

Ontwikkeling in focus

Beknopte Samenvatting Strategisch Meerjarenplan 2015-2020

Stichting Kinderpostzegels Nederland



Het Strategisch Meerjarenplan 2015-2020 werd op 4 februari 2015 goedgekeurd door de Raad van Toezicht van Kinderpostzegels. Bij het strategisch traject werd Kinderpostzegels ondersteund door Tom Doude van Troostwijk (medemogelijkmakers.nl).

Kinderpostzegels dankt allen die bereid waren mee te denken door deelname aan focusgroepen, individuele gesprekken, raadpleging etc.

© Stichting Kinderpostzegels Nederland

De weg naar de nieuwe strategie

Bij het opstellen van ons nieuwe strategisch meerjarenplan voor 2015-2020 hebben we niet alleen de hele organisatie betrokken, maar ook onze donateurs, grote bestellers, projectpartners, leerkrachten en goede doelen waarmee we samenwerken. We wilden in kaart brengen wat zij de belangrijkste punten vinden als het gaat om ontwikkelingsmogelijkheden voor kinderen in de komende vijf tot tien jaar. Wat zou de rol van Kinderpostzegels moeten zijn, en welke ideeën hebben ze over wat ze daar zelf aan kunnen doen/bijdragen. In focusgroepbijeenkomsten gingen wij daarover met hen in gesprek.

Daarnaast hebben we een aantal ontwikkelingen in de goededoelensector gesignaleerd waarvan we denken dat ze impact zullen hebben op doel, relevantie, merk, communicatie, werkwijze en daarmee het succes van Kinderpostzegels:

1. Goede doelen worden lean & mean en hebben in de eerste plaats een rol als regisseur en inspirator.
2. Er wordt in toenemende mate van goede doelen verwacht dat zij hun impact zichtbaar maken en erover communiceren.
3. Dialoogmarketing staat centraal. Er moet een dialoog zijn met belanghebbenden, stakeholderdialoog/invloed.
4. Externe initiatieven integreren in organisaties wordt steeds belangrijker, partnerschappen en samenwerkingsverbanden spelen een steeds grotere rol.
5. Digitalisering/social media neemt toe; datamanagement krijgt meer aandacht.

Deze ontwikkelingen zijn door teams van vier à vijf medewerkers onderzocht door bij andere organisaties langs te gaan en hun ervaringen te verzamelen en van hen te leren.

De uitkomsten van de focusgroepbijeenkomsten en de raadpleging van andere organisaties hebben we gedeeld en verrijkt tijdens een werkconferentie met de hele organisatie en onze Raad van Toezicht. Vervolgens is alle opgedane kennis en inzichten samengebracht met de eigen ervaringen, kunde en opvattingen, en van daaruit is de strategie van Kinderpostzegels voor de komende vijf jaar opgesteld.

Een kind is....

- *een wonder, een belofte en een enorme verplichting*
- *kwetsbaar en krachtig*
- *een kans op een betere toekomst*
- *een 'heel' persoon dat recht heeft op een vrije en veilige ontwikkeling naar een evenwichtige volwassenheid*
- *een eigen persoonlijkheid die soms een steuntje nodig heeft*
- *een waardevol wonder, dat begrip, liefde, respect en begeleiding nodig heeft om uit te kunnen groeien tot een gelukkige, sociale volwassene met zelfvertrouwen.*
- *een persoon die volop in ontwikkeling is en die daarbij (waar nodig) ondersteuning (en bescherming) krijgt.*
- *de sleutel naar een goede en rechtvaardige toekomst voor ons allemaal*
- *één en al mogelijkheden!*

(Citaten van deelnemers aan het strategisch traject)

De nieuwe strategie van Kinderpostzegels

Visie, missie en positionering

Visie

Kinderen zijn sterk. En kinderen zijn kwetsbaar. Alle kinderen hebben behoefte aan en recht op ontwikkeling. Kinderpostzegels gelooft in de eigen kracht van ieder kind. Wij willen dat kinderen – ongeacht de situatie, plaats of omstandigheden waarin zij opgroeien – de kans krijgen het beste en het mooiste uit zichzelf te halen.

Missie

Kinderpostzegels geeft kwetsbare kinderen ontwikkelingskansen. Dit doen wij in programma's, samen met kinderen, volwassenen en organisaties die onze visie delen.

Positionering

Stichting Kinderpostzegels is een Nederlandse organisatie die zich inzet voor de ontwikkeling van kwetsbare kinderen, waar ook ter wereld. Onder het motto 'voor kinderen door kinderen' brengt Kinderpostzegels daadkracht, kennis en ervaring, geld, actie en support bij elkaar voor kinderen die in hun ontwikkeling worden bedreigd.

Strategische doelen voor 2015-2020

We willen in de komende vijf jaar een aantal doelen realiseren. Het gaat hierbij om hoe we kinderen de komende jaren willen helpen, hoe we onze organisatie willen inrichten en hoe wij fondsen willen werven om kinderen te kunnen helpen.

Het merk Kinderpostzegels bouwen we verder uit

Het merk 'Kinderpostzegels' zal men kennen door de combinatie van:

- de fondsenwervende actie van scholieren: 'voor kinderen door kinderen'
- de ontwikkelingsmogelijkheden die we bieden aan kwetsbare kinderen.

Door kinderen voortaan ook te betrekken bij de keuzes voor de besteding van ons geld (de Kinderagenda) zal het merk ook steeds meer 'van kinderen' worden.

De Kinderagenda wordt de leidraad voor onze bestedingen

We stellen de Kinderagenda op, waarin staat wat wij de komende vijf jaar willen bereiken op het gebied van ontwikkelingskansen voor kinderen. We concentreren ons op de volgende drie programma's; Onderwijs, Pleegzorg en Kind en Trauma. Hierdoor kunnen we onze inspanningen meer focussen, effectiever zijn en meer bereiken zowel in Nederland als in het buitenland. We stellen de Kinderagenda zo op dat kinderen, jongeren, volwassenen, scholen en andere organisaties het belang van onze activiteiten inzien, zich aan de Kinderagenda willen verbinden en willen meehelpen om die te realiseren.

De manier waarop we de Kinderagenda willen realiseren

We gaan de Kinderagenda op drie – naast elkaar bestaande – manieren realiseren:

- door integrale campagnes met eigen doelstellingen op te zetten
- door initiatieven van anderen financieel te ondersteunen
- door deel te nemen aan samenwerkingsverbanden.

Door te inspireren , initiëren en te sturen geeft Kinderpostzegels op een effectieve manier invulling aan belangenbehartiging van kinderen en jongeren én de bewustwording en het activeren van kinderen en jongeren.

We realiseren onze doelen samen met onze stakeholders

Onze Kinderagenda biedt mogelijkheden voor kinderen en volwassenen om mee te werken aan de realisering ervan. Bij het opstellen van deze meerjarenstrategie hebben we ons laten beïnvloeden en inspireren door onze stakeholders: leerkrachten, donateurs, partners en bestellers. We willen hen ook bij de uitvoering van het plan betrekken en hun kennis gebruiken. We gaan onze stakeholders ook betrekken bij onze evaluaties; als het nodig is stellen we onze beleidsplannen bij. We gaan tevens onderzoeken hoe we kinderen hierin een rol kunnen geven. Dit willen zo doen dat onze stakeholders zich mede-eigenaar voelen van de Kinderagenda en zich willen verbinden aan de realisatie ervan. Dit betekent niet dat we de verantwoordelijkheid voor de doelstellingen van de Kinderagenda en voor onze organisatie uit handen geven.

We zorgen ervoor dat scholen graag aan de actie willen meedoen

We houden de kern van de actie intact maar gaan de deelname voor scholen aantrekkelijker maken door:

- de organisatie- en administratieve last voor leerkrachten te verminderen
- deelnemende scholen zelf te laten bepalen waaraan het geld wordt besteed
- deelnemende scholen de keuze bieden om bestellingen door leerlingen of door Kinderpostzegels te laten bezorgen
- uitgebreid lesmateriaal aan te bieden waar leerkrachten gebruik van kunnen maken
- de mogelijkheid te bieden om ook op een andere manier dan door verkoop van producten een bijdrage te leveren aan de realisatie van onze doelstellingen.

Ons motto 'voor kinderen door kinderen' blijft van kracht.

We vinden een opvolger van de kinderpostzegel

We vinden en implementeren een nieuw symbool voor de Kinderpostzegelactie, zodat de kinderpostzegel op termijn kan worden vervangen, als we geen postzegels meer gebruiken.. Het symbool is een 'must have' en heeft:

- een duidelijke link met de ontwikkeling van kinderen
- verzamelwaarde
- een koppeling met verbinding.

We realiseren alternatieve bronnen van inkomsten en optimaliseren bestaande vormen

We gaan naast de Kinderpostzegelactie andere bronnen van inkomsten aanboren en uitbouwen om onze afhankelijkheid van van de actie te verminderen. Dit doen we door:

- de relatie met onze (potentiële) donateurs te versterken
- verkoop van het assortiment gedurende het jaar te stimuleren, gekoppeld aan geefvoorbeelden en eventueel met een partner
- inhoudelijk samen te werken met vermogensfondsen en overheid
- de relatie met de goededoelenloterijen te versterken
- verkoop van door met geld van Kinderpostzegels ontwikkelde methoden en producten
- naast geld ook in te zetten op kennis, ervaring, netwerk en menskracht om onze doelstellingen te bereiken
- de mogelijkheid te onderzoeken om subsidiepartners zelf de helft van de begroting te laten werven, waarna wij het door hen ingezamelde bedrag verdubbelen.