



# Kiwaniis®



## Voorstel KIDN STRATEGISCH PLAN 2013-2018

### **Strategiecommissie KIDN**

Jolanda Borgers, LG

Peter Pietersen, LG

Frans van der Avert, voorzitter

25 mei 2013

*Kiwaniis is a global organization of volunteers dedicated to*



*changing the world one child and one community at a time.*

## Inleiding

In het voorjaar van 2013 is door de clubs die vallen onder Kiwanis International District Nederland uitvoerig, intensief en met grote betrokkenheid gediscussieerd aan de hand van een strategische beleidsnota die op verzoek van het DB is uitgebracht door de Strategiecommissie van KIDN. In de voorliggende nota zijn de resultaten van die discussie, die via het speciaal daartoe ingerichte e-mailadres en het internetforum zijn binnengekomen en die ruim in aantal waren, verwerkt. Op basis van die respons is een selectie gemaakt van de meest gedragen doelstellingen en deze selectie wordt voor besluitvorming aangeboden aan het AB en de AV van Kiwanis.

De Strategiecommissie is onder de indruk van de enthousiaste en ook constructieve wijze waarop clubs en individuele leden gebruik hebben gemaakt van de mogelijkheid om via de gekozen 'bottom-up' benadering hun visie naar voren te brengen. Kennelijk is hiermee voorzien in een behoefte.

## Heden en toekomst van KIDN

Om een succesvolle en samenhangende strategie te kunnen uitzetten is het essentieel om te weten waar we staan op dit moment en waar we naar toe willen. In de volgende formuleringen is dat mede op basis van de reacties aangegeven waarbij de missie staat voor 'waarvoor we willen staan' en de visie voor 'waarvoor we willen gaan'.

### De missie

*KIDN is een middelgrote organisatie van serviceclubs, die functioneert op basis van onderlinge vriendschap, persoonlijke inzet van leden en wederzijds respect en die zich wereldwijd richt op kinderen die door de omstandigheden waarin ze verkeren behoefte hebben aan ondersteuning die niet vanuit de aanwezige voorzieningen kan worden geboden.*

Fundraising is steeds een sterk punt van de Kiwanisclubs in het district Nederland. Jaarlijks wordt via fundraisingprojecten en via de 'doe-projecten' bijna 2 miljoen euro bijeengebracht en daarnaast wordt nog veel meer gedaan dat zich moeilijk laat kwantificeren. Beide kunnen uiteraard altijd beter maar dat is op zich geen doel. Wel is groei van het aantal leden belangrijk om het uiteindelijke resultaat in relatie tot onze maatschappelijke doelstelling te vergroten.

### De visie

KIDN wil naar de toekomst een meer extern gerichte organisatie zijn. Op basis van de reacties op de ontwerpnota Strategisch beleid 2013 - 2018 kan het beeld worden geschetst van waar de Kiwanisorganisatie over 5 jaar wil staan. De wens tot verjonging en vernieuwing speelt daarin een belangrijke rol.

*KIDN wil zich over 5 jaar in omvang en naamsbekendheid kunnen meten met de grotere organisaties van serviceclubs in Nederland en wil daarbij een eigentijds imago uitstralen dat past bij de Nederlandse/Europese cultuur en dat aantrekkelijk is voor potentiële nieuwe leden*

*en onze activiteiten kan versterken. Deze visie is een belangrijk uitgangspunt geweest bij het formuleren van de doelen.*

## **Thema's en doelstellingen voor de komende vijf jaar (2013-2018)**

Met deze missie en visie in gedachte zijn de volgende thema's en doelstellingen als prioriteit uit de gevoerde discussieronde naar voren gekomen:

### **DE IDENTITEIT VAN KIWANIS IN NEDERLAND EN HET 'KIWANISGEVOEL'**

In een vriendenclub is de aanwezigheid van een collectief ervaren clubgevoel essentieel. Dat vraagt binnen de club voortdurend aandacht en onderhoud en dat moet ook naar buiten worden uitgedragen om de clubs voor nieuwe leden herkenbaar en aantrekkelijk te maken. De op Amerikaanse leest gestoelde vorm van het toekennen van 'awards' als beloningsinstrument spreekt daarbij in Nederland minder aan.

**Doelstelling 1: Versterk de collectieve Kiwanisidentiteit en de waardering voor de leden en hun (jarenlange) inzet door daarvoor nieuwe vormen te ontwikkelen die passen bij de Nederlandse cultuur.**

Daarbij passen onder meer de volgende acties:

- Laat de inzet in projecten en het resultaat daarvan sterker naar voren komen in externe PR-uitingen.
- Waardeer de inzet van individuele leden op een wijze die bij onze cultuur past.
- Overweeg om internationale uitwisseling van jongeren onder de vlag van Kiwanis mogelijk te maken.

Er is een brede behoefte onder de leden van Kiwanis om een eigentijdse en aan de Nederlandse/Europese cultuur gerelateerde eigen identiteit te ontwikkelen en uit te dragen. Vernieuwing en verjonging zijn daarbij sleutelbegrippen. Op dit moment wordt de Amerikaanse cultuur nog als te dominant en op onderdelen ongewenst ervaren.

**Doelstelling 2: Ontwikkel binnen de planperiode een eigentijdse en op Nederlandse/Europese leest gestoelde bestuurscultuur en huisstijl die past bij het beeld dat de leden van Kiwanis Nederland willen uitstralen.**

In de uitwerking daarvan passen onder andere de volgende *acties*:

- Moderniseer de bestuurlijke organisatie op alle niveaus.
- Breng de commissies meer in beeld, evalueer deze commissies en laat ook de commissievoorzitters regelmatig deelnemen aan AB-vergaderingen.

## DE OPBOUW VAN HET LEDENBESTAND

De ontwikkeling van de opbouw van het ledenbestand van KIDN wordt gekenmerkt door vergrijzing. Dat kan leiden tot een 'generatiekloof' en daarmee een belemmering vormen voor jongeren om in te willen stromen. Aandacht hiervoor is wezenlijk waarbij iedere club zich moet realiseren dat het werven van jongere leden vooral een pro-actieve houding vereist van de classic club zelf.

**Doelstelling 3: Realiseer een gezonde en voor potentiële leden uit alle leeftijdscategorieën aantrekkelijke opbouw van het ledenbestand door het in nauw overleg met de clubs ontwikkelen en aanbieden van aantrekkelijke en bij de huidige tijd passende clubcultuur en lidmaatschapsvormen.**

Hierbij zijn onder meer de volgende acties passend:

- Draag zorg voor een goede interactie tussen classic clubs en Young Professionals.
- Neem maatregelen in de club om de achterdeur dicht te houden.
- Sta meer open voor deelname aan de clubs door vrouwelijke en allochtone leden.
- Investeer in het uitbouwen van de Kiwanis Young Professionals om daarmee vergrijzing tegen te gaan en de groei van het aantal leden te faciliteren.
- Overweeg deelnamevormen als 'vrienden van' en 'oproepvrijwillger'.

## HET JAARCONGRES EN DE LEDENVERGADERING

Het congres is voor KIDN een belangrijk jaarlijks ontmoetingsmoment. Het huidige congres roept, mede in het licht van de economische recessie en het gegeven dat partners van Kiwanisleden niet langer vanzelfsprekend hun partner hierin vergezellen, in zijn huidige vorm veel vragen op. Breed gedragen is de wens om bij te sturen in de richting van een meer sobere aanpak van het congres die minder kostbaar en ook minder tijdrovend is maar die naast de mogelijkheid van adequate inspraak en besluitvorming ook goede ontmoetingsmogelijkheden voor leden biedt.

**Doelstelling 4: Ontwikkel binnen de planperiode een congresvorm die het voor meer leden zinvol en aantrekkelijk maakt om aanwezig te willen zijn. Definieer daarbij als streefdoel dat de congresdeelname in 2018 zal zijn verdubbeld ten opzichte van 2012.**

Daarbij passen onder meer de volgende acties:

- Evalueer de komende congressen die in vergelijking met de afgelopen jaren een meer sobere vorm en uitstraling zullen hebben.
- Voer een onderzoek uit naar de wensen van Kiwanisleden met betrekking tot het jaarcongres. Overweeg daarbij een jaarlijks 'aangeklede' AV en bijvoorbeeld een tweejarig- of lustrumcongres.
- Onderzoek de mogelijkheden van een 'one man; one vote' systeem in plaats van maximaal 3 stemmen per club als optie om deelname aantrekkelijker te maken.

## **DE NAAMSBEKENDHEID VAN KIWANIS**

Het gegeven dat de Kiwanisorganisatie in naamsbekendheid aanzienlijk achterblijft bij andere serviceclubs is ons al jaren een doorn in het oog en staat de realisatie van onze visie in de weg. Alom wordt onderschreven dat hier een stevige doelstelling ligt.

**Doelstelling 5: Het streven is om de 'spontane' en 'geholpen' naamsbekendheid van Kiwanis Nederland in de periode tot 2018 minimaal te verdubbelen t.o.v. 2013.**

Daarbij passen onder meer de volgende acties:

- Zet alle communicatiemiddelen, inclusief de 'social media' planmatig in om de naamsbekendheid van Kiwanis in Nederland te vergroten.
- Benut de fundraise- en doeprojecten maximaal om via de pers onze naamsbekendheid te vergroten.
- Benut de jaarlijkse landelijke 'Kiwanis Doe Dag' en het (inter)nationale project (Stop Tetanus) om onze naamsbekendheid te vergroten.
- Heroverweeg daarbij het communicatiebudget.
- Voer in bestuursjaar 2013/14 een 0-meting uit naar onze naamsbekendheid.

## **PUBLIC RELATIONS EN COMMUNICATIE**

Het algemene gevoel is dat we als Kiwanisorganisatie zwaar tekort schieten in onze PR en in onze interne en externe communicatie. Daarbij worden duidelijk verwachtingen gelegd bij het DB, overigens in het besef dat ook de clubs hierin een belangrijke rol te vervullen hebben. Daarbij is dan echter wel enige ondersteuning gewenst.

**Doelstelling 6: De landelijke PR-/communicatie-commissie gaat op basis van een inventariserend onderzoek binnen 2 jaar de gewenste hulpmiddelen voor lokale clubs ontwikkelen.**

Acties die daarbij horen zijn:

- Ontwikkel 'standaard persconcepten' die het leggen van contacten met lokale/regionale pers faciliteren.
- Laat de PR-commissie actief meedenken over 'cluboverstijgende' mogelijkheden en waar mogelijk deze ook realiseren.

## **NAAR EEN DIGITALE KIWANISORGANISATIE**

De digitale ontwikkeling is ook niet aan de Kiwanisorganisatie voorbij gegaan. De introductie en de regelmatige vernieuwing van de landelijke website als communicatiemiddel heeft een behoorlijke vlucht genomen en veel clubs hebben hun eigen website hieraan gekoppeld. Diverse app's zijn ontwikkeld en aangeboden om het gebruik en het nut van de site te vergroten. Het uitbrengen van uitsluitend een jaarlijkse digitale directory wordt overwogen maar is nog in discussie. Verder worden nog niet alle digitale mogelijkheden volledig benut.

### **Doelstelling 7: Ontwikkel een adequate digitale werkomgeving die voor zover mogelijk de huidige papieren informatiebronnen vervangt.**

Acties:

- Geef aandacht aan de kwaliteit en de interactieve mogelijkheden van de website.
- Zorg voor 'ingangen' voor Kiwanis-leden, voor geïnteresseerde organisaties en personen en voor projecten en nieuws.
- Faciliteer het gebruik van de voor Kiwanis geëigende social media.
- Zorg voor een gemakkelijk benaderbare ledenadministratie via website en app's.
- Richt een database in met de doe- en fundraiseprojecten van de clubs.

### **KIWANIS IN EUROPA EN DE KIWANIS-WERELDORGANISATIE**

Algemeen zijn clubs van mening dat de Europese Kiwanisorganisatie KI-EF en de Kiwanis wereldorganisatie KI ver van hen af staan. Dat wil echter niet zeggen dat men blind is voor nut en noodzaak van deze organisaties. Het idee van een eigen Europese organisatie als krachtige tegenpool voor de Amerikaanse moederorganisatie wordt onderschreven. Wel dringt men er op aan deze organisatie 'lean en mean' te houden zodat de aanwezige middelen bij voorkeur naar de 'echte' maatschappelijke doelen kunnen gaan en niet naar grootschalige meetings en prestigieuze congressen.

### **Doelstelling 8: Ontwikkel een breed gedragen visie op de meerwaarde, de noodzakelijke omvang en de noodzakelijke kosten van de Europese Kiwanisorganisatie en van de wereldorganisatie in relatie tot de visie van KIDN.**

Daarbij passen de volgende acties:

- Maak aan de KIDN-leden duidelijk welke ambitie de Europese organisatie aan de dag zou moeten leggen ten aanzien van eigen bestuurlijke bevoegdheden en verantwoordelijkheden, welke eigen beleidsruimte men daarbij nastreeft en wat de omvang van een daaraan gekoppelde eigen begroting zou moeten zijn. Kortom; waar willen we heen, waarom willen we dat, wat voegt het toe en wat kost het.
- Bepaal welke speerpunten van het EU-agreement voor KIDN van belang zijn.
- Presenteer voor KI-EF een bij de taakstelling passende organisatie- en congressvorm. Geef daarbij duidelijk aan wat de functie is van een Europees Congres in relatie tot de KI Convention en het Nederlandse congres.

## Opmerkelijke kanttekeningen en uitspraken

Als resultante van de discussie is een aantal interessante opmerkingen en kanttekeningen gemaakt die niet zozeer als doelstelling of als actiepunt zouden moeten worden aangemerkt maar die in de gedachtevorming en in de uitwerking van de doelstellingen wel betrokken zouden kunnen worden.

Voor zover deze niet in de teksten zijn verwerkt betreft het de volgende opmerkelijke uitspraken:

\*

*“Werk aan verdergaande democratisering van de organisatie, zoals gekozen bestuurders. Internet biedt hiertoe wellicht extra mogelijkheden. Ga na of er een bestuur kan worden gevormd waarvoor alle leden zich kandidaat kunnen stellen en dat wordt gekozen door de leden en dat meerdere jaren kan functioneren.”*

\*

*“Besteed aandacht aan de professionalisering van het landelijk bestuur. Uitvoering geven aan de gekozen strategische doelstellingen stelt ook extra eisen aan de bestuurskracht. Daarvoor moet aandacht zijn. Voer een onderzoek uit binnen clubs om de werkelijke behoefte te peilen.”*

\*

*“Het lidmaatschap van Kiwanis is weliswaar vrijwillig maar daarmee zeker niet vrijblijvend.”*

\*

*“Het gaat er niet om dat we zoveel mogelijk geld genereren en over projecten uitstorten. Het gaat er om dat we als Kiwanis ‘het verschil maken’ en jongeren verder helpen in hun tocht door het leven.”*

\*

*“Toen we als club in één keer groeiden met tien leden hadden we een sterke behoefte aan een coach. Maar die was helaas niet beschikbaar.”*

\*

*“Overweeg om een betaalde ‘ambtelijk secretaris’ te benoemen (zoals bij VNO-NCW) die zorg draagt voor de uitvoering van het beleid op langere termijn.”*

## Tot slot

De Strategiecommissie dankt alle clubs en individuele leden die de moeite hebben genomen om te reageren op onze ontwerp-strategienota. De reacties waren groot in aantal en divers in inhoud maar wat als een rode draad door al deze reacties terug te vinden is, is de grote betrokkenheid van de leden van de Kiwanisclubs bij hun organisatie. Dat verdient een groot compliment en is een steun in de rug voor ons allen.