



**Wereld
Ouders**
Partner van NPH



Meerjarenplan 2024 –2028

Annelies van Hoek, Interim Directeur WereldOuders



Inhoud

1. Hier staan we voor	3
2. Transitie van tehuizen naar re-integratie en gezinsondersteuning	5
3. Zo gaan we groeien de komende jaren	7
3.1 De focus van de organisatie ligt op fondsenwerving	7
3.2 De kracht van de nauwe samenwerking met NPH medewerkers optimaal voelbaarder maken voor (potentiële) donateurs	7
3.3 Actief zoeken naar een match tussen de diverse NPH projecten en (potentiële) donateurs met verschillende wensen	8
3.4 Focus op fondsen, stichtingen en bedrijven	9
3.5 Nieuwe manieren ontwikkelen voor particuliere donateurs werving	9
3.6 De relatie met huidige donateurs doorontwikkelen of upgraden	10
3.7 Een succesvol gala neerzetten.....	11
3.8 Uitbreiding van het fondsenwervende team	11
3.9 Merknaam versterken ten behoeve van fondsenwerving	12
3.10 WereldOuders draagt bij aan tegengaan van kloof tussen arm en rijk	12
4. SWOT analyse van WereldOuders	13
5. Meerjarenbegroting	16
6. Samenvatting	17

1. Hier staan we voor

Ieder kind is afhankelijk van een volwassene voor verzorging, voeding en bescherming. Zonder deze zorg zal een kind sterven. Veel families in Latijns-Amerika leven in grote armoede waardoor het moeilijk is om kinderen de zorg te geven die ze nodig hebben. Door te werken aan de empowerment en persoonlijke ontwikkeling van kwetsbare kinderen en gezinnen wil WereldOuders samen met haar partnerorganisatie, de internationale NGO Nuestros Pequeños Hermanos (NPH) de armoedespiraal doorbreken, zodat de kinderen opgroeien tot zelfstandige volwassenen die op hun beurt bijdragen aan de maatschappij vanuit de persoonlijke kern van hun zijn. WereldOuders heeft een aanpak, gestoeld op vier pijlers: een veilig thuis, gezondheid, educatie en zelfstandigheid.

Missie: De missie van WereldOuders is om de situatie van kwetsbare kinderen in Latijns-Amerika structureel te verbeteren. Dit gebeurt door hen een veilige, stabiele thuisbasis en een kans op een goede toekomst te bieden. Vanuit de veiligheid van een familie krijgen kinderen individuele aandacht en steun op het gebied van medische zorg, onderwijs en zelfredzaamheid. Hierdoor ontstaat de mogelijkheid om de armoedespiraal, die generatie op generatie wordt doorgegeven, te doorbreken.

Visie: WereldOuders gelooft in de kracht van familie. Ieder kind verdient aandacht en onvoorwaardelijke liefde en heeft recht op onderdak, onderwijs en medische zorg zodat zij kunnen opgroeien tot zelfstandige volwassenen.



We geloven in het van binnenuit realiseren van veranderingen in gemeenschappen.

WereldOuders is een Nederlands fondsenwervend kantoor. Door het werven van fondsen in Nederland, voor de projecten en programma's van haar partnerorganisatie NPH in Latijns-Amerika, wil WereldOuders op de lange termijn de situatie van kwetsbare kinderen en gezinnen verbeteren. NPH heeft projecten in negen landen in Latijns-Amerika. Dit zijn Bolivia, Dominicaanse Republiek, El Salvador, Guatemala, Haïti, Honduras, Mexico, Nicaragua en Peru.

Dankzij donaties kan WereldOuders kinderen een veilig en stabiel thuis, onderwijs en medische zorg bieden. Hierdoor geeft WereldOuders kinderen, hun families én de gemeenschap een kans om aan de armoede te ontsnappen.

Wij geloven erin dat het juist onze regionale partnerorganisaties zijn die ervoor kunnen zorgen dat de nodige veranderingen werkelijk gedragen worden door de gemeenschap, aangezien zij onderdeel uitmaken van de gemeenschap. Met het geld dat we werven voor de projecten en programma's van NPH bouwen we aan structurele veranderingen van binnenuit. De kracht van ons werk in Latijns-Amerika ligt in het feit dat we met NPH werknemers uit de projectlanden werken. WereldOuders en de andere fondsenwervende zusterorganisaties werven fondsen, maar de medewerkers in Latijns-Amerika en de betrokken gezinnen werken zelf actief aan de oplossing.

Onze lokale NPH organisaties in de projectlanden bepalen zelf welke ontwikkelingen wenselijk zijn en op welke manier het geld het beste besteed kan worden, uiteraard binnen het kader van de overkoepelende strategie en missie van NPH International. Adequate opgestelde project- en programma plannen, inclusief de beoogde resultaten, een plan van aanpak en budget worden opgesteld door de lokale NPH organisaties in de verschillende projectlanden. Deze plannen geven duidelijk aan waar écht behoefte aan is en ook hoe de gemeenschap dit kan realiseren. Vanuit deze plannen gaan we op zoek naar donateurs, fondsen en stichtingen en bedrijven die het verschil willen maken door het doneren van geld aan deze projecten en programma's.

WereldOuders draagt niet alleen bij aan de doelstellingen van de NPH projecten en programma's door het werven van geld maar ook door het werven en plaatsen van vrijwilligers. WereldOuders werft goed opgeleide *young professionals* die voor een periode van minimaal één jaar in een van de kind hulpprogramma's werken op vrijwillige basis. Dit zijn onder meer fysiotherapeuten en creatief therapeuten. Ook gaat WereldOuders indien daar behoefte aan is op zoek naar tandartsen die hun diensten geheel kosteloos en vrijwillig aanbieden. Zij reizen voor een aantal weken af naar Latijns-Amerika waarmee ze een significante bijdrage leveren aan de gezondheidszorg. Verder wordt er in een partnership met een Nederlands bedrijf zonne-energie oplossingen aangeboden, wat bijdraagt aan de veiligheid van de gemeenschap doordat straten verlicht worden.

Indien er bij de lokale NPH organisaties behoefte is aan een expertise training en WereldOuders heeft daar toegang toe vanuit ons Nederlandse netwerk dan onderzoeken

wij of we deze training aan kunnen bieden aan de lokale medewerkers van NPH. Meestal wordt deze training op basis van een vrijwillige bijdrage gerealiseerd.

Doordat WereldOuders direct contact heeft met de lokale NPH organisaties weten we precies waar het geld aan wordt besteed

De medewerkers van WereldOuders monitoren en evalueren NPH projecten op de inhoud en de output, opdat we er samen zorg voor dragen dat het geld besteed wordt aan de vooraf opgestelde plannen. De medewerkers van WereldOuders hebben dagelijks contact met de NPH medewerkers in de projectlanden opdat zij de donateurs in Nederland kunnen voorzien van de nodige feedback over de voortgang van de projecten en de programma's en de impact hiervan op de kinderen, ouders en de gemeenschap. Deze nauwe samenwerking maakt WereldOuders uniek, de lijntjes zijn bijzonder kort en aan de donateurs kan duidelijk worden uitgelegd waar hun geld aan wordt besteed. Ondanks dat Latijns-Amerika op een behoorlijke afstand ligt van Nederland kunnen we de donateurs op deze manier echt verbinden met de mensen die daar hun hulp zo hard nodig hebben.

WereldOuders creëert draagvlak voor het doorbreken van de armoede spiraal

WereldOuders richt zich naast het werven van fondsen en vrijwilligers ook op het overdragen van kennis en het geven van voorlichting aan de Nederlandse maatschappij. We creëren draagvlak voor de situatie in Latijns-Amerika door mensen bewust te maken van de armoede in Latijns-Amerika en de impact die dit heeft op de kinderen, ouders en de gemeenschappen daar. Ook belichten wij de oplossingen en plannen welke bijdragen aan het doorbreken van de armoedespiraal en welke worden gerealiseerd door de lokale NPH organisaties. Het draagvlak dat gecreëerd wordt is van essentieel belang voor de fondsenwerving.

2. Transitie van tehuizen naar re-integratie en gezinsondersteuning

Transitie van focus op kinderen in tehuizen naar empowerment van ouders en kinderen in gemeenschappen uitdragen naar (potentiële) donateurs

In veel Latijns-Amerikaanse landen worden kinderen uit huis geplaatst omdat de ouders geen geld hebben om hen te kunnen verzorgen. Van oudsher heeft NPH met veel zorg en aandacht kinderen opgenomen in tehuizen en hen hiermee onderdak, veiligheid, gezondheid en onderwijs aangeboden, met name zodat deze kinderen konden ontsnappen aan armoede. Echter ontwikkelingen en onderzoeken binnen de internationale ontwikkelingssamenwerking laten duidelijk zien dat kinderen het allerbeste kunnen opgroeien bij hun eigen familie. Om deze reden maken traditionele kinderhuizen plaats voor re-integratietrajecten van kinderen naar hun biologische familie en gezinsondersteuning.

WereldOuders en haar partnerorganisatie NPH zijn er nu ook van overtuigd dat armoede geen reden mag zijn om een kind uit huis te plaatsen en onder te brengen in een tehuis. Indien mogelijk en gewenst dient een kind op te groeien bij zijn of haar biologische ouders of familie. Dat wordt van essentieel belang geacht voor het welzijn van het kind.



NPH heeft in de projectlanden nog steeds tehuizen waar kinderen, al dan niet tijdelijk wonen. Momenteel vindt er een zeer zorgvuldige transitie plaats en wordt gekeken welke kinderen herenigt kunnen worden met hun familie en daarnaast werken we aan kleinschalige gezinswoningen voor de kinderen.

Ook in Nederlandse maatschappij is men anders gaan denken over het opgroeien van kinderen in traditionele kindertehuizen. Men is er steeds meer van doordrongen dat residentiële zorg niet altijd in het belang is van het kind en dat familieversterking veel meer kansen biedt voor het hele gezin. Op de lange termijn biedt dit een betere basis voor de toekomst van een kind én die van zijn broertjes, zusjes en ouders.

Deze verandering van collectiefinzicht in de maatschappij maakt ook dat er kansen liggen in de markt voor WereldOuders. WereldOuders zoekt niet meer naar nieuwe donateurs voor het sponsoren van een kind in een tehuis. Hiermee laten we los dat particuliere donateurs een specifiek kind uit een tehuis ondersteunt. WereldOuders zal zich de komende jaren richten op het ontdekken van nieuwe doelgroepen die aansluiten bij deze transitie.

Nieuwe doelgroepen vragen om nieuwe fondsenwervende proposities. Een propositie is een krachtige boodschap die potentiële en bestaande donateurs aanspreekt en motiveert om bij te dragen aan een specifiek project of programma. We moeten laten zien hoe het geld wordt gebruikt en welke concrete veranderingen het teweeg brengt. Mensen willen weten hoe hun bijdrage een verschil maakt. De wijze waarop we dit het beste effectief communiceren dient getest en eigen gemaakt te worden, opdat we nieuwe donateurs binden aan WereldOuders en we kinderen kunnen blijven helpen.

Door ons te richten op gemeenschappen in plaats van tehuizen kunnen we meer kinderen ondersteunen om de armoedespiraal te doorbreken, dit doordat we mensen in hun kracht zetten en zij vervolgens zelf hun leven vormgeven. We focussen ons erop dat er geen blijvende afhankelijkheid is.

Intensivering samenwerking fondsenwervende kantoren voor zo groot mogelijke impact

Wij als Nederlands fondsenwervend kantoor zijn niet het enige kantoor dat geld werft voor alle prachtige betekenisvolle projecten en programma's van NPH. We doen dit samen met andere fondsenwervende zusterorganisaties in Europa, Canada en de Verenigde Staten. We bundelen onze krachten om een zo groot mogelijke impact te maken en zo veel mogelijk levens te verbeteren.

De Europese kantoren hebben zich verenigd als NPH Europa om kennisoverdracht m.b.t projecten en fondsenwervende activiteiten te stimuleren. In de volgende landen bevinden zich de fondsenwervende zusterorganisaties van Europa; België, Frankrijk, Duitsland, Oostenrijk, Zwitserland, Spanje, Ierland, Groot-Brittannië en Italië.

Samen met de fondsenwervende kantoren in de verschillende landen blijven we zoeken naar manieren waarop we van elkaar kunnen leren en waar we door samen te werken efficiëntie slagen kunnen maken. We willen van elkaar leren hoe we de transitie naar empowerment van ouders en kinderen in gemeenschappen kunnen inzetten voor adequate fondsenwerving.

3. Zo gaan we groeien de komende jaren

3.1 De focus van de organisatie ligt op fondsenwerving

Alle medewerkers van het fondsenwervende kantoor WereldOuders werken ten dienste van de fondsenwerving, inclusief de werving van donaties in de vorm van diensten of goederen. De focus ligt op het realiseren van inkomsten en het laag houden van de uitgaven. Het doel is het realiseren van een goed netto financieel resultaat en een gezonde continuïteitsreserve opdat de organisatie duurzaam is en we nog vele jaren de kinderen en hun ouders in de NPH projecten en programma's kunnen ondersteunen in hun strijd tegen armoede. We streven naar een gezonde verhouding tussen de inkomsten en de kosten voor fondsenwerving en beheer en administratie.

De afhankelijkheid van het gala van WereldOuders willen we de komende jaren verkleinen; nagenoeg ieder jaar zetten we een succesvol gala neer, dit willen we blijven doen en daarnaast willen we zorgen dat de inkomsten van andere donateurs toenemen door onder meer een toename aan inkomsten te realiseren van fondsen en stichtingen en bedrijven. Daarnaast willen we meer diversificatie aanbrengen inkomsten.

3.2 De kracht van de nauwe samenwerking met NPH medewerkers optimaal voelbaarder maken voor (potentiële) donateurs

Het is heel bijzonder dat er vanuit WereldOuders (en de andere fondsenwervende zusterorganisaties) direct contact is met de mensen werkzaam bij de NPH organisaties in Latijns-Amerika. De noodzaak van de hulp die we daar kunnen bieden is hierdoor voor ons

direct voelbaar. Dit kunnen we hierdoor ook duidelijk overbrengen aan huidige en potentiële donateurs van WereldOuders. Zij zijn via WereldOuders direct verbonden met de projecten en de programma's. De geldstroom is heel goed te volgen en de resultaten zijn duidelijk zichtbaar door de korte lijntjes. Hierdoor weten we donateurs in hun hart te raken en raakt het ook onszelf. Deze manier van samenwerken versterkt het gevoel dat we samen WereldOuders zijn. De komende jaren willen we deze manier van samenwerken met NPH intensiveren zodat we donateurs goed kunnen binden en we met hun giften beoogde resultaten kunnen realiseren.

3.3 Actief zoeken naar een match tussen de diverse NPH projecten en (potentiële) donateurs met verschillende wensen

WereldOuders heeft een grote diversiteit aan projecten in Latijns-Amerika. Dit biedt veel kansen bij verschillende doelgroepen binnen de fondsen, stichtingen, bedrijven, major donors en andere particuliere donateurs.

Om een beeld te geven van de diversiteit aan NPH projecten en de kansen, is hieronder een aantal voorbeelden van projecten en programma's opgenomen waar WereldOuders geld voor werft:

- Het ondervoedingsprogramma waarmee we samen strijden tegen kindersterfte in Haïti, we weten het enige kinderziekenhuis in Haïti open te houden met giften;
- We hebben onderwijsprogramma's in alle landen waar we actief zijn;
- We bieden professionele zorg aan kinderen met een beperking;
- We zijn gestart met microfinancieringsprojecten in Bolivia;
- De re-integratie van kinderen naar hun familie verloopt via een zorgzaam juridisch proces, met intensieve begeleiding door onze psychologen en sociaalwerkers in Latijns-Amerika;
- We werken samen met gezinnen in de gemeenschap aan betere huisvesting, inclusief een eigen wc, en we delen pakketten uit met drinkwater en hygiëneproducten;
- We zetten community centers op en bieden dagopvang voor alleenstaande ouders;
- In al onze projecten in de negen landen waar we actief zijn, bieden wij een waterzuiveringssysteem aan;
- We bieden noodhulp in tijden van crises etc.

Zodra je bewust wordt van de diverse projecten die we steunen is voelbaar dat er allerlei mogelijkheden zijn om met donateurs, major donors, stichtingen en fondsen en bedrijven in gesprek te gaan om te kijken welke projecten aansluiten bij hun persoonlijke interesses.

De komende jaren willen we nog actiever naar buiten gaan en meer met (potentiële) gevers in gesprek gaan zodat we kunnen ontdekken welke interessante doelgroepen er zijn en we met hen samen kunnen werken om doelstellingen te realiseren.

3.4 Focus op fondsen, stichtingen en bedrijven

Het fondsenwervende team zal de komende jaren door realisatie van efficiëntie slagen meer aanvragen doen voor giften en indien gepast zullen zij vragen of er ruimte is voor het schenken van een groter bedrag. Dit wordt over het algemeen als spannend ervaren maar



voor het netto resultaat van WereldOuders is het van belang dat er met zo min mogelijk inspanning (tijd) zo veel mogelijk geld wordt ingezameld. Ook zal gevraagd worden of er een mogelijkheid is of er geld toe kan worden gezegd voor meerdere jaren, zodat WereldOuders continuïteit kan garanderen aan de kinderen in Latijns-Amerika voor de programma's waar zij in zitten.

Indien mogelijk zal de fondsenwerver mensen van een fonds of stichting, of bedrijf bezoeken zodat we hen echt kunnen betrekken bij onze doelstellingen. Verwacht wordt dat het plafond aan inkomsten van stichtingen en fondsen voor WereldOuders nog niet bereikt is, aangezien NPH een veelzijdigheid aan projecten uitvoert welke aansluiten bij een verscheidenheid aan behoeften.

3.5 Nieuwe manieren ontwikkelen voor particuliere donateurs werving

De inkomsten van particuliere donateurs is de afgelopen jaren afgenomen. In 2023 bedroeg de afname ten opzichte van 2022 16%. WereldOuders telde in 2023 zo'n 2.700 actieve particuliere donateurs (met een donatie in 2023). Dit betreft donateurs die een incassomachtiging hebben gegeven aan WereldOuders en donateurs die zelf overmaken. Veel particuliere donateurs van WereldOuders geven 25 euro per maand, dit is zijn met name donateurs die in het verleden gekoppeld zijn aan een sponsorkind in een tehuis. Vanaf 2022 worden er geen nieuwe particuliere donateurs geworven. De uitstroom betreft een natuurlijk proces, welke naar verwachting wordt versneld doordat de sponsorkinderen ouder worden en de donateurs minder noodzaak voelen om te blijven steunen, en doordat we aangeven dat we in transitie zitten naar het steunen van gemeenschappen.

In de komende jaren zal de realisatie van een goed netto fondsenwervend financieel jaarresultaat de mogelijkheid kunnen bieden om ook weer te investeren in het binnenhalen van particuliere donateurs. We verwachten dat er kansen liggen in online fondsenwerving, in combinatie met campagnes en op te zetten donor-journeys. Hierbij dienen we te ontdekken hoe we mensen betrekken bij de inhoud, waarna we een periodieke geldvraag of eenmalige geldvraag willen voorleggen zodat zij hun hart verbinden aan het helpen van kinderen via WereldOuders.

De komende jaren willen we ontdekken of we ook particuliere donateurs kunnen werven via bedrijven die aan WereldOuders verbonden willen zijn om hun Corporate Social Responsibility (CSR) doelstellingen te realiseren. Steeds meer medewerkers achten het van belang dat het bedrijf waar ze werken ook een CSR doelstelling heeft en deze uitdraagt naar buiten en hun medewerkers. We willen bedrijven vragen om grotere bedragen vanaf 10.000 euro te doneren aan de doelstellingen van WereldOuders en om hun medewerkers te benaderen zich te verbinden aan WereldOuders. Hiervoor zullen ook verschillende concepten getest worden in de komende jaren zodat partnerships kunnen worden opgezet.



3.6 De relatie met huidige donateurs doorontwikkelen of upgraden

a. Aandacht voor nalatenschappen biedt een kans

WereldOuders heeft een trouwe achterban van particuliere donateurs. Veel van deze donateurs sponsoren al jarenlang één of meerdere kinderen. We willen graag de mensen meenemen in de transitie waarin we zo geloven, waarbij de focus ligt op ouders en kinderen en het realiseren van een veilig en gezond thuis met ontwikkelingskansen voor het kind. Met het ouder worden van de huidige particuliere donateurs die WereldOuders heeft willen we graag met hen in gesprek gaan of zij willen geven na het leven.

b. Periodiek schenken actief aanbieden en een upgrade realiseren

De meeste particuliere donateurs van WereldOuders doneren via een lopende incasso oftewel een toezegging van 25 euro per maand. Dit is een aanzienlijk bedrag per donateur

en dit maakt het extra interessant om de donateurs te benaderen om hen voor te leggen of zij periodiek willen schenken. Helemaal omdat sinds 2014 het niet meer via het opmaken van een notariële acte verloopt. Een periodieke schenking is te regelen met het invullen van een formulier. Afhankelijk van de belastingschijf waarin je valt, kan de belastingaftrek oplopen tot 52%. We willen bij het aanbieden van periodiek schenken de donateur vragen het belastingvoordeel (of een deel daarvan) als gift te geven voor realisatie van de doelstellingen van WereldOuders. Hiermee kan een upgrade gerealiseerd worden.

c. Partnerships creëren met fondsen, stichtingen, major donors en bedrijven

Van belang is dat de relaties die we hebben met fondsen, stichtingen, major donors en bedrijven meer het karakter krijgen van partnerships. We willen ze actief betrekken bij onze projecten in Latijns-Amerika zodat ze goed zien waar ze aan bijdragen. Onze fondsenwerfers hebben direct contact met de mensen in Latijns-Amerika waardoor we de kans hebben de relaties persoonlijk te maken en we de directe impact duidelijk kunnen laten voelen. We zijn hierbij open en transparant in wat we willen bereiken en betrekken hen bij het welzijn van de kinderen door goed en snel terugkoppeling te geven hoe het met de projecten en programma's gaat in Latijns-Amerika. Ook als er even iets niet volgens plan of planning gaat dan betrekken we de grote gevers hierbij, zodat we samen tot oplossingen komen en zij bereidt zijn langer termijn te geven.

3.7 Een succesvol gala neerzetten

WereldOuders zet nagenoeg ieder jaar een kwalitatief hoogstaand gala neer. Dit gala blinkt uit in alle opzichten en wordt door andere goede doelen als voorbeeld gezien hoe je donateurs kan verleiden om grote bedragen te geven. Het bijzondere is dat kinderen van de galagasten welkom zijn op het gala. Het gevoel dat we samen WereldOuders zijn dragen we met veel passie uit tijdens het gala.

3.8 Uitbreiding van het fondsenwervende team

Wij geloven erin dat WereldOuders alles in zich heeft om te kunnen groeien. In 2024 zal een extra fondsenwerver aangenomen worden om meer geld op te halen en het netto financieel resultaat van WereldOuders te verhogen.

De komende jaren gaan we actief op zoek naar manieren om de inkomsten voor WereldOuders te verhogen. Omdat een fondsenwerver een duidelijke financiële doelstelling heeft en al haar/zijn werkzaamheden hierop zijn gericht achten we de risico's van een extra fondsenwerver niet groot en zien we met name kansen in het verder uitbreiden van het fondsenwervende team de komende jaren.

We streven er naar dat we een sterk fondsenwervend team hebben opdat de KPI doelstellingen zoals die van het CBF goed gerealiseerd kunnen worden.

3.9 Merknaam versterken ten behoeve van fondsenwerving

WereldOuders is van zichzelf een krachtige naam. Het zegt wat we zijn, we zijn een internationale organisatie die net als ouders hulp bieden aan kinderen. We geloven in de kracht van familie en we bieden hulp aan kinderen bij voorkeur in de thuissituatie. Er is een aantal jaren geleden heel bewust gekozen om niet langer de naam 'Stichting Onze Kleine Weeskinderen' te gebruiken in de Nederland. Dit was een naam die niet voor zichzelf sprak.

In 2023 was en in 2024 is er minimaal budget beschikbaar voor het laden van de merknaam WereldOuders. Echter naamsbekendheid is essentieel om goed te kunnen fondsenwerven daarom is het van belang dat we de komende jaren budget realiseren voor het verhogen van de naamsbekendheid, onder meer door media attentie in te kopen met name online. In 2024 en de komende jaren richten we ons extra sterk op onbetaalde media-aandacht. Search Engine Optimization (SEO; zoekmachineoptimalisatie) wordt zo optimaal mogelijk ingezet. Hierbij wordt de website en de inhoud ervan geoptimaliseerd. Het doel van SEO is om de zichtbaarheid van een website te vergroten voor relevante zoekopdrachten, waardoor meer organisch verkeer naar de site wordt geleid en mensen ons weten te vinden, en zij kunnen ontdekken wat we weten te realiseren. We willen ze verleiden tot het geven van een financiële bijdrage.

3.10 WereldOuders draagt bij aan tegengaan van kloof tussen arm en rijk

In de media wordt veel aandacht gegeven aan de steeds groter wordende kloof tussen arm en rijk, naar verwachting zet deze ontwikkeling zich voort. Wij vinden dit schrijnend en vinden het onze taak om mensen hiervan bewust te maken. Een gift aan WereldOuders draagt bij aan het tegengaan van ongelijkheid in de wereld.

4. SWOT analyse van WereldOuders

Sterkte (Intern)	Zwakte (Intern)
<ol style="list-style-type: none"> 1. De sterke internationale fundering van de partnerorganisatie Het aansprekende en sympathieke karakter van de organisatie, evenals de afgebakende focus en missie voor kwetsbare kinderen in Latijns-Amerika. 2. Platte organisatiestructuur Korte lijnen zowel intern als internationaal. 3. Persoonlijke aanpak Hoge mate van betrokkenheid door persoonlijke aanpak. 4. Veel verschillende soorten projecten Diversiteit aan projecten die kunnen aansluiten bij diverse potentiële donoren 5. Professionele corporate branding De een nieuwe merkpositionering en corporate huisstijl heeft als doel de merkbekendheid van WereldOuders uit te breiden en te vestigen. 6. De beschikbare content uit het veld WereldOuders beschikt over verhalen en beeldmateriaal die beschikbaar zijn voor "storytelling". 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lage naamsbekendheid WereldOuders Het feit dat wij WereldOuders heten, maar dat alles in het veld onder de NPH-vlag uitgevoerd wordt, is diffuus. Er is daarnaast weinig budget voor een massa mediale brand awareness campagne. 2. Grootte van de organisatie WereldOuders zit als organisatie tussen een 'klein' en "groot" goed doel in. Met grote ambitie en een klein team om dit te realiseren. 3. De vergrijzing van de achterban De gemiddelde leeftijd van de donateurs van WereldOuders ligt vrij hoog. 4. Financieel weinig diversificatie Afhankelijkheid van het gala. 5. Bepaalde financiële middelen voor investeringen.
Kans (Extern)	Bedreiging (Extern)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Directe geldstromen Donateurs prefereren projecten waarbij direct inzichtelijk is waaraan het geld wordt besteed. 2. Behoeft van jongere achterban sluit aan Mogelijkheid tot verjonging van de achterban door nieuwe fondsenwervende activiteiten te ontwikkelen die de transitie duidelijk uitdragen. 3. Toename focus op impact en corporate social responsibility (CSR) in bedrijfsleven. Dit acht de jonge generatie werknemers van belang. 4. Maatschappelijke aandacht voor de kloof tussen arm en rijk en de toename in ongelijkheid. 5. 'Shift the power'; De collega's in Latijns-Amerika en de betrokken gezinnen zorgen uiteindelijk zelf voor de oplossing. Dit is de kracht van ons werk in Latijns-Amerika. 6. De-institutionalisering De internationale trend tegen institutionalisering. WereldOuders biedt steun aan families in de gemeenschap waardoor kinderen thuis kunnen blijven wonen. Hiermee vergroot WereldOuders haar impact. 7. Nalaten is de laatste jaren steeds meer bespreekbaar; Steeds meer mensen kiezen voor een nalatenschap aan een goed doel. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Geefgedrag van de donateur Donateurs geven liever incidenteel op een door hen gekozen moment én aan lokale doelen. Donateurs gaan liever geen structurele verbinding aan. 2. Gevolgen inflatie en daardoor meer armoede in Nederland; donateurs zijn financieel geraakt waardoor ze soms gedwongen zijn hun donaties stop te zetten. 3. Rampen en geweldsdelicten elders in de wereld Problematiek in Latijns-Amerika heeft geen prioriteit en weinig nieuwswaarde. 4. Concurrentie Veel aanbieders in de goede doelen branche; dus een zeer concurrerende markt. Andere organisaties zijn bovendien vaak groter en hebben meer budget of worden gesteund door grote fondsen. 5. Focus donateurs op goede doelen dichtbij huis. 6. Verschuiving van kind sponsoring naar preventie; Het feit dat kinderen weer bij hun biologische familie kunnen wonen juicht WereldOuders toe, echter dit brengt wel met zich mee dat de meeste donateurs het vertrek uit een tehuis als reden aangeven om te stoppen met hun donatie.

Hoe kunnen wij onze sterke punten inzetten om externe kansen te benutten en bedreigingen te keren? Wat moeten we veranderen om onze zwakke punten te verbeteren?

a. De sterke punten, zoals de directe persoonlijke samenwerking en platte organisatiestructuur geven een goede basis voor fondsenwerving.

De fundering van de partnerorganisatie NPH is zeer sterk. Het uitgangspunt is het creëren van een solide basis met aandacht voor ieder kind. Hierdoor is er warm en persoonlijk contact, zijn de communicatielijnen kort en is er sprake van een platte organisatiestructuur. De projectlocaties geven direct aan waar de behoeftes liggen en waar zij geld voor nodig hebben; dit geeft een goede basis voor fondsenwervende activiteiten.

De trends zijn duidelijk; donateurs geven de voorkeur aan directe bestedingen en willen met eigen ogen zien waaraan het geld wordt besteed. Door de directe persoonlijke samenwerking binnen de organisatie kan WereldOuders hierop inspelen. Dit versterkt de betrokkenheid van donateurs en kan bijdragen aan het behoud en de groei van het aantal donateurs.

b. De transitie laten dragen door *shift the power* beweging en de-institutionalisering

De kracht van het werk van WereldOuders ligt in de directe samenwerking van de medewerkers van WereldOuders in Nederland met de NPH medewerkers in de projectlanden. De medewerkers in Latijns-Amerika en de betrokken gezinnen werken zelf actief aan de oplossing en zij geven aan wat zij nodig hebben, terwijl WereldOuders en de andere zusterorganisaties voornamelijk de financiële middelen werven.

Internationaal zijn er veel tegenstanders van institutionalisering: het opvangen van kinderen in instituten zoals tehuizen. WereldOuders staat hier achter en heeft deze ontwikkeling van de-institutionalisering om weten te zetten naar een kans; door zich te richten op familie-ondersteuning in gemeenschappen en re-integratie van kinderen bij hun biologische familie.

c. De transitie sterk uitdragen voor het aantrekken van een jongere doelgroep

Door het aansprekende en sympathieke karakter van de organisatie te benutten, kan WereldOuders nieuwe fondsenwervende activiteiten ontwikkelen die specifiek aansluiten bij de interesses van de jongere generatie. Hierdoor kan de donateursbase verjongen en de trend van vergrijzing tegengaan. Deze benadering past goed bij de verschuiving naar empowerment van lokale gemeenschappen en de-institutionalisering, waarmee de jonge generatie zich sterk verbonden voelt.

d. Corporate branding versterken door benutten directe content en de kracht van de transitie

De ontwikkeling om naast kinderen ook gezinnen in de gemeenschap te ondersteunen, heeft WereldOuders doen besluiten haar merkpositionering en corporate branding verder aan te scherpen met als doel zich meer te onderscheiden in de zeer concurrerende markt.

De lage naamsbekendheid blijft een zwakte voor WereldOuders. De beperkte grootte van het WereldOuders team in Nederland en de beperkte financiële middelen zorgen ervoor dat er weinig ruimte is om regelmatig een massa mediale campagne te voeren om zo het verschil te kunnen maken in een vol spelersveld.

WereldOuders zal de komende jaren haar sterke punten, zoals beschikbare content uit het veld en persoonlijke aanpak, nog meer gaan inzetten om haar verhaal te vertellen om zo lading aan het merk te kunnen geven. Dit doet WereldOuders door de inzet van online marketing, social media en het ontwikkelen van nieuwe fondsenwervende evenementen en producten. Daarnaast zal WereldOuders bouwen aan een professioneel netwerk en een (social) community met als doel deze meer onderdeel te laten zijn van haar missie.

e. Bedrijven de mogelijkheid bieden partnerships aan te gaan en zo direct impact te maken

Ook zien we dat in het bedrijfsleven maatschappelijke impact en corporate social responsibility (CSR) een steeds grotere rol krijgen. Voor WereldOuders biedt dit een kans om samen met het bedrijfsleven op zoek te gaan naar gemeenschappelijke doelen.

WereldOuders kan gebruikmaken van het sterke internationale netwerk en de platte organisatiestructuur om samenwerkingsverbanden aan te gaan met bedrijven en fondsen. Dit kan helpen om nieuwe financiële middelen te vinden en de concurrentie in de goede doelenbranche aan te gaan. Door de directe lijnen, platte organisatie en de grote mate van zelfstandigheid in het nemen van de beslissingen is er veel vrijheid in het vormgeven van partnerships, mits deze aansluiten bij de behoeften in de landen.

f. Creatieve manieren van fondsenwerving vinden

De groei van het nationalisme en de verandering van het geefgedrag van de donateurs, die zich vaak niet langdurig willen binden of kiezen voor een doel dichterbij huis, vraagt WereldOuders om creatieve manieren van fondsenwerving. Met een beperkt investeringsbudget en een relatief klein team in Nederland, moet WereldOuders innovatieve manieren vinden om fondsen te werven en donateurs te betrekken. De platte organisatiestructuur en relatief grote beslissingsbevoegdheid van WereldOuders geeft de ruimte en de kans voor creativiteit.

5. Meerjarenbegroting

Staat van Baten en Lasten Stichting Wereldouders						
Meerjarenoverzicht 2024 t/m 2026	Begroting	Begroting	Begroting	Begroting	Begroting	
	2024	2025	2026	2027	2028	
BATEN						
Baten van particulieren	278.000	291.900	306.495	321.820	337.911	
Baten van bedrijven	727.500	907.500	1.102.875	1.213.163	1.334.479	
Baten van andere organisaties zonder winststreven	657.730	690.617	765.147	843.405	925.575	
Som van de baten	1.663.230	1.890.017	2.174.517	2.378.387	2.597.964	
LASTEN						
Besteed aan doelstelling						
- Voorlichting en educatie	273.690	276.426	290.248	304.760	319.998	
- Kindhulpprogramma's	772.764	880.492	1.129.296	1.310.589	1.483.695	
Wervingskosten	482.671	492.324	502.170	512.214	522.458	
Kosten beheer en administratie	187.629	197.010	206.860	217.203	228.064	
Som van de lasten	1.716.752	1.846.252	2.128.575	2.344.767	2.554.215	
Saldo voor financiële baten en lasten	-53.522	43.765	45.942	33.620	43.749	
Saldo financiële baten en lasten	-6.000	-9.200	-9.500	-9.500	-9.500	
Saldo van baten en lasten	-59.522	34.565	36.442	24.120	34.249	
CBF Percentage	29,02%	26,05%	23,09%	21,54%	20,11%	
Percentage kosten beheer en administratie	11,28%	10,42%	9,51%	9,13%	8,78%	
Percentage doelstelling / som der baten	62,92%	61,21%	65,28%	67,92%	69,43%	
Percentage doelstelling / som der lasten	60,96%	62,66%	66,69%	68,89%	70,62%	
Anbi	88,64%	82,77%	84,88%	86,56%	86,90%	

6. Samenvatting

Hier legt WereldOuders zich de komende jaren op toe:

Transitie van tehuizen naar empowerment ouders en kinderen in thuissituatie

- ❖ WereldOuders gelooft in de transitie die NPH doormaakt, waarbij de focus verschuift van kinderen in tehuizen naar empowerment van ouders en kinderen in gemeenschappen om zo de armoede te doorbreken;
- ❖ Dit blijven we actief uitdragen naar (potentiële) donateurs;
- ❖ We intensiveren de samenwerking met de fondsenwervende zusterorganisaties, opdat we samen een zo groot mogelijke impact realiseren;
- ❖ Samen kunnen we efficiency - en effectiviteitslagen maken;

Zo gaan we groeien de komende jaren

- ❖ De focus van de organisatie ligt op fondsenwerving;
- ❖ Het realiseren van een goed netto financieel resultaat met een gezonde continuïteitsreserve;
- ❖ De afhankelijkheid van het gala willen we de komende jaren verkleinen door een toename van inkomsten te realiseren van andere donateurs, waaronder fondsen en stichtingen en bedrijven;
- ❖ Diversificatie van inkomsten;
- ❖ De kracht van de nauwe samenwerking met NPH medewerkers in het veld nog voelbaarder maken voor (potentiële) donateurs;
- ❖ De korte lijntjes met de NPH projecten en programma's zijn uniek en maken het geven van een gift persoonlijk;
- ❖ Actief zoeken naar een match tussen de diverse NPH projecten en (potentiële) donateurs met verschillende wensen;
- ❖ WereldOuders heeft een diversiteit aan prachtige projecten welke goed aansluiten bij diverse doelgroepen;
- ❖ Focus op fondsen, stichtingen en bedrijven;
- ❖ Meer fondsen/stichtingen en bedrijven benaderen om een gift te doen en hen bezoeken zodat zij hun hart verbinden aan WereldOuders en de kinderen die we samen kunnen ondersteunen;
- ❖ Grotere bedragen en meerjaren steun durven vragen;
- ❖ Nieuwe manieren ontwikkelen voor particuliere donateurswerving;

- ❖ Bedrijven uitnodigen om WereldOuders op te nemen in hun Corporate Social Responsibility;
- ❖ Via bedrijven particuliere donateurs werven; medewerkers en/of klanten;
- ❖ De relatie met huidige donateurs doorontwikkelen of upgraden;
 - Huidige donateurs enthousiast maken en betrekken bij de transitie;
 - Aandacht voor nalatenschappen biedt een kans;
 - Periodiek schenken actief aanbieden en een upgrade realiseren;
 - Partnerships creëren met stichtingen, fondsen, major donors en bedrijven;
- ❖ Een succesvol gala realiseren;
- ❖ Uitbreiding van het fondsenwervende team;
- ❖ Merknaam versterken ten behoeve van fondsenwerving;
- ❖ Inspelen op media-aandacht over de kloof tussen arm en rijk, WereldOuders draagt bij aan het tegengaan van deze kloof.



Stichting WereldOuders

Oude Enghweg 2

1217 JC Hilversum

T: 035-6264578

www.wereldouders.nl