal deep canvasteam dat inmiddels al bij ruim 300 deuren aanbelde.

"We plannen één of twee keer per jaar een avond. Dat is gewoon lekker aan de keukentafel, met een enorme hoop chocolade en lekkers," lacht Christien. Die avonden zijn er vooral voor uitwisseling. Wat zijn de ervaringen? Welke wijken hebben ze gelopen? Wat kwamen ze tegen?

"Je leert er enorm van als je weet hoe anderen het aanpakken en waar ze tegenaan lopen. We delen veel over wat we tegenkomen aan de deur. Dat vind ik heel leuk en belangrijk."

Het komt ook vaak voor dat iemand opeens zin heeft om op een random woensdag te lopen en vraagt wie er mee wil! Het maakt eigenlijk niet uit als je niet kan. Het leven is druk genoeg voor iedereen en we doen dit ernaast. Er zijn weken dat ik niet kan en dat is ook oke.”

Kleine updates in de Signal-groep houden gelukkig iedereen betrokken. Na elke loop delen teamleden namelijk kort in de app wat ze tegenkwamen. "Dan krijg je toch even het gevoel van: ik was er niet bij, maar ze hebben wel weer gesprekken gevoerd. Dat houdt me gemotiveerd," legt Christien uit.

Het Haarlemse team is divers. 'We hebben mensen van verschillende leeftijden, achtergronden, banen en ervaringen.' En dat werkt erg goed volgens Christien. "Juist dat maakt de gesprekken rijker. We leren niet alleen van de mensen aan de deur, maar ook van elkaar. Verschillende perspectieven zorgen voor meer begrip en diepgang," zegt Christien.

Gesprekken

Door de groei in lokale groepen nam ook het aantal gesprekken fors toe. We belden aan bij meer dan 4.728 deuren en voerden 1416 gesprekken met mensen in heel Nederland. Dit ten opzichte van 250 gesprekken in 2024. De impact van de gesprekken: een kwart gaf aan anders over migratie te denken na het gesprek. Voor het eerst organiseerden we landelijke canvasmomenten: dit is telkens een boost voor het aantal gesprekken dat we voeren.

Dit was anders dan we hadden bedacht. Onze inzet was minimaal 9000 gesprekken. In werkelijkheid klopten we aan bij 4.728 deuren en voerden we 1.416 gesprekken. We leerden ambitieus richting blijven geven (we hebben wel écht miljoenen gesprekken nodig om de verandering teweeg te brengen die we willen), maar inzetten op kleinere 'wins'. We stimuleren lokale teams bijvoorbeeld om bij alle deuren in één buurt aan te bellen.

Canvassers vinden het spannend om hun punt te maken én hun eigen verhaal te vertellen. Daarvoor organiseerden we dit jaar al online webinars; over het kleur-klasse verhaal, het "playbook van extreemrechts" en *storytelling*. Ook dit jaar zetten we in op verdiepende training om de kwaliteit van gesprekken te waarborgen.

Impact

Vooroordelen verzacht

Een analyse van de cijfers uit 2025 laat zien dat in ongeveer 25% van de gesprekken een vorm van verandering plaatsvond. Dit is de verandering die canvassers zelf bemerken in het gesprek – dus niet een absolute meting. Voor een uitgebreide analyse van de cijfers is een samenwerking met CorrelAid opgezet voor 2026. Stichting CorrelAid is een netwerk van wetenschappers gespecialiseerd in statistische data-analyse.

De cijfers zijn veelbelovend en bevestigen dat onze aanpak impact kan hebben. Tegelijkertijd zijn we voorzichtig met conclusies: we weten nog niet goed hoe groot of duurzaam deze veranderingen zijn, en wat ze precies betekenen voor mensen op de langere termijn.

In 2025 vond al een inhoudelijke evaluatie plaats met de groep in Amsterdam-Noord. Het bijbehorende verslag wordt in 2026 afgerond en gedeeld. Daarnaast hebben we dit jaar het volledige voorwerk gedaan voor een bredere evaluatie van alle gesprekken.

De wijkgerichte aanpak: van deur tot buurt

Halverwege het jaar waren in één buurt in Amsterdam-Noord alle deuren aangeklopt. Om bewoners te bedanken voor de open gesprekken en om de verbinding in de wijk een extra zetje te geven, organiseerden we een buurtbarbecue. Samen met lokale organisaties die zich inzetten tegen de wooncrisis, een thema dat we vaak hoorden aan de deur.

Ongeveer dertig mensen kwamen samen: buurtbewoners, canvassers en sociaal werkers.

Telefoonnummers werden uitgewisseld en burens die al jaren naast elkaar woonden, leerden elkaar voor het eerst echt kennen. Het was een flinke organisatie – barbecues door de buurt sjouwen, eten regelen, flyers in elke brievenbus – maar het was de moeite waard. Gesprekken aan de deur zijn een begin. Als je dat opvolgt met een moment van ontmoeting, kan een campagne zomaar veranderen in een gemeenschap.

Bredere impact dan bedacht

De impact van onze gesprekken is veel breder dan we eerst dachten. Waar we begonnen met het idee dat we vooral invloed hadden op de mensen bij wie we aanbellen, zien we dat de impact breder is. Onze canvassers geven aan dat ze er veel van leren.

Een anekdote uit de groep

Vanmiddag liep ik tijdens mijn dagelijkse uitlaat ronde met de hond door het bos. Ik trof een groep van 8 jagers, gestoken in camouflage kleding, met hun geweren in de aanslag. Ik voelde de weerstand in me opkomen en ik nam me voor om eens een hartig woordje met deze in mijn ogen macho's te spreken.

Naarmate ik ze naderde, werd ik kalmer door me voor te nemen het gesprek met hen eens volgens de deep canvas methode aan te pakken. Ik liep op de meest woest uitzijnde jager af en ik stelde me voor. Ik vertelde dat ik graag wilde begrijpen waarom ze dit zo deden en of hij me er meer over wilde vertellen. Verbaasd keek hij me aan maar wat volgde was eigenlijk een heel mooi gesprek, vooral toen het persoonlijk werd. Ik vroeg hem hoe het voor hem was om een dier te doden. Hij werd kennelijk door mijn vraag geraakt en hij zei dat nog nooit iemand hem dat gevraagd had. Na een tijdje doorpraten namen we afscheid met een handdruk.

Canvasser Bas van Veen over zijn ervaring

Waarom blijft hij het doen? Avond na avond, deur na deur en dat in zijn vrije tijd? Bas hoeft niet eens lang na te denken. 'Omdat ik wil bijdragen aan het beter maken van de wereld,' antwoordt hij direct. 'Deep canvassing is ook een manier om met mijn angsten om te gaan. Met deze groep mensen zetten we angst om in hoop,' legt hij uit. 'Angst verlamt je. Hoop zet je in beweging. Hoop is een werkwoord, hoop is iets dat je dóet. Dat voel je niet thuis op de bank.'



Samenwerkingen

Deep Canvassing als Tool

In 2025 merkten we dat deep canvassing steeds vaker wordt gezien als een serieuze optie binnen progressieve campagnes en buurtinitiatieven. We adviseerden KlimaatContact in België bij het opzetten van hun eigen deep canvassing-campagne over klimaat, en deden samen met XR Landbouw een bijzondere pilot waarin klimaatactivisten en boeren met elkaar in gesprek gingen. Deze ontmoetingen lieten zien hoe krachtig het is om mensen met ogenschijnlijk tegengestelde belangen echt naar elkaar te laten luisteren.

Ook deelden we onze kennis op verschillende plekken. We gaven trainingen op de academies van PAX en BKB en spraken op de zomeracademie van beweging.net in België. Daarnaast waren we aanwezig bij Zetkin in Zweden, waar campagneorganisaties uit heel Europa samenkwamen om ervaringen uit te wisselen. Overall merkten we dezelfde nieuwsgierigheid: hoe werkt deep canvassing precies, en wat kan het betekenen in verschillende contexten?

Steeds vaker kregen we telefoontjes van progressieve campagneorganisaties en buurtinitiatieven die overwogen de tactiek in te zetten. Tot nu toe namen we deze gesprekken vooral ter kennisgeving aan, als signalen van groeiende belangstelling. Tegelijkertijd riepen ze bij ons nieuwe vragen op. Wat hebben we precies te bieden buiten een 'traditionele campagne'? Wat kan deep canvassing betekenen voor een buurt, voor langdurige verbinding en lokaal eigenaarschap?

We zijn uitgegroeid tot een concrete tool: een optie die organisaties kunnen inzetten. In 2026 onderzoeken we hoe we die rol verder kunnen verdiepen, zodat deep canvassing niet alleen een campagnemethode is, maar ook een instrument voor duurzame gemeenschapsofbouw.

In gesprek met boeren

Met dank aan het DC team en de mensen van DC Extinction voor de inspiratie. Afgelopen zaterdag hebben we, samen met omwonenden, de eerste gesprekken gevoerd met de grondeigenaar, een tulpenteler en een lelieteler die het afgelopen seizoen in onze buurt heeft geteeld. Dankzij onze actie in april dit jaar, hebben de grondeigenaar en de tulpenteler besloten, bij wijze van proef, geen Glyfosaat te gebruiken, maar het grasland ultrakort af te maaien, fijn te frezen en daarna om te ploegen. Ook is toegezegd dat er, vanwege een imker in de nabijheid van de velden, absoluut geen middelen ingezet zullen worden die nadelig kunnen zijn voor bijen.

Er wordt een spuitschema met de middelen verstrekt en vooraf gewaarschuwd wanneer gespoten zal gaan worden. Uit eigen beweging van de teler hanteert hij een spuitvrije zone.

Het was mooi om de omslag te zien bij zowel boeren als omwonenden. Niet tegen elkaar, maar samen streven naar verandering. We hebben afgelopen donderdag subsidie gekregen van de gemeente Steenwijkerland om een platform op te zetten om deze gesprekken in de hele Kop van Overijssel te voeren.

Kleur-klasse onderzoek

In 2025 zijn we gestart met een onderzoeks- en ontwikkeltraject rond het kleur-klasse narratief: een verbindende manier van communiceren die mensen samenbrengt in plaats van verdeelt. Dit doen we samen DeGoedeZaak en Stroomversnellers. Internationaal onderzoek laat zien dat deze aanpak verschillende groepen aanspreekt en kan bijdragen aan meer solidariteit en draagvlak voor sociale verandering. We werkten samen met verschillende nieuwe partnerorganisaties.

Ons doel was om te onderzoeken hoe dit narratief werkt in de Nederlandse context. Welke woorden, beelden en metaforen sluiten hier aan? Dit jaar stond vooral in het teken van voorwerk: gesprekken met onderzoekers in binnen- en buitenland, het aanscherpen van onze onderzoeksvraag en het delen van eerste inzichten met onze achterban.

We organiseerden drie openbare webinars met gemiddeld 100 deelnemers, waarin we kennis deelden over het kleur-klasse verhaal en de eerste lessen uit de praktijk bespraken. Daarnaast boden we tijdens communitydagen verdiepende trainingen aan voor canvassers, zodat zij dit narratief kunnen toepassen in hun gesprekken aan de deur.

In 2026 bouwen we hierop voort met verdiepend onderzoek en bredere verspreiding van de opbrengsten, zodat dit verhaal ook in Nederland een krachtig instrument wordt voor een inclusieve beweging.

Media

Onze aanpak bleef niet onopgemerkt. We verschenen meer dan tien keer in de media, met artikelen in landelijke kranten, uitgebreide radio-interviews en vermeldingen in podcasts en columns. Deze zichtbaarheid zorgde steeds opnieuw voor een toename van lokale vrijwilligers.

'Mijn collega stemt op een partij die tegen mijn waarden ingaat. Wat moet ik doen?' Deep Canvassing, een persoonlijk gesprek volgens een vast patroon, [zegt Lena Bril in haar column in de Trouw.](#)

'Je kunt iemand niet omlullen, maar wel omluisteren.' Emma Curvers kwam naar de training en ging mee de straat op. Lees de [uitgebreide reportage in het Volkskrant Magazine.](#)

'Zo kunnen vooroordelen verzachten en daar doen we het voor!' Luister het hele interview tijdens [het radioprogramma 'Bridge the Gap'](#) van NPO Blend vanaf 00:31:00.

Deep canvassing? DAMN, HONEY YES! [Luister hier de podcastaflevering 'Zaai hoop, geen haat'](#) van het feministische platform DAMN, HONEY.

'Nog maar 4% van de Nederlanders heeft vertrouwen in de politiek.' Luister het [radioprogramma Vroeg](#) waarin wij uitleggen hoe we Nederland verbinden.

'Er valt niet te praten met buitenlanders!' [Lees het artikel in Trouw.](#) De krant ging mee op zoek naar een goed gesprek in de volksbuurt Ondiep.

In documentaire 'The System' volgt Joris Postema drie activisten. **Is deep canvassing het antwoord op een wereld die niet mee beweegt?** [Bekijk hier de trailer.](#)

'Politici spelen kiezers bewust tegen elkaar uit op basis van klasse en huidskleur' [schreef De Groene Amsterdammer.](#) 'Maar we kunnen het regelen voor iedereen.'

'Veel problemen ontstaan niet door migratie.' [Lees de uitgebreide rapportage](#) van onze Landelijke Canvasdag in februari 2025 in het Parool!

'Het beste medicijn tegen zondebokdenken is dus doodeenvoudig menselijk contact.' [Lees het artikel van de Correspondent](#) waarin zij 10 manieren om je te verzetten tegen fascisme uiteenzetten.

Het jaar eindigde met een [korte docu op NPO1: 'We komen niets verkopen'](#) door regisseur Halil Ibrahim Özpamuk.

Governance

Het team van zelfstandige professionals is het afgelopen jaar verder gegroeid. Naast coördinerende opdrachten voor konden we twee organizers voor één dag per week inzetten voor de migratie campagne en diverse communicatieopdrachten uitvoeren. Die communicatie inzet is terug te zien in de vernieuwde website, het groeiende aantal volgers op sociale media, de handleidingen voor canvassers en het prachtige filmpje over ons werk.

Daarnaast hebben we onze kantoorruimte uitgebreid. We delen nu een pand met het Lowlander Project en Lobby Lokaal wat niet alleen zorgt voor een gezellige werkomgeving, maar ook voor waardevolle kruisbestuiving. Zo volgt Bas van Veen inmiddels een opleiding tot organizer bij Lowlander. Alledrie de organisaties verzorgen regelmatig trainingen en ontvangen bezoekers; door samen extra ruimte in het pand bij de Hortus te huren, kunnen we onze functie als kenniscentrum en ontmoetingsplek beter waarborgen.

Het bestuur van Stichting Deep Canvassing Nederland houdt toezicht op het beleid en de algemene gang van zaken binnen de organisatie en fungeert als sparringpartner voor het kernteam. Het bestuur bewaakt de missie, strategische koers en de algemene gang van zaken, en voorziet de werkorganisatie van advies.

In 2025 bestond het bestuur uit drie leden, met een vertrekkend en aantredend penningmeester rond de zomer:

- Sandra Ball, voorzitter
- Joep Karskens, secretaris
- Nadima Zarifi, penningmeester tot juni 2025, Jan Warning, penningmeester vanaf september 2025

Onze nieuwe penningmeester is Jan Warning! Hij is van oorsprong canvasser en brengt ruime ervaring mee in zowel het voeren van gesprekken als het aansturen van organisaties. Jarenlang heeft hij zich ingezet voor de vakbond, gewerkt als onderzoeker en was hij directeur bij het Instituut Asbestslachtoffers.

Het bestuur kwam in 2025 vier keer bijeen. Tijdens deze vergaderingen stonden onder meer de voortgang van de migratie-campagne, de groei van de organisatie, de financiële positie van de stichting, en de strategische prioriteiten voor de komende periode centraal. Op een heidag hebben we rollen en taken opnieuw verdeeld en gezamenlijk de theorie van verandering opgesteld, te zien in het jaarplan van 2026.

De bestuursleden verrichten hun werkzaamheden onbezoldigd. Eventueel gemaakte onkosten worden vergoed. Ook in 2026 jaar blijft het bestuur zich inzetten voor een gezonde, transparante en toekomstbestendige organisatie, zodat het kernteam zich optimaal kan richten op het realiseren van de maatschappelijke doelstellingen van de stichting.

Vooruitblik

De nood voor uitreikende campagnemethodes blijft hard nodig. Er lijkt in Nederland een weer gematigde politieke wind te waaien en wij zien dat als een teken dat we niet moeten verslappen. Wij blijven bouwen aan verbinding en doen dit meer en meer met partners: lokaal, nationaal én internationaal.

We gaan 2026 financieel gezond in. Een grotere groep vrijwilligers en ZZP'ers kunnen proactief onze vergaarde ervaringen, inzichten en kennis delen. Deep Canvassing Nederland is niet meer aan het pionieren, we zijn aan het professionaliseren. 2026 staat in het teken van nieuwe gespreksonderwerpen testen, nieuwe relaties bouwen met (lokale) netwerken om mee samen te werken, en ons aantal gesprekken vermeerderen.

Financiële verantwoording

2025 was financieel een sterk jaar voor de organisatie. Een belangrijke impuls in 2025 was de extra bijdrage van Stichting Media & Democratie. In de zomer ontvingen wij een aanvullende toekenning van €30.000 voor onze aanpak richting de gemeenteraadsverkiezingen. Deze bijdrage loopt door tot maart 2026 en gaf ons financiële stabiliteit en ruimte om onze activiteiten verder uit te bouwen.

Onze grootste kostenpost was het kernteam en de ZZP-structuur. Er is meer werk vrijwillig verzet dan we hadden gedacht. Deze inzet was van grote waarde en maakte veel mogelijk, maar heeft ons ook doen inzien dat dit op de lange termijn niet wenselijk is. Voor goed bestuur en continuïteit is het belangrijk om uit te gaan van realistische kosten en eerlijke vergoedingen voor het werk dat wordt gedaan. Dit inzicht nemen we nadrukkelijk mee in onze verdere organisatieontwikkeling.

De manier waarop bijeenkomsten en trainingen werden georganiseerd, kwam het gemeenschapsgevoel duidelijk naar voren. Dankzij samenwerkingen met lokale partners konden we regelmatig gebruikmaken van locaties en tijdens landelijke dagen kozen we vaak voor gezamenlijke maaltijden waarbij deelnemers zelf eten meenamen. Dat droeg niet alleen bij aan een toegankelijke organisatiecultuur, maar versterkte ook het gevoel van gelijkwaardigheid en verbondenheid.

Tegelijkertijd was het afgelopen jaar ook een periode waarin de organisatie verder professionaliseerde. Door de groei van het team en de activiteiten investeerden we meer in ondersteuning, werkruimte, administratie en digitale tooling. Deze investeringen waren belangrijk om de organisatie duurzaam, professioneel en toekomstbestendig verder op te bouwen.

We hebben geleerd om kansen te grijpen wanneer zich die aandienen en soms levert dat een positief resultaat zoals bij de extra financiering van Stichting Media en Democratie, en soms levert het niks op zoals bij de nominatie voor de Brouwers Vertrouwensprijs.

Hieronder presenteren we de jaarrekening van 2025.



Balans

(na verwerking exploitatiesaldo)

	31-12-2025	31-12-2024
Activa		
<u>Materiële vaste activa</u>		
Apparatuur	€ -	€ -
	€ -	€ -
<u>Vlottende activa</u>		
Vorderingen en overlopende activa	€ 3.429	€ -
Liquide middelen	€ 54.893	€ 52.216
Voorraden	€ -	€ -
Totaal activa	<u>€ 58.322</u>	<u>€ 52.216</u>
Passiva		
<u>Kortlopende schulden en overlopende passiva</u>	€ 20.750	€ 400
<u>Uitkomst vlottende activa min kortlopende schulden</u>	<u>€ 37.572</u>	<u>€ 51.816</u>
<u>Uitkomst activa min kortlopende schulden</u>	<u>€ 37.572</u>	<u>€ 51.816</u>
<u>Vermogen</u>		
Algemene reserve	€ 37.572	€ 51.816
Totaal passiva	<u>€ 58.322</u>	<u>€ 52.216</u>

Staat van baten en lasten

	2025		2024	
<u>Baten</u>				
Subsidies, giften en omzet	€	126.441	€	55.556
Overige opbrengsten	€	1	€	-
	€	126.442	€	55.556
<u>Lasten</u>				
Personeelskosten	€	108.826	€	-
Bewegingsopbouw	€	9.059	€	6.305
Ondersteuning	€	16.230	€	2.251
Onvoorzien	€	6.570	€	274
	€	140.686	€	8.830
<u>Saldo van baten en lasten</u>	€	-14.244	€	46.726

Activa

	31-12-2025		31-12-2024	
<u>Materiële vaste activa</u>	n.v.t.		n.v.t.	
<u>Afschrijvingspercentage</u>	33,33%		33,33%	
Boekwaarde 1 januari	€	-	€	-
Aanschaf apparatuur	€	-	€	-
Afschrijvingen	€	-	€	-
	<hr/>		<hr/>	
Boekwaarde 31 december	€	-	€	-
	<hr/>		<hr/>	
<u>Vlottende activa</u>				
	<hr/>		<hr/>	
<u>Vorderingen overlopende activa</u>				
Waarborgsommen	€	-	€	-
Debiteuren	€	1.513	€	-
Te vorderen BTW	€	-	€	-
Nog te ontvangen donaties	€	1.916		
Vooruitbetaalde rekeningen	€	-	€	-
	<hr/>		<hr/>	
	€	3.429	€	-
	<hr/>		<hr/>	
<u>Liquide middelen</u>				
Kas	€	-	€	-
Banktegoed bij Code Rood	€	-	€	-
Betaalrekening Triodosbank	€	54.893	€	52.216
Kruisposten	€	-	€	-
	<hr/>		<hr/>	
	€	54.893	€	52.216
	<hr/>		<hr/>	
<u>Vorraden</u>				
n.v.t.	€	-	€	-
	<hr/>		<hr/>	
	€	-	€	-
	<hr/>		<hr/>	

Passiva

Algemene reserve

	2025		2024	
Saldo per 1 januari	€	51.816	€	5.090
Resultaat boekjaar	€	-14.244	€	46.726
Saldo per 31 december	€	37.572	€	51.816

Belastingen en premies sociale verzekeringen

Loonbelasting en sociale premies	€	-	€	-
Te betalen vakantiegeld	€	-	€	-
Af te dragen BTW (kwartaal 4)	€	294	€	-
	€	294	€	-

Overige schulden en overlopende passiva

Crediteuren	€	456	€	400
Voorziening	€	20.000	€	-
	€	20.456	€	400
Totaal schulden en overlopende passiva	€	20.750	€	400

Baten

	<u>2025</u>		<u>2024</u>
<u>Baten</u>			
Verkopen / omzet	€ 2.225	€	4.907
Crowdfunding	€ 12.220	€	7.149
Baten Fondsen	€ 111.996	€	43.500
Ontvangen rente	€ -	€	-
	<u>€ 126.441</u>	<u>€</u>	<u>55.556</u>
 <u>Bijzondere baten</u>			
Saldo overlopende projectbudgetten	€ -	€	-
Overige bijzondere baten	€ 1	€	-
	<u>€ 1</u>	<u>€</u>	<u>-</u>
 Totaal baten	<u>€ 126.442</u>	<u>€</u>	<u>55.556</u>

Lasten

	2025		2024	
Personeelskosten				
Coördinatie Stichting Deep Canvassing Nederland	€	42.178	€	-
Campagne & Organizing	€	52.587	€	-
Overige werkzaamheden	€	14.062	€	-
Bewegingsopbouw				
Evenementen	€	9.059	€	2.941
Inkoop externe trainingsmodules	€	-	€	3.364
Ondersteuning			€	-
Kantoor, administratie en governance	€	6.847	€	1.073
Hosting websites en apps	€	4.754	€	-
Communicatiematerialen	€	4.630	€	1.178
Overig				
Bestuurskosten	€	640	€	274
Onvoorzien	€	5.930	€	-
Totaal lasten	€	140.686	€	8.830

Beknopte toelichting op de jaarrekening

Stichting Deep Canvassing Nederland is een sociale beweging die vooral bestaat uit vrijwilligers, die opereren in lokaal gewortelde groepen. Deep Canvassing Nederland heeft geen werknemers in dienst. Om het vrijwilligerswerk op te bouwen en te faciliteren, methodes voor gespreksvoering te verbeteren, landelijke campagnes te organiseren en publiciteit te genereren wordt gebruik gemaakt van de inzet van zzp'ers. Voor het geven van trainingen kunnen trainers op verzoek een trainersvergoeding ontvangen. De leden van het bestuur ontvangen geen vergoeding voor hun werkzaamheden.

Deep Canvassing Nederland is wettelijk vrijgesteld van een accountantsverklaring

P.5 Algemene reserve Eind 2024 ontving de stichting een paar grote subsidiebedragen. Deze zijn gedoteerd aan de algemene reserve. Zodoende was het mogelijk om in 2025 een deel van de algemene reserves in te zetten voor activiteiten en bewegingsopbouw.

P.5 Voorziening: Van de Stichting Democratie en Media is in 2025 een subsidiebedrag ontvangen. Een bedrag van € 20.000 is gereserveerd voor het jaar 2026..

P.7 Lasten: In 2024 zijn nog relatief weinig activiteiten geweest. En daarmee ook relatief weinig kosten gemaakt.

P.7 Onvoorziene kosten: In 2025 werd de stichting BTW-plichtig verklaard door de Belastingdienst. Deze verplichting gold met ingang van het laatste kwartaal van dat jaar. Deze post betreft de BTW die niet verrekend kon worden.