

MEERJAREN PLAN 2026–2028

Dress for Success Amsterdam

Februari 2026



INHOUD

- 01 — Inleiding & context**
- 02 — Missie, visie en waarden**
- 03 — Strategische uitgangspunten**
- 04 — Strategische doelen & KPI's**
- 05 — Organisatieontwikkeling**
- 06 — Communicatie & positionering**
- 07 — Financiën**
- 08 — Evaluatie & verantwoording**
- 09 — Samenvatting & vervolgstappen**

1. Inleiding & context

Dress for Success Amsterdam ondersteunt al meer dan 15 jaar Amsterdammers met een kleine beurs op weg naar werk en maatschappelijke participatie. Met gratis representatieve kleding en persoonlijk stylingadvies worden jaarlijks meer dan 600 klanten geholpen om met zelfvertrouwen een nieuwe stap te zetten richting economische zelfstandigheid.

In de periode 2022–2025 heeft Dress for Success Amsterdam verdere stappen gezet professionalisering en samenwerking, ondanks enkele uitdagende omstandigheden. De organisatie had in de eerste jaren nog te maken met de naweeën van de coronaperiode, waardoor het aantal kleedsessies achterbleef bij de ambitie. Daarnaast zorgden ziekte en het vertrek van de vorige algemeen manager voor tijdelijke onderbezetting, wat de operationele continuïteit en aansturing beïnvloedde. Hierdoor stegen de kosten in 2024, terwijl de opbrengsten nog niet volledig meebewogen met de herstelgroei. In 2025 hebben wij een gezonde groei van het aantal kleedsessies en een gezonder financiële situatie gerealiseerd. Daarmee is de basis voor verdere groei en stabiliteit in de nieuwe planperiode stevig gelegd.

De ambities voor 2026–2028 bouwen voort op dit fundament: een toekomstbestendige organisatie met stabiele financiering vanuit de gemeente Amsterdam aangevuld met externe bronnen, een grote verscheidenheid aan klanten binnen gemeente Amsterdam en een duurzame maatschappelijke impact.

2. Missie, visie en waarden

Missie

Dress for Success Amsterdam helpt Amsterdammers met een minimuminkomen en/of afstand tot de arbeidsmarkt om met zelfvertrouwen deel te nemen aan de samenleving en economisch zelfstandig te worden. Dit gebeurt door middel van representatieve kleding, persoonlijk advies en aandacht.

Visie

Wij geloven in een stad waarin iedereen de kans krijgt om met waardigheid en zelfvertrouwen mee te doen – ongeacht afkomst of situatie. Door de kracht van een eerste indruk te benutten, bouwen we bruggen tussen persoonlijke ontwikkeling en maatschappelijke participatie.

Waarden

Toegankelijk – Waardig – Professioneel –
Verbonden – Duurzaam



3. Strategische uitgangspunten 2026–2028

De strategie voor 2026–2028 is opgebouwd rond acht pijlers die samen richting geven aan de ontwikkeling van Dress for Success Amsterdam. Deze pijlers zijn gekozen op basis van de resultaten uit de vorige planperiode en de maatschappelijke opgaven in de stad.

3.1 Kleedsessies en hulpverlening uitbreiden naar 1.000 impactvolle contacten per jaar

We willen doorgroeien naar 1.000 impactvolle contacten per jaar door betere samenwerking met verwijzers, uitbreiding van de doelgroep (nieuwkomers, vrouwen, mbo'ers). Naast kleedsessies in de winkel bieden we aanvullende vormen van hulp zoals kledingpakketten, aankoop van kleding in de Sale, presentaties, kleding voor LinkedIn profiel foto's tijdens banenmarkten en mogelijk nieuwe activiteiten.

3.2 Relatie met de Gemeente Amsterdam en maatschappelijke verwijzers versterken

We streven naar een structurele, meerjarige samenwerking met de Gemeente Amsterdam, met heldere afspraken over doorverwijzingen en structurele subsidieafspraken. Regelmatig overleg met de afdeling WPI (Werk, Participatie en Inkomen) van de gemeente Amsterdam (en betrokken wethouders zorgt voor doorlopende onderlinge afstemming. Onderhoud en uitbouw van de relaties met verwijzende organisaties is essentieel om de verwijzingen (90% van de kleedsessies) goed te laten doorlopen en daarmee onze doelgroep te bereiken. De cruciale samenwerking met verwijzers (gemeente, UWV en maatschappelijke organisaties) wordt intensief onderhouden en waar nodig verder uitgebouwd. Deze samenwerkingen onderstrepen onze rol als cruciale speler in het Amsterdamse sociale vangnet, waarbij wij een actieve bijdrage leveren aan een betere en meer gecoördineerde aanpak van armoedebestrijding in de stad. Onze doelgroep is daarbij verbreed van werkzoekenden naar iedereen die opnieuw wil meedoen in de samenleving, via betaald werk of participatie, met speciale aandacht voor nieuwkomers, vrouwen en mbo-studenten.

3.3 Passende en bestendige winkellocatie

Een stabiele en passende winkellocatie is essentieel voor continuïteit. We streven naar een locatie in een passende, maatschappelijk relevant of stylingrelevante omgeving met goede publieke toegankelijkheid. Vanwege de verbouwing van ons huidige pand zullen we op termijn naar een nieuwe (tijdelijke) locatie moeten verhuizen, waarbij opslag en werkruimte ook geboden moeten worden binnen onze mogelijkheden.

3.4 Financiële groei en diversificatie

Om minder afhankelijk te zijn van één subsidiebron, namelijk de gemeente, bouwen we aan meerdere inkomstenpijlers: (meerjarige) donaties van bedrijven, particuliere bijdragen, aanvragen bij vermogensfondsen en periodieke verkoop van boventallige kleding (sale). om streven naar de

inzet van extra vrijwilligers met ervaring in fundraising, zowel voor het benaderen van bedrijven als het doen van aanvragen bij vermogensfondsen.

3.5 Vrijwilligerskracht gericht organiseren

De dagelijkse operatie wordt aangestuurd door een vaste manager, ondersteund door een betrokken groep van circa 40–45 vrijwilligers. Naast de vaste stylistenvrijwilligers zet Dress for Success steeds vaker projectvrijwilligers in voor specifieke initiatieven zoals de Sale, een mogelijke verhuizing, marketingprojecten en fondsenwerving, met als bron ons abonnement op De Nieuwe Gevers. Ook werken er deskundige vrijwilligers met specialistische kennis op gebieden als communicatie, HR, administratie en fundraising.

Deze verbreding van het vrijwilligersbestand vraagt om een andere vorm van aansturing en samenwerking: de manager richt zich op de dagelijkse coördinatie, coaching en samenhang tussen teams, terwijl het bestuur meer strategisch stuurt op structuur, prioriteiten en het optimaal benutten van de diverse talenten binnen de organisatie.

We investeren in vrijwilligersontwikkeling, trainingen, communicatie en waardering.

Wij meten jaarlijks de vrijwilligerstevredenheid en streven naar een overall beoordeling >8.

Taken en verantwoordelijkheden worden helder gedocumenteerd. Werkinstructies actueel gehouden en ontwikkeld indien niet beschikbaar.



3.6 Bestuur op afstand in toezichhoudende rol

Het bestuur werkt volgens de governance code Sociaal Werk: toezicht op afstand, heldere taakverdeling en periodieke evaluaties. De manager heeft de dagelijkse leiding, onderhoudt contacten met de maatschappelijke partners, verwijzers, en de gemeente, stuurt (project)vrijwilligers aan en rapporteert aan bestuur over voortgang in kleedsessies, financiën en risico's. Project- en specialistische vrijwilligers zullen periodiek rapporteren aan het bestuur tijdens de bestuursvergaderingen.

3.7 Unieke en relevante propositie uitdragen

Dress for Success positioneert zich als aanbieder van kleding en styling voor Amsterdammers en mensen uit regio Groot-Amsterdam op weg naar werk en participatie, maar biedt nadrukkelijk geen coaching aan. We blijven de vorm waarin wij deze kleding en styling aanbieden steeds aanpassen aan de behoeften van onze gekozen doelgroepen. Via campagnes, eigen en verkregen media en samenwerkingen vergroten we onze zichtbaarheid en maatschappelijk bereik, met een focus op verwijzers en maatschappelijke partners omdat zij kunnen zorgen voor een schaalbare en duurzame klantenstroom.

3.8 Stabiele instroom van kwalitatieve en passende kleding

Relaties met kledingdonateurs worden onderhouden. We streven naar langdurige partnerschappen met merken en bedrijven die duurzaamheid en sociale impact belangrijk vinden, waarmee we de kwaliteit en geschiktheid van de beschikbare kleding laten aansluiten op de wensen van onze klanten en de heersende professionele mode. We zorgen voor voldoende kleding voor al onze impactvolle contacten.

4. Strategische doelen en KPI's

Thema	2025	2028	Indicator
Impactvolle klantcontacten	600	1.000	Registratie Civi
Klanttevredenheid	8,5	9,0	Continue vragenlijst
Verwijzers actief	25	40	≥5 klanten per jaar per verwijzer
Vrijwilligers actief	35	45	Tevredenheid ≥8
Bedrijfsdonateurs	3	6	Structurele contracten
Eigen inkomsten	€74.000	€120.000	>40% niet-subsidie inkomsten
Kledingdonateurs	8	12	Aantal donaties

5. Organisatieontwikkeling

Dress for Success Amsterdam wil een aantrekkelijke vrijwilligersorganisatie blijven. We versterken de samenwerking tussen manager, vrijwilligers en bestuur via heldere communicatie, ontwikkelmomenten en feedback. De manager draagt verantwoordelijkheid voor uitvoering en personele aansturing, het bestuur bewaakt strategie en risico's. Er wordt jaarlijks een vrijwilligers/medewerkerstevredenheidsonderzoek uitgevoerd en minimaal 2 sociale events georganiseerd, een nieuwjaarsborrel en een groepsuitje.

6. Communicatie en positionering

6.1 Marketing communicatie

De marketingstrategie van Dress for Success Amsterdam ondersteunt primair de persoonlijke relaties die essentieel zijn voor het realiseren van onze impact en groei. Gezien de beperkte (vrijwillige) capaciteit ligt de focus op zichtbaarheid, relatiecontinuïteit en activatie van kern-doelgroepen: verwijzers, zakelijke donoren en vrijwilligers. Marketing vervangt relaties niet, maar versterkt ze door impact zichtbaar te maken, vertrouwen op te bouwen en resultaten te delen. LinkedIn en CRM vormen de belangrijkste kanalen voor instroom en relatiebeheer, aangevuld met gerichte e-mailcommunicatie en een functionele, toegankelijke website. Prioriteit ligt bij het vergroten van het aantal actieve verwijzers, het opbouwen van structurele zakelijke samenwerkingen en het binden en behouden van vrijwilligers.

In 2026 zal Dress for Success Amsterdam de visuele vormgeving en het logo vernieuwen, in lijn met de internationale herpositionering van Dress for Success. Deze vernieuwing, geïnitieerd door Dress for Success International, versterkt de wereldwijde herkenbaarheid en zorgt voor een eigentijdse en consistente uitstraling.

Een mogelijke verhuizing is een cruciaal communicatiemoment, waarbij continuïteit van instroom, heldere communicatie naar stakeholders en betrokkenheid van vrijwilligers centraal staan. De strategie wordt periodiek gemonitord en bijgestuurd op basis van KPI's en impactmeting.

6.2 Dynamische en impactgerichte propositie ontwikkeling

Onze propositie is geen statisch gegeven. We blijven deze actief monitoren en waar nodig aanpassen op basis van veranderende behoeften, verwachtingen en context van onze doelgroepen. Dit betekent dat we ruimte houden om nieuwe concepten te ontwikkelen en te testen, en bewust kiezen voor leren en bijsturen boven volume alleen. Daarom sturen wij niet uitsluitend op het aantal kleedsessies, maar op 1.000 impactvolle contacten: betekenisvolle interacties die bijdragen aan duurzame participatie, zelfvertrouwen en doorstroom. Deze bredere impactbenadering geeft ons de flexibiliteit om relevant te blijven, onze maatschappelijke waarde te vergroten en onze middelen effectiever in te zetten.

7. Financiën

Dress for Success Amsterdam streeft naar een gezonde financiële basis met meerdere inkomstenbronnen. Naast de subsidie van de gemeente Amsterdam worden bijdragen verkregen van vermogensfondsen, bedrijven en particulieren. De stichting streeft naar een vrije reserve van minimaal € 100.000 en maximaal € 250.000, ter dekking van onvoorziene kosten en ter waarborging van continuïteit. Het bestuur evalueert jaarlijks of de hoogte van de reserve nog in lijn is met de risico's en ambities van de organisatie.

Financieel plan 2026–2028	2026	2027	2028
Totaal baten	158	178	190
Totaal lasten	151	162	178
Resultaat	7	16	12

8. Evaluatie en verantwoording

De uitvoering van het strategisch plan wordt jaarlijks vertaald naar een jaarplan met concrete doelen en acties. Er vindt kwartaalmonitoring plaats en de resultaten worden gedeeld met bestuur en gemeente. Via klanttevredenheidsmetingen en social handprint (MAEX) metingen wordt de maatschappelijke impact inzichtelijk gemaakt. Elke twee jaar vindt een strategische herijking plaats.

9. Samenvatting en vervolgstappen

Met dit strategisch plan 2026–2028 kiest Dress for Success Amsterdam voor groei, stabiliteit en een verder vergrote maatschappelijke impact. De komende jaren staan in het teken van groei van de impact, versteviging van relaties en stabilisatie van de financiële positie en winkellocatie. In 2026 wordt gestart met de uitvoering van het meerjarenplan en meerjarige stabilisering van de organisatie.