

Meerjarenplan ADRA NEDERLAND 2018-2023

OP PAD MET COMPASSIE

Leeswijzer

Dit ADRA Nederland Meerjarenplan 2018-2023 heeft een logische opbouw. Te beginnen met de uitgangspunten voor ADRA Nederland: de missie, visie, waarden + normen en identiteit.

In de SWOT-analyse worden de belangrijkste sterke en zwakke punten van ADRA Nederland benoemd, samen met de belangrijkste kansen en bedreigingen. Het helpt ons om de toekomstmogelijkheden inzichtelijk te maken en kansrijke doelen te stellen.

Het hoofdstuk 'Strategie ADRA Nederland' verduidelijkt het werkmodel van het bestuur. Hierin zijn de Top 5 aan kansen en doelstellingen uitgewerkt en de belangrijkste ontwikkelpunten inclusief de doelstellingen. Verderop in dit document kunt u meer lezen over Doelgroepen, Communicatie, Financiën, Organisatie, Evaluatie en monitoring.

De Meerjarenbegroting 2018-2023 is een apart Excel-bestand. In de bijlage leest u meer over Trends en ontwikkelingen.

We wensen u veel wijsheid en leesplezier!

Het team

Inhoud

Leeswijzer	1
Missie, visie, waarden + normen en identiteit	3
Missie.....	3
Visie	3
Waarden en normen	3
Identiteit	3
SWOT-analyse.....	4
Strategie ADRA Nederland	6
Uitwerking strategie	6
Kansen en doelstellingen.....	6
De belangrijkste ontwikkelpunten en doelstellingen.....	8
Doelgroepen.....	10
Extern	10
Intern	10
Activiteiten en projecten.....	10
Communicatie	11
Financiën	11
ADRA EKF 2018-2023 in het kort.....	11
Organisatie	12
Medewerkers.....	12
Vrijwilligers	12
Bestuur	12
Systemen	12
Evaluatie en monitoring	13
Bijlage 1 - Trends en ontwikkelingen.....	14

Missie, visie, waarden + normen en identiteit

Missie

ADRA is een katalysator voor duurzame en toekomstbestendige veranderingen en helpt mee deze te realiseren. Wij inspireren en versterken mensen om samen armoede en onrechtvaardigheid te bestrijden en de risico's voor rampen en de gevolgen daarvan beheersbaar te maken.

Visie

Wij gaan voor een rechtvaardige, duurzame en toekomstbestendige wereld waar mensen een waardig bestaan hebben op zowel fysiek, psychisch als spiritueel gebied.

Waarden en normen

(Kern)waarden	Normen (gedragsregel)
Verbonden	We 'leven' samen de visie en missie van ADRA. We hebben duidelijke verwachtingen van elkaar en dragen samen de verantwoordelijkheid. We zijn transparant naar de mensen om ons heen, zowel in onze communicatie als in onze activiteiten. We zijn spiritueel geëngageerd en we zijn ons daarvan bewust.
Daadkrachtig	We nemen samen het voortouw met innovatieve veranderingen in een ontwrichte wereld. We beschermen en bepleiten samen de rechten van onze begunstigden, partners en medewerkers. We zijn wendbaar; in betrouwbare relaties die ons in staat stellen om samen gedelegeerde beslissingen te nemen t.b.v. iedereen.
Meelevend	We zijn solidair met de mensen in de gemeenschappen die we helpen, vanuit onze visie, missie en identiteit. We stellen ons naast onze medewerkers op. We zorgen oprecht voor elkaar.

Identiteit

ADRA is een wereldwijde hulporganisatie uitgaande van christelijke waarden.

SWOT-analyse

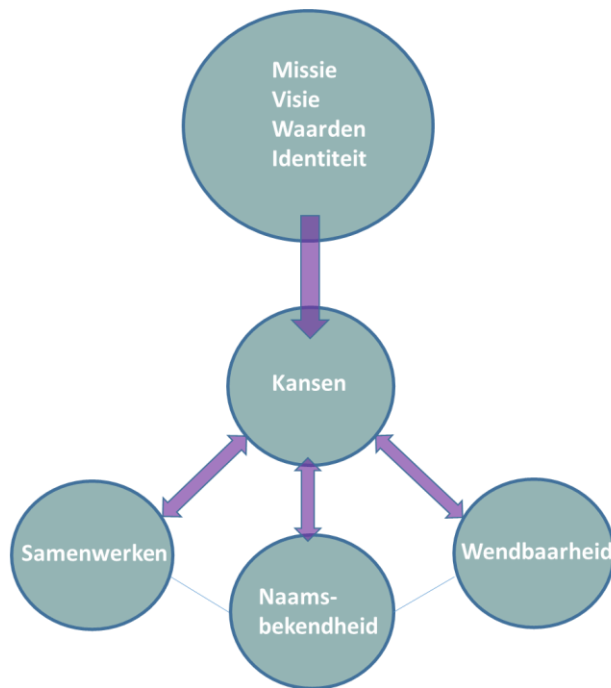
Sterkten	Zwakten	I N T E R N
ADRA Nederland is onderdeel van grote internationale ADRA-organisatie met vestigingen in 140 landen. Hierdoor zitten we altijd dicht op de (noodhulp)projecten die we doen.	Fondsenwervingsactiviteiten richten zich vooral op bedrijven via beurzen en fondsen.	
Bevlogen inzet van Zevende-dags Adventisten.	Terugloop aantal vrijwilligers/collectanten. Geen NAW-gegevens van collectanten.	
BN-er als ambassadeur.	Beperkte financiële middelen om (communicatie)acties in te zetten.	
ADRA Nederland kent de achterban van de Zevende-dags Adventisten goed; korte communicatielijnen.	100% afhankelijk van donaties en fondsen.	
Kleinschalige projecten die relatief gemakkelijk zijn te realiseren.	Beperkte interne capaciteit.	
Concrete projecten spreken de donateur aan.	Informatievoorziening en terugkoppeling vanuit de projectlanden over stand van zaken projecten is vaak niet afdoende.	
ADRA Nederland weet via locatiebezoeken en lokale vestigingen wat er écht speelt in ontwikkelingslanden en bij rampen.	ADRA Nederland wil vaak teveel doen en mist dan de focus.	
Lage overheadkosten en laag salaris directeur, dat bovendien wordt meebetaald door de kerk van de Zevende-dags Adventisten.	Beperkte kennis en kunde social media.	
Lokale bewoners zijn nauw betrokken bij de projecten. Zij leren hoe het project verder te managen als het ADRA-project is afgerond, zodat zij een duurzame verandering doormaken.	Betrokkenheid van kerkleden van de Zevende-dags Adventisten blijft achter.	
CRM-systeem dat steeds beter benut wordt.		
Transparantie in onze communicatie.		
ADRA Nederland doet mee aan de Nalatenschaps campagne van Goede Doelen Nederland.		

Kansen	Bedreigingen	E X T E R N
Economie is in de lift.	Veel concurrentie goede doelenorganisaties, zowel binnen de kerk van de Zevende-dags Adventisten als daarbuiten.	
Maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) bij bedrijven groeit nog steeds.	Mensen binden zich minder aan één organisatie.	
Nieuwe mogelijkheden (online) fondsenwerving en nieuwe media. Waar een aantal jaar geleden social media vooral als kanaal werd gezien om een relatie op te bouwen en fans te creëren op basis van organisch bereik, is dat anno 2017 heel anders. Social media zijn bereikmedia geworden, waar met gerichte targeting zichtbare resultaten kunnen worden behaald. Met Facebook voorop, zal deze trend in 2018 worden doorgezet.	Veel bedrijven verleggen hun goededoelenbeleid van internationale naar regionale en lokale doelen.	
Benadering specifieke doelgroepen, zoals ouderen en jongeren (evt. opnieuw leven blazen in Jong ADRA).	Door nieuwe manier van financieren (crowdfunding) dreigt de kans op het verliezen van de grote gevers. Het is een middel dat bij steeds meer donateurs in de belangstelling komt.	
Project(en) in Nederland.	Buiten de Zevende-dags Adventisten geen bekendheid.	
Toename van humanisering.	Strengere privacy-wetgeving. In mei 2018 gaat de wetgeving algemene vordering gegevensbescherming (AVG, ook wel GDPR in het Engels), geïnitieerd vanuit de EU, definitief van start. De effecten hiervan voor bedrijven worden zeer sterk onderschat.	
Nieuwe betaalwijzen.	Terugloop aantal donateurs.	
Werken aan aandacht van gulle gevers loont.	ADRA Nederland staat met een been in de organisatiefase van organisaties: te groot voor een servet en te klein voor een tafellaken.	
Strategische alliantie of vergaand samenwerkingsverband vergroot onze kansen.		

Strategie ADRA Nederland

De strategie is erop gericht kansen te benutten vanuit de sterkten van ADRA Nederland. Tegelijkertijd werken we eraan om onze zwakten te ontwikkelen en te verbeteren. Voor de realisatie van de strategie heeft het bestuur gekozen voor het volgende werkmodel (zie afbeelding).

De kansen staan centraal in de strategie van ADRA Nederland. Een werkgroep toetst de kansen aan de missie, visie, waarden en identiteit van ADRA Nederland. De belangrijkste 5 kansen zijn geformuleerd (verderop).



Op dezelfde wijze buigen 3 werkgroepen zich over de uitdagingen waar ADRA Nederland voor staat de komende jaren: samenwerken, naamsbekendheid en wendbaarheid.

Elk bolletje is een werkgroep. Per werkgroep zijn aanwezig: bestuurslid, teamlid en vrijwilliger. Elk bolletje kan weer nieuwe bolletjes 'jongen', zodat er een olievlekwerking ontstaat. Tussen de bolletjes (werkgroepen) is communicatie over en weer, zodat iedere werkgroep op elk moment op de hoogte is van de ontwikkelingen binnen een andere werkgroep.

Uitwerking strategie

Kansen en doelstellingen

Top 5 van kansen en doelstellingen voor 2018-2023

1. STRATEGISCHE ALLIANTIE OF VERGAAND SAMENWERKINGSVERBAND MET ANDERE NGO'S OM POSITIE TE VERSTERKEN.
Doelstelling
In 2023 heeft ADRA Nederland met tenminste 2 NGO's (niet-gouvernementele organisatie) een strategische alliantie of vergaand samenwerkingsverband. Het gaat dan om inhoudelijke issues (bijvoorbeeld naamsbekendheid), en/of om het verwerven van fondsen.
2. PROJECT(EN) IN NEDERLAND (CONFORM ADRA SHARE & CARE) VOOR SPECIEFIEKE DOELGROEPEN.
Doelstelling
Vanaf 2019 zet ADRA Nederland per jaar 2 projecten op voor mensen onder andere uit culturen en landen die het moeilijk hebben in onze samenleving. We streven ernaar dat deze initiatieven ook geld opleveren. Geld dat dan weer ten goede komt aan onze

overige buitenlandse projecten. De gemakkelijkste manier is om extern fondsen te werven, bijv. van de desbetreffende gemeente. Maar ook om ons te laten betalen voor een dienst, bijv. catering (ADRA Share & Care). We gaan op zijn minst dit 'verdienmodel' verder onderzoeken.

3. NIEUWE MOGELIJKHEDEN (ONLINE, SOCIAL MEDIA) BENUTTEN OM FONDSEN TE WERVEN.

Doelstelling

Gedurende de looptijd van dit meerjarenplan verandert de verhouding traditionele manieren van fondsenwerving versus nieuwe manieren ten gunste van de laatste.

Jaar	Traditioneel %	Nieuwe manieren %
2018	99,5	0,5
2019	99	1
2020	95	5
2021	90	10
2022	85	15

4. NIEUWE TYPE DONATEURS WERVEN (JONGEREN) EN HET AANTAL OUDERE DONATEURS UITBREIDEN.

De ervaring leert ons dat ADRA Nederland veelal gesteund wordt door oudere mensen met een achtergrond als Zevende-dags Adventisten. Dit is niet 'hard' te maken, omdat deze gegevens niet in ons CRM-systeem zijn opgenomen.

Doelstelling

- Meer jongeren (ook buiten de Zevende-dags Adventisten) zijn bekend met ADRA Nederland via naamsbekendheidsacties.
- Per jaar 2 concrete acties voor ouderen (bijv. Nalatenschapscampagne Goede Doelen Nederland, bezoek zorginstellingen, presentatie geven bij ouderenverenigingen).

5. SOCIAL BUSINESS OPZETTEN VOOR ADRA NEDERLAND: NIEUWE FINANCIERINGSVORMEN VOOR PROJECTEN.

Doelstelling

- In 2018 is er een aanpak geformuleerd voor Social Business.
- In 2019 is er 50.000 euro aan nieuwe financieringsvormen binnengehaald, mits we in staat zijn de juiste Social Business te vinden.

De belangrijkste ontwikkelpunten en doelstellingen

1. Samenwerken
2. Naamsbekendheid
3. Wendbaarheid

1. Samenwerken

Intern

AANTAL PARTNERLANDEN (NU 17) VERKLEINEN. INTENSIVEREN VAN BESTAANDE CONTACTEN.

Doelstelling

- Onderzoeken in 2018 of we het aantal partnerlanden kunnen afbouwen naar 15. We formuleren beleid en criteria. Tegelijkertijd intensiveren van bestaande partnerlanden en contacten.
- Vanaf 2018 een intensievere samenwerking met de partnerlanden opbouwen: toename contactmomenten, vooral waar het specifieke (noodhulp)projecten aangaat. Afsluiten van Memo of Understanding (MoU) met alle partnerlanden. Opbrengst: meer feedback, up-to-date informatie, fotomateriaal, begrip.

SAMENWERKEN BINNEN EN TUSSEN WERKGROEPEN (ZIE AFBEELDING PAG. 6) OPTIMALISEREN.

Doelstelling

Maart 2018 hebben het bestuur, het team en de deelnemers heldere afspraken over commitment, terugkoppeling en taken van werkgroepen.

SAMENWERKEN MET DE ZEVENDE-DAGS ADVENTISTEN EN HUN KERKEN/CHURCH PLANTS VERBETEREN.

Doelstelling

- Bouwen aan wederzijds begrip tussen de kerk van de Zevende-dags Adventisten en ADRA Nederland in de eerste helft van 2018. Daarna onderhouden van de goede contacten.
- Elk jaar ADRA Nederland en haar projecten 2 keer voor het voetlicht brengen tijdens het predikantenoverleg van de Zevende-dags Adventisten (5-6 keer per jaar).
- Alle kerken en church plants van de Zevende-dags Adventisten bezoeken, minimaal elke twee jaar.

Extern

SAMENWERKEN MET ANDERE PARTIJEN ZOALS FONDSSEN, SERVICECLUBS, ERASMUSPLUS, GEMEENTEN.

Doelstelling

In 2018 onderzoeken welke mogelijkheden er zijn tot samenwerken, resulterend in 1 of 2 concrete samenwerkingen die ons helpen om meer geld, goederen, voordelen te genereren.

SAMENWERKEN MET ANDERE GOEDE DOELEN (BIJV. SHO/GIRO 555, NALATENSCHAPSCAMPAGNE VAN GOEDE DOELEN NEDERLAND).

Doelstelling

In 2018 sterkere positie creëren en naamsbekendheid bij donateurs door meeliften en samenwerken met één ander goede doel op het gebied van humanitaire hulp. We zetten dit voort in de jaren 2019, 2020, 2021 en 2022.

2. Naamsbekendheid

NIEUWE AMBASSADEUR ZOEKEN.

Doelstelling

- In 2018 een nieuwe ambassadeur vinden die het gedachtegoed van ADRA Nederland omarmt en van onberispelijk gedrag is. Bijvoorbeeld Nico Koffeman (fractievoorzitter van de Partij voor de dieren in de Eerste Kamer, communicatieadviseur, dierenrechtenactivist én ZDA).
- Gedurende de periode van dit meerjarenplan beter benutten van huidige ambassadeur Reinier van den Berg. Daarbij ook gebruik makend van social media.

SOCIAL MEDIA (LINKEDIN, FB ETC.) BETER BENUTTEN.

Doelstelling

ADRA Nederland profileren op social media en mensen attenderen op onze projecten.

- Uitbreiden van de kennis op gebied van social media via het volgen van workshops, eventueel training.
- In 2018 beleid maken over welke social media voor ADRA Nederland relevant zijn de komende jaren. En uitvoeren. Bijstellen per jaar.
- In 2018 een stagiair aanstellen die helpt bij social-mediavaardigheden.

MEER AANDACHT ADRA NEDERLAND OP (REGIONALE) RTV.

Socutera, omroep MAX, omroep EO, televisieoptreden (= kopen van zendtijd) bij Hart van Nederland, Piet's weerbericht, Max Koffietijd, RTL Boulevard (zie actie Cordaid nov. 2017).

Doelstelling

Naamsbekendheid bij een groot publiek. Eerste helft van 2018 plan van aanpak schrijven met een afweging kosten versus opbrengst. Mogelijke uitvoering tweede helft 2018. Volgende jaren verder uitwerken in jaarplannen.

ADVERTENTIECAMPAGNES VIA GOOGLE ADWORDS OF VIA MARKTPLAATS ADMARKT.

Doelstelling

- ADRA Nederland hoog in de zoekresultaten van Google (Google AdWords), meer traffic naar onze website en daarmee meer bekendheid in de komende jaren.
- Genereren van traffic naar onze projecten op de website via Marktplaats Admarkt.
- Eerste helft van 2018 plan van aanpak schrijven met een afweging kosten versus opbrengst.

3. Wendbaarheid

NETWERKEN EN OGEN EN OREN OPEN OM VOORBIJKOMENDE KANSEN TE SIGNALEREN EN ER IETS MEE TE DOEN.

Doelstelling

Bestuur en leden team zetten zich de komende jaren optimaal in en zijn alert op kansen voor ADRA. Zowel in eigen tijd als in werktijd. De kansen komen aan de orde in de werkgroep(en) en worden uitgewerkt tot besluiten en acties.

BESLUITVORMINGSPROCES RONDOM GOEDKEURING PROJECTEN VERSOEPELEN EN VERSNELLEN. INTERACTIE BESTUUR-TEAM/DIRECTEUR.

Doelstelling

Met ingang van 2018 volgt de goedkeuring van projecten (bestuur) binnen een week na het voorstel van de directeur.

SCANNEN VAN HET NIEUWS OP DAGELIJKSE BASIS I.V.M. KANSEN EN ACTIES (BIJVOORBEELD VIA RSS-FEEDS).

Doelstelling

Het team en het bestuur van ADRA Nederland is op de hoogte van laatste nieuws dat verband houdt met de kernactiviteiten en bedrijfsvoering (rampen, vluchtelingen, acties andere goede doelen, informatie van partnerlanden over projecten, etc.) van ADRA Nederland. Dat betekent dat er in 2018 een gestructureerde aanpak komt wie wat doet wanneer en hoe).

BESLUITVORMINGSPROCES (ALGEMEEN) TUSSEN TEAM EN BESTUUR VERSNELLEN (ZIE SCHEMA BESTUUR, PAG. 6)

Doelstelling

De aanpak met de 'bolletjes' draagt bij aan het besluitvormingsproces en de snelheid van handelen.

BESCHRIJVEN VAN INTERNE PROCESSEN TER BEVORDERING SNELHEID VAN HANDELEN.

Doelstelling

Verschillende interne processen zijn in 2018 beschreven om de snelheid en juistheid van handelen te vergroten. Het gaat over handelen n.a.v. datalekken, communicatie bij rampen en ook over regels en wetten waar ADRA haar beleid op moet aanpassen, zoals Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG Europese wetgeving ingaande per mei 2018). Ook maken we beleid op bijvoorbeeld de keuze van leveranciers.

Doelgroepen

Extern

Primair: individuele donateurs (ook senioren), bedrijven, instellingen/fondsen en NGO's, overheden, scholen, verzorgingshuizen, serviceclubs, kringloopwinkels, het 'publiek' (met name christenen).

Secundair: pers, leveranciers, brancheorganisaties.

Intern

Primair: ADRA Nederland-medewerkers, bestuur ADRA Nederland.

Secundair: leden Zevende-dags Adventisten, medewerkers kerk van de Zevende-dags Adventisten, vrijwilligers (ook van de kerk Zevende-dags Adventisten, partnerlanden, ADRA International).

Activiteiten en projecten

Uitgewerkt in Jaarplan 2018 (separaat).

Communicatie

Voor de komende jaren ligt de nadruk voor Communicatie op:

- NAAMSBEKENDHEID.
Doelstelling (zie pag. 9)
NB Om onze naamsbekendheid en de resultaten van de acties die we nemen op het gebied van naamsbekendheid te meten is onderzoek nodig. Te beginnen met een 0-meting. Overwegen of we een stagiair inzetten, die kwalitatief onderzoek kan verrichten. Daarbij onderzoeksrapporten van de Zevende-dags Adventisten uit 2010 en 2015 betrekken.
- SOCIAL MEDIA EFFECTIEF INZETTEN EN BETER BENUTTEN.
Doelstelling (zie pag. 9).
- PERSOONLIJKE COMMUNICATIE MET ONZE PRIMAIRE DOELGROEPEN (zie voor doelgroepen pag. 10). Zowel in een-op-een contact als via ons taalgebruik in onze uitingen.
Doelstelling
Onze primaire doelgroepen voelen zich gerespecteerd en gehoord. Wij laten dat in al onze uitingen naar en contacten met deze doelgroepen zien. Tevens vastleggen in beleid.

Financiën

Zie Meerjarenbegroting 2018 -2023 (in apart Excel-bestand).

ADRA EKF 2018-2023 in het kort

Het ADRA Eijkelenboom Kinderfonds gaat 165 extra kinderen steunen in de periode 2018-2023 in de landen Madagaskar, Pakistan en Nepal:

1. 100 extra kinderen in Madagaskar
2. 50 extra kinderen in Pakistan
3. 15 extra kinderen in Nepal

We gaan met deze extra steun van 340 kinderen (eind 2017) naar 505 gesponsorde kinderen in 2018. Het streven is om nieuwe donateurs en sponsoren te vinden om in 2018 bovenop de 505 kinderen nóg 200 extra kinderen te kunnen helpen. Indien dit doel wordt behaald komt het aantal gesponsorde kinderen uit op ruim 700 sponsorkinderen eind 2018.

In de jaren 2019-2023 is het doel om het aantal sponsorkinderen met gemiddeld 275 kinderen per jaar te laten groeien met een eindstand van 1.800 kinderen begin 2023. Dat betekent een record in de geschiedenis van het ADRA Eijkelenboom Kinderfonds.

Daarnaast stelt het ADRA EKF in de periode 2018-2023 elk jaar 15.000 euro beschikbaar voor projecten om de kwaliteit van het onderwijs te waarborgen. Uit de praktijk blijkt dat het regelmatig onderhouden en opknappen van de scholen in de drie landen hard nodig is.

Organisatie

De komende tijd besteden we speciale aandacht aan beleidszaken. Nieuwe wet- en regelgeving, ook Europese regelgeving, speelt hierin een belangrijke rol. Maar ook veranderingen in de teamsamenstelling, samenwerken binnen het ADRA-netwerk en de daaruit voortvloeiende verplichtingen.

November 2017 maakten we een inventarisatie van beleidsdocumenten waaraan we de komende tijd moeten werken. Daaruit volgde een prioriteitenlijst met onze voornemens per beleid en een tijdschema wanneer e.e.a. gereed is.

Medewerkers

Het aantal medewerkers is gekoppeld aan de meerjarenbegroting. Elk najaar stellen we een jaarplan op met de input van alle medewerkers. Elke medewerker heeft haar eigen taakgebied waar een financiële doelstelling aan is gekoppeld. Het bestuur keurt het jaarplan goed in de decembervergadering. Taken en verantwoordelijkheden zijn beschreven in taakomschrijvingen. Het HR-beleid wordt de komende jaren verder uitgewerkt op basis van wet- en regelgeving. Daarnaast werken we de komende beleidsperiode verder toe naar het model van Ricardo Semler waarbij de medewerkers meer verantwoordelijkheid krijgen.

Vrijwilligers

Vrijwilligers zijn een belangrijke schakel in het werk van ADRA. Het zijn mensen die zich kunnen vinden in de missie van ADRA en een bijdrage willen leveren. Om ervoor te zorgen dat de vrijwilligers weten waar ze aan toe zijn, zich kunnen herkennen en ontplooien binnen ADRA, is het belangrijk dat we helder formuleren wat we van het vrijwilligerswerk verwachten. In 2018 maken we een vrijwilligersbeleid.

Bestuur

In 2017 is er een nieuw bestuur gekozen dat ADRA Nederland helpt haar visie en missie te operationaliseren. Dit betekent dat leden van het bestuur in 2018 actief zullen participeren in de diverse werkgroepen die met het nieuwe besturingsmodel samenhangen (zie pag. 6). De werkgroepen zijn 'kansen', 'naamsbekendheid', 'samenwerken' en 'wendbaarheid'. Stuk voor stuk belangrijke onderwerpen en dus belangrijke werkgroepen. Door in deze werkgroepen te participeren kan het bestuur actief bijdragen aan de onderlinge samenwerking tussen de werkgroepen, de samenwerking met het team en de samenwerking met de achterban van ADRA Nederland. Het is verder de bedoeling dat de werkgroepen 'klonen', waardoor de spin-off van de langskomende kansen wordt vergroot. Tot slot zal het bestuur erop toezien dat het besluitvormingsproces bij projecten en noodhulp adequaat is en geen vertraging oploopt. Het mag duidelijk zijn dat bij deze voornemens voor 2018 er een levendige en effectieve interactie zal plaatsvinden tussen bestuur en team.

Systemen

Systemen regelen het dagelijkse functioneren van onze organisatie en leveren informatie voor de besturing daarvan. Ze bestaan uit regels en procedures. Deze kunnen formeel en expliciet zijn ontwikkeld of informeel en impliciet zijn ontstaan. Formele systemen kunnen geheel of gedeeltelijk zijn geautomatiseerd. Systemen kaderen het handelen in: ze stellen grenzen, maar bieden daarbinnen ook vrijheid. Zonder goede systemen en procedures is het onmogelijk om ons werk te doen. Dat we steeds afhankelijker worden van systemen zal

duidelijk zijn.

Privacy

Donateurs en andere doelgroepen geven hun tijd en vooral geld om onze doelen te realiseren. Zonder het verzamelen en de opslag van data van onze donateurs en andere doelgroepen is het niet mogelijk ons werk naar behoren uit te voeren. Wij hebben de taak en verantwoordelijkheid om ervoor te zorgen dat al deze gegevens uitsluitend door ons te gebruiken zijn. Daarvoor hebben we de juiste beveiligde systemen nodig en moeten we de juiste procedures hanteren. Constante bewaking van die systemen en procedures is dan ook cruciaal.

Veiligheid

Medewerkers, bestuur en vrijwilligers moeten zich veilig kunnen voelen om hun werk te doen. Bij veiligheid kun je denken aan fysieke en geestelijke veiligheid, denk aan de Me-Too-discussie. Daartoe maken we beleid en procedures, ook ter bevordering van het bewustzijn t.a.v. veiligheid. In 2018 starten we met onderzoek naar welke maatregelen nodig zijn om deze veiligheid te borgen. NB Er bestaat een template vanuit ADRA International 'Safety & Security Plan 2015-2016', aanpasbaar aan de Nederlandse situatie.

Financieel

Financiële afspraken zijn al gemaakt. Dit betreft meerjarenbegrotingen, jaarbegroting en toetsing voortgang door directie en bestuur. Maar ook de wijze van boekhouden, verrichten van betalingen, etc. zijn vastgelegd.

Algemeen

In de komende beleidsperiode zorgen we ervoor dat we alles wat met systemen te maken heeft borgen in beleidsdocumenten, procedures en in ons bewustzijn. We blijven monitoren welke verbeteringen nog mogelijk zijn. En als dit van toepassing is, leggen we dat vast in een document.

Evaluatie en monitoring

Zonder evaluatie en monitoring hebben we onvoldoende zicht op wat we doen goed is of niet. Maar ook wat er verandert in de wereld dichtbij of veraf. Daar waar nodig moeten we aanpassen en bijsturen om zo onze doelen te kunnen blijven realiseren. In 2018 wordt verder uitgewerkt hoe, wanneer en voor welk onderdeel evaluatie gaat plaatsvinden.

De volgende onderwerpen hebben onze aandacht (zonder volledig te zijn) als het gaat om evaluatie en monitoring:

- financieel, maandelijks directie, 6x per jaar bestuur.
- projecten, elk project.
- partnerlanden, minimaal 1x per jaar.
- fondsenwervingsmethode, minimaal 1x per jaar.
- communicatiemethode, minimaal 1x per jaar.
- samenwerkingsverbanden, minimaal 1x per jaar.
- leveranciers, minimaal 1x per jaar.
- meerjarenbeleid, minimaal 1x per jaar.
- jaarplan, 4x per jaar.

Bijlage 1 - Trends en ontwikkelingen¹

Algemeen

Trend/ontwikkeling	Situatie ADRA Nederland
Loyaliteit donoren neemt af.	Loyaliteit ADRA Nederland-donoren is hoog. Het is belangrijk dit vast te houden. En nog meer persoonlijk aandacht te besteden. Immers stilstaan is achteruitgang.
Minder mensen geven, maar een hoger bedrag per donatie. Verklaring daling vrijgevigheid zijn de ontkerkelijking en de daling van het vertrouwen in de samenleving.	In de afgelopen 4 jaar is het aantal donateurs van ADRA redelijk gelijk gebleven. Zij geven minder vaak per jaar, maar per donatie wel meer. 2014 6.362 donaties/914 donateurs/€ 371 gem. 2015 6.262 donaties/1099 donateurs/€ 331 gem. 2016 5.425 donaties/900 donateurs/€ 475 gem. 2017 4.580 donaties/889 donateurs/€ 572 gem.
Huishoudens geven het meest aan kerk en levensbeschouwing.	Focus op Zevende-dags Adventisten versterken (sterke band opbouwen met personen binnen de Zevende-dags Adventisten) naast de focus op het grote publiek (naamsbekendheid).
Bedrijven als groeimotor binnen gevend Nederland. Met name de bijdragen van bedrijven en kansspelen zijn sterk gegroeid de laatste jaren. Dit wordt mogelijk veroorzaakt door grotere aandacht voor maatschappelijk verantwoord ondernemen onder Nederlandse bedrijven. 'Purpose driven marketing': commerciële organisaties ontdekken de kracht van een merk dat meer is dan een product, maar is ingebed in een visie op een betere wereld.	Focus op/uitbreiding van fondsenwerving bedrijven. Het gaat dan om organisaties/bedrijven die: <ul style="list-style-type: none"> • aansluiten bij onze 5 thema's. • die een relatie hebben met onze partnerlanden. • passen bij onze missie, visie, waarden en normen en identiteit. We presenteren ADRA Nederland als netwerk van ADRA-landen. NB De Unilevers en IKEA's zijn moeilijk aan ons te binden. In NL liggen meeste kansen bij het MKB met een christelijke grondslag. Zij doneren vooral in natura.
Werken aan aandacht van gulle gevers loont.	Persoonlijke communicatie! Kanttekening: op een planmatige en consistente manier.
Zekerheid geven dat gelden daadwerkelijk bij noodlijdenden terecht komen (transparantie, waarheidsgetrouwe info etc.). Collecte aan de deur: transparantie over waar geld naartoe gaat, welke organisatie.	We zijn transparant, zowel in onze communicatie als in onze activiteiten (zie waarden). Hierover meer communiceren in onze middelen (zie campagne 'Toegift' van Goede Doelen Nederland). NB Doen we genoeg? Verder uitwerken.

¹ Informatie van Goede Doelen NL, CBF, De Dikke Blauwe⁴, Fundraiser online

Fusies: fusie of strategische alliantie of vergaand samenwerkingsverband met ander Goede Doel.	Geen fusies, wel strategische allianties! We gaan verder op het pad dat hierin al is ingeslagen. Denk aan Dorcas, ZOA. En zoeken naar nieuwe mogelijkheden.
Vechten om media-aandacht.	Samenwerken in projecten of initiatieven/campagnes met andere Goede Doelen, bijv. Nalatenschapscampagne. Meer impact creëren.
Fenomeen 'short-lived content' zoals Snapchat. De kracht zit in 'dit mag je niet gemist hebben'.	Nieuwe mogelijkheden ontdekken en keuzes maken om meer aandacht op ADRA Nederland te vestigen.
'Psychological targeting': gericht tonen van nieuws aan mensen in social media o.b.v. hun psychologisch profiel.	Meer mogelijkheden van social media ontdekken, keuzes maken om meer aandacht voor ADRA Nederland te krijgen.
Personeelstekort online fondsenwerving. Online fondsenwerving gaat een nieuwe fase in.	Fondsenwervingsspecialisten. Stagiair voor online fondsenwerving en social media. Daarnaast educatie medewerkers.
Nieuwe transactiemogelijkheden (betaalwijzen). Grote veranderingen staan te gebeuren. PSD2 de opvolger van PSD1 (SEPA). Nieuwe aanbieders als Google, Apple, MS en FB.	Nagaan of dit handig is voor ADRA Nederland. Testen waar dit mogelijk is. Ontwikkelingen bijhouden, zoals de pin-collectebus bij huis-aan-huiscollectes (véél te duur, 1 bus kost vanaf 695 euro + servicekosten pm). NB Werken we nog met acceptgiro's of niet?
Voortschrijdende ontwikkeling van het 'internet of things' (bijv. 'slimme' kleding die gezondheid monitort)	Ontwikkelingen bijhouden.
Mobile first! Meer dan 80 procent van alle tijd die we besteden op social media, wordt gespenseerd via mobiele devices, en we kijken gemiddeld maar liefst 150 keer per dag op ons mobieltje. Kortom, onze communicatie moet ook mobile zijn! We moeten bij het maken van video en beeld rekening houden daarmee: veel ingezoomde beelden die krachtig overkomen op een mobiel scherm.	Mobile first! NB Hier komt een kostencomponent bij. Bijv. er hangt een kostenplaatje aan het volledig mobielvriendelijk maken van de website.
Meer video! Facebook gaf onlangs aan te verwachten dat binnenkort 70 procent van alle content op haar platform video zal zijn. Video klinkt al snel als duur en complex, terwijl het vooral gaat om het toevoegen van beweging aan je content. Animatie, stop motion, cinemagraphs, allemaal vormen van video/motion die goed in te zetten zijn en kostenefficiënt kunnen worden ontwikkeld.	Meer video! NB binnen het team video's maken kost relatief veel tijd. Uitbesteden kost echt veel geld. We zetten een stagiair in (februari-augustus 2018).
Big data!	Big data! CRM optimaal gebruiken.
Crowdfunding!	Crowdfunding! NB crowdfunding-platforms strijken steeds meer op van de inkomsten.

Trends bij ADRA Nederland

Trend/ontwikkeling	(Nieuwe) actie ADRA Nederland
De meeste donaties komen van ouderen.	Ook jongere mensen benaderen: andere benadering, niet traditioneel. Meer via social media. NB Jammer dat Jong ADRA niet meer bestaat.
Donateurs met een Zevende-dags Adventisten/christelijke achtergrond doneren het meest.	Erg belangrijke doelgroep. Veel aandacht voor hen met persoonlijke communicatie. Gestructureerd én flexibel.
We ontvangen de meeste donaties voor het thema 'noodhulp'.	Dat is eigenlijk vanzelfsprekend. Particulieren spreekt dit het meeste aan. We kunnen overwegen samen te werken met andere partijen als het gaat om noodhulp.
Concurrentie van de kerk van de Zevende-dags Adventisten: financieel, aandacht, privé-initiatieven om geld binnen te halen (familiestichtingen).	Goede relatie opbouwen met de kerk van de Zevende-dags Adventisten en open communicatie.
Betrokkenheid predikanten en de kerk van de Zevende-dags Adventisten bij ADRA Nederland wordt minder of is er zelfs helemaal niet.	Goede relatie opbouwen en open communicatie. Bijvoorbeeld tijd vragen tijdens het predikantenoverleg (5-6 keer per jaar) van de kerk van de Zevende-dags Adventisten .
Aantal projecten per jaar is 20-30. Per jaar is de verdeling tussen de thema's verschillend. Het hangt er erg vanaf wat er op de wereld gebeurt.	Keuze maken voor een beperkt aantal thema's/projecten is mogelijk, maar dat beperkt onze flexibiliteit in de keuze van projecten.
Vanaf 2011 is weer een opwaartse lijn te zien in de vrijgevigheid van huishoudens. In 2011 geven huishoudens 0,63 procent van het besteedbaar inkomen aan goede doelen. In 2015 is dit gestegen naar 0,69 procent. Het percentage van het bbp stijgt nog sneller. In 2011 geeft Nederland 6,6 procent van het bbp. In 2015 stijgt dit naar 7,7 procent van het bbp. (bron: Goede Doelen Nederland)	De achterban van ADRA bestaat voor het grootste deel uit Zevende-dags Adventisten. Zij zijn zeer vrijgevig, maar hebben ook een gezonde kritische blik ontwikkeld. Als ADRA transparant is over de financiële ontwikkelingen binnen ADRA, zal zowel het aantal donateurs als het geefgedrag positief beïnvloed kunnen worden.