



Jaarverslag 2017



Voorwoord

Beste lezer,

“Vrouwen hebben de mogelijkheid om te bepalen hoe de volgende regering eruit ziet.” Met deze woorden wordt eind 2016 het zaadje geplant voor de oprichting van Stem op een Vrouw. De zin is afkomstig van een flyer, te bezichtigen in een glazen vitrinekast in het Surinaams Museum te Paramaribo. De tekst komt van een stemcampagne uit 1996 van Surinaamse vrouwenorganisatie ‘Vrouwen Parlement Forum’, die Surinamers bij de parlementaire verkiezingen opriep: Kies Bewust, Stem op een Vrouw. Ik nam er de foto van die op de volgende pagina staat.

In Nederland was een blik op de cijfers voldoende om te zien dat politieke representatie van vrouwen, net als in Suriname, nog steeds bar slecht was. En er was oproer rond vrouwen in de politiek; Hillary Clinton had de race voor het presidentschap zojuist verloren, een seksistische en racistische man aan het roer latende van een groot en machtig land. Dat zou ons niet in Nederland gebeuren. En dus besloot ik op zoek te gaan naar gelijkgestemden. Al snel ontstond er een groep

gelijkgestemden die zich wilden inzetten voor betere representatie in de politiek. Het was januari 2017, en we hadden nog enkele maanden te gaan tot de Tweede Kamerverkiezingen.

Binnen enkele weken stampte het gloednieuwe team een huisstijl, teksten, website en social media uit de grond, en in februari lanceerden we de Stem op een Vrouw-campagne online. De NOS pikte slechts enkele uren hierna als eerst ons persbericht op, en een waar mediacircus begon. Journalisten van alle grote kranten en media schreven over Stem op een Vrouw, en deelden onze boodschap over het tekort aan vrouwen in de Nederlandse politiek. Nog belangrijker: zij deelden de strategie die wij aanmoedigden, om op vrouwen te stemmen lager op de kieslijst.

Kiezers deelden onze boodschap en stemtactiek massaal online, en met resultaat. In maart 2017 werden drie vrouwen via voorkeurstemmen in de Tweede Kamer verkozen: Isabelle Diks, Lisa Westerveld en Lilianne Ploumen. Een historische gebeurtenis.

We zijn trots op deze vliegende start. De boodschap die we verkondigen raakt een snaar bij veel Nederlanders die in het stemhokje een duidelijk signaal gaven aan politieke partijen: het is NU tijd voor meer vrouwen. Het zette daarnaast Stem op een Vrouw op de kaart als organisatie; een eer én een grote verantwoordelijkheid.

In dit jaarverslag blikken we terug op onze eerste campagne en activiteiten, de steun die we hebben ontvangen en is te lezen hoe we met minimale middelen ontzettend veel hebben bereikt. Het is onze belofte aan Nederland en aan alle politieke partijen dat nog maar het begin is. Ons doel? Om onszelf op te heffen, maar pas op het moment dat de politieke organen in Nederland een representatie zijn van álle Nederlanders.



Devika Partiman

Voorzitter Stichting Stem op een Vrouw

Inhoudsopgave



Voorwoord	2
Inhoudsopgave	3
Stem op een Vrouw	4
Missie	4
Het ontstaan	5
Team	6
Activiteiten	7
Tweede Kamerverkiezingen	7
Vorbereiding	8
Trainingen en advies	10
Social media	11
In de media	13
Met dank aan	14
Jaarrekening	15
Balans	16
Toelichting op de Balans	17

Stem op een Vrouw

Missie

Stem op een Vrouw zet zich in om de politieke emancipatie en representatie van vrouwen in Nederland te verbeteren.

Stem op een Vrouw (SoeV) streeft naar gelijke representatie van vrouwen in alle politieke organen - van de gemeenteraad tot het Europees Parlement, en van kandidatencommissies tot partijleden. Wij willen een land waar de politiek een goede afspiegeling is van alle mensen die zij vertegenwoordigt, en waar dus de helft van de politieke vertegenwoordigers vrouw is.

Wij willen een van de drijvende krachten zijn voor de politieke emancipatie van vrouwen. SoeV motiveert vrouwen om politiek actief te worden, biedt hen de kennis en vaardigheden die ze nodig hebben, en roept kiezers op om bij te dragen aan representatie door bij verkiezingen op lager geplaatste vrouwen te stemmen.

Wij zijn er voor álle vrouwen. Dat is belangrijk om te vertellen, omdat het gebrek aan representatie nog veel slechter gesteld is voor bijvoorbeeld vrouwen van kleur en LHBT+. Dat betekent dat we het als onze verantwoordelijkheid zien om een diverse groep vrouwen te bereiken; van leeftijd, afkomst, opleiding, werk, kleur, seksuele identiteit, en uit alle hoeken van Nederland.

Tot slot: wij zijn er voor vrouwen van alle politieke kleuren. Wij maken daarbij een uitzondering voor partijen en politici die de emancipatie van de vrouw ondermijnen, of anderszins zich schuldig maken aan discriminerende uitspraken of beleid.



Stem op een Vrouw

Het ontstaan

Stem op een Vrouw is gestart in het begin van 2017, enkele maanden voor de Tweede Kamerverkiezingen. Het verhaal begon in Suriname; initiatiefnemer Devika Partiman zag daar in museum Fort Nieuw Amsterdam een flyer liggen van Vrouwen Parlement Forum, een Surinaamse vrouwenorganisatie, die in 1996 opriepen: Kies Bewust, Stem op een Vrouw. Het was een simpele boodschap; vrouwen vormen de helft van de samenleving, en dat horen we terug te zien in het parlement. De timing was goed: Trump was net verkozen, veel vrouwen wereldwijd in shock achterlatend, en de Tweede Kamerverkiezingen waren dichtbij. Er ontstond al snel een klein team van gelijkgestemden, onder andere met vrouwen die zich nu inzetten voor feministische actiegroep 'De Bovengrondse' en medewerkers van campagnebureau BKB waar Partiman werkte. Zo kwamen vanuit verschillende

achtergronden teamleden bij elkaar met gedeelde zorgen over het gebrek aan vrouwen in de politiek, en de wil om dat te veranderen. De kans dat het toenmalige percentage van 36 procent vrouwen in de Tweede Kamer zou toenemen was minimaal. Zowel omdat de kieslijsten niet gelijk verdeeld waren als vanwege het 'reguliere' stemgedrag in Nederland, waarbij de meeste kiezers op de lijsttrekker of de eerste vrouw op de lijst stemden. Toen een teamlid kwam met de suggestie om kiezers op te roepen om op vrouwen lager op de lijst te stemmen, en zo vrouwen via voorkeurstemmen de Kamer in te stemmen, wisten we dat dit de tactiek moest zijn. Er werden een huisstijl, website, en accounts op social media uit de grond gestampt, en zo gingen we begin februari online met de boodschap: stem op een vrouw, lager op de lijst. We riepen iedereen op een vrouw te stemmen die volgens de peilingen net niet in de kamer zou komen, om zo met voorkeurstemmen alsnog meer vrouwen de kamer in te krijgen. De campagne raakte een snaar en was binnen korte tijd een groot,

landelijk succes. Alle grote media schreven over het gebrek aan vrouwen in de politiek, het onderwerp werd besproken in talkshows en tijdens events en vele honderdduizenden Nederlanders zijn zich bewuster van de ongelijke m/v-balans. Kortom: het gebrek aan vrouwen in de politiek is definitief geagendeerd. Het resultaat? Er werden drie vrouwen via voorkeurstemmen de Kamer ingestemd (en nog veel meer vrouwen haalden het net niet); een historisch resultaat. Dit was nog nooit eerder voorgekomen. Na deze vliegende start besloten we dat we hiermee door wilden gaan, en organiseerden we onder andere een trainingsdag voor kandidaat-gemeenteraadsleden, een debat met enkel vrouwelijke politici en een campagne die vrouwen opriep zich kandidaat te stellen voor de Gemeenteraad. Daarnaast geven we advies aan politieke partijen over hoe zij meer vrouwen kunnen aantrekken.

Stem op een Vrouw

Team

In 2017 hebben ruim vijftien personen zich vrijwillig voor Stem op een Vrouw ingezet. Op een vast kernteam na zijn er veel wisselingen geweest; er waren regelmatig nieuwe gezichten en wisselingen. Dat zorgde ervoor dat we constant nieuwe netwerken, expertises en ideeën kunnen aanboren. De teamleden hebben zich ingezet voor online campagne, evenementenorganisatie, communicatie, trainingen, vormgeving en research.

De in 2017 betrokken vrijwilligers,
op alfabetische volgorde:

Bianca Pander, Caspar Claasen, Devika Partiman, Esther Crabbendam, Eva van Rijnberk, Iris Bos, Judith Stevens, Katy Hofstede, Lianne Mathijssen, Melissa Lo-Fo-Wong, Michiel Stapper, Regina van der Kloet, Santi van den Toorn, Tessa Hagen, Tove Hofstede, Viktorija Veljanoska en Zilla Boyer.



Activiteiten

Tweede Kamerverkiezingen

Het doel van Stem op een Vrouw was vanaf het begin glashelder: meer vrouwen in de Tweede Kamer via de verkiezingen van 15 maart 2017. Vanuit de brede en diverse expertise van het team over grassroots activisme, politiek en online campagnevoeren ontwikkelden we onze eerste campagne. We besloten in te zetten op een strategie gericht op voorkeursstemmen en om kiezers te motiveren te stemmen op vrouwen die lager op de lijst staan.

We wisten dat we de juiste tactiek hadden gevonden. Die tactiek werkt als volgt: wanneer een partij vijf zetels haalt, halen de vrouwen die lager op de lijst zijn in principe geen zetel. In het geval dat ze voldoende voorkeursstemmen haalt, neemt de vrouw in kwestie echter de plaats in van een hoger geplaatste collega - in het overgrote deel van de gevallen is dat een man. Deze tactiek is niet alleen een 'hack'

van de partijlijsten en daarmee een duidelijk signaal voor de politieke partijen, het zorgt er ook voor dat kiezers zich verdiepen in meerdere kandidaten. Dit resulteert in grotere politieke betrokkenheid en een meer onderbouwde keuze voor een bepaalde kandidaat.

Op verkiezingsdag bleek dat de campagne een succes was: er zijn honderden duizenden voorkeursstemmen op vrouwen uitgebracht. Het resultaat was de verkiezing van drie extra vrouwen in de Tweede Kamer: Isabelle Diks (GroenLinks), Lisa Westerveld (GroenLinks) en Lilianne Ploumen (PvdA). Een historische winst; in de gehele geschiedenis van onze parlementaire democratie waren tot dan toe slechts 5 vrouwen in totaal via voorkeursstemmen in de kamer beland. Op nog veel meer vrouwen zijn in 2017 voorkeursstemmen uitgebracht, onder andere bij VVD, D66 en CDA. Zij haalden het benodigde aantal voorkeursstemmen in een aantal gevallen net niet.



Activiteiten

Vorbereiding

De campagne moest aan een aantal zaken voldoen:

- Professionele uitstraling;
- Makkelijk deelbare boodschap;
- Overtuigende argumentatie over waarom op vrouwen stemmen.

Uitstraling

Een sterke huisstijl en website waren prioriteit. Ontwerper Caspar Claasen en websitebouwer Santi van den Toorn hebben een belangrijke rol gespeeld in het neerzetten van die uitstraling. Van logo en kleuren tot de opzet van de eerste website; hier is veel tijd in gestoken. Uitstraling kan een campagne tenslotte maken of breken. Zo mochten huisstijl en logo geen genderstereotypen bevatten en moest de stijl zowel mannen als vrouwen aanspreken.

Overtuigende argumentatie

We wilden een campagne creëren waarbij ‘nay-sayers’ en twijfelaars toegang hadden

tot korte, duidelijke argumenten vóór het stemmen op vrouwen. Daarom stelden we een lijst op met alle mogelijke reacties en vragen op de campagne, zoals “Ik stem op kwaliteit, niet op geslacht!”, “Waarom is het belangrijk dat er meer vrouwen in de politiek komen?”, “Hoe werkt de stemtactiek?”, en “Ik stem SGP en er staan geen vrouwen op de lijst. Wat nu?” Voor het formuleren van antwoorden zochten we wetenschappelijke onderbouwing en testten we de antwoorden uit door verschillende mensen te laten proeflezen. Het zorgde ervoor dat we op iedere vraag een kort, onderbouwd en overtuigend antwoord paraat hebben.

Deze content is ontzettend bruikbaar gebleken. Niet alleen zien we dat media deze argumentatie overnemen, ook kunnen we dit op social media inzetten. Dat zorgde ervoor dat we altijd onderbouwde antwoorden konden geven en veel kiezers hebben weten te overtuigen van het belang

van representatie en de kracht van de individuele stem.

Een makkelijk deelbare boodschap

In Nederland stemmen bij iedere verkiezingen al vele kiezers standaard op een vrouw. Zo stemden bij de Tweede Kamerverkiezingen in 2012 ruim een miljoen mensen op vrouwen - voornamelijk op de nummers twee, die vaak al gegarandeerd zijn van een zetel. We wisten dus al dat de doelgroep die we nodig hadden aanwezig was. Daarom moesten we inzichtelijk maken dat het een betere strategische keuze is om lager op de lijst te stemmen.

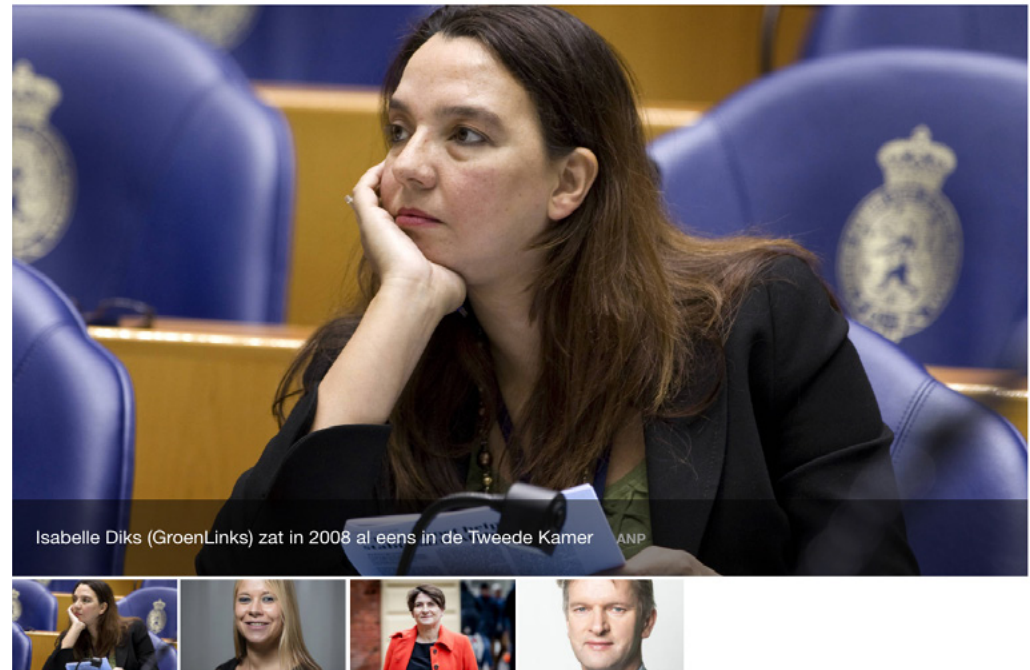
De kern van onze online campagne was samen te vatten in onderstaande afbeelding, die ruim een half miljoen keer gedeeld is. De afbeelding verbeeldt op zeer simpele wijze welk stemgedrag we van kiezers vroeger en heeft naar zeker een miljoen mensen bereikt. Daardoor hebben veel Nederlanders kennisgemaakt

Activiteiten

met het concept van de voorkeurstem en van het feit dat er aanzienlijk minder vrouwelijke dan mannelijke Kamerleden zijn.



Na verkiezingsdag werd duidelijk wat het effect was van de campagne. Honderden duizenden kiezers brachten een voorkeurstemmen uit op lager geplaatste vrouwen, resulterend in de verkiezing van drie extra vrouwen: Isabelle Diks, Lisa Westerveld en Lilianne Ploumen. Een aantal lager geplaatste vrouwen haalden de kiesdrempel net niet, wat desondanks duidelijk maakte dat kiezers van alle partijen het signaal gaven: het is tijd voor meer vrouwen in het parlement.



De verkiezing van Diks en Westerveld volgt op een voorkeursactie voor vrouwen. Kiezers werden via sociale media aangemoedigd op vrouwen te stemmen die het volgens de peilingen net niet zouden halen. Onlangs [berichtte de NOS](#) dat voorkeurstemmen op vrouwen zelden iets opleveren, omdat er meestal op vrouwen wordt gestemd die hoog op de lijst staan en daardoor toch al in de Kamer komen.

bron: [NOS.nl](https://nos.nl)

Activiteiten

Trainingen en advies

Stem op een Vrouw is actief op zoek gegaan naar de verhalen en ervaringen van vrouwelijke (ex-)politici. We verdiepten ons in hoe partijen communiceren, hoe kandidaatstelling werkt, en voerden vele gesprekken met politici en burgers. Zo brengen we steeds beter in kaart hoe het proces van burger naar politicus verloopt en welke onderdelen van dit proces verbeterd of aangepast moeten worden voor een inclusieve politiek. We werken er constant aan om die kennis up-to-date houden, o.a. door actief lidmaatschap van politieke partijen en contact te houden met ons netwerk van politici.

Met deze kennis kunnen we politieke partijen en organen adviseren over hoe zij het proces richting de kieslijsten kunnen verbeteren en vrouwen trainen die zich willen voorbereiden op een politieke carrière. In de loop van 2017 heeft Stem

op een Vrouw een start gemaakt aan deze taak. De opdrachten die we hebben uitgevoerd, zijn:

Workshop voor EMMA Experts in Media en Maatschappij

Wat: Workshop gericht op niet-politieke groepen, om hen te laten inzien wat zij zelf voor rol kunnen spelen bij het bevorderen van vrouwen in de politiek.

Waar: Bijeenkomst ‘Hoe krijgen we meer vrouwen in de politiek?’ op 12 september 2017 in Den Haag.

Wie: 50 deelnemers, waaronder studenten, ambtenaren, vrouwelijke politici en andere geïnteresseerden.

Deelnemers werden ingedeeld in vier groepen: media, burgers, politieke partijen en scholen. Zij kregen de opdracht om te brainstormen over wat hun groep zou kunnen doen om vrouwen op hun weg naar politiek te kunnen ondersteunen. Door vanuit die verschillende perspectieven naar het probleem te kijken, werd ook duidelijk

dat het niet enkel een politiek probleem was; juist ook media, scholen en ‘gewone burgers’ kunnen een rol spelen bij het ontwikkelen en aanmoedigen van politieke ambitie bij vrouwen.

De resultaten per groep werden na afloop kort besproken. Hier kwamen onder andere ideeën uit zoals debatlessen op scholen, les binnen het vak maatschappijleer specifiek over vrouwen in de politiek, en trainingen aan journalisten over gender en diversiteit. Het verslag is hier te lezen: <http://www.emma.nl/artikelen/hoe-krijgen-we-meer-vrouwen-in-de-politiek>

Training ‘Vrouwen en de Raad’ voor ProDemos

Wat: Trainingssessie gericht op het politieke veld, om hen tips & handvatten te geven om meer vrouwen aan te trekken als gemeenteraadskandidaten.

Waar: Bijeenkomst van ProDemos, in Den Haag op 27 oktober 2017. De bijeenkomst was onderdeel van het project ‘Politiek

Activiteiten

Bewust & Politiek Actief', gericht op het stimuleren van gemeenten om voor hun inwoners activiteiten te organiseren ter bevordering van de politieke betrokkenheid.

Wie: 15 deelnemers, waaronder vertegenwoordigers van gemeenten, het ministerie van BZK en politieke partijen.

Door: Devika Partiman en Esther Crabbendam.

Aan de hand van drie fases ging deze workshop in op het bevorderen van het aantal vrouwen in gemeenteraden. Per fase werden een aantal tips en belangrijke punten genoemd:

Het selectieproces, met o.a.: vraag actief vrouwen om te solliciteren (en neem twijfels weg), zorg voor vrouwenvertegenwoordiging in alle lagen en dus ook de sollicitatiecommissie en andere invloedrijke partijorganen, stel quota voor je kandidaten en creëer hier intern draagvlak voor, en kijk kritisch naar de vragen die je bij sollicitatiegesprekken

stelt.

Het werk in de raad, met o.a. het kritisch kijken naar de arbeidvoorwaarden, hier helder over communiceren, openstaat voor feedback en verandering, en ruimte bieden voor (vragen naar) ambitie.

De voorbereiding (kandidaatstellingen), met o.a.: organiseer laagdrempelige kennismakingen, luister naar vrouwen die reeds actief zijn, en spreek de wens en public uit voor vrouwelijke kandidaten.

De drie onderdelen werden ondersteund met persoonlijke verhalen uit ons netwerk. Na dit gedeelte was er een plenair gesprek over wat de individuen zelf deden of wilden gaan doen, binnen hun eigen functie.

Lezing 'Vrouwen in de Politiek' voor Provincie Drenthe

Wat: Lezing over het tekort aan vrouwen in de politiek, met bruikbare oplossingen.

Waar: Bijeenkomst van 100 jaar Vrouwen Kiezen in Drenthe, op 8 maart 2017 in het Provinciehuis.

Wie: Ruim 100 aanwezigen, waaronder medewerkers van Provincie Drenthe en geïnteresseerden.

Door: Zilla Boyer.

Op 8 maart 2017, ter ere van internationale vrouwendag, organiseerde Provincie Drenthe een bijeenkomst op het Provinciehuis. Na een lezing van historica Esmeralda Tijhoff over de geschiedenis van vrouwenpolitiek gaf Stem op een Vrouw's Zilla Boyer een lezing over de situatie anno nu. In de lezing werd de huidige representatie van vrouwen in Nederland in cijfers besproken, en in internationale context geplaatst. Vervolgens is het gebrek aan representatie beter bekeken; wat zijn mogelijke oorzaken én oplossingen van dit probleem? De lezing had als doel om te informeren en medewerkers van de provincie bruikbare ideeën te geven om het vrouwentekort te helpen oplossen.

Activiteiten

Social Media

Stem op een Vrouw werkt met de volgende online kanalen:

Facebook: Stem op een Vrouw

Instagram: stemopeenvrouw

Twitter: @StemopeenVrouw

LinkedIn: Stem op een Vrouw

Website: www.stemopeenvrouw.com

Via deze kanalen bereikt Stem op een Vrouw haar volgers en nieuwe geïnteresseerden. Inmiddels bereiken we ruim 10.000 volgers op verschillende kanalen. Door middel van een contentkalender worden planningen gemaakt, taken verdeeld en is content gedeeld. De content die we delen gaat vrijwel uitsluitend over vrouwen in de politiek en onderwerpen die raken aan vrouwenemancipatie. De toon is positief en richt zich op mensen die ons doel ondersteunen. Dat betekent dat we niet tot nauwelijks online de discussie aangaan, maar ons goeddeels richten

op ‘goed nieuws’, afgewisseld met zaken die nog aangepakt moeten worden zoals discriminatie van vrouwen van kleur, ongelijk loon en seksisme in en buiten de politiek.

Rond verkiezingstijd zorgen we voor een groter bereik door a) duidelijke, deelbare content te maken, en b) belangrijke posts te sponsoren op Facebook en Instagram om een nog groter publiek te bereiken. Zo werd in februari 2017 in aanloop naar de Tweede Kamerverkiezingen onze stemtip, die via een afbeelding het principe van een voorkeurstem uitlegt, ruim 2900 keer gedeeld op Facebook. Het bereicht bereikte een half miljoen mensen. Samen met het mediabereik van 2017, waarbij (de boodschap van) Stem op een Vrouw rond verkiezingstijd onder andere op NOS, AD, Trouw, NRC, OneWorld, Volkskrant, RTLZ en Jinek te horen was, heeft deze stemtip honderden duizenden of wellicht zelfs miljoenen mensen bereikt.



In de media

Stem op een Vrouw is sinds de oprichting in begin 2017 regelmatig in landelijke en regionale media verschenen. Zowel op televisie als in de krant, op het internet in artikelen en blogs en op verschillende radiozenders. Dit is mede te danken aan persberichten die we sturen op belangrijke momenten, een groeiend persoonlijk netwerk van journalisten en ons bereik online.

Onze allereerste aanwezigheid in de media was een interview op NOS op 3, slechts uren na de lancering van onze website. Dat was een zeer belangrijk moment; dit artikel bracht onze organisatie en boodschap direct bij een groot landelijk publiek én andere media onder de aandacht. Lees het artikel [hier](#) terug.

Kort hierna pikten ook het AD, RTLZ, Eva Jinek en verschillende andere landelijke media onze boodschap op. Zie bijvoorbeeld [het artikel op de site van Jinek](#), waarin naar het NOS-interview wordt gerefereerd.

Wat in ons voordeel werkte, is dat we veelgestelde vragen over ons werk zoals “Waarom moet ik op een vrouw stemmen?”, “Wat is het effect van meer vrouwen in de politiek?” en “Hoor je niet te stemmen op kwaliteit in plaats van op geslacht?” reeds op de website hadden beantwoord. Zo konden journalisten makkelijk aan argumentatie komen, die ze in hun artikelen konden gebruiken. Zie bijvoorbeeld rechts op deze pagina [het artikel van Jinek](#).

Waar we bijzonder blij mee zijn, is de diversiteit aan media waar Stem op een Vrouw is genoemd. ‘Voor de hand liggende’ media zoals feministisch platform Vileine en mensenrechtenplatform OneWorld, maar ook grote landelijke kranten en mediawebsites met een breed publiek, talkshow Tijd voor MAX en BNR Nieuwsradio gaven ons een platform. In het mediadossier in de bijlage is een overzicht te vinden van alle media aandacht.



Amma Asante van de PvdA. Foto: ANP

Prangende vragen

Op de website van 'Stem op een Vrouw' worden ook prangende vragen beantwoord. Zoals de terechte: “Maar ik stem helemaal niet op iemand vanwege zijn of haar geslacht, maar vanwege de kwaliteiten die deze persoon bezit.” Het initiatief geeft een duidelijk advies mee: “We roepen je niet op om op de eerste de beste vrouw te stemmen, maar om te zoeken naar iemand die jou aanspreekt en die de kwaliteiten heeft die jij belangrijk vindt. Gelukkig staan er vele capabele vrouwen op de kieslijsten.”

Met dank aan

Stichting Stem op een Vrouw is niet mogelijk zonder de inzet van het team van vrijwilligers. Zij maken de campagnes mogelijk, zetten Stem op een Vrouw op de kaart en hebben verder gebouwd aan de uitbreiding van Stem op een Vrouw. Zo'n vijftien personen hebben in 2017 volledig vrijwillig voor Stem op een Vrouw gewerkt en hun tijd, kennis, expertise en netwerk ingezet. Meerdere teamleden hebben eigen geld gestoken in de opstart van de stichting. Door onze vrijwilligers stond er in 2017 binnen de kortste keren een organisatie die veel aandacht kreeg in de media en heel veel geïnteresseerden bereikte. We zijn hiervoor eeuwig dankbaar.

Wij bedanken ook de individuele donateurs: tientallen mensen hebben stickers besteld of een kleine donatie overgemaakt om ons werk te steunen. We waarderen jullie ontzettend en voelen ons gesteund in de verantwoordelijkheid die we hebben genomen!

Daarnaast bedanken wij De Bovengrondse, de feministische groep waarvan verschillende leden ons aan het begin hebben bijgestaan, BKB | Het Campagnebureau voor het verlenen van vergaderruimte de eerste maanden van ons bestaan en de ondersteuning vanuit het BKB Academiefonds, en MamaCash Fund, dankzij wie we mochten spreken op Women's March en ons eind 2017 verraste met een donatie uit het Spark Fonds.

Een speciale dank, tot slot, aan onze volgers, delers en supporters in heel Nederland. En natuurlijk diegenen die op een vrouw stemden! Zij hebben bijgedragen aan meer vrouwen in de Nederlandse politiek.

Toekomst

Na het oprichtingsjaar gaat de reis van Stem op een Vrouw in 2018 verder. We hebben onze ambities op een rij gezet:

- 1) Meer vrouwen verkozen laten worden bij de Gemeenteraadsverkiezingen in maart 201, en de Herindelingsverkiezingen in november,
- 2) Vrouwen motiveren om politiek actief te worden in de gemeenteraad en daarbuiten,
- 3) Stem op een Vrouw moet dé plek worden voor data over vrouwen in de politiek,
- 4) We willen een community creëren van volgers en bijdragers,
- 5) Uiteindelijk ook een internationale beweging, met takken in andere landen, opstarten.

Jaarrekening

De eerste campagne van Stem op een Vrouw had een onverwacht groot bereik en resultaat. Toch wordt de stichting gedraaid door vrijwilligers en is zij volledig afhankelijk van donaties en fondsen. Wij zijn alle vrijwilligers, donateurs en fondsen dan ook ontzettend dankbaar voor hun steun en vertrouwen.

Op de volgende pagina's vindt u een overzicht van de stichtingsinformatie, ons eigen vermogen per 31 december 2017 en een overzicht van de baten en lasten in 2017.

Stichting Stem op een Vrouw opereert in het publieke domein. We hechten veel waarde aan transparantie en vinden het daarom belangrijk om een losstaand financieel jaarverslag door een onafhankelijk boekhoudkantoor van onze financiën te laten opmaken. Dit jaarverslag - inclusief balans, kasstroomoverzicht en grondslagen - is naast dit inhoudelijke jaarverslag en deze toelichting op onze lasten en baten openbaar.

- Iris Bos (Penningmeester Stichting Stem op een Vrouw)



Jaarrekening

Stichting & Balans 2017

Stichting Stem op een Vrouw werd op 23 februari 2017 opgericht te Utrecht. Het bestuur wordt gevormd door Devika Partiman (voorzitter), Iris Bos (penningmeester) en Santi van den Toorn (secretaris). Er zijn in 2017 geen wijzigingen geweest in het stichtingsbestuur. De stichting is vrijgesteld van belastingplicht. Het eigen vermogen van de stichting bedraagt per 31 december 2017 €1.169.

Organisatiekosten	€734,73	Fondsen en Donaties	€2.726,90
Oprichtingskosten	€350,00	Donaties	€526,90
Algemene organisatiekosten	€112,73	BKB Academiefonds	€1.200,00
Accountantskosten	€272,00	MamaCash	€1.000,00
Websitekosten	€132,99	Trainingsdag 2018	€150,00
Communicatiekosten	€797,30	Overig	€60,27
Drukkosten	€204,33		
Facebook Advertenties	€576,47		
Personeelskosten	€109,62		
Totaal lasten	€1.774,64	Totaal baten	€2.937,17

Jaarrekening

Lasten

Algemene organisatiekosten

De organisatiekosten omvatten in het oprichtingsjaar €734,73. De helft van dit bedrag behelst de oprichtingskosten van de stichting bij Notariskantoor Hagen te Utrecht.

Websitekosten

De kosten voor de aanschaf van verschillende domeinnamen en het onderhoud van de website zijn €132,99.

Communicatiekosten

De kosten voor de communicatie bedragen €797,30. Het zwaartepunt lag op het promoten van berichten en de stemtip op Facebook.

Personeelkosten

Stichting Stem op een Vrouw wordt volledig gedraaid door vrijwilligers en heeft geen mensen in dienst. Ook het bestuur is onbezoldigd. De personeelskosten

van €109,62 zijn dan ook gegaan naar reiskosten van enkele vrijwilligers en een sporadische kop koffie en een snack tijdens vergaderingen.



Jaarrekening



Baten

Donaties en fondsen

We ontvingen in 2017 voor €526,90 aan donaties van particulieren, middels een spontane donatie of het bestellen van stickers. Van BKB | Het Campagnebureau ontvingen we €1.200,00 uit hun BKB Academiefonds, bedoeld voor projecten waar alumni uit hun BKB Academie in actief zijn. Van MamaCash ontvingen we €1.000,00. We zijn al onze donateurs, BKB en MamaCash hier enorm dankbaar voor.

Trainingsdag 2018

In januari 2018 organiseerden we een trainingsdag voor vrouwelijke kandidaten voor de Gemeenteraadsverkiezingen in maart 2018. We ontvingen in 2017 al van tien personen hun deelnemersbijdrage van €15,00 per persoon.

Jaarrekening

Vooruitblik

In 2019 vieren we honderd jaar vrouwenkiesrecht en de komende twee jaar mogen we naar de stembus voor de gemeenteraad, Provinciale Staten en het Europees Parlement. Mede door onze campagne staat het onderwerp 'vrouwen in de politiek' weer hoog op de agenda. Om te zorgen dat we nog meer mensen kunnen bereiken met onze stemtip, dat we nog meer druk kunnen uitoefenen op politieke partijen en nog meer vrouwen kunnen overtuigen de politiek in te gaan, moeten we ook meer financiële middelen zien te werven.

We zien hierin verschillende mogelijkheden. Zo willen we ons richten op het binnenhalen van meer donationes, hogere bijdragen van fondsen en opbrengsten uit de organisatie van eigen evenementen. Zo organiseren we in 2018 een trainingsdag en debat voor vrouwelijke kandidaten voor de gemeenteraadsverkiezingen. Al deze

middelen zouden we graag besteden aan een hoger advertentiebudget voor onze online campagnes en het kunnen geven van enkele vrijwilligersvergoedingen aan vrijwilligers die zich hard inzetten voor de stichting.

