



TIJD VOOR BELEID



Beleid 2019 – 2022

SWOT-Analyse

Samen met het personeel hebben we een SWOT-analyse gemaakt. Op deze wijze kan snel en betrekkelijk eenvoudig de huidige positie van Mensenkinderen bepaald worden. Wanneer we de sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen van de organisatie goed voor ogen hebben, kan ons dat helpen bij het maken van beleid. Vragen die we daarbij zouden kunnen stellen zijn:

- Waar moet de komende jaren het accent op liggen?
- Wat zijn zaken die extra aandacht nodig hebben?
- Waar liggen onbenutte kansen?
- Etc.

Bij de vier onderdelen van de SWOT-analyse is gekeken naar de volgende 7 aspecten van Mensenkinderen:

- Organisatie
- Bestuur/Personeel
- Fondsenwerving
- Hulpverlening
- Voorlichting/Communicatie
- Beleid
- Financieel

SWOT-analyse

STERKTE



Organisatie

Duidelijke christelijke missie en visie
Klein functioneel kantoor, lage huur, prettige werkplek
Centrale ligging van het kantoor; goed bereikbaar
Platte organisatiestructuur
Geen directeur
Goede automatisering
CBF-keurmerk / Erkenningregeling
ANBI-status
MK heeft een slimme werkwijze (geen uitvoerende organisatie)

Bestuur/Personeel

Bestuur (op afstand) is volledig bezet en vormt een goed team en geeft goede leiding
Bestuur goed geïnformeerd o.a. middels wekelijkse digitale nieuwsbrief
Bestuur is onbezoldigd (ontvangt vrijwilligersvergoeding)
Personeel is goed georganiseerd
Personeel vormt een goed team
Personeel is goed toegerust voor haar taken
Betrokken actieve vrijwilligers (Janny, Martha en Herma)

Fondsenwerving

Groot en (nog) groeiend donateursbestand (ca. 45.000 actieve donateurs met laatste gift na 1-1-2014)
Brede kerkelijke achterban (algemeen christelijk)
Veel oudere donateurs (50+)
Kindsponsoring: bindt donateurs voor langere tijd aan MK
Kindsponsoring: lage prijs per maand
Inzet buitendienstmedewerkers is succesvol
Nauwe relaties met major donors
DM genereert groot aandeel van de giften
Mogelijkheid tot sparen middels spaardoosjes biedt kansen
Kunnen voorgaan in kerkdiensten bindt kerkelijke gemeenten aan MK en is goed voor PR
FW middels website
Positieve ervaring met werkvakanties van groepen
Benaderen van kerken / diaconieën middels DM
Advertenties in programmabladen m.b.t. kindsponsoring

Hulpverlening

Werkzaam in beperkt aantal veldlanden
MK werkt alleen samen met christelijke partners
MK is niet geregistreerd in de veldlanden (bespaart veel tijd en kosten), maar biedt hulp middels lokale partners
Veel kleine concrete projecten met een duidelijke kop en staart
MK eist duidelijke rapportage (financieel rapport, kopieën van alle bonnen en facturen, bedankbrieven, human interest-verhalen, foto's)
Breed scala aan projecten verdeeld over 5 hulpklassen
Begin gemaakt met dorp-voor-dorp-aanpak (alle voorkomende noden in een dorp worden aangepakt)
Slimme projecten – 4 maanden voedselpakket i.p.v. 1 x voedselpakket zoals veel andere organisaties doen

Sommige projecten stellen kerken in de veldlanden in staat om contacten te leggen met mensen
Geen transporten, maar financiering van lokale projecten = investering in lokale economie
Snelle + effectieve hulp

Voorlichting / Communicatie

Sterke naam + duidelijke pay-off
Heldere communicatie via mailingen + Magazines + folders + website
Aansprekende verhalen
Eén gezicht naar buiten
Magazine/Nieuwsbrief is niet te groot (geen dure uitstraling)
Goede samenwerking met drukker (kwaliteit + snel + effectief + scherpe prijzen)
Buitendienst heeft persoonlijk contact met (major) donors
Goed toegankelijke duidelijke website
Plezierige samenwerking met vormgever
Goede persberichten
Overzichtelijk jaarverslag
Mogelijkheid om folders op maat te leveren
Enkele informatieve films
MK biedt powerpointpresentaties op maat
Drie medewerkers geven voorlichting middels lezingen of kerkdiensten
Er is een spandoek langs de A28

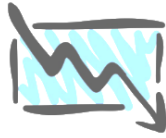
Beleid

Het jaarlijkse beleid wordt kernachtig geformuleerd
Weldoordachte jaarlijkse mailplanning
Er wordt behoudend begroot
Ontwikkelingen op gebied van FW worden nauwlettend gevolgd en indien nodig wordt beleid daarop afgestemd
Aandacht voor politieke en maatschappelijke ontwikkelingen in de veldlanden

Financieel

Lage overhead (klein kantoor, slechts 4,4 fte)
Groeiend aantal periodieke giften in geld
Groeiend aantal automatische incasso's
Groeiend aantal nalatenschappen
Lage kosten accountantscontrole + salarisadministratie
Laag kostenpercentage fondsenwervingskosten (8,9% in 2017)
Er wordt voortdurend op de kosten gelet – alle uitgaven worden goed overwogen
Sobere salarissen
Stabiele (groeiende) inkomstenstroom
Giftverwerking geautomatiseerd
Spreiding continuïteitsreserves over verschillende banken i.v.m. depositogarantiestelling
Jaarlijks worden audits uitgevoerd waarbij de boeken van partners worden gecontroleerd

ZWAKTE



Organisatie

Sommige personeelsleden hebben meerdere taken

Bestuur/Personeel

Klein team (= kwetsbaar)

Kindsporsoringprogramma is arbeidsintensief voor kantoor

Met kindsporsoringprogramma afhankelijk van vertaalmogelijkheden van de partner in Armenië

Fondsenwerving

Groei van donateurbestand m.n. t.g.v. bijsluiteracties

Relatief weinig jongere donateurs

Nog geen beleid voor werkvakanties met groepen

Door beperkt aantal personeelsleden moet op gebied van FW gefocust worden – bepaalde aandachtsgebieden (scholen, subsidieaanvragen etc.) krijgen daarom minder of geen aandacht

Hulpverlening

In Bulgarije slechts één partner

Voorlichting / Communicatie

Lage naamsbekendheid

Er wordt slechts beperkt gebruik gemaakt van radioreclame

Aantal verzoeken voor het geven van presentaties neemt af

Presentaties leveren over het algemeen weinig op

Facebook wordt minimaal gebruikt

Ambassadeurs voegen nauwelijks nog iets toe

Beleid

Financieel

Vanwege de lage rente levert sparen niets op

KANSEN



Organisatie

Bestuur/Personeel

Fondsenwerving

Toename aantal ouderen - biedt kansen voor werving nalatenschappen

Tijdelijk donateurschap via Telemarketing

Werving en upgraden donateurs met automatische incasso

Kerken kunnen meer betrokken worden bij het werk van MK

Inzet van radio en tv

Heractivering slapers (donateurs die de laatste drie jaar niet gedoneerd hebben)

Donateursbestand beter segmenteren

Nog meer gesegmenteerd mailen

Voldoende mogelijkheden voor extra inkomsten via buitendienst

Adressen huren bij wegvallen levering AW-gegevens door banken

Meer aandacht besteden aan werving nalatenschappen

Meer aandacht besteden aan werving periodieke giften in geld (bijv. middels telemarketing)

Bijv. Carola Schouten uitnodigen voor Agro-project

Hulpverlening

Nog meer werken volgens de dorp-voor-dorp-aanpak

Proberen samenwerking te zoeken met orthodoxe kerken in de veldlanden

Evt. samenwerken met GZB in Albanië

Voorlichting / Communicatie

Meer inzetten van Facebook en andere sociale media

Aanmelden voor sprekerslijsten zoals TED en Podium.nl

Beleid

Financieel

BEDREIGINGEN



Organisatie

Kleine organisatie is kwetsbaar

Bestuur/Personeel

(langdurige) ziekte van een werknemer

Fondsenwerving

M.i.v. 1 januari 2019 verstrekken banken geen AW-gegevens meer

Afnemend gebruik van acceptgiro

Belastingvoordeel m.b.t. giften aan ANBI's wordt in de toekomst verminderd

Sterke afname abonneeaantallen mediatitels

Voortgaande digitalisering (in hoeverre is dit van invloed op FW middels DM?)

Voortgaande ontkerkelijkheid

Beeld van Oost-Europa verandert ('Er is minder hulp nodig')

Nieuwe wetgeving t.a.v. TM (bel-me-wel-register)

Albanië wordt ook als vakantieland gezien

Hulpverlening

Oorlogsdreiging van Azerbeidzjan t.o.v. Armenië

Door slechte economische omstandigheden in veldlanden trekken jongeren weg

Negatief beeld dat lokale bevolking heeft van evangelische christenen

In Bulgarije slechts één partnerorganisatie

Voorlichting / Communicatie

Beleid

Financieel

Bij slechte economische situatie staat giftbereidheid onder druk

Lage rentestand

Energietransitie kost donateurs extra geld

Plannen van het kabinet om aftrekbaarheid giften in 2020 te verminderen.

Aandachtspunten n.a.v. de SWOT-analyse

Uit de SWOT-analyse blijkt dat een aantal punten aandacht verdient:

- 1) Het kindsporingprogramma is (te) arbeidsintensief voor kantoor.
- 2) Er is geen beleid voor werkvakanties met groepen.
- 3) In Bulgarije werken we samen met slechts één partnerorganisatie.
- 4) Het is wenselijk om in Albanië te zoeken naar een extra partnerorganisatie.
- 5) Per 1 januari 2019 leveren banken geen AW-gegevens meer. Dit is van invloed op de mailplanning – het is de vraag of bijsluiten bij sommige mediatitels nog wel zin heeft.
- 6) Periodieke Giften in Geld verzekert Mensenkinderen voor minimaal 5 jaar van giften.
- 7) Inzet van Facebook kan verbeterd worden.
- 8) Plannen van het kabinet om aftrekbaarheid van giften in 2020 te verminderen.
- 9) De ontkerkelijking gaat door in Nederland.
- 10) Toenemende vergrijzing biedt kansen voor fondsenwerving

Beleid 2019-2022

Ad 1) Extra hulp voor het kindsporingprogramma

Op twee momenten in het jaar (medio mei: wanneer de updates van de sponsorkinderen uit Armenië binnenkomen; najaar: wanneer sponsors hun brieven sturen naar hun sponsorkinderen) ligt er een enorme druk op de projectmanager (Koert Koster) om alles te verwerken. Met het stijgen van het aantal sponsorkinderen (in oktober 2018 meer dan 300), is het van belang dat de projectmanager deze taak kan overdragen aan iemand anders.

Omdat het aantal gesponsorde kinderen stijgt is het wenselijk om tijdens de twee piekmomenten een extra (tijdelijke) kracht aan te trekken voor de verwerking van updates en de brieven van sponsors. In totaal gaat het om 4 tot 5 maanden fulltime werk.

Ad 2) Beleid voor werkvakanties met groepen

Steeds vaker wordt ons de vraag voorgelegd of wij ook werkvakanties voor groepen organiseren. Er is inmiddels ervaring opgedaan met het organiseren van twee werkvakanties in Armenië. Daarnaast zijn er gesprekken geweest met OM in Moldavië en met Diaconia en Little Star in Armenië om mogelijkheden van werkvakanties te onderzoeken.

De genoemde partnerorganisaties hebben aangegeven mogelijkheden te kunnen bieden voor het organiseren en begeleiden van werkvakanties. Zij leveren het (bouw)project en zorgen voor onderkomen en Mensenkinderen dient zorg te dragen voor de voorbereidingen en reisplanning (evt. in samenwerking met een reisbureau).

Het organiseren van werkvakanties kan voor Mensenkinderen interessant zijn:

- a. Een werkvakantie heeft op de deelnemer een grote impact.
- b. Er wordt in korte tijd veel werk verzet en iets geleverd waarmee de mensen in het veldland erg geholpen zijn.
- c. De deelnemers zorgen zelf voor de bekostiging van het project.
- d. Deelnemers zijn nauw betrokken bij het werk van Mensenkinderen en worden ambassadeurs.

In 2019 zal een kant en klaar plan c.q. draaiboek voor werkvakanties gemaakt worden met daarin alle richtlijnen, kaders en mogelijkheden die Mensenkinderen biedt. Dit plan kunnen we aanbieden aan groepen die daarom vragen.

Ad 3) Partnerorganisatie in Bulgarije

In Bulgarije werken we samen met één partnerorganisatie te weten de Vriendschapskerk te Ruse. Het aantal projecten dat Mensenkinderen per jaar financiert is beperkt tot een bedrag van € 68.000 (2017). De mogelijkheden van de partnerorganisatie om het aantal projecten uit te breiden zijn beperkt. Controle van deze kleine projecten is relatie duur en arbeidsintensief.

Daarom zal eind 2019 de samenwerking met deze partner stoppen. Mensenkinderen kan zich dan volledig focussen op Albanië, Armenië en Moldavië. De Vriendschapskerk krijgt een jaar de tijd om voor haar gaarkeukenproject een andere sponsor te vinden.

Ad 4. Nieuwe partnerorganisatie in Albanië

De laatste jaren is een drietal partnerorganisaties in Albanië weggevallen (Diaconia Albania, Leven in Albanië, Permacultura Organic). Het is daarom wenselijk om te zoeken naar uitbreiding van het aantal partnerorganisaties in Albanië waarmee we op een structurele wijze kunnen samenwerken.

Ad 5. Gevolgen van het niet langer doorgeven van AW-gegevens door banken

Tot eind 2018 was bijsluiten bij mediatitels een zeer goede bron voor het vinden van nieuwe donateurs. Mensen die voor het eerst doneerden aan Mensenkinderen werden na hun eerste gift verwelkomd als donateur middels een happy call en vervolgens in het mailprogramma opgenomen. Echter wanneer we van giften via bijsluiters geen AW-gegevens meer ontvangen, kan er geen opvolging plaatsvinden. We zullen daarom per mediatitel moeten besluiten of inzet daarvan loont. Verder gaan we op zoek naar donatiemogelijkheden waarbij de donateur wel zijn/haar AW-gegevens geeft. Dit is een grote uitdaging.

Een van de mogelijkheden is het huren van adressen. In 2019 zal hiermee een proef gedaan worden.

Ad 6. Werven van Periodieke giften in Geld

Periodieke giften in Geld hebben een dubbel voordeel. De donateur kan het hele bedrag aftrekken van de belasting, én Mensenkinderen is minimaal vijf jaar lang verzekerd van een jaarlijkse vaste donatie. Daarom zullen we in de komende jaren meer inzetten op het werven van donateurs die willen schenken middels een Periodieke gift in Geld. We zullen over deze vorm van schenken informatie blijven geven middels de website, het Magazine en de nieuwsbrief. Daarnaast zullen we een proef doen met het benaderen van bestaande actieve donateurs middels telemarketing met het verzoek periodiek te gaan schenken.

Ad 7. Facebook

De Facebookpagina van Mensenkinderen wordt tot op heden nog onvoldoende van content voorzien en heeft nog niet veel volgers. We gaan daarom op zoek naar mogelijkheden om Facebook veel breder en actiever in te zetten voor informatievoorziening, fondsenwerving en het betrekken van (aspirant) donateurs bij projecten van Mensenkinderen.

Ad 8. Plannen om aftrekbaarheid van giften aan ANBI's in 2020 te verminderen

Het kabinet heeft bekend gemaakt dat vanaf 2020 de giftenaftrek niet meer tegen 52 procent in aftrek kunnen worden gebracht. Deze aftrekpost zal (net als andere aftrekposten) langzamerhand worden afgebouwd tot het tarief in de eerste schijf: 37,05 procent.

Deze beperking kan impact hebben op de fondsenwerving; immers de aftrekbaarheid van giften was voor sommige donateurs een extra stimulans om te doneren. Die stimulans zal aan kracht inboeten. Het is moeilijk te voorspellen in hoeverre dit gevolgen heeft op de geefbereidheid van mensen. We blijven daarom de plannen van de politiek m.b.t. aftrekbaarheid van giften nauwgezet volgen.

Ad 9. Toenemende ontkerkelijking in Nederland

De religieuze betrokkenheid in Nederland is tussen 2012 en 2017 verder afgenomen. In 2017 rekende voor het eerst minder dan de helft van de Nederlanders van 15 jaar en ouder zich tot een kerkelijke gezindte of levensbeschouwelijke groepering.

Bijna een kwart van de bevolking geeft aan katholiek te zijn, 15 procent is protestants, 5 procent moslim en 6 procent rekent zich tot een ander gezindte. Vrouwen, ouderen, gehuwden en verweduwd, lager opgeleiden en mensen met een niet-westerse migratieachtergrond hebben een beduidend grotere betrokkenheid bij religie dan mannen, jongeren, gescheiden en ongehuwde personen, hoger opgeleiden, en mensen met een westerse of Nederlandse migratieachtergrond.

Omdat een groot deel van de achterban van Mensenkinderen christelijk is, kan de toenemende ontkerkelijking in Nederland gevolgen hebben voor de fondsenwerving. Het zou kunnen dat gaandeweg steeds minder mensen bereid zijn om een christelijke fondsenwervende organisatie te steunen en liever kiezen voor een algemene organisatie.

Het is daarom van belang om enerzijds onze christelijke identiteit en doelen niet te verloochenen en anderzijds de hulpvraag zodanig te presenteren dat ook mensen die zich niet tot een kerkelijke gezindte rekenen er toch voor kiezen om te doneren vanwege de duidelijke usp's van Mensenkinderen.

Ad 10. Toenemende vergrijzing biedt kansen voor fondsenwerving

Op basis van het gegeven dat er in Nederland vergrijzing plaatsvindt, is het in de lijn der verwachting dat nalatenschappen in de toekomst een goede bron van inkomsten zullen blijven. Doordat de huidige generatie ouderen de rijkste ooit is, breekt er een 'gouden eeuw' aan wat betreft nalatenschappen.

Met het oog op de toenemende vergrijzing zullen we jaarlijks budget vrij maken voor het werven nalatenschappen.

Nunspeet, november 2018