

# DIF MEDIA FOUNDATION

Jaarverslag 2018

Doelstellingen zoals geformuleerd in het masterplan.

Dif wil bijdragen aan het behalen van de Sustainable Development Goals 2030 (SDG2030), door differente, alternatieve ideeën op te sporen, te onderzoeken en te belichten.

Dif wil met haar platform een belangrijke bijdrage leveren aan de architectuur die nodig is om de SDG's 2030 uit te voeren, door innovatoren, wetenschappers, ondernemers, ngo's, overheid, activisten en creatieven die werken aan deze oplossingen in kaart en met elkaar in contact brengen en synergie tussen de stakeholders te creëren.

Dif wil positief bijdragen aan de reputatie van Nederland binnen de internationale gemeenschap als duurzame innovator, actieve voortrekker van de SDG2030 en voorstander van internationale samenwerking om de doelen te bereiken.

Dif wil aantonen dat de meest onverwachte verandering met de grootste impact gebeurt wanneer verschillende denkers rondom een onderwerp bijeen worden gebracht.

DIF is zich bewust van haar milieu impact, en wil haar organisatie vormen volgens de principes van verantwoord ondernemen

### Uitgangspunt

Dif is een mediaproject. Zij wil zoveel mogelijk bruikbare ideeën opsporen en over het voetlicht te brengen in haar diverse media (internet, sociale media, magazines en festival etc) en media van partners.

Uitgangspunt is een positieve benadering van de thema's met als kernwoord 'oplossingen'.

Dif zoekt oplossingen voor de thema's die zijn afgeleid van de Sustainable Development Goals 2030 in alle sectoren van de maatschappij.

Dif is onafhankelijk, objectief en vereenzelvigd zich niet met enige politieke religieuze of andere ideologische stroming.

### Doelen voor 2018

De doelen voor 2018 waren samengevat de navolgende punten:

1. Het vinden, onderzoeken van briljante ideeën en plannen die een bijdrage leveren aan het behalen van de doelen uit de SDG 2030
2. Het opzetten van een website en app voor de verspreiding van onze research en verhalen over deze briljante ideeën en het belichten van de mensen achter deze ideeën.

3. Het verbreden van het bereik in lezers en gebruikers van onze media
4. Het opstarten van een beweging van 'changemakers', mensen die op alle diverse terreinen van de transitie bezig zijn.
5. Het bedenken, uitwerken en presenteren van een festival voor de stad Rotterdam in 2020.
6. Het bedenken en uitwerken van een plan voor een gezamenlijke conferentie rond enkele thema's uit de SDG in november 2020
7. Het acquireren van fondsen om onze begroting voor de periode 2018 tot en met 2020 mogelijk te maken.

### Realisatie doelen 2018

#### Ad 1.

Dif publiceerde in 2018 circa 35 verhalen, 50 short story's, zeven (mini)documentaires en portretteerde of interviewde vele briljante denkers achter de gepresenteerde *bright ideas*. Dit alles werd geïllustreerd door een tiental fotografen en illustratoren. Over het tegengaan van de verwoestijning verscheen een serie artikelen die in samenhang met elkaar duidelijk maakte dat zeker 20% van de wereld die nu ongebruikt ligt door verwoestijning met relatief simpele ingrepen in een periode van minder dan 20 jaar kan worden omgeturnd tot gezonde ecologische en economische gebieden met werk, voedsel en water voor honderden miljoenen mensen. Ook op het terrein van gezondheidszorg verschenen interessante artikelen zowel over preventie, zorg, het bestrijden van pandemieën als de onrechtvaardigheid in de wereld van de patenten. Energie was een belangrijk aandachtspunt met alternatieven voor fossiele maar ook voor de voor de hand liggende hernieuwbare energie als zon en wind. Ook de transitie aan de kant van de energieleverantie door de opkomst van burgerinitiatieven als energie coöperaties kreeg uitgebreid aandacht. Voedsel als kernthema en verbinding tussen gezondheid, klimaat en economie vond een hoogtepunt in het 5000 dagen plan waarbij de voeding van de inwoners van de Rijnmond delta in die genoemde periode voor 80% plantbased zouden moeten worden. Vele andere onderwerpen en briljante ideeën passeerden de revue.

#### Ad 2

in het wekelijks ge-update Dif report en de Dif report app die gratis zijn te verkrijgen in de Appstore en bij Google Play. Een bedrijfje met 7 mensen (waarvan een deel mensen met afstand tot de arbeidsmarkt) werkten enkele maanden aan het realiseren van een app. Deze werd in de tweede helft sterk verbeterd door het bedrijf Jasja Zuidmeer van Lucid Dreams die nu ook een connector heeft ontworpen waarmee in de toekomst web en app automatisch worden gesynchroniseerd.

Ook de website heeft inmiddels drie updates gehad en is nu een vernuftige database met alle artikelen en interviews duidelijk en vindbaar gerubriceerd.

#### Ad 3.

Met name in de tweede helft van 2018 werd er meer accent gelegd op het vergroten van het bereik. Een social mediateam van 5 mensen legden zich toe op het verbreden van de groep op resp. Instagram en Facebook en in mindere mate Twitter en LinkedIn. In de laatste twee

maanden van 2018 werd begonnen met het uitvoeren van een door een expert opgesteld social media plan. In de laatste twee maanden groeide de aanhang op de diverse social media tot ruim 3300 volgers. De website had 9.000 unieke bezoekers in die periode met een gemiddelde (hoge) leestijd van 1:30 minuut. Facebookberichten waarvan een kleine 500 werden geplaatst trokken tussen de 500 en 7000 kijkers met uitschieters zoals de documentaire over Buurtzorg die 11.000 keer werd bekeken. Op Instagram werden berichten tussen de 200 en 3000 keer bekeken. Middels onze door Google ter beschikking gestelde Google Grant bereikten we meer dan 130.000 mensen met berichten en artikelen.

#### Ad 4.

Minder succesvol verliep het met de binding met wat door het team wordt omschreven als 'werkelijke volgers'. Dit zijn de changemakers die zelf actief bezig zijn met de transitie naar een duurzame maatschappij. Middels mailinglijsten van founders, actiegroepen, instellingen en netwerkorganisaties verstuurdde we meer dan 2 miljoen boodschappen maar de teller van ons emailbestand bleef steken op 1500.

De conclusie werd getrokken dat de boodschap – changemakers van alle disciplines met elkaar verbinding brengen om oplossingen voor de SDG2030 mogelijk te maken – te gecompliceerd is. Ook lijken te weinig changemakers interesse te hebben in een connectie buiten hun eigen werkveld.

#### Ad 5.

Voor de ontwikkeling van het festival werd Hajo Doorn aangetrokken. Hajo was 20 jaar directeur van stichting Worm en actief als stadsdramaturg. Hij werd ondersteund door Bas van den Bosch van B&D Funding een van de belangrijkste culturele fondsenwervers in de stad.

Samen met het bestuur van Dif werkten ze een plan uit onder de naam Hand in Hand. In het plan waren opgenomen:

- Rescue Planet Rotterdam Een beeldenroute door de stad met grote oranje objecten (oranje als kleur voor naderend gevaar)
- Een actieplan om de hele horeca in de stad een weeklang vis- en vleesloze menu's te laten serveren (met workshops voor koks) inclusief een veganistisch diner voor 10.000 Rotterdammers.
- Het betrekken van theaters, musea en andere podia om in de maand november 2020 hun voorstellingen en tentoonstellingen thematisch te laten aansluiten op het thema van het festival.
- Verschillende hackathons of incubators in 'bezette' gebouwen waarin jongeren zich enkele maanden bezig kunnen houden met het oplossen van wereldproblemen.
- The Hunger Games. Een gigantische Live Action Role Play Game / vossenjacht waarin de duizenden deelnemers in de stad op zoek moeten naar verschillende soorten schatten en rijkdom
- Beat the Planet. Een serie concerten in Ahoy of de Kuip met het door Ronald Molendijk bedachte concept waarbij bekende artiesten, een orkest en een deejay met band een wervelende show neerzetten.
- Een autoloze woensdag waarbij de stad een dag lang zonder benzine en dieselauto's zal zijn maar waar openbaar vervoer en (electrisch) autodelen en chaufferen als alternatieven dienen.

- En nog een groot aantal andere kleinere en grotere programmaonderdelen die de stad met een aanloop van enkele maanden een weeklang voor het internationale voetlicht zal brengen als duurzame stad van de toekomst.

#### Ad 6

Doelstelling van Dif is om een 'roadmap for the future' te maken. Het congresplan behelsde om een aantal progressieve partijen (zoals onze founders Greenchoice, Koppert Cress en Buurtzorg) gezamenlijk een congres te laten organiseren. Ook diverse andere partijen melden zich om op dit evenement aan te haken. Door de congressen gelijktijdig te laten plaatsvinden (november 2020) zouden sprekers en locatie kunnen worden gedeeld. Dif ging een aantal operatiekamers inrichten waar briljante sprekers maar ook de generatie jonge uitvinders, wetenschappers en ondernemers zich gezamenlijk zouden buigen over de thema's en problemen en de daarbij horende oplossingen.

#### Ad 7

Hoewel de fondsenwerving aanvankelijk een vijftal enthousiaste sponsors opleverde bleef de realisatie van het bedrag dat we nodig hadden achter. Belangrijk hierin was het gegeven dat de gemeente Rotterdam die via Rotterdam Partners invulling aan een partnership wilde geven, aangaf dat de financiële ondersteuning uit een andere pot moest komen. Met man en macht is gezocht naar het financiële loket. Ook werd gewerkt aan draagvlak in het bestuur, om het festival in de stad financieel en inhoudelijk te laten slagen. Na 37 gesprekken met 17 verschillende diensten en personen, die zonder uitzondering in eerste instantie zeer enthousiast reageerden, bleek het evenement en de mensen erachter door het bestuur een 'te groot politiek risico' gevonden te worden.

#### Financieel

Met het beperkte budget en een exploitatiedekking van de hoofdsponsor Brighter World werd in 2018 ruim 192.000 euro besteed. Omdat Dif werkt volgens het principe tering naar de nering zetten sloot het jaar af met een neutraal resultaat.

#### Besteding in volgelvlucht

- Kosten redactie vormgeving en illustratie	84.000
- Kosten Festival (honoraria)	13.500
- Advieskosten (marketingplan e.d.)	27.000
- Social media team en advertenties	15.500
- ICT (app, website etc.)	50.500
- Overige kosten	1.500

#### Plan voor 2019

In een in februari gehouden teamvergadering werd besloten de koers te verleggen. Om meer grip te krijgen op de gewenste doelgroep van changemakers werd bedacht dat een schaalverkleining een oplossing zou kunnen bieden. Een focus op de stad Rotterdam en wat

daar aan duurzame initiatieven gebeurt zou een eerste stap zijn. Terwijl het researchteam deze initiatieven onderzoekt en erover publiceert, maar ook bekijkt welke wereldwijde initiatieven terug te schalen zijn naar Rotterdam. Nadat de gemeente zich terugtrok als founder werd dit plan echter op de lange baan geschoven.

Ondanks het feit dat Dif met de sponsors een contract tekende voor drie jaar is ervoor gekozen dit contract op te zeggen. Enerzijds omdat met het beschikbare bedrag niet de beloofde beweging kon worden gecreëerd en anderzijds omdat we besloten terug te keren naar onze kernwaarde: het opsporen van bright ideas en deze op de website te publiceren.

Dif gaat verder met een groep vrijwilligers onder leiding van de huidige (onbezoldigde) hoofdredacteur. Gewerkt wordt aan een website waarin niet alleen oplossingen worden aangedragen voor de diverse SDG's maar waar ook het onderlinge verband wordt aangetoond. De resultaten van deze research zullen actueel op de website en app worden gedeeld. Naar verwachting zullen in latere instantie andere programma delen worden toegevoegd, zoals lezingen, kleine congressen, documentaires of publicaties, die een opmaat vormen tot een roadmap for the future.

Praktisch gezien zal Dif enkele projecten zelf ontwikkelen zoals de verduurzaming van het NaDrUk pand aan de Witte de Withstraat, een samenwerking met State of the fashion over duurzame mode. Medewerking aan de lancering van Everyone.org (de opvolger van het Social MedWork en de organisatie van de alternatieve klimaatop in 2020.

JAARCIJFERS DIF MEDIA FOUNDATION 2018

	2018	
	Eindsaldo (Debet)	Eindsaldo (Credit)
Balans		
<b>KORTLOPENDE SCHULDEN</b>		
Δ Liquide middelen		
Bank	7.138,93	
Totaal: Liquide middelen	7.138,93	
Δ Schulden		
Crediteuren		33.214,51
Totaal: Schulden		33.214,51
Omzetbelasting		
af te dragen		198,90
voorheffing	198,90	
voorbelasting		3.355,32
Totaal: Omzetbelasting		3.355,32
Overige schulden en overlopende passiva		
Nog te ontvangen Subsidie & Sponsoring	25.930,90	
Totaal overige schulden en overlopende passiva	25.930,90	
<b>Totaal: KORTLOPENDE SCHULDEN</b>		<b>3.500,00</b>
Resultaat		
Resultaat (Geselecteerde jaar / Periode)	3.500,00	
Totaal: Resultaat	3.500,00	
<b>Totaal: Balans</b>	<b>36.768,73</b>	<b>36.768,73</b>

<b>Winst- en verliesrekening</b>		
----------------------------------	--	--

BRUTO-MARGE		
Δ Baten		
Subsidies & Sponsoring		158.000,00
Nog te ontvangen Subsidies & Sponsoring		34.729,87
Totaal Baten		192.729,87
<b>Productiekosten</b>		
Redactiekosten nulnummer Dif #0	440,55	
Kosten fotografie en illustratie	23.300,58	
Kosten festivl organisatie	13.416,17	
Kosten ICT	50.791,70	
Totale productiekosten	87.949,00	
BRUTO-MARGE		104.780,87
<b>Personeelskosten</b>		
Honoraria redactie	60.418,47	
Honoraria social media team	15.567,19	
Adviseurs	27.052,59	
Δ Overige personeelskosten		
Reiskosten	236,6	
Totaal: Overige personeelskosten	236,6	
Totaal personeelskosten	103.274,85	
<b>Overige bedrijfskosten</b>		
Δ Representatie en reiskosten		
representatie	1.760,62	
promotie	820,00	
reis- en verblijfskosten	1.502,91	
vakliteratuur	16,32	
Totaal representatie en reiskosten	4.099,85	
Δ Kantoorkosten		
Kantinekosten	98,47	
Kleine aanschaffingen	382,00	
Totaal: Kantoorkosten	480,47	
Δ Algemene kosten		
Administratiekosten	405,00	
Δ overige algemene kosten	6,00	
Totaal: Algemene kosten	411,00	
Totaal: OVERIGE BEDRIJFSKOSTEN	4.991,32	
Rente en bankkosten		
4950 - bankkosten	15,00	
Totaal: Rente en bakkosten	15,00	
9800 - rekenverschillen		0,30
Resultaat		3.500,00
Totaal: Winst- en verliesrekening	108.281,17	108.281,17