



Alles wat je aandacht geeft, groeit

Vrouwenkracht voor een betere wereld



Inhoudsopgave

Inleiding: van verleden en heden naar de toekomst	4
1. Missie, Visie en Kernwaarden	8
2. Positionering	10
3. Doelstellingen	13
4. Strategieën	15
5. Randvoorwaarden	18
6. Begroting	22

Inleiding: van verleden en heden naar de toekomst

Ontwikkeling van de vereniging, een korte terugblik

Vrouwen van Nu heeft een rijk verleden van 88 jaar. Een verleden om trots op te zijn. Opgericht in 1930 als Nederlandse Bond van Boerinnen en andere Plattelandsvrouwen stelde de vereniging zich ten doel 'de bevordering van de belangen in den ruimste zin, van boerinnen en andere plattelandsvrouwen'. De Bond richtte zich op zaken als landbouwhuishoudonderwijs voor vrouwen en meisjes en het stimuleren van de waardering voor het leven en werken op het platteland.

Na de Tweede Wereldoorlog groeide het aantal vrouwelijke leden met een andere achtergrond. Een bredere doelgroep werd aangesproken evenals de onderwerpen waar aandacht aan werd besteed. Cursussen over maatschappelijk werk, woninginrichting, opvoedkunde, emigratie, vrede en vanaf de jaren 70 emancipatie waren onderdeel van het aanbod.

In 1979 herformuleerde de Bond haar doelstelling: 'De vereniging heeft ten doel door vorming en ontwikkeling van vrouwen hun besef van verantwoordelijkheid voor en deelname aan de samenleving te bevorderen, in het bijzonder in plattelandsgebieden. De vereniging staat open voor vrouwen van alle gezindten en onthoudt zich van elke partijpolitiek'. In de jaren 80 bereikte de vereniging het grootste aantal leden, namelijk 81.000.

In de laatste decennia heeft de vereniging een aantal nieuwe ontwikkelingen doorgemaakt om zodoende aangehaakt te blijven bij ontwikkelingen en tendensen in de samenleving. De naam is in 2002 gewijzigd in NBvP, Vrouwen van Nu. In de statuten staat het doel van de vereniging helder geformuleerd: 'De vereniging heeft ten doel een organisatie te zijn van vrouwen met hart voor de leefomgeving in plattelandsgebieden en stedelijke gebieden en te stimuleren dat vrouwen elkaar kunnen ontmoeten, hun creativiteit kunnen ontplooiën, aan persoonlijke ontwikkeling kunnen werken en met krachtige stem participeren in de hedendaagse maatschappelijke ontwikkeling'. Een nieuwe huisstijl en intensivering van de aanwezigheid van de vereniging op social media zijn gericht op het aanspreken van nieuwe doelgroepen. Discussies over de wenselijkheid van een flexibelere organisatiestructuur hebben geleid tot de oprichting van de eerste netwerken binnen Vrouwen van Nu.

De afgelopen 88 jaar hebben laten zien dat Vrouwen van Nu een flexibele organisatie is die zich aanpast aan een veranderende maatschappelijke omgeving met nieuwe behoeften. In het meerjarenbeleid van 2019 – 2022 wordt deze flexibiliteit opnieuw aangesproken.

Vrouwen van Nu anno nu

In de huidige samenleving zijn de processen van schaalvergroting en individualisme dominant aanwezig. Veel mensen voelen zich hierdoor vervreemd van wat er om hen heen gebeurt (ik kan hier niets aan doen, ik heb hier geen invloed op) en ervaren meer momenten van eenzaamheid of sociaal isolement. Daarnaast lijkt verandering in deze tijd de enige constante te zijn. Veranderingen gaan snel, het tempo ligt hoog en voor wie het

niet bij kan houden groeit de onzekerheid en wellicht zelfs ook een gevoel van onveiligheid.

Dit klinkt als de perfecte context voor verenigingen, die immers mensen met elkaar verbinden en ondersteuning bieden. Toch is niets minder waar. Het gros van de verenigingen in Nederland kampt met ledenverlies en dus teruglopende inkomsten. Jongere mensen melden zich in te kleine aantallen aan waardoor de vergrijzing van het ledenbestand een reëel probleem wordt.

Dit geldt ook voor Vrouwen van Nu. Het is belangrijk om niet als een struisvogel de kop in het zand te steken, maar om te onderzoeken hoe deze situatie is ontstaan en wat dat betekent voor het uit te zetten beleid van Vrouwen van Nu in de periode 2019-2022.

Kernfuncties van de vereniging

In het boek *Routeplanner voor verenigen* worden vier kernfuncties van een vereniging geformuleerd: belangen behartigen, het collectieve versterken, ontmoeten en individueel voordeel bieden. Afhankelijk van het type vereniging en van ontwikkelingen in de samenleving krijgen specifieke kernfuncties meer of minder aandacht. Welke functie domineert en de meeste aandacht vraagt, is een strategische keuze. Belangrijk is dat besturen en directies zich realiseren dat de vier kernfuncties onderling invloed hebben op elkaar, ze kunnen elkaar versterken en verzwakken, en dat door te veel accent op één van de functies een andere in de knel kan komen.¹

De activiteiten van Vrouwen van Nu, in het verleden en in het heden, passen met wisselende aandacht in de vier kernfuncties:

- (1) Belangen behartigen; 'het vrouwelijk stemgeluid laten horen in de samenleving'
Deze kernfunctie heeft in de geschiedenis van de vereniging altijd een rol gespeeld. Betrof het in de eerste periode vooral de belangen van vrouwen die leefden en werkten op het platteland, vanaf de jaren 70 was er ook aandacht voor de emancipatie van een bredere doelgroep die in een aantal projecten ook solidariteit met vrouwen buiten de landsgrenzen betrof.
Voor Vrouwen van Nu in het heden betreft het alle activiteiten die nodig zijn om ons doel te bereiken, een betere wereld waarin een volwaardige en gelijkwaardige deelname van mannen én vrouwen plaatsvindt.
- (2) Het collectieve versterken; 'de kracht van vrouwen versterken'
Voor Vrouwen van Nu gaat het over het collectief van vrouwen. We streven er als vereniging naar om vrouwen van nu sterker te maken. Dat doen we onder andere door informatie uit te wisselen, door persoonlijke ontwikkeling en door kennisoverdracht. Een aantal uitspraken van oudere leden geeft het versterken van individuele vrouwenkracht goed weer: 'Hier heb ik geleerd om te spreken in het openbaar', 'Door de Bond durf ik tijd voor mezelf te nemen' en 'Mijn wereld is groter geworden'. Trainingen voor nieuwe bestuurders, voor serviceteams, webmasters en huisstijlbewakers worden tot op de dag van vandaag aangeboden.

¹ M. Kuperus e.a., *Routeplanner voor verenigen*. Organiseren van passie en eigenaarschap (VM uitgevers 2018), pp. 42-44.

(3) Ontmoeten; 'het Vrouwen van Nu warme bad'

Vrouwen van Nu speelt een grote rol in het bij elkaar brengen van vrouwen op lokaal, provinciaal en landelijk niveau. Deze kernfunctie is tot op de dag van vandaag springlevend, met name op lokaal niveau in de eigen leefomgeving.

(4) Individueel voordeel bieden; 'wat heb ik aan het lidmaatschap'

Het lidmaatschap van Vrouwen van Nu biedt leden tegenwoordig onder meer kortingen op producten (van boeken tot toegang tot attractieparken), vier keer per jaar het magazine en toegang tot het Vrouwenweekevent en de Vrouwen van Nu Beurs tegen gereduceerd tarief.

Terugkijkend op het functioneren van Vrouwen van Nu sinds de oprichting in 1930 kan geconstateerd worden dat de vereniging op de vier kernfuncties decennia lang actief is geweest. De huidige situatie geeft een ander beeld: de kernfuncties Ontmoeten en Individueel voordeel bieden zijn dominant geworden. Samen zijn in een gezellige sfeer is voor de meeste afdelingsleden een belangrijke motivatie om lid te zijn en te blijven. Daaraan gekoppeld stelt een groeiend aantal afdelingen de vraag wat de meerwaarde is van het lidmaatschap: wat krijg ik voor mijn contributie? De keuze van afdelingen om zelfstandig verder te gaan, buiten de vereniging, ligt in het verlengde hiervan. Voor het organiseren van een aantrekkelijke gezellige bijeenkomst heeft men de landelijke vereniging niet nodig. Als dan het individuele voordeel niet groot genoeg is, wordt de meerwaarde van onderdeel zijn van een groter geheel niet gevoeld. De kernfuncties Belangen behartigen en Het collectieve versterken zijn, mede door de hogere leeftijd van de meerderheid van de huidige leden, naar de achtergrond verdwenen.

Vrouwen van Nu in de toekomst

De hierboven geschetste situatie is niet alleen van toepassing op Vrouwen van Nu. Voor veel vrouwenverenigingen geldt dat de functie van elkaar ontmoeten in de huidige tijd de boventoon voert.² Deze kernfunctie sluit aan bij de behoeften van de bestaande, veelal oudere leden.

Met het oog op de toekomst van de vereniging en dus het aanspreken van nieuwe generaties vrouwen is het van belang om de andere kernfuncties, met name de belangenbehartiging en het versterken van het collectieve, weer in te passen in het imago van Vrouwen van Nu. Was het verenigingsleven vroeger één van de belangrijkste vormen van sociaal contact, voor jongere vrouwen geldt dat niet meer. Voor hen zit de aantrekkingskracht van een vrouwenorganisatie eerder in de publieke waarde van Vrouwen van Nu als spreekbuis voor vrouwenbelangen in de politiek en de samenleving, als verbinder van verschillende expertises en als belangenbehartiger die thema's agendeert.³

Een belangrijke strategische keuze in het Meerjarenbeleidsplan 2019-2022 is dat het revitaliseren van de kernfuncties Belangen behartigen en het Collectieve versterken en het behoud van de kernfuncties Ontmoeten en Individueel voordeel bieden niet in één

² Zie: M. Kuperus e.a., p. 43 "Veel van de huidige vrouwenverenigingen richten zich minder op belangenbehartiging, emancipatie of toegang tot werk voor vrouwen en meer op het faciliteren van ontmoeting tussen vrouwen."

³ Het succes van agenderende vrouwenorganisaties zoals WomenInc en actiegroepen rondom specifieke onderwerpen bevestigen dat.

aanbod hoeven te worden ondergebracht. Passend bij de huidige tijdsgeest wordt de komende jaren maatwerk aangeboden in twee soorten lidmaatschap: een verenigings- en een netwerklidmaatschap. Beide onder het merk Vrouwen van Nu. Zodoende krijgen de behoeften van verschillende generaties vrouwen alle aandacht.

Het Meerjarenbeleidsplan met diens toekomstbeelden, missie en visie, prioritering in doelstellingen en activiteiten alsook de keuze voor inhoudelijke thema's, is mede tot stand gekomen door de input van actieve leden tijdens meerder bijeenkomsten zoals de Beleidsdag van het landelijk bestuur en het landelijk bureau (22 december 2016), de Netwerkdag Vrouwen van Nu (12 mei 2017 in Vianen), bijeenkomsten van de Denktank organisatiestructuur Vrouwen van Nu (2017-2018), de brainstormbijeenkomst over het Meerjarenbeleidsplan (22 november 2017) en enkele interactieve sessies tijdens overleggen van het landelijk bestuur met de provinciale besturen (2017-2018)

Met positieve aandacht, gericht op wat we willen in plaats van op wat we niet (meer) willen of wat niet meer kan, zetten we in op Vrouwen van Nu als aantrekkelijke vrouwenorganisatie voor een groeiend aantal vrouwen, waarin de vier kernfuncties herkenbaar aanwezig zijn.

Zoals Aristoteles al zei: Alles wat je aandacht geeft, groeit. Laten wij de komende vier jaren aandacht geven aan wat we willen dat groeit.

1. Missie, Visie en Kernwaarden

1.1. Missie

Het bestaansrecht van Vrouwen van Nu, het doel van de organisatie, wordt geformuleerd in de missie. De missie geeft aan waar we voor staan.

De belangrijkste drijfveer van de activiteiten van Vrouwen van Nu is het met elkaar een bijdrage leveren aan een betrokken samenleving waarin het voor iedereen goed leven is. Die samenleving kan de eigen wijk of woonplaats zijn, Nederland, Europa of de wereld. Met de energie, de talenten en het sociale hart van vrouwen van nu bouwen we mee aan een wereld waarin ieders talenten worden benut en verder ontwikkeld, iedereen zich gezien en gewaardeerd weet en de toekomst voor nieuwe generaties geborgd is. Vrouwen van Nu heeft de overtuiging dat een belangrijke voorwaarde voor het bereiken van zo'n wereld is dat vrouwen en mannen gelijkwaardig en volwaardig deelnemen aan de samenleving.

De missie van Vrouwen van Nu is voor de beleidsjaren 2019-2022 als volgt geformuleerd:

'Vrouwenkracht voor een betere wereld;
met de kracht van vrouwen de leefomgeving versterken'

1.2. Visie

De missie is het fundament onder de organisatie, de visie is de manier waarop we de missie handen en voeten willen geven. Waar gaan we voor de komende vier jaren?

Verbinden van vrouwen

Om vrouwenkracht te kunnen inzetten, is het effectief verbinden van vrouwen een voorwaarde. Het verenigen van vrouwen van verschillende afdelingen en provincies, van stad en platteland, van diverse netwerken, van verschillende generaties en culturele achtergronden, vrouwen van nu, vrouwen van andere organisaties en individuele vrouwen.

Vrouwen van Nu heeft een voortrekkersrol in het bij elkaar brengen van (verschillende groepen) vrouwen onder het motto 'vrouwen voor vrouwen'.

Dit kan zijn rondom maatschappelijk betrokken onderwerpen die vrouwen na aan het hart liggen en thema's die specifiek voor vrouwen belangrijk zijn. Daarnaast functioneert Vrouwen van Nu als een groot sociaal netwerk én vangnet voor vrouwen in de samenleving.

Blijvend voeden van vrouwenkracht

De missie van Vrouwen van Nu verwijst naar een continu proces waarin waakzaamheid, strijdbaarheid, alertheid, lef en energie belangrijke pijlers van de vrouwenkracht zijn.

Vrouwen van Nu stimuleert en ondersteunt vrouwen in het ontwikkelen en bijhouden van hun vrouwenkracht. Dit krijgt vorm in het delen van kennis en ervaring, het stimuleren van persoonlijke - en talentontwikkeling, het bieden van een groot en divers netwerk en het creëren van een podium voor rolmodellen. Vrouwen ontwikkelen vrouwen, benutten elkaars kracht en inzicht en vrouwen staan voor vrouwen.

Actief zijn binnen Vrouwen van Nu is een springplank voor verdere ontwikkeling van individuele vrouwen én voor het innemen van (bestuurlijke) posities in de samenleving. Daarnaast zijn we als gesprekspartner voor politieke en maatschappelijke instellingen een gerespecteerde spreekbuis voor de vrouwelijke kijk op onze leefomgeving, dichtbij en ver weg.

Continuïteit van het merk Vrouwen van Nu

Om continuïteit te borgen voor bestaande en nieuwe doelgroepen vrouwen binnen Vrouwen van Nu en om aantrekkelijk te zijn voor bestaande en nieuwe samenwerkingspartners, wordt ingezet op het vergroten van de zichtbaarheid met een verfrissend imago. De komende vier jaren zijn zichtbaarheid, bekendheid en herkenbaar zijn bij een groeiend aantal vrouwen én mannen van levensbelang voor de slag- en daadkracht van de organisatie. Alleen dan kan Vrouwen van Nu functioneren als het aangewezen platform voor de bundeling van een krachtig vrouwelijk stemgeluid in de samenleving.

De continuïteit van het merk Vrouwen van Nu is daarin belangrijker dan het voortbestaan van de vereniging als organisatievorm. Onder het merk Vrouwen van Nu worden lossere organisatievormen, netwerken, aangeboden naast de verenigingsstructuur. Een passend aanbod voor verschillende groepen vrouwen, er van uitgaand dat niet alles voor iedereen aantrekkelijk hoeft te zijn, geeft ruimte voor zichtbaarheid én aantrekkelijkheid bij nieuwe doelgroepen.

De visie van Vrouwen van Nu is voor de beleidsjaren 2019-2022 als volgt geformuleerd: Vrouwen van Nu heeft een voortrekkersrol in het verbinden van vrouwen binnen én buiten de organisatie op terreinen waarop het wenselijk is om de vrouwenkracht in te zetten voor een betere wereld. Het onderhouden van de vrouwenkracht krijgt vorm in ontmoetingen, kennisdeling en persoonlijke ontwikkeling. Er wordt ingezet op grotere zichtbaarheid en een krachtiger vrouwelijk stemgeluid in de samenleving. Door het aanbod van lossere organisatievormen spreken we een nieuwe generatie vrouwen (en mannen) aan die de vrouwenkracht mee vorm gaat geven.

1.3. Kernwaarden

Vrouwen van Nu handelt vanuit een aantal waarden die belangrijk voor ons zijn. Deze waarden laten zien waar we voor staan, hoe we dingen doen. Met andere woorden, onze kernwaarden zeggen iets over onze organisatiecultuur. Zó gaan we met elkaar om, zó zijn onze manieren. Dat geldt zowel voor verenigingsleden als voor netwerkleden.

De kernwaarden waar vanuit we handelen zijn:

- we werken samen vanuit *vertrouwen* in elkaar, vertrouwen in de wereld en in de toekomst;
- we zijn *geïnteresseerd* in elkaar en in de wereld om ons heen;
- we streven naar *inclusie* vanuit respect voor diversiteit;
- we zijn *nieuwsgierig* naar elkaars meningen, naar andere opvattingen dan de onze en naar nieuwe mogelijkheden en kansen;
- we hebben het *lef* om onze nek uit te steken, om te staan voor wat we vinden en om veranderingen in te zetten.

2. Positionering

Welke positie neemt Vrouwen van Nu in het landschap van verenigingen, stichtingen, netwerken en andere organisatievormen in Nederland in? Hoe verhouden we ons ten opzichte van andere vrouwenorganisaties en welke rol spelen we op het speelveld van maatschappelijk betrokken organisaties?

Kortom, wat is de toegevoegde waarde van Vrouwen van Nu, zowel voor individuele vrouwen als voor de samenleving?

2.1. Algemene positionering

Vrouwen van Nu neemt een eigen plek in het landschap van vrouwen- en maatschappelijk betrokken organisaties in. Deze wordt gedefinieerd aan de hand van een aantal algemene kenmerken:

- we staan open voor alle vrouwen. Een grote variatie aan religieuze gezindten, politieke voorkeuren, culturele achtergronden en generaties ervaren we als meerwaarde;
- we hebben speciale aandacht voor onze 'roots', vrouwen in de agrarische sector;
- we zetten in op het verbinden van vrouwenkracht onder het merk van Vrouwen van Nu. Die vrouwenkracht kan op ieder door vrouwen gewenst onderwerp worden ingezet;
- we werken graag samen met andere (vrouwen)organisaties op thema's die passen in onze missie, vrouwenkracht voor een betere wereld;
- we zijn de grootste vrouwenvereniging van Nederland en zodoende een platform voor tal van acties en activiteiten. Leden zijn onderdeel van een groter geheel dat je ook kunt inzetten voor persoonlijke zaken, voor belangenbehartiging en voor maatschappelijke acties. De reikwijdte is groot;
- onze netwerkorganisatie in ontwikkeling (pilot) biedt netwerken een meerwaarde als onderdeel van het merk Vrouwen van Nu met een grote publieke waarde. Daarnaast worden netwerken ondersteund in hun continuïteit, in onderlinge verbindingen en wordt facilitaire ondersteuning geboden.

De vereniging Vrouwen van Nu is primair een platform waar vrouwen elkaar kunnen ontmoeten voor gezelligheid (tegen sociaal isolement) en waar actieve leden door deelname aan trainingen en cursussen aandacht aan hun persoonlijke ontwikkeling kunnen besteden. Maatschappelijke acties blijven ook onderdeel van de activiteiten.

Maatschappelijke acties vormen meestal ook de brug naar samenwerking met externe partners die zich profileren op één terrein. Voorbeelden daarvan zijn de Associated Country Women of the World (ACWW), Women for Water Partnership (WfWP) en Agriterra. Als lidorganisatie van de Nederlandse Vrouwen Raad (NVP) wordt meegewerkt aan beleidsbeïnvloeding en agendering van voor vrouwen belangrijke thema's op de politieke agenda. En met een Vrouwen van Nu vertegenwoordiging in het Regulier Overleg Warenwet van het Ministerie van VWS werken we mee aan de volksgezondheid en veiligheid van levensmiddelen.

De netwerkorganisatie kenmerkt zich primair door het met elkaar verbinden en ondersteunen van groepen mensen die op deelterreinen invulling geven aan voor

vrouwen en vrouwenkracht belangrijke thema's. Belangenbehartiging en versterking van het collectieve staan centraal.

2.2. Vrouwen van Nu voor individuele vrouwen

Vrouwen van Nu is de grootste vrouwenvereniging in Nederland en lokaal georganiseerd. Ook de netwerken van Vrouwen van Nu zitten verspreid over het land. Onderdeel hiervan zijn betekent dat je altijd anderen met gelijkgestemde interesses vindt, makkelijk in contact komt met vrouwen in je directe omgeving, elkaar regelmatig kunt ontmoeten. In een vertrouwde groep nieuwe kennis en ervaring opdoen, zowel zakelijk (van leren solliciteren tot leren communiceren) als persoonlijk (van kooktips tot boeken bespreken), gebruik maken van elkaar krachten en kwaliteiten, elkaar inspireren, samen activiteiten ontplooiën, delen wat je bezig houdt in het leven, met elkaar jezelf blijven ontwikkelen; zo omschrijven vrouwen de positionering van Vrouwen van Nu in hun dagelijks leven.

2.3. Vrouwen van Nu voor de samenleving

Maatschappelijke thema's krijgen meer aandacht en meer gewicht als ze vanuit een grote organisatie naar voren worden gebracht. De maatschappelijke impact is groter evenals de kans van slagen dat voorgedragen thema's op de politieke agenda worden gezet. Vrouwen van Nu is een organisatie van vlees en bloed. Dat betekent dat we weten wat er leeft bij een grote groep vrouwen. Raadpleging van onze achterban levert snel heldere beelden op. Deze functie wordt extra versterkt door de inzet op groei van het aantal netwerken onder het merk van Vrouwen van Nu. Netwerken kunnen ook als kanaal dienen. Daarnaast kunnen via netwerken en/of netwerkdeelnemers ook niet aangesloten mensen worden bereikt. Daarmee reikt Vrouwen van Nu als organisatie én als betekenis in de samenleving verder dan de directe kring. Vrouwen die zich ontwikkelen in hun vrouwenkracht binnen Vrouwen van Nu, kunnen hiermee ook de samenleving versterken.

2.4. Inhoudelijke positionering

De centrale thema's waar Vrouwen van Nu zich in het beleidsperiode 2019-2022 mee positioneert, zijn:

- generatieleren (door ontwikkelen vanaf de schouders van je ouders)
- platteland & stad
- benutten van vrouwelijk talent (in besturen, in de politiek, in burgerparticipatie)
- duurzaamheid (groen en sociaal)
- diversiteit & inclusie.

Deze vijf hoofdthema's verbinden verleden, heden en toekomst.

De eerste twee (generatieleren en platteland & stad) zetten in op gebruik maken van het verleden als meerwaarde voor het heden. Oudere generaties vrouwen hebben met hun levenservaring jongere vrouwen veel te bieden in historisch perspectief én in levenswijsheid. Uiteraard wordt uitgegaan van wederkerigheid tussen generaties. De wortels van de vereniging liggen op het platteland. Daar op voortbouwend neemt Vrouwen van Nu haar positie in in de huidige aandacht voor stad en platteland en verduurzaming van de agrarische sector.

Bij het derde thema (benutten van vrouwelijk talent) staat de versterking van vrouwenkracht in het hier en nu centraal.

De laatste twee onderwerpen (duurzaamheid, diversiteit & inclusie) sluiten aan bij de missie 'vrouwenkracht voor een betere wereld', in het heden actief werken aan versterking van de leefomgeving nu en in de toekomst.

3. Doelstellingen

In de beleidsperiode 2019-2022 willen we de volgende vijf doelstellingen bereiken:

(1) Vrouwen van Nu is aantrekkelijk voor verschillende generaties en verbindt verschillende generaties vrouwen

De gemiddelde leeftijd van de leden van de vereniging Vrouwen van Nu is 72 jaar. Tegen de achtergrond van de bevolkingsgroei en de opbouw van de leeftijds piramide in Nederland is deze hoge gemiddelde leeftijd niet vreemd. De 3,1 miljoen 65-plussers vormen 18% van de totale bevolking. Onder hen is 24% ouder dan 80 jaar. Onder de 65-plussers is 54% vrouw, onder de 80-plussers 63%. Deze ontwikkeling zet door wat betekent dat het aantal 65-plussers en het aantal 80-plussers blijft stijgen de komende jaren.

Het jongste verenigingslid is 25 jaar, de twee oudste leden zijn 102. We zetten de komende vier jaren in op groei van het aantal leden jonger dan 67 jaar om zodoende een meer evenredige verdeling tussen verschillende generaties binnen Vrouwen van Nu te krijgen. De focus ligt op vrouwen in de leeftijdsgroep van 45-67 jaar. De meerwaarde van generatieleren wordt binnen Vrouwen van Nu vormgegeven, binnen de vereniging en vooral ook tussen de vereniging en de netwerkorganisatie van Vrouwen van Nu.

(2) Imago is vernieuwd in overeenstemming met de missie

Met de missie van Vrouwen van Nu, vrouwenkracht voor een betere wereld, plaatsen we ons midden in de samenleving. We zetten ons in voor een betere wereld waar het voor iedereen goed leven is. Deze actieve, maatschappelijk betrokken houding staat haaks op het stoffige imago dat Vrouwen van Nu regelmatig in de buitenwereld oproept. De vaak stereotiepe vooronderstellingen moeten plaatsmaken voor een eigentijds en aantrekkelijk imago dat aansluit bij de maatschappelijke activiteiten die we ontplooiën.

(3) Nieuwe organisatievorm voor jongere doelgroepen is ontwikkeld

De huidige omgeving van Vrouwen van Nu is een andere dan die waarin ze decennialang succesvol heeft gefunctioneerd. Jongere generaties vrouwen binden zich minder snel voor onbepaalde tijd aan een vereniging. In de huidige 24 uren economie die vraagt om continue beschikbaarheid en snelheid van handelen is tijdgebrek een factor van betekenis geworden. What's in it for me?, de meerwaarde van een lidmaatschap, moet scherp zijn geformuleerd. En activiteiten moeten efficiënt worden georganiseerd en gericht zijn op een bestaande behoefte. Een zoemende bijenkorf zonder stroperige procedures en gelaagde organisatieniveaus waar de kernfuncties Belangenbehartiging en het Collectieve versterken worden versterkt, is waar we op in zetten.

De Vrouwen van Nu netwerken richten zich, met hun lossere organisatiestructuur op maat naast de gelaagde verenigingsdemocratie, in eerste instantie op nieuwe generaties vrouwen. Geïnteresseerde verenigingsleden kunnen zich zonder meerkosten ook aansluiten bij netwerken. Als het thema van een netwerk hier aanleiding toe geeft, kan een netwerk ook openstaan voor mannen mits zij met hun aanwezigheid een bijdrage leveren aan een gender inclusieve samenleving.

(4) Interne communicatielijnen zijn kort en helder

De communicatie heeft decennialang plaatsgevonden langs de getrapte lijnen van de landelijke, provinciale en lokale niveaus. De formele verenigingsdemocratie met een Ledenraad en provinciale besturen als schakel tussen het landelijk bestuur en de

afdelingsbesturen, blijkt in de praktijk regelmatig niet het draagvlak onder de leden te garanderen. Met het wegvallen en/of minder goed functioneren van besturen, een halvering van het aantal medewerkers op het landelijk bureau en de blijkbaar minder goed dan verwachte afstemming van nieuwe communicatiekanalen op de huidige leden, is informatie de afgelopen jaren nogal eens in de pijplijn blijven hangen.

Aandacht voor goede interne communicatie die iedereen bereikt, is een belangrijke prioriteit deze beleidsperiode.

(5) Effectieve externe communicatie is gericht op zichtbaarheid op de centrale thema's en samenwerking met andere organisaties op die onderwerpen

Het aanbod aan informatie is in onze huidige samenleving grenzeloos. Iedereen kan overal over alles wat vinden. Het aantal verenigingen, netwerken, (online) communities en andere vormen waarin mensen elkaar vinden, is groot. Effectieve externe communicatie zet Vrouwen van Nu herkenbaar in markt ('daar zijn we van'), zorgt voor bekendheid bij nieuwe doelgroepen, versterkt de relatie met (potentiële) samenwerkingspartners en last but not least geeft vrouwen van nu een gevoel van trots hier bij te horen.

4. Strategieën

Om de doelstellingen te realiseren, werken we met een strategische planning. Deze biedt houvast voor ons handelen en houdt ons op koers om aantoonbare resultaten te behalen. Daarbij moet één belangrijke kanttekening worden gemaakt. Het is belangrijk dat de strategische planning ruimte laat voor wendbaarheid om te kunnen anticiperen op nieuw ontstane situaties die bij het opstellen van de strategische planning niet konden worden voorzien. De wijsheid zit in het doen. Daarom beperken de plannen zich tot richtlijnen die jaarlijks in de Jaarplannen verder worden uitgewerkt.

In onderstaande staan per doelstelling de strategieën inclusief de inzet van mensen om de doelen te bereiken. Met de 5 doelstellingen wordt zowel een revitalisering van de kernfuncties Belangen behartigen en Het collectieve versterken beoogd alsook het behoud van de kernfuncties Ontmoeten en Individueel voordeel bieden.

Doelstelling 1: Vrouwen van Nu is aantrekkelijk voor verschillende generaties en verbindt verschillende generaties vrouwen

Strategie:

- Onderzoek, uitgevoerd door een student/ stagiaire, naar de behoeften van verschillende generaties vrouwen. Voor de huidige leden van Vrouwen van Nu wordt een enquête uitgezet, die de behoeften van de leden in kaart brengt.
Inzet van mensen: student/stagiaire op HBO-niveau voor het opzetten en uitvoeren van het onderzoek en de enquête.
Kernfuncties: afhankelijk van de uitkomst van de enquête.
- Ontwikkelen van een nieuw aanbod dat aansluit bij de behoeften van jongere doelgroepen.
Inzet van mensen: projectleider landelijk bureau in samenwerking met trainers/workshopleiders.
Kernfuncties: Belangen behartigen, Het collectieve versterken, Ontmoeten, Individueel voordeel bieden.
- Ontwikkelen en uitvoeren van workshops rondom thema's waar generaties van elkaar kunnen leren. Daarbij kan gedacht worden aan de overdracht van ambachtelijke handwerktechnieken van oudere op jongere generatie en leren van social media gebruik van jongere aan oudere generatie vrouwen.
Inzet van mensen: landelijk bureau in samenwerking met trainers/workshopleiders.
Kernfuncties: Het collectieve versterken en Ontmoeten.
- Stimuleren van het oprichten van netwerken generatieleren waarin verschillende generaties zitten.
Inzet van mensen: landelijk bureau
Kernfuncties: Het collectieve versterken, Ontmoeten en Belangen behartigen.
- Jaarlijkse campagne rondom 8 maart, internationale vrouwendag, voor de Vrouwenweek. Het thema van de campagne en het Vrouwenweekevent is het jaarthema van Vrouwen van Nu. Dit jaarthema wordt in het programma van het Vrouwenweekevent zodanig ingevuld dat deze activiteit jongere generaties vrouwen aanspreekt.
Inzet van mensen: landelijk bureau
Kernfuncties: Belangenbehartiging en Het collectieve versterken.

Doelstelling 2: Imago is vernieuwd in overeenstemming met de missie

Strategie:

- Website aanpassingen.
Inzet van mensen: landelijk bureau in samenwerking met Senefelder
- Inzetten van landelijke en social media. Artikelen in tijdschriften, blogs op LinkedIn en de website van Vrouwen van Nu, intensiveren gebruik van Facebook, Twitter en Instagram.
Inzet van mensen: Landelijk Bestuur en landelijk bureau.
- De twee grote events van Vrouwen van Nu, het Vrouwenweekevent en de Vrouwen van Nu Beurs, invullen en positioneren conform de missie. Om het bereik van de campagne te vergroten, wordt gebruik gemaakt van minimaal één massamedium.
Inzet van mensen: landelijk bureau.

Kernfuncties: Belangen behartigen en Het collectieve versterken zijn toonaangevend, gevolgd door de kernfunctie Ontmoeten.

Doelstelling 3: Nieuwe organisatievorm voor jongere doelgroepen is ontwikkeld

Strategie:

- Netwerkorganisatie op- en uitbouwen naast de vereniging Vrouwen van Nu. Deze netwerkorganisatie bestaat uit landelijke netwerken, die werken met voor Vrouwen van Nu belangrijke thema's, en overige netwerken. Dit kunnen bestaande netwerken zijn die gebruik maken van het landelijk bureau als servicebureau of nieuw opgezette netwerken.
De netwerkorganisatie is succesvol als deze organisatievorm nieuwe, jongere doelgroepen onder het merk Vrouwen van Nu bij elkaar brengt.
Inzet van mensen: landelijk bureau (initiërend en ondersteunend)

Kernfuncties: Belangen behartigen en Het collectieve versterken zijn toonaangevend, gevolgd door de kernfunctie Ontmoeten.

Doelstelling 4: Interne communicatielijnen zijn kort en helder

Strategie:

- De bestaande overleggen tussen provinciale besturen en het landelijk bestuur (twee maal per jaar) blijven bestaan, evenals het penningmeesteroverleg (éénmaal per jaar) en de landelijke kaderdagen van de provinciale commissies. Landelijke bestuursleden bezoeken ieder jaar de jaarvergadering van de provincies waar zij contactpersoon van zijn en provinciale besturen worden één keer per jaar bezocht. Eigen Huis bezoeken van afdelingen, commissies en besturen worden gestimuleerd.
Inzet van mensen: landelijk bestuur en landelijk bureau.
- Nieuws voor Provincies en Afdelingen verschijnt twee maal per jaar en wordt verstuurd naar de provinciale en afdelingsbesturen.
- In iedere uitgave van het magazine en op de website wordt ruimte besteed aan informatie over ontwikkelingen en nieuws uit het landelijk bestuur en landelijk bureau.
Inzet van mensen: landelijk bureau.
- De Gids met alle Wegwijzers wordt regelmatig bijgewerkt met nieuwe informatie.
- Er wordt ingezet op het verkrijgen van zoveel mogelijk informatie via het centrale ledenadministratiesysteem zodat leden direct van informatie of aanbiedingen kunnen worden voorzien.
Inzet van mensen: landelijk bureau

- Via de sociale media wordt met (niet) leden rechtstreeks de dialoog aangegaan.
Inzet van mensen: landelijk bureau.
 - Organiseren van directe informatiekkanalen naar de leden door het opzetten van een feedbackpanel. Dit panel wordt bevraagd over voor de vereniging belangrijke zaken naast de formele kanalen van Ledenraad en provinciale besturen.
Inzet van mensen: landelijk bureau.
- Bovengenoemde strategieën geven vorm aan een intern goedlopende organisatie, waardoor de *vier kernfuncties* kunnen worden vervuld.

Doelstelling 5: Effectieve externe communicatie is gericht op zichtbaarheid op de centrale thema's en samenwerking met andere organisaties op die onderwerpen

Strategie:

- Inzetten op massamedia (radio, tv) met thema's die aansluiten bij de missie van Vrouwen van Nu. Hiertoe worden twee keer per jaar polls uitgezet om de mening van vrouwen op voor hen belangrijke onderwerpen te inventariseren. De poll in het voorjaar sluit aan bij het jaarthema, de poll in het najaar bij de actualiteit. Zodoende laten we het vrouwelijk stemgeluid horen van vrouwen van vlees en bloed. Aandacht voor (de resultaten van) de polls vindt plaats volgens een hiervoor opgesteld communicatieplan.
Inzet van mensen: landelijk bestuur en landelijk bureau.
- Het jaarthema van Vrouwen van Nu wordt aan de hand van een hiervoor opgesteld communicatieplan een jaar lang onder de aandacht gebracht met een poll, in het magazine, op social media en in externe media.
Inzet van mensen: landelijk bureau.
- Het Vrouwenweekevent rondom 8 maart en de Vrouwen van Nu Beurs in oktober worden aan de hand van een communicatieplan (ook) onder de aandacht gebracht van externe geïnteresseerden.
Inzet van mensen: landelijk bureau.
- Actief inzetten op samenwerking met organisaties die eenzelfde doel nastreven.
Inzet van mensen: landelijk bestuur en landelijk bureau.

Kernfuncties: Belangen behartigen en Het collectieve versterken staan centraal bij bovenstaande strategieën.

5. Randvoorwaarden

5.1 Personeel

Het team van Vrouwen van Nu bestaat in deze beleidsperiode uit acht beroepskrachten die in dienst zijn van de vereniging.

Het team van het landelijk bureau bestaat uit:

Directeur

Office manager (office management & ondersteuning landelijk bestuur en directie)

Medewerker Financiële ondersteuning & Secretariaat

Medewerker Service & Informatie

Projectleider (Projecten, Afdelingen & Netwerken)

Senior administrateur (Financiën & PZ)

Medewerker Content & Community (social media, vormgeving & landelijke netwerken)

Medewerker PR (professioneel presenteren producten)

Gedurende de beleidsperiode 2019-2022 wordt bij de samenstelling van het team de aanwezigheid van deskundigheid op de terreinen van social media, klantgerichte communicatie en veranderingsprocessen bewaakt.

In die context moet de aanstelling van een medewerker die professioneel geschoold is op vakgebied van public relations geplaatst worden. Tot begin 2018 was de rol van pr & communicatie onderdeel van een bredere functie waarin ook de rol van hoofdredacteur van het magazine was beschreven. Beide rollen zijn uit elkaar gehaald nadat in de praktijk duidelijk werd dat de combinatie van rollen en bijbehorende deskundigheid moeilijk in één persoon verenigbaar was. De rol van hoofdredacteur is met ingang van maart 2018 omgebogen naar een Bladcoördinator op freelance basis. Een PR Medewerker die actief werkt aan de zichtbaarheid van Vrouwen van Nu wordt in de meerjarenbeleidsperiode 2019-2022 ingezet. Een medewerker die zich expliciet kan toelagen op het professioneel presenteren van Vrouwen van Nu, onze producten bij de juiste offline én online media kan krijgen, onze aanwezigheid op de juiste platforms kan krijgen, moet het jarenlange streven naar externe zichtbaarheid realiseren.

Voor het magazine, dat sinds 2018 vier keer per jaar verschijnt, wordt gebruik gemaakt van twee freelance krachten, zijnde een bladcoördinator en een eindredacteur.

Daarnaast biedt het landelijk bureau maximaal twee keer per jaar aan een student/stagiaire (derdejaars, HBO niveau) een stageplaats op het bureau. Aansluitend bij de geformuleerde doelstellingen van verbreding van de doelgroep, vernieuwing van het imago en zichtbaar zijn, komen de geselecteerde student/stagiaires uit de studierichtingen communicatie, marketing en pr.

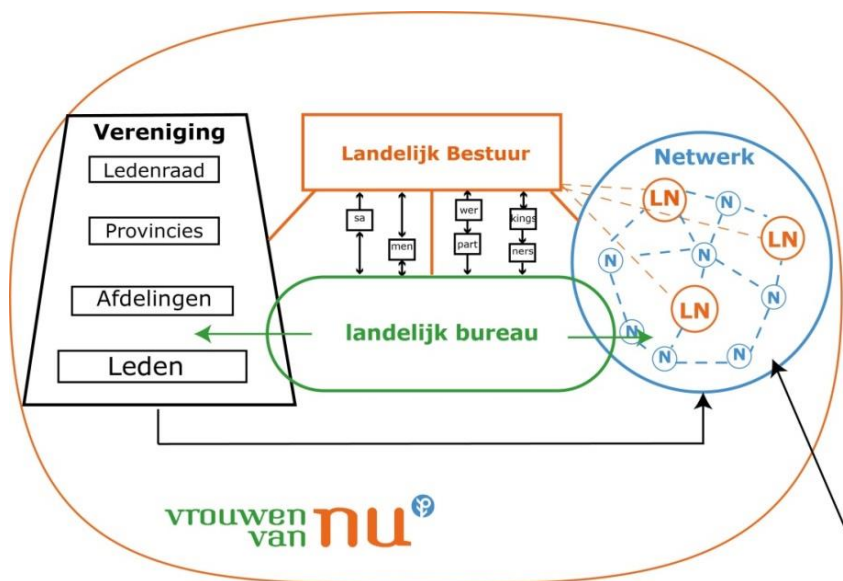
5.2 Organisatie

Er wordt gewerkt met een vaste, jaarlijkse beleidscyclus. Het meerjarenbeleidsplan wordt jaarlijks (bij de ontwikkeling van het jaarplan) geëvalueerd op voortgang en (veranderende) omgevingsfactoren. Op grond daarvan kunnen (koers)wijzingen plaatsvinden. Deze worden dan opgenomen in het jaarplan.

De getrapte verenigingsstructuur blijft ongewijzigd met een ledenraad, een landelijk bestuur, provinciale besturen en afdelingsbesturen. Goed functionerende provinciale besturen spelen in deze beleidsperiode een belangrijke rol als schakel tussen het landelijk bestuur en de afdelingen in een open communicatie en transparantie. De overleggen tussen de provinciale besturen en het landelijk bestuur, die twee keer per jaar plaatsvinden, de jaarlijkse kennismakingsbijeenkomst voor nieuwe PB-leden en de trainingen, blijven dan ook een vast onderdeel van de jaarlijkse beleidscyclus.

Daarnaast wordt een netwerkorganisatie opgebouwd onder het merk van Vrouwen van Nu. Zodoende vallen onder Vrouwen van Nu: Vrouwen van Nu de vereniging en Vrouwen van Nu het netwerk.

Een Vrouwen van Nu netwerk vormt een zelfstandige entiteit onder de naam van Vrouwen van Nu. Netwerkleden hebben geen stemrecht in de Ledenraad van de vereniging. Ieder netwerk heeft eigen regels die zijn afgestemd met het landelijk bureau. Er is geen bestuur, wel zijn er vrouwen die zorg dragen voor de financiën, de ledenlijst, pr en communicatie. De leden van een netwerk doen actief mee met het bedenken en organiseren van activiteiten. Een netwerk is niet gebonden aan geografische (lokale) grenzen en onderhoudt direct contact met het landelijk bureau. Aanspreekpunt voor het landelijk bureau is een coördinator of een coördinatieteam.



Met ingang van het nieuwe meerjarenbeleidsplan d.d. 1 januari 2019 kent de vereniging één landelijke commissie, zijnde de landelijke redactiecommissie. De rol en opdracht van deze commissie wordt aangescherpt in afstemming met de werkzaamheden van de bladcoördinator en het gebruik van het magazine als pr instrument.

De meerwaarde van een vertegenwoordiging van Vrouwen van Nu in andere organisaties (zijnde ACWW, Agriterra, Nederlandse Vrouwen Raad, Women for Water Partnership, Nederlandse Organisaties Vrijwilligerswerk, Regulier Overleg Warenwet) wordt getoetst aan de focus van het meerjarenbeleid.

5.3 Informatievoorziening

De informatievoorziening binnen de vereniging vindt plaats via het magazine (vier keer per jaar), Nieuws voor Provincies en Afdelingen (twee keer per jaar), Nieuwsflitsen voor Provincies en Afdelingen (twee keer per jaar), e-mail nieuwsbrieven (één keer per maand), e-mail nieuwsflitsen (indien nodig, rondom één actueel thema), mailings, social media (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn) en de website van Vrouwen van Nu. Daarnaast zijn in de jaarlijkse beleidscyclus landelijke bijeenkomsten opgenomen voor provinciale commissies, provinciale penningmeesters, provinciale besturen en Vrouwen van Nu vertegenwoordigers in andere (vrouwen)organisaties.

5.4 Financiën

Er wordt gedurende deze beleidsperiode gewerkt met een basisbegroting waarmee de jaarplannen kunnen worden uitgevoerd.

Het streven om de begrotingen van het nieuwe Meerjarenbeleidsplan 2019-2022 kostendekkend op te stellen zonder de reserves van de vereniging verder aan te hoeven spreken, zoals geformuleerd in het Jaarplan 2018, wordt in de begroting van 2019 niet gerealiseerd. De belangrijkste reden hiervoor is niet de toename van de uitgaven maar de verlaging van de inkomsten uit contributies. De dalende lijn in het ledenaantal zal de komende jaren doorzetten. Een succesvolle opbouw van een netwerkstructuur compenseert de te verwachten terugval in het ledental in deze meerjarenbeleidsperiode niet.

Er wordt actief ingezet op alternatieve bronnen van inkomsten en vooral ook het inzetten van een duurzame oplossing voor het structurele begrotingstekort. De slinkende (bestemmings)reserve maakt de urgentie hoog en het vinden van een structurele oplossing noodzakelijk.

5.5 Automatisering/administratie

Er wordt ingezet op het verkrijgen van meer informatie via het centrale ledenadministratiesysteem (interesses etc.).

Medio 2019 wordt overgegaan op een nieuw ledenadministratiesysteem (CRM en portal). In 2016 is CRM-leverancier Cherry-T overgenomen door Ifunds. Na overname bleek dat het product van Cherry-T voor elke klant een technisch maatwerkproduct is geworden, gebaseerd op Microsoft Dynamics. In 2019 zou daarvoor een grote upgrade nodig zijn. Aangezien Ifunds geen maatwerkpakket aanbiedt, moeten we investeren in een nieuw ledenadministratiesysteem. Aangezien de samenwerking met de huidige leverancier zeer matig verloopt, is gekozen voor een nieuwe aanbieder. Deze biedt een modulair "in the cloud"-systeem waarvan de basis een ledenadministratiesysteem is met een online portalomgeving voor (provinciale) afdelingen. Met een nieuw systeem verwachten we tegemoet te kunnen komen aan wensen van afdelingen als het gaat om een nog grotere mate van gebruikersvriendelijkheid en (technische) betrouwbaarheid.

De kosten voor de aanschaf en implementatie van het nieuwe ledenadministratiesysteem worden over de vier jaren van deze Meerjarenbeleidsperiode afgeschreven.

De centrale contributie inning wordt gefaseerd ingevoerd. Aan het eind van deze beleidsperiode zijn naar verwachting alle provincies ingevoerd in dit systeem.

5.6 Huisvesting

Het kantoor van het landelijk bureau, gehuisvest aan de Jan van Nassastraat 63 in Den Haag, is eigendom van de vereniging. Kosten van de huisvesting betreffen het onderhoud van dit pand.

In de vorige beleidsperiode zijn groot (extern) onderhoud en onderhoud van het interieur (meubilering en vloerbedekking) uitgevoerd.

In deze periode staan de ramen aan de voorkant van het pand en onderhoud aan de muren op de benedenverdieping op de planning.

6. Meerjarenbegroting

Er is voor gekozen om in de huidige ontwikkelingsfase van Vrouwen van Nu in het Meerjarenbeleidsplan alleen een begroting voor het jaar 2019 op te nemen. De begroting van 2020 bestaat uit een voorlopige inschatting van de kosten en baten van meerdere scenario's betreffende een duurzame aanpak van het structurele begrotingstekort en de slinkende bestemmingsreserve. Nadat medio 2019 door de ledenraad definitief gekozen is voor één van de scenario's, zullen de begroting voor de jaren 2021 en 2022 worden opgesteld.