

# Jaarplan 2020

## In verbinding



September 2019

## Inhoud

|   |    |
|---|----|
| 1. Inleiding .....  | 1  |
| 2. Beleidskader en speerpunten.....   | 3  |
| 3. Doelgroepen en achterban.....  | 7  |
| 4. Thema's .....  | 9  |
| 5. Activiteiten, evenementen en projecten.....                                    | 10 |
| 6. Partners (samenwerkingspartners, vertegenwoordigers en overige partners) ..... | 13 |
| 7. Landelijke commissies, netwerken & landelijke platforms .....                  | 16 |
| 8. Organisatie.....   | 18 |
| 9. Ondersteuning ledenorganisatie .....   | 21 |
| 10. Personeel .....   | 22 |
| 11. Marketingcommunicatie .....   | 23 |
| 12. Planning .....  | 31 |
| 13. Voortgang en verantwoording .....   | 33 |

Bijlage 1: Overzicht soorten lidmaatschappen vereniging, andere betrokkenen en netwerken met bijbehorend aanbod 2020

Bijlage 2: Marketingcommunicatieplan juni 2019 t/m december 2020

Bijlage 3: Begroting

# 1. Inleiding

In verbinding, al 90 jaar! Vrouwen van Nu viert in 2020 haar 90-jarig jubileum. Op deze respectabele leeftijd kijken we met trots terug op de vele successen, memorabele activiteiten en sterke vrouwen die de vereniging kleur hebben gegeven. Het jaarthema 'Vier je successen, het is een feest waard' geeft ons dit jaar alle ruimte om de historische bijdragen van onze vrouwenkracht aan een betere wereld voor het voetlicht te brengen.

Sinds haar oprichting in 1930 heeft Vrouwen van Nu haar eigen (beleids)ontwikkeling altijd weten in te passen in de wisselende maatschappelijke context. Dat hoort natuurlijk ook bij een vrouwenvereniging die midden in de samenleving wil staan.

In de beleidsperiode 2019-2022, waar dit jaarplan in valt, is de focus op hernieuwde inpassing in een veranderde omgeving groot. Dat de samenleving én nieuwe generaties vrouwen in de 21<sup>e</sup> eeuw vragen om andere speerpunten, werkwijzen en organisatievormen, daar zijn we ons terdege van bewust en daar zetten we onze activiteiten ook al enkele jaren op in. En dat is niet altijd makkelijk. Zoals John Maynard Keynes, een beroemde Britse econoom, zei: "Het grootste probleem is niet mensen nieuwe ideeën te laten accepteren maar ze hun oude te laten vergeten". Daar hebben we elkaar voor nodig. Daarom is het in verbinding blijven met elkaar als vrouwen van nu, zeker in deze tijd, belangrijk.

In het Meerjarenbeleidsplan 2019-2022 *Alles wat je aandacht geeft, groeit* worden vier kernfuncties van een vereniging beschreven. Naast de belangrijke kernfuncties 'ontmoeten' en 'voordeel bieden' richten we ons in deze beleidsperiode ook op de meer naar de achtergrond verdwenen functies 'belangen behartigen' en 'het collectieve versterken'.<sup>1</sup> In dit jaarplan krijgt dit vorm door een sterke focus op het functioneren van netwerken en platforms, een grotere rol voor marketingcommunicatie en het actief inzetten op een nieuw imago. Dat voor een bloeiende toekomst van Vrouwen van Nu als landelijke vereniging veranderingen moeten worden doorgevoerd, is inmiddels een gegeven. Dat wil niet zeggen dat het veranderingsproces altijd prettig is. Afscheid moeten nemen van zaken die decennia lang prima werkten en het omarmen van vernieuwingen waarvan geen garantie op succes kan worden gegeven, vraagt om vertrouwen en lef.

De betrokkenheid van leden bij Vrouwen van Nu is groot. Vanuit die betrokkenheid is het bewaken van een wij-gevoel en een open houding tegenover elkaar, belangrijk. Onze kernwaarden zijn daarvoor een mooie leidraad voor onze houding en ons gedrag, naar elkaar en naar de buitenwereld:

- 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.

---

<sup>1</sup> Zie voor een beschrijving van de vier kernfuncties ook het Meerjarenbeleidsplan 2019-2022 *Alles wat je aandacht geeft, groeit*.

Korte communicatielijnen helpen ook. Direct contact, informatie uit de eerste hand, daar worden in 2020 nieuwe mogelijkheden voor georganiseerd. Te beginnen met een nieuwjaarsbijeenkomst voor provinciale besturen en het landelijk bestuur, ledenraadsleden en externe samenwerkingspartners. Zo ook de inrichting van een digitaal ledenpanel dat regelmatig bevroegd zal worden op voor vrouwen belangrijke onderwerpen.

In verbinding zijn met nieuwe generaties vrouwen, met samenwerkingspartners, met elkaar en ook met wie we willen zijn (onze identiteit), dat is de rode draad van het Jaarplan 2020. We zetten in op een mooi jubileumjaar!

## 2. Beleidskader en speerpunten

### 2.1. Beleidskader

Het beleidskader van het Jaarplan 2020 wordt gevormd door het Meerjarenbeleidsplan 2019–2022 *Alles wat je aandacht geeft, groeit*.

In het Meerjarenbeleidsplan staan de missie, visie en kernwaarden voor deze periode geformuleerd, is een beschrijving van haar positionering in het landschap van verenigingen, stichtingen en andere relevante organisaties opgenomen en staan de doelstellingen en strategieën om deze te behalen verwoord. Als laatste is een overzicht geschetst van de noodzakelijke randvoorwaarden om de gestelde organisatiedoelen te bereiken in de meerjarenbeleidsperiode.

In dit jaarplan wordt voor de hierboven genoemde informatie verwezen naar het Meerjarenbeleidsplan 2019-2022. Daar waar nodig voor een goed begrip van het Jaarplan worden delen uit het Meerjarenbeleidsplan opgenomen in de tekst. De missie en de kernwaarden worden in alle jaarplannen opgenomen, omdat hierin met de kracht van de herhaling wordt geformuleerd waar Vrouwen van Nu voor staat en hoe onze organisatiecultuur eruitziet.

#### Missie

De missie van de vereniging is als volgt geformuleerd:

‘Vrouwenkracht voor een betere wereld; met de kracht van vrouwen de leefomgeving versterken’.

De missie geeft richting aan het beleid.

#### Kernwaarden

In de kernwaarden komt tot uitdrukking waar we in geloven en wat ons drijft. Ze zijn belangrijk voor de identiteit van Vrouwen van Nu en bepalen onze houding en ons gedrag. De kernwaarden van Vrouwen van Nu zijn als volgt geformuleerd:

- 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.

### 2.2. Speerpunten

De titel van het Jaarplan 2020 is *In verbinding*. Hier wordt op verschillende niveaus invulling aangegeven.

De speerpunten die daarin richtinggevend zijn, zijn:

- vergroten van de betrokkenheid van leden bij de landelijke vereniging;
- oprichten van nieuwe netwerken, waarin vrouwen (en mannen) met een gedeelde interesse bij elkaar worden gebracht;
- vergroten van de platformfunctie van Vrouwen van Nu, waardoor duurzame relaties met samenwerkingspartners worden gestimuleerd;

- zichtbaar zijn met een vernieuwd imago dat beter in verbinding staat met onze (vernieuwde) identiteit.

#### *Vergroten van de betrokkenheid van leden bij de landelijke organisatie*

Een krachtig kenmerk van Vrouwen van Nu is haar fijnmazige organisatiestructuur met de vele lokale afdelingen verspreid over het land. Daardoor voelt de vereniging voor veel leden als dichtbij, is het contact persoonlijk en zijn de activiteiten op maat van de lokale wensen. Een voor de hand liggend gevolg hiervan is dat veel leden hun eigen afdeling als de vereniging ervaren. De provinciale afdeling is verder weg en de landelijke vereniging, 'Den Haag', nog meer. De meerwaarde van onderdeel zijn van een landelijke vereniging wordt door een groeiend aantal afdelingen niet herkend. Voor de organisatie van hun activiteiten hebben zij het landelijk bureau niet nodig.

In de Inleiding van het Meerjarenbeleidsplan 2019–2022 *Alles wat je aandacht geeft, groeit* wordt de historische ontwikkeling van Vrouwen van Nu geschetst aan de hand van vier kernfuncties van een vereniging – belangen behartigen, het collectieve versterken, ontmoeten en individueel voordeel bieden – en geconstateerd dat in de huidige situatie de laatste twee kernfuncties dominant zijn. Concreet betekent dit, dat het functioneren van de landelijke vereniging voor een belangrijk deel wordt beoordeeld langs de meetlat van aantrekkelijke lokale bijeenkomsten (ontmoeten) en het individueel voordeel zoals toegang tot evenementen, kortingen en winacties.

Met de goedkeuring van het Meerjarenbeleidsplan door de ledenraad d.d. 20 november 2018 is een toekomstgericht beleid ingezet, dat gericht is op het (opnieuw) inpassen van de kernfuncties 'belangen behartigen' en 'het collectieve versterken' in de taakstelling van Vrouwen van Nu. De medewerkers op het landelijk bureau spelen in de uitvoering hiervan een grote rol.

Het voortbestaan van Vrouwen van Nu als landelijke vereniging met behoud van haar fijnmazige, op lokale afdelingen gebaseerde organisatiestructuur, is gebaat bij een positieve betrokkenheid van afdelingen, provincies en landelijk op elkaar en elkaars activiteiten. In 2020 staat een aantal acties op de agenda om de verbinding en open communicatie tussen de verschillende lagen in de vereniging te intensiveren.

Bestaande activiteiten die gericht zijn op het onderhouden van de contacten tussen het landelijk bestuur en de provinciale besturen blijven bestaan, zoals de bezoeken van leden van het landelijk bestuur aan de provinciale besturen en de PB/LB overleggen in het voor- en najaar. De invulling van de PB/LB overleggen verandert wel. Tot nu toe hadden deze overleggen vooral een functie in het vooraf informeren van provinciale besturen over onderwerpen die op de ledenraadsvergadering aan de orde kwamen. Er was weinig ruimte voor discussies, wegens tijdgebrek maar vooral ook omdat de meeste onderwerpen voor discussie en besluitvorming in de ledenraad thuishoorden. Mede op verzoek van provinciale besturen is besloten om de PB/LB overleggen niet meer in te richten als een afgeleide van de agenda van de aankomende ledenraad, maar te vullen met door de PB's aangedragen onderwerpen waar zij graag met elkaar van gedachten over willen wisselen. Dus meer inhoudelijke discussie over voor hen belangrijke zaken.

Naast bovenstaande activiteiten worden met ingang van januari 2020 de komende jaren nieuwjaarsbijeenkomsten georganiseerd voor het landelijk bestuur, provinciale besturen, afgevaardigden van de ledenraad en externe samenwerkingspartners. Op deze bijeenkomsten maken samenwerkingspartners van Vrouwen van Nu kennis met het landelijk bestuur en de provinciale besturen binnen de vereniging en krijgen de besturen informatie uit de eerste hand over naar buiten gerichte activiteiten van de vereniging.

Ook wordt een digitaal ledenpanel ingericht waarin verenigingsleden en deelnemers aan netwerken zitten, die via online enquêtes worden bevraagd op belangrijke thema's voor de vereniging in het algemeen en vrouwen in het bijzonder. Het ledenpanel functioneert als een direct informatiekanaal naar leden naast de formele kanalen van ledenraad en provinciale besturen.

En last but not least wordt voor de landelijke leden van de vereniging een aanbod op maat ontwikkeld. Focus van dit aanbod is driedelig: elkaar ontmoeten, nieuwe kennis opdoen en ledenwerving.

#### *Oprichten van nieuwe netwerken*

Sinds 2017 wordt actief ingezet op de ontwikkeling van netwerken bij Vrouwen van Nu. In 2018 is, na goedkeuring door de ledenraad in november 2017, een pilot gestart waarin de ontwikkeling van netwerken naast de verenigingsstructuur wordt gestimuleerd. De oprichting van een nieuw netwerk ligt nadrukkelijk bij diegenen die deelnemen aan het netwerk; het landelijk bureau biedt zich proactief aan voor (organisatorische en meedenk-) ondersteuning en mee-bewaken van de continuïteit. De resultaten worden in 2020 geëvalueerd aan de hand van nog op te stellen (succes-) indicatoren.

Vooralsnog zijn de inspanningen voor de ontwikkeling van netwerken onder de koepel van Vrouwen van Nu niet zo succesvol. De afgelopen jaren is gebleken dat netwerken die binnen de vereniging Vrouwen van Nu zijn geïnitieerd, onvoldoende los komen van de verenigingscultuur en haar werkwijze. En als dat wel gebeurt, dan lijkt de meerwaarde van functioneren onder de koepel van Vrouwen van Nu onvoldoende te worden ervaren. Het landelijk Kennisnetwerk Textiel is een voorbeeld van het eerste, het regio-netwerk Land van de Reest is een illustratie van het tweede. Daarnaast kan geconstateerd worden dat niet-leden die een netwerk/community willen starten, voor ondersteuning de weg naar het landelijk bureau van Vrouwen van Nu (nog) niet vinden. Meer zichtbaar zijn met een vernieuwd aantrekkelijk imago (speerpunt 3) is hierin belangrijk.

In de eerste helft van 2020 wordt extra focus en tijd gezet op het stimuleren van leden en niet-leden om een (regio- of thema-) netwerk op te zetten, ondersteund door het landelijk bureau. Na de succesvolle opstartbijeenkomst van het regionetwerk Utrecht in september 2019 wordt dit netwerk verder uitgebouwd.

Een belangrijk kenmerk van een netwerk is, dat een meerderheid van de deelnemers geen verenigingslid is. Dit onderscheidt een netwerk van een afdeling zonder bestuur.

#### *Vergroten van de platformfunctie van Vrouwen van Nu*

In het Meerjarenbeleidsplan *Alles wat je aandacht geeft, groeit* wordt de continuïteit van het merk Vrouwen van Nu gekoppeld aan zichtbaarheid, bekendheid en herkenbaar zijn bij een groeiende groep vrouwen én mannen. Alleen dan kan Vrouwen van Nu functioneren als het aangewezen platform voor de bundeling van een krachtig vrouwelijk stemgeluid in de samenleving.

Medio 2019 is het initiatief genomen voor de opstart van een landelijk agrarisch platform en een landelijk platform vrouwen & water. In maart 2020 vindt de opstartbijeenkomst van het Landelijk Voedsel Platform (voorheen Landelijk Agrarisch Platform) plaats en wordt het actieplan, dat in samenwerking met twee vertegenwoordigers van LTO Vrouw en Bedrijf is opgesteld, uitgerold. Het Landelijk Platform Vrouwen & Water start ook in 2020 met haar activiteiten. In dit jaar wordt hier een derde platform aan toegevoegd rondom het thema generatieleren.

Doel van de landelijke platforms is driedelig: (1) Vrouwen van Nu op de kaart zetten met actuele maatschappelijke thema's, (2) opbouwen van een duurzame relatie met samenwerkingspartners en (3) het vrouwelijk stemgeluid op deze thema's laten horen. Daarnaast onderzoekt het landelijk bureau actief de mogelijkheid van oprichting van nieuwe netwerken in het verlengde van de landelijke platforms. Zoals eerder vermeld zal het daadwerkelijke initiatief tot oprichting van een netwerk bij de deelnemers liggen.

#### *Zichtbaar zijn met een vernieuwd imago*

Sinds het voorjaar van 2019 is een professionele medewerker Marketing & Communicatie werkzaam op het landelijk bureau. Zij houdt zich actief bezig met het realiseren van meer zichtbaarheid, intern én extern, en met een frisse en maatschappelijk betrokken uitstraling.

In 2020 ligt de focus op externe communicatie om zodoende de kernfuncties van de vereniging gericht op 'belangen behartigen' en 'het collectieve versterken' (weer) invulling te geven. Deze kernfuncties zijn concreet ingevuld door de keuze voor inhoudelijke thema's waarmee Vrouwen van Nu in 2020 naar buiten treedt en een aantrekkelijke gesprekspartner voor de media is. Het betreft de thema's voedsel, water en generatieleren waar Vrouwen van Nu zich in samenwerking met andere maatschappelijke partners mee profileert, het jaarthema 'Vier je successen, het is een feest waard' en het Vrouwen van Nu project Vrouwelijke Statushouders waar Vluchtelingenwerk Nederland bij betrokken is.

Via polls die twee keer per jaar worden uitgezet via de Vrouwen van Nu website raadplegen we meningen van leden en niet-leden over actuele onderwerpen. Met de uitkomsten van de polls treden we naar buiten.

De inzet van het magazine als professioneel pr-middel wordt verder doorgevoerd. In navolging van 2019 zijn de vier uitgaven ook in 2020 gekoppeld aan de centrale inhoudelijke thema's van Vrouwen van Nu: talenten van vrouwen, stad & platteland, generatieleren en duurzaamheid & diversiteit.

De aanwezigheid van Vrouwen van Nu op social media wordt verder geïntensiveerd en het gebruik van de verschillende social media kanalen wordt beter afgestemd op de verschillende doelgroepen.

Voor partners en relaties wordt met ingang van 2020 twee keer per jaar een nieuwsbrief opgesteld om hen zodoende meer structureel te binden aan Vrouwen van Nu.

Het voor 2019-2020 opgestelde Marketingcommunicatieplan biedt duidelijke handvatten voor een gerichte inzet van communicatiekanalen en bijbehorende verhalen voor hierop afgestemde doelgroepen. Zie ook paragraaf 11. Marketingcommunicatie en Bijlage 2.



### **3. Doelgroepen en achterban**

Vrouwen van Nu richt zich op vrouwen die hun vrouwenkracht willen inzetten voor een betere wereld, die hun eigen vrouwenkracht willen versterken door persoonlijke ontwikkeling en het delen van kennis en ervaring, en die andere vrouwen willen ontmoeten om samen gezellige, leerrijke, sportieve en andere activiteiten te ondernemen.

We richten ons op twee doelgroepen: vrouwen die lid (willen) zijn van de vereniging en vrouwen die willen deelnemen aan een van de netwerken van Vrouwen van Nu. In de vereniging is de leeftijdsgroep van 67 jaar en ouder de grootste. Actieve werving van nieuwe leden is vooral gericht op vrouwen in de leeftijd van 45 – 67 jaar.

De achterban van Vrouwen van Nu bestaat uit verenigingsleden, deelnemers aan netwerken, donateurs en betrokkenen en telt ruim 45.000 mensen.

#### **3.1. Verenigingsleden**

De vereniging bestaat overwegend uit leden die via een afdeling staan ingeschreven. Succesvolle ledenwerving vindt dan ook vooral op lokaal niveau plaats. Daarnaast zijn er 101 landelijke leden. Het landelijk lidmaatschap sluit aan bij de wens van vrouwen die zich niet bij een afdeling willen of kunnen aansluiten, maar wel van het aanbod of de kracht van de vereniging gebruik willen maken. In 2020 wordt een groei van het aantal landelijke leden nagestreefd. Daartoe ontwikkelt het landelijk bureau onder meer een aanbod op maat voor landelijke leden.

Verenigingsleden zijn vrouwen; mannen kunnen geen lid worden van deze vrouwenvereniging.

#### **3.2. Netwerkteelnemers**

Daarnaast zijn er vrouwen die deelnemen aan een netwerk van Vrouwen van Nu. Dit kunnen verenigingsleden zijn die zich ook hebben aangemeld als deelnemers van een of meerdere netwerken. Het streven is dat het merendeel van de deelnemers aan een netwerk geen verenigingslid is. Mannen die de missie en visie van Vrouwen van Nu onderschrijven en een positieve bijdrage willen leveren aan een netwerk, kunnen deelnemen aan netwerken.

Eind 2019 kende Vrouwen van Nu de netwerken Land van de Reest en het landelijke Kennisnetwerk Textiel. Het netwerk Land van de Reest gaat met ingang van januari 2020 als zelfstandig netwerk verder. Het regionetwerk Utrecht is in de tweede helft van 2019 opgestart en zet in op doorontwikkeling in 2020.

De pilot van de opbouw van een Vrouwen van Nu netwerk naast de vereniging, die in 2018 van start is gegaan, richt zich vooral op de oprichting van nieuwe netwerken in 2020.

### **3.3. Donateurs**

Een andere vorm van betrokkenheid betreft een donateurschap voor sympathisanten van Vrouwen van Nu. Deze vorm is een vaste donatie. Hiermee drukt iemand sympathie uit voor de vereniging maar neemt er niet aan deel. Het levert de vereniging (vooral nog) financieel weinig op, maar is gericht op het vergroten van de achterban en daarmee de invloed van de vereniging als gesprekspartner en partij binnen de samenleving. Bovendien kunnen donateurs, als ze vrouw zijn, zich ontwikkelen tot leden van de vereniging en/of deelnemers aan een netwerk. Het aantal donateurs eind 2019 is 34.

### **3.4. Betrokkenen**

Tot onze achterban horen naast leden, deelnemers aan netwerken en donateurs duizenden betrokkenen bij onze vereniging. Zij volgen ons via de social media, zijn geabonneerd op onze nieuwsbrief en/of werken met ons samen.

Voor een overzicht van de soorten lidmaatschappen van de vereniging, andere betrokkenen en netwerken met bijbehorend aanbod met ingang van 1 januari 2020, zie bijlage 1.

## 4. Thema's

In het Meerjarenbeleidsplan 2019-2022 zijn centrale thema's vastgesteld waar Vrouwen van Nu zich in deze beleidsperiode mee positioneert. Deze thema's zijn:

- generatieleren (door-ontwikkelen vanaf de schouders van je ouders);
- platteland & stad;
- benutten van het talent van vrouwen (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. Jongere generaties kunnen hun vaardigheid in technische ontwikkelingen, hun energie en innovatief vermogen inbrengen. Uiteraard wordt uitgegaan van wederkerigheid tussen generaties.

De wortels van de vereniging liggen op het platteland. Daarop 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 het talent van vrouwen) 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.

Binnen deze centrale thema's wordt ieder jaar een ruim geformuleerd jaarthema vastgesteld. In 2020 is het jaarthema *Vier je successen, het is een feest waard*. Deze formulering verwijst enerzijds naar het 90-jarig jubileum van de vereniging en is een oproep om de vele successen van de vereniging in haar lange historie voor het voetlicht te brengen. Anderzijds is het thema een verwijzing naar individuele successen van vrouwen die vaak ten onrechte onderbelicht blijven en past daarmee in het centrale thema van benutten van het talent van vrouwen. Het jaarthema vormt traditiegetrouw de rode draad tijdens het Vrouwenweekevent en op de Vrouwen van Nu Dag (voorheen Vrouwen van Nu Beurs) van dit jaar.

Afdelings- en provinciale besturen worden uitgenodigd en gestimuleerd om activiteiten en evenementen in het kader van het jaarthema te organiseren.

De centrale thema's zijn ook richtinggevend voor de activiteiten, evenementen en projecten die in 2020 op de agenda staan (zie paragraaf 5 voor een overzicht). Door deze inhoudelijke focus treedt Vrouwen van Nu naar buiten met een herkenbaar profiel ('hier zijn we van').

Rondom actuele ontwikkelingen in de samenleving die relevant zijn voor vrouwen en/of vrouwen direct raken, treedt Vrouwen van Nu als gesprekspartner naar buiten ook als de thematiek niet direct aansluit bij de vijf centrale thema's. Het al eerder genoemde digitale ledenpanel van Vrouwen van Nu kan dan worden ingezet om het draagvlak voor meningen en opvattingen snel te peilen.

## 5. Activiteiten, evenementen en projecten

### 5.1. Activiteiten

In 2020 wordt een aantal *activiteiten* uitgevoerd, die ondersteunend zijn aan de geformuleerde speerpunten voor 2020. Het betreft de volgende activiteiten, zoals beschreven in de paragrafen 2, 3 en 4:

- extra focus op het stimuleren van leden en niet-leden om een netwerk op te zetten, ondersteund door het landelijk bureau;
- doorontwikkelen van een regionetwerk Utrecht;
- initiëren van een derde landelijk platform rondom het thema generatieleren;
- invulling geven aan het jaarthema 'Vier je successen, het is een feest waard';
- twee polls uitzetten en verwerken;
- verdere professionalisering van het magazine;
- intensivering van het social media gebruik en professionaliseren van de afstemming op de verschillende doelgroepen;
- nieuwjaarsbijeenkomst organiseren voor het landelijk bestuur, provinciale besturen, afgevaardigden van de ledenraad en externe samenwerkingspartners;
- oprichten van een digitaal ledenpanel;
- nieuwsbrief twee keer per jaar versturen voor partners en relaties;
- ontwikkelen van een aanbod op maat voor landelijke leden.

### 5.2. Evenementen

Daarnaast worden *evenementen* georganiseerd die passen in het beleidskader van het Meerjarenbeleidsplan 2019-2022. Hieronder volgt een chronologisch overzicht van deze evenementen:

#### - *Vrouwenweekevent*

Voor het zesde jaar wordt in de week van 8 maart, Internationale Vrouwendag, een evenement georganiseerd als kick off voor evenementen en activiteiten in de provincies. Dit jaar vindt het Vrouwenweekevent plaats op vrijdag 6 maart.

Vrouwen van Nu profileert zich met dit evenement als vrouwenvereniging met een eigen stemgeluid, dit jaar ingekleurd door het thema 'Vier je successen, het is een feest waard'. Het format van het Vrouwenweekevent in maart, waar de Verschilmakersaward wordt uitgereikt, wordt veranderd en meer in lijn gebracht met aantrekkelijkheid voor de doelgroep, potentieel geïnteresseerde vrouwen tussen de 45 – 67 jaar. (past in het centrale thema: Benutten van het talent van vrouwen)

#### - *Verkiezing Vrouwen van Nu Verschilmaker 2020*

Tijdens het Vrouwenweekevent wordt de Vrouwen van Nu Verschilmaker 2020 gekozen. Dit jaar wordt gekozen uit een shortlist van drie tot vijf vrouwen die het podium verdienen voor hun activiteiten die passen binnen het jaarthema 'Vier je successen, het is een feest waard'. (past in het centrale thema: Benutten van het talent van vrouwen)

#### - *Vrouwen van Nu Dag (voorheen Vrouwen van Nu Beurs)*

Omdat het woord 'Beurs' bij veel vrouwen een ander beeld oproept dan dat wat er op deze dag plaatsvindt, is gekozen voor een andere naam. Aansluitend bij het concept van deze

dag, vrouwen van nu ontmoeten elkaar in een ongedwongen én leerrijke omgeving, is gekozen voor de naam 'Vrouwen van Nu Dag'. Deze dag vindt dit jaar voor de zevende keer plaats op de donderdag voorafgaand aan de (eerste week van de) herfstvakantie. In 2020 is dat donderdag 8 oktober. Dit jaar is de Vrouwen van Nu Dag tevens het jubileumfeest ter ere van het 90-jarig bestaan van de vereniging.

Voor het aantal deelnemers wordt dit jaar uitgegaan van 1100 vrouwen. Als speciale genodigde is de beschermvrouw van Vrouwen van Nu uitgenodigd, Hare Koninklijke Hoogheid Prinses Beatrix.

### **5.3. Projecten**

Met externe samenwerkingspartners loopt een vijftal *projecten*, zijnde:

- *Vrouwelijke statushouders in Nederland*

Als opvolger van het Peru Project, dat in samenwerking met de Rabobank en MIDE van 2013 tot in 2018 liep, heeft de ledenraad in de vergadering van 13 juni 2019 de start van een nieuw project met vrouwelijke statushouders goedgekeurd. In dit project wordt samengewerkt met Vluchtelingenwerk Nederland en met name diens lokale afdelingen. Wanneer geen lokale afdeling van Vluchtelingenwerk aanwezig is in de gemeente van een lokale Vrouwen van Nu afdeling die mee wil doen met het project, kan samenwerking met andere lokale vluchtelingen-, culturele of welzijnsorganisaties worden gezocht. Voor afdelingen die met het project aan de slag willen, is op het landelijk bureau een routeplanner beschikbaar. (past in de centrale thema's Benutten van het talent van vrouwen en Diversiteit & Inclusie)

- *Landelijk Voedsel Platform (voorheen Landelijk Agrarisch Platform)*

In maart 2020 vindt de opstartbijeenkomst van het Landelijk Voedsel Platform plaats en vervolgens gaat het project van start volgens het projectactieplan, dat in samenwerking met twee vertegenwoordigers van LTO Vrouw en Bedrijf is opgesteld. In het platform werken meerdere externe partners op het terrein van voedsel samen. (past in de centrale thema's Platteland & Stad en Duurzaamheid)

- *Landelijk Platform Vrouwen & Water*

In mei 2020 vindt de opstartbijeenkomst van het Landelijk Platform Vrouwen & Water plaats in samenwerking met vertegenwoordigers van Women for Water Partnership. In het platform werken meerdere externe partners op het terrein van water samen. (past in de centrale thema's Platteland & Stad en Duurzaamheid)

- *Sterke Verhalen van Sterke Vrouwen wereldwijd*

In dit samenwerkingsproject van Stichting Melania en Vrouwen van Nu, dat wordt gefinancierd met Europese subsidie (Frame Voice Report), staan 50+ vrouwen in Kenia en in Nederland centraal.

Looptijd van april 2019 – mei 2020 (past in het centrale thema Diversiteit & Inclusie)

- *Vrouwenpodium*

Vrouwenpodium is een samenwerkingsverband van NVR, FNV, Melania, Koninklijke NVVH-Vrouwennetwerk, Molukse Vrouwen Raad en Vrouwen van Nu. In 2020 organiseert het Vrouwenpodium voor de elfde keer Prinsessendag op de tweede maandag van september, voorafgaand aan Prinsjesdag. Vrouwen van Nu zit voor het derde jaar in de

organisatie van dit evenement. Insteek van Vrouwenpodium is agendering van de positie van vrouwen op de arbeidsmarkt van de toekomst en de formulering van concrete aanbevelingen voor beleidmakers. Het thema in 2020 wordt aan het begin van dit jaar vastgesteld. (past in de centrale thema's Benutten van talent van vrouwen en Diversiteit & Inclusie)

## **6. Partners (samenwerkingspartners, vertegenwoordigers en overige partners)**

### **6.1. Actieve samenwerking in 2020**

Vrouwen van Nu zet zich actief in voor belangenbehartiging van haar achterban en voor versterking van hun vrouwenkracht. Dat doen we op verschillende manieren. Binnen Vrouwen van Nu brengen we vrouwen bij elkaar om kennis en ervaring te delen en om activiteiten te ontplooien. Daarnaast laten we buiten de organisatie van ons horen. En als we het stemgeluid van vrouwen krachtiger kunnen laten horen door samenwerking met andere organisaties, dan gaan we samenwerkingsverbanden aan.

Duurzame samenwerking gaan we, met de inwerkingtreding van het huidige Meerjarenbeleidsplan, aan voor projecten en evenementen die invulling geven aan een of meerdere van de centrale thema's van Vrouwen van Nu.

Omdat het belang van een goed partner- en relatienetwerk in de huidige samenleving groot is, is het initiatief genomen om met ingang van 2020 twee keer per jaar een partner- en relatienieuwsbrief uit te sturen naar alle partners waar we in het verleden mee hebben samengewerkt, waar we nu mee samenwerken en waar we wellicht in de toekomst nieuwe initiatieven mee willen ontplooien.

In 2020 werkt Vrouwen van Nu actief samen met de volgende organisaties:

*Nederlandse Vrouwen Raad*, een koepel van meer dan 50 vrouwenorganisaties die streeft naar gelijke rechten en volwaardige participatie van vrouwen op alle terreinen van de samenleving. Inzet is de versterking van de onderlinge samenwerking tussen de aangesloten lidorganisaties en het effectief omzetten van de stem van vrouwen in een politiek geluid. Vrouwen van Nu is de grootste lidorganisatie.

*NVVH-Vrouwennetwerk*, een landelijke vrouwenvereniging die opkomt voor de belangen van vrouwen en hun ontwikkeling.

*Passage christelijk-maatschappelijke vrouwenbeweging*, gericht op de positie en participatie van vrouwen in de samenleving.

*Zonta Nederland*, een serviceorganisatie van vrouwen met een zelfstandig beroep of een leidinggevende positie in een bedrijf of organisatie. Zonta werkt aan de verbetering van de juridische, professionele, politieke en economische status van vrouwen over de hele wereld.

*Vader zoekt Verlof*, een platform dat pleit voor een vaderschapsverlof dat betaald wordt en gelijk is aan de verlofperiode voor vrouwen na de bevalling.

*Stichting Melania Ontwikkelingssamenwerking*, streeft naar een beter bestaan voor vrouwen in ontwikkelingslanden en de gemeenschap waarin ze wonen en financiert daarom kleinschalige projecten van vrouwengroepen in Afrika, Azië en Latijns Amerika met steun van een community van vrouwen in Nederland.

*LTO Vrouw & Bedrijf*, belangenbehartiger van vrouwen die werkzaam zijn in de agrarische sector.

*Women for Water Partnership*, een mondiaal netwerk dat zich richt op het belang van schoon water en de relatie tussen vrouwen en water.

*Vluchtelingenwerk Nederland*, behartigt de belangen van vluchtelingen en asielzoekers in Nederland van binnenkomst tot en met de integratie in de samenleving.

*Molukse Vrouwen Raad*, zet zich in voor de belangen van alle Molukse vrouwen in de samenleving.

*FNV Vrouw*, zet zich in voor gelijke rechten en kansen voor vrouwen zodat zij economisch zelfstandig kunnen zijn.

## **6.2. Partners met een vertegenwoordiging uit Vrouwen van Nu**

Vrouwen van Nu is vertegenwoordigd in verschillende nationale en mondiale organisaties. Met de vertegenwoordigers, die Vrouwen van Nu leden zijn, wordt regelmatig gesproken, onder meer om de afstemming met het beleid van de vereniging scherp te houden. Met deze partners kunnen ad hoc initiatieven tot actieve samenwerking worden genomen. Landelijke bestuursleden hebben onderstaande partners in hun portefeuille.

In 2020 is Vrouwen van Nu vertegenwoordigd in:

*Associated Country Women of the World (ACWW)*, een wereldwijde vereniging voor vrouwen in rurale gebieden. Jeanne van Poppel is vanuit Vrouwen van Nu de vertegenwoordiger bij de ACWW.

*Nederlandse Vrouwen Raad (NVR)*

Vrouwen van Nu is de grootste lidorganisatie van de NVR. De voorzitter van het landelijk bestuur woont de algemene ledenvergadering en het voorzittersoverleg bij.

*Stichting Agriterra*, adviesorganisatie voor agrarische coöperaties in ontwikkelingslanden. Sinds voorjaar 2016 hebben Gladys Koenders (oud-landelijk bestuurslid) en Carla Wijers (directeur) vanuit Vrouwen van Nu zitting in het bestuur van Agriterra.

Leden van Vrouwen van Nu kunnen zich aanmelden om vanuit de Agripool te worden uitgezonden naar coöperaties in ontwikkelingslanden om hun kennis en ervaring in de agrarische sector te delen. Vrouwen van Nu en Agriterra/Agripool willen gezamenlijk inzetten op meer aandacht voor vrouwelijk leiderschap voor vrouwen én mannen in de coöperaties. Hiermee geeft Vrouwen van Nu invulling aan haar streven naar solidariteit met vrouwen in andere delen van de wereld door een bijdrage te leveren aan het versterken van hun leefomgeving. In 2019 zaten vier vrouwen van nu in de Agripool. Het streven is om dit aantal te vergroten in 2020 door voorlichting en actieve werving.

*Women for Water Partnership (WfWP)*, een mondiaal netwerk dat zich richt op het belang van schoon water en de relatie tussen vrouwen en water. Vrouwen van Nu heeft een 'in kind' lidmaatschap, dat ieder jaar met concrete activiteiten ten behoeve van vrouwen en water wordt ingevuld. Dianne Schellekens is vanuit Vrouwen van Nu de vertegenwoordiger bij WfWP.



*Regulier Overleg Warenwet (ROW)*, een overleg van het Ministerie van VWS waar vanuit Vrouwen van Nu een vertegenwoordiger aanwezig is. Magriet Achterhof is vanuit Vrouwen van Nu de vertegenwoordiger bij het ROW.

*Stichting Textiel Informatie en Documentatie (Stidoc)*, bundelt kennis over textiel en textielkunst. Leny Moerbeek, penningmeester in het landelijk bestuur van Vrouwen van Nu, is vanuit Vrouwen van Nu de vertegenwoordiger bij Stidoc.

### **6.3. Overige partners**

*Skills Town*, een online opleider. In samenwerking met deze online opleider is een aanbod van twee e-learning cursuspakketten samengesteld die voor een aantrekkelijke prijs worden aangeboden aan Vrouwen van Nu leden. Voor niet-leden geldt een ander tarief.

*Atria*, het kennisinstituut voor emancipatiezaken. Het archief van Vrouwen van Nu is hier opgeslagen.

*LKCA*, het landelijk kennisplatform voor professionals, bestuurders en beleidsmakers in cultuureducatie, amateurkunst en cultuurparticipatie.

*ProDemos*, partner op het gebied van democratie en rechtstaat. Veelal in de vorm van excursies, trainingen of lezingen.

*How to spend it*, een digitaal platform gericht op vrouwen en financiën.

## **7. Landelijke commissies, netwerken & landelijke platforms**

### **7.1. Landelijke commissie**

In opdracht van het landelijk bestuur is één landelijke commissie actief: de landelijke redactiecommissie Vrouwen van Nu. Deze commissie is verantwoordelijk voor de inhoud van het landelijke deel van het magazine. De laatste drie jaar bestaat deze commissie uit twee leden. Het vinden van nieuwe leden voor de landelijke redactiecommissie is moeilijk gebleken. In overleg met de landelijke redactiecommissie is besloten om in 2020 te starten met een rouleersysteem waarbij de landelijke commissie voor ieder van de vier jaaruitgaven twee of drie redactieleden van provinciale redacties uitnodigt om de landelijke redactiecommissie aan te vullen.

### **7.2. Landelijk netwerk**

In het voorjaar van 2017 is het landelijk Kennisnetwerk Textiel opgericht. Een coördinatieteam van vier leden stuurt het netwerk aan en stimuleert nieuwe initiatieven. Tot nu toe is het aantal nieuwe initiatieven gering. De digitale community groeit wel. Een openbare Facebook pagina is voor alle geïnteresseerden toegankelijk; netwerkdeelnemers hebben met een eigen inlogcode toegang tot een besloten Facebook pagina. In 2020 wordt vooral geïnvesteerd in groei van de Facebook groep onder meer door verdere uitbouw van het aanbod op de besloten Facebook pagina. Het Kennisnetwerk Textiel schrijft, net als in 2018 en 2019, in 2020 weer een textielwedstrijd uit die zal zijn toegespitst op het 90-jarig jubileum van de vereniging. Op de Vrouwen van Nu Dag in oktober 2020 zijn de inzendingen van de textielwedstrijd (weer) in een tentoonstelling te bezichtigen.

In het Jaarplan 2019 is melding gemaakt van oprichtingsbijeenkomsten voor een drietal nieuwe landelijke netwerken, geïnitieerd door het landelijk bureau. Voortschrijdend inzicht heeft geleid tot het besluit om deze landelijke netwerken de naam landelijk platform te geven. De belangrijkste reden is het creëren van duidelijkheid over de verschillende opzet van deze landelijke netwerken/platforms en andere netwerken. (zie **7.4.**)

### **7.3. Overige netwerken**

Eind 2019 functioneerde één netwerk onder het merk Vrouwen van Nu: het *regionetwerk Land van de Reest*. Aan de oprichting van een nieuw regionetwerk in de provincie Utrecht wordt gewerkt in samenwerking met twee vrouwen van nu uit deze provincie. Nadrukkelijk doel is om landelijke leden uit deze provincie én geïnteresseerde niet-leden bij elkaar te brengen.

Het *regionetwerk Land van de Reest* heeft besloten om met ingang van januari 2020 als zelfstandige vereniging verder te gaan.

De projectleider van het landelijk bureau heeft als belangrijke prioriteit in haar werkzaamheden het stimuleren van leden en vooral ook niet-leden om een netwerk

onder het merk Vrouwen van Nu op te zetten en zo de uitbreiding van het aantal netwerken waarin nieuwe groepen vrouwen actief zijn, te bevorderen. De evaluatie van de pilot vindt in 2020 plaats.

#### **7.4. Landelijke platforms**

De landelijke platforms worden geïnitieerd door het landelijk bureau en zijn qua thematiek een invulling van een centraal thema uit het Meerjarenbeleidsplan. De deelnemers aan het platform zijn samenwerkingspartners en individuen die hun kennis en tijd gratis inzetten. Zij betalen dan ook geen deelnemersbijdrage in geld. De landelijke platforms hebben een projectmatige opzet en zijn beschreven onder paragraaf 5. Activiteiten, evenementen en projecten. Bij de landelijke platforms wordt ingezet op gedeeltelijke financiering uit subsidies. In 2020 gaan twee landelijke platforms van start, het Landelijk Voedsel Platform en het Landelijk Platform Vrouwen & Water. Aan de oprichting van een derde landelijk platform over het centrale thema generatieleren wordt gewerkt.

## 8. Organisatie

Vrouwen van Nu is sinds haar oprichting in 1930 een vereniging en heeft dus een verenigingsstructuur met leden, besturen en commissies. Net als voor veel andere (vrouwen)verenigingen is de laatste jaren de vraag actueel of deze structuur passend is voor een toekomstbestendige organisatie. Waar wil de vereniging naar toe en past deze organisatievorm daar het beste bij?

In het Meerjarenbeleidsplan 2019-2022 is de richting die Vrouwen van Nu in deze beleidsperiode uit wil, geformuleerd in een aantal algemene doelstellingen, zijnde:

- (1) Vrouwen van Nu is aantrekkelijk voor verschillende generaties en verbindt verschillende generaties vrouwen
- (2) Imago is vernieuwd in overeenstemming met de missie
- (3) Nieuwe organisatievorm voor jongere doelgroepen is ontwikkeld
- (4) Interne communicatielijnen zijn kort en helder
- (5) Effectieve externe communicatie is gericht op zichtbaarheid op de centrale thema's en samenwerking met andere organisaties op die onderwerpen.

Aansluitend bij bovenstaande doelstellingen functioneert een drietal organisatievormen onder de naam Vrouwen van Nu: de vereniging met haar leden, netwerken met hun deelnemers en landelijke platforms waar naast Vrouwen van Nu externe individuen en organisaties actief in zijn.

### 8.1. De vereniging

De vereniging is vanouds getrapd georganiseerd op drie niveaus: landelijk, provinciaal en lokaal. Het landelijk bestuur bestuurt de landelijke vereniging en vertegenwoordigt deze naar buiten toe. Voor de uitvoering van haar bestuurlijke- en beleidstaken wordt ze ondersteund en geadviseerd door het landelijk bureau onder leiding van een directeur. De werkzaamheden die het landelijk bestuur heeft overgedragen aan de directeur en die zijn vastgelegd in een directiestatuut, worden door de directeur uitgevoerd onder de verantwoordelijkheid van het landelijk bestuur.

Naast een landelijk bestuur functioneren provinciale besturen in de provincies en afdelingsbesturen in de lokale omgevingen. Zij zijn verantwoordelijk voor het besturen van de provinciale c.q. lokale afdeling. Daarnaast zijn zij de verbindende schakel tussen het landelijk bestuur en de leden.

Vrouwen van Nu heeft in 2020 tien provinciale afdelingen. Van oudsher is Limburg geen provinciale afdeling en de provinciale afdeling Utrecht heeft tijdens haar laatste jaarvergadering in 2018 besloten zich op te heffen. De negen lokale afdelingen in de provincie Utrecht hebben zich in overleg aangesloten bij aangrenzende provincies.

De ledenraad is het hoogste orgaan in de vereniging en vertegenwoordigt de leden. In de ledenraad zitten afgevaardigden van elke provinciale afdeling. Op basis van de verenigingsdemocratie besluiten zij met meerderheid van stemmen over beleid, jaarrekening en begroting en geven zij hun goedkeuring aan het jaarlijkse bestuursverslag. Ook staat ieder jaar de bepaling van de hoogte van de contributie en de verdeling van de afdrachtsgelden op de agenda.

## **8.2. Netwerken**

Begin 2018 is een driejarig pilot netwerken gestart. De Vrouwen van Nu netwerken functioneren naast de vereniging Vrouwen van Nu. In de pilotfase vallen de vereniging en de netwerken onder hetzelfde landelijk bestuur. De projectleider van het landelijk bureau van de vereniging is contactpersoon voor de netwerken.

Alle Vrouwen van Nu netwerken onderschrijven de missie en de kernwaarden van Vrouwen van Nu. Deze vormen dan ook de verbinding tussen de netwerken en de vereniging Vrouwen van Nu.

De Vrouwen van Nu netwerken functioneren onder eigen regie, werken kostendekkend en worden ondersteund door het landelijk bureau als daar vraag naar is. Deelnemers aan een netwerk betalen een deelnemersbijdrage. Hoe meer deelnemers in een netwerk hoe groter de ondersteuning van het landelijk bureau kan zijn.

Een Vrouwen van Nu netwerk bestaat uit een groep vrouwen die regelmatig bij elkaar komt en gezamenlijk activiteiten onderneemt. Zij hebben 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. Aanspreekpunt voor het landelijk bureau is een coördinator of coördinatieteam. Een netwerk onderhoudt direct contact met het landelijk bureau.

Netwerkdeelnemers hebben geen stemrecht in de ledenraad, omdat zij geen lid van de vereniging zijn.

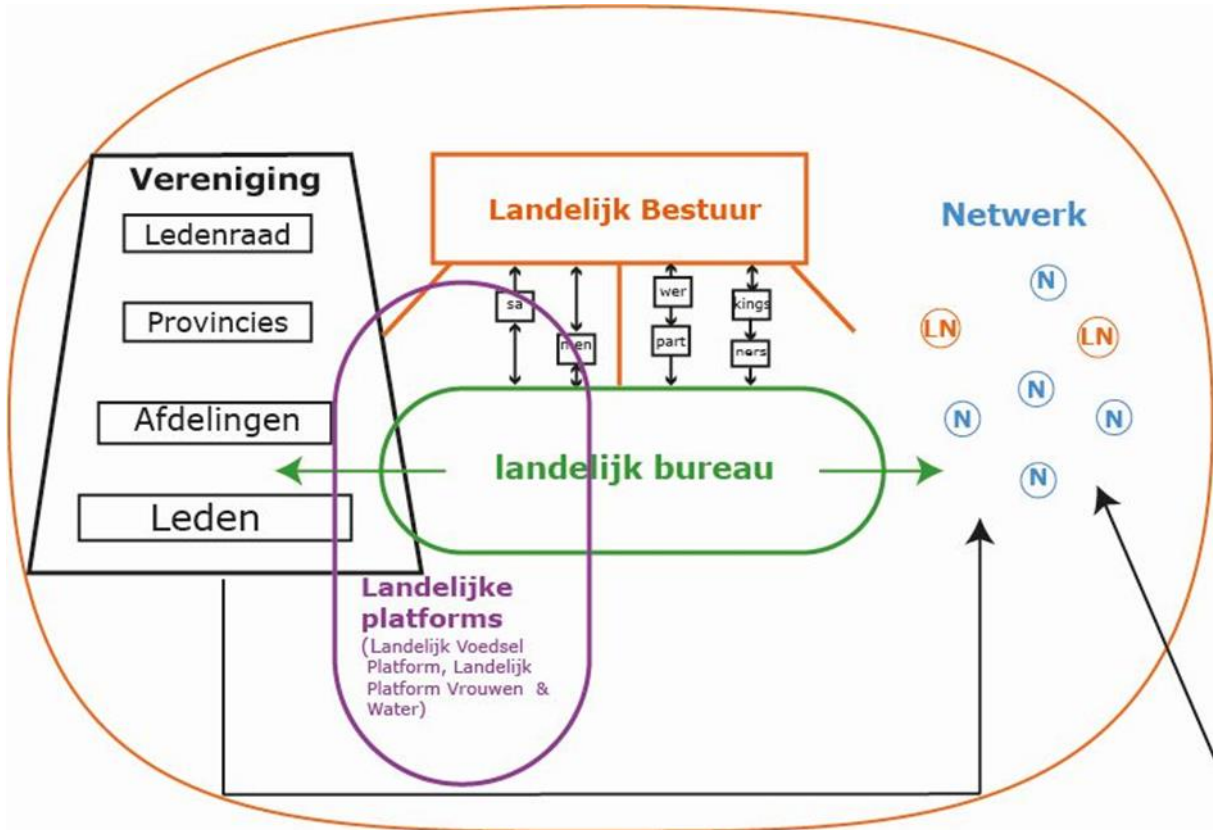
Een belangrijke randvoorwaarde voor het slagen van netwerken is, dat de deelnemers voor het merendeel uit niet-leden bestaan. Dit heeft een functie in het aantrekken en binden van geïnteresseerden die geen lid van de vereniging willen zijn. Vaak is een vereniging voor deze groep niet aantrekkelijk vanwege het hardnekkig voortlevende 'stoffige imago' of omdat de regels en procedures van een verenigingsstructuur met haar statuten hen afschrikt of omdat men zich voor één thema wil inzetten.

Een netwerk heeft een lossere werkwijze dan een afdeling en functioneert relatief autonoom. Het basisconcept vraagt om een andere houding en gedrag dan die van afdelingsleden. Een afdeling zonder bestuur is dan ook geen netwerk. Als het merendeel van een nieuw netwerk uit Vrouwen van Nu leden bestaat, dan is het werken vanuit het netwerkconcept moeilijk.

## **8.3. Landelijke platforms**

Een van de vormen waarmee invulling wordt gegeven aan de centrale thema's die voor de beleidsperiode 2019 – 2022 zijn vastgesteld, is die van een landelijk platform. Op initiatief van de landelijke vereniging, in de praktijk het landelijk bureau, worden potentiële samenwerkingspartners gezocht waarmee een projectplan wordt opgesteld en eventueel subsidie aangevraagd om activiteiten te ontplooiën die een maatschappelijke bijdrage leveren aan het thema. In 2020 vinden de opstartbijeenkomsten en verdere uitrol van activiteiten van het Landelijk Voedsel Platform en het Landelijk Platform Vrouwen & Water plaats. Ook wordt het initiatief voor een landelijk platform met betrekking tot generatieleren uitgewerkt.

## 8.4. Organigram



## 9. Ondersteuning ledenorganisatie

Vrouwen van Nu is een vereniging waar op alle niveaus (lokaal, provinciaal en landelijk) vrijwilligers actief zijn. Zij zijn van onschatbare waarde voor het goed functioneren van de organisatie. Op lokaal en provinciaal niveau spelen zij een belangrijke rol in de organisatie van het aanbod van activiteiten. Minstens zo belangrijk is hun rol als intermediair tussen de landelijke vereniging en de lokale afdelingen; zij geven mee invulling aan een heldere en open communicatie over onderwerpen die in de ledenraad en in het landelijk ofwel provinciaal bestuur aan de orde zijn. Daarnaast zijn zij veelal het gezicht van Vrouwen van Nu in de lokale en provinciale leefomgeving en zodoende geven zij kleur aan het imago van Vrouwen van Nu zowel intern als naar buiten.

Om deze actieve vrijwilligers zo goed mogelijk te ondersteunen in hun werkzaamheden en hun vaardigheden en talenten hierin verder te ontwikkelen, worden vanuit het landelijk bureau tal van ondersteunende activiteiten aangeboden. Dit aanbod aan actieve leden versterkt ook hun individuele vrouwkracht.

Het aanbod voor de actieve vrijwilligers in 2020 bestaat uit:

- training voor de provinciale serviceteams;
- bijeenkomst van het landelijk bestuur met de landelijke commissies en netwerken en de Vrouwen van Nu vertegenwoordigers;
- kennismakings- en oriëntatiedag voor nieuwe PB-leden en provinciale commissie-leden;
- training voor nieuwe bestuursleden;
- training voor ledenraadsafgevaardigden;
- bijeenkomst voor de provinciale penningmeesters waarin ook de concept jaarrekening wordt besproken;
- Eigen Huis bezoeken (op verzoek) door afdelingen en andere groepen vrouwen;
- kaderdagen voor de provinciale reiscommissies, de culturele commissies, de provinciale handwerkcommissies en de redactiecommissies;

Op verzoek wordt ondersteuning op maat aangeboden aan provinciale serviceteams, PR-netwerken en webmasters, commissies en afdelings- en provinciale besturen.

Op het 'voor leden-deel' van de Vrouwen van Nu website kunnen leden antwoorden op tal van veel gestelde vragen vinden. Dit document 'veel gestelde vragen voor leden' wordt regelmatig geactualiseerd. Uiteraard kunnen leden ook bellen met medewerkers van het landelijk bureau en/of een mailbericht sturen.

Ook kunnen leden gebruik maken van de Vrouwen van Nu Gids. Deze gids is geschreven voor iedereen die zich actief wil inzetten voor de vereniging of zich verder wil verdiepen in de manier waarop Vrouwen van Nu georganiseerd is en werkt. (Nieuwe) leden, commissies, werkgroepen en bestuursleden, iedereen kan haar voordeel doen met deze gids, waarvan de inhoud op thema is geordend in zogenoemde Wegwijzers. Wanneer daar aanleiding toe is, worden nieuwe 'Wegwijzers' toegevoegd of nieuwe versies van bestaande Wegwijzers gepubliceerd.

## 10. Personeel

Op het landelijk bureau van Vrouwen van Nu werkt een team van betaalde professionals dat enerzijds de ledenorganisatie ondersteunt en anderzijds onder leiding van een directeur door het landelijk bestuur gedelegeerde werkzaamheden verricht ten aanzien van beleidsontwikkeling, opstellen van notities en verslagen, uitvoering van door het landelijk bestuur en de ledenraad genomen besluiten, organiseren van landelijke evenementen en marketingcommunicatie. Het landelijk bureau van Vrouwen van Nu heeft in het werkveld van vrouwenverenigingen in Nederland inmiddels een unieke positie. De afwezigheid van zo'n bureauteam bij andere verenigingen vereist extra investeringen van het landelijk bestuur dat uit vrijwilligers bestaat en drukt een zwaarder stempel op het borgen van de continuïteit.

In 2020 bestaat het vaste team van Vrouwen van Nu uit 7 beroepskrachten (5,4 fte). Hun functies zijn:

- directeur
- managementassistent
- projectleider (Projecten, Afdelingen & Netwerken)
- medewerker Financiële ondersteuning & Secretariaat
- medewerker Service & Informatie
- senior administrateur (Financiën & PZ)
- medewerker Marketing & Communicatie

Daarnaast maakt de landelijke vereniging gebruik van twee freelance krachten voor het Vrouwen van Nu magazine: een bladcoördinator en een eindredacteur. De bladcoördinator is, in nauw overleg met de landelijke redactiecommissie en de directeur van het landelijk bureau, belast met de samenstelling van het magazine en de coördinatie van de werkzaamheden. Ook onderhoudt zij, in nauw overleg met de directeur, de contacten met de provinciale redactiecommissies. De eindredacteur verzorgt sinds 2016 de eindredactie van het magazine.

Daarnaast biedt het landelijk bureau, mits er een duidelijk omschreven stage-opdracht is, 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 doelgroepen, vernieuwing van het imago en zichtbaar zijn, komen de geselecteerde student-stagiaires uit de studierichtingen communicatie, marketing en pr. In februari 2020 zal een stagiaire werkzaam zijn op het landelijk bureau met de opdracht een onderzoek te doen naar behoeften, communicatie en interesse van huidige leden, de doelgroep van 45 - 67 jarigen en samenwerkingspartners. Dit om de marketing-communicatie nog beter af te stemmen zodat Vrouwen van Nu nog effectiever kan communiceren naar deze doelgroepen.



## 11. Marketingcommunicatie

In het Meerjarenbeleidsplan 2019–2022 zijn vijf doelstellingen geformuleerd:

- (1) Vrouwen van Nu is aantrekkelijk voor verschillende generaties en verbindt verschillende generaties vrouwen;
- (2) Imago is vernieuwd in overeenstemming met de missie;
- (3) Nieuwe organisatievorm voor jongere doelgroepen is ontwikkeld;
- (4) Interne communicatielijnen zijn kort en helder;
- (5) Effectieve externe communicatie is gericht op zichtbaarheid op de centrale thema's en samenwerking met andere organisaties op die onderwerpen.

Marketingcommunicatie speelt een belangrijke rol in de realisatie van deze doelstellingen. Daartoe is in het voorjaar van 2019 een professionele marketing- en communicatiemedewerker aangesteld die een Marketingcommunicatieplan en een Contentplan heeft opgesteld voor de periode van juni 2019 t/m december 2020.<sup>2</sup> In het Marketingcommunicatieplan zijn de marketingcommunicatiedoelen en de verschillende doelgroepen benoemd. Er is geïnventariseerd welke kansen en bedreigingen er voor Vrouwen van Nu zijn en waar de sterke en minder sterke kanten van de vereniging op marketingcommunicatiegebied liggen. Tevens zijn (aankomende) trends in kaart gebracht en is bekeken hoe Vrouwen van Nu deze kan inzetten om haar marketingcommunicatie verder te versterken. (zie Bijlage 2, Marketingcommunicatieplan)

Voor 2020 is gekozen voor een focus op de externe communicatie. In 2021 ligt de focus op de interne communicatie.

### 11.1. Marketingcommunicatiedoelen

De concrete marketingcommunicatiedoelen voor 2020 zijn als volgt gedefinieerd:

1. Het aantal nieuwe leden onder de 67 jaar, inclusief deelnemers aan netwerken en individuele deelnemers aan de platforms van Vrouwen van Nu, laten stijgen met 10% ten opzichte van juni 2019;
2. Het werven van 1100 bezoekers voor de Vrouwen van Nu Dag i.v.m. jubileum;
3. Het verhogen van het bezoekerspercentage van het Vrouwenweekevent naar 25% niet-leden en 75% leden;
4. Het verhogen van het aantal bezoekers van het Vrouwenweekevent naar 150 bezoekers;
5. Zichtbaarheid van Vrouwen van Nu bij huidige en potentiële samenwerkingspartners vergroten met focus op inhoud in de vorm van de centrale thema's;
6. Aandacht trekken van vrouwen tussen de 45 - 67 jaar;

---

<sup>2</sup> Het Contentplan is het draaiboek van de marketingcommunicatie-acties, die hier in chronologische volgorde zijn ingepland. In het Contentplan wordt dieper ingegaan op de verdere invulling van de marketingcommunicatiemiddelen en -kanalen. Wat beschreven wordt, zijn zaken als de manier waarop de verschillende media worden ingezet, voor welke doelgroep het kanaal wordt gebruikt en welk doel ieder kanaal heeft. Ook is in dit plan vastgelegd wat de 'tone of voice' van ieder kanaal zal zijn en welk beeldmateriaal gebruikt wordt. Het Contentplan gaat niet in op de inhoudelijke invulling van projecten, evenementen en bijeenkomsten.

7. Vrouwen tussen de 45 - 67 jaar inspireren;
8. Vrouwen tussen de 45 - 67 jaar informeren;
9. Het aantal volgers op de Vrouwen van Nu Instagram laten stijgen naar 600 volgers;
10. Het aantal volgers op de Vrouwen van Nu Facebookpagina laten stijgen naar 1500 volgers;
11. Het aantal volgers op de Vrouwen van Nu Twitterpagina laten stijgen naar 5300 volgers;
12. Nieuwe opzet LinkedIn continueren en inzetten op zichtbaarheid thema's, inhoudelijke focus, discussieplatform en platform voor het op te richten feedbackpanel;
13. Profileren en zichtbaarheid bij relevante fondsen;
14. Leden Vrouwen van Nu inspireren;
15. Leden Vrouwen van Nu informeren;
16. Opzet maken voor verbeteren van de communicatielijnen tussen landelijke, provinciale en lokale niveaus;
17. Contentplan opstellen voor offline en online marketingcommunicatiemiddelen.

## **11.2. Doelgroepen**

Uit bovenstaande doelen kunnen de volgende doelgroepen worden afgeleid:

- a) Geïnteresseerden in de leeftijdsgroep 45 – 67 jaar
- b) Potentiele samenwerkingspartners
- c) Huidige samenwerkingspartners
- d) Fondsen
- e) Landelijk bestuur Vrouwen van Nu
- f) Provinciale besturen Vrouwen van Nu
- g) Afdelingsbesturen Vrouwen van Nu
- h) Netwerken Vrouwen van Nu
- i) Huidige leden Vrouwen van Nu

In 2020 ligt de focus van vernieuwing en verandering richting de doelgroepen a, b, d en h als gevolg van de strategische keuze voor externe communicatie dit jaar.

### **11.2.1. Geïnteresseerden in de leeftijdsgroep 45 – 67 jaar**

Vrouwen van Nu wil aantrekkelijk zijn voor nieuwe generaties vrouwen en richt zich daarom in haar communicatie actief op de doelgroep van vrouwen tussen de 45 – 67 jaar. Hoe kunnen we deze vrouwen bereiken?

Gelet op hun mediagebruik en communicatiegedrag kan onder meer worden geconstateerd dat het jaargebruik van social media binnen deze groep bij 86% aan WhatsApp, 77% aan Facebook en 54% aan YouTube wordt besteed. Ook lezen zij massaal tijdschriften en de krant. Dat zijn dus de kanalen die ingezet moeten worden.

Internet gebruiken ze vooral op hun mobiele telefoon (94,5%) en op hun tablet (74,8%). Dat de Vrouwen van Nu website niet goed toegankelijk is voor de smartphone en de tablet is dan ook een punt van aandacht.

Deze vrouwen vinden sociaal contact belangrijk, willen zich blijven ontwikkelen en kiezen er bewust voor om andere vrouwen op te zoeken. Delen is belangrijk, of het nou gaat om kennis, gemeenschappelijke belangen, pijnpunten of dingen waar je tegenaan loopt. Ze voelen zich betrokken bij maatschappelijke ontwikkelingen en bij mensen in hun

omgeving. Een laatste kenmerk is tijdgebrek. Om die reden willen ze zich niet vast binden aan één organisatie, zoeken naar een losse manier om betrokken te zijn. Dit is relevante informatie voor een aanbod op maat voor deze groep vrouwen.

### **11.2.2. Potentiele samenwerkingspartners**

Vrouwen van Nu wil meer samenwerken met sterke partners die aansluiten bij de missie en visie én die bijdragen aan een vernieuwd imago van de vereniging. Door de samenwerking streeft Vrouwen van Nu het vergroten van maatschappelijke impact na door elkaar te versterken op maatschappelijke thema's. Het is belangrijk om de zichtbaarheid van Vrouwen van Nu voor potentiële samenwerkingspartners te vergroten en zodoende op hun netvlies te komen. De thema's waarop actief samenwerking wordt gezocht, zijn in de beleidsperiode 2019 – 2022 de vijf centrale thema's: generatieleren, platteland & stad, benutten van het talent van vrouwen, duurzaamheid en diversiteit & inclusie.

Kenmerken die potentiële samenwerkingspartners bezitten, zijn:

- maatschappelijk betrokken op relevante thema's voor Vrouwen van Nu
- gedreven om een maatschappelijke impact te willen maken
- vrouwen (en mannen) te willen verbinden
- het voeden van vrouwenkracht.

### **11.2.3. Fondsen**

Vrouwen van Nu genereert voornamelijk inkomsten uit contributiegelden van leden. Met een structureel afnemend ledental en dus afnemende inkomsten groeit de noodzaak van aanvullende financiering. Inzet op de groei van het aantal donateurs en op toename van het gebruik van Sponsorkliks door leden zal plaatsvinden, maar is onvoldoende om de dalende inkomsten uit contributie te compenseren.

Vrouwen van Nu zet in 2020 actief in op het werven van fondsen van bedrijven en overheden die aansluiten bij projectthema's. Voor de financiering van de activiteiten van de landelijke platforms in oprichting, zijnde het Landelijk Voedsel Platform en het Landelijk Platform Vrouwen & Water, worden subsidiegelden aangevraagd. Voor het samenwerkingsproject met de Stichting Melania, genaamd *Sterke Verhalen van Sterke Vrouwen wereldwijd*, is een aanvraag voor Europese subsidie bij Frame Voice Report inmiddels goedgekeurd.

### **11.2.4. Netwerken Vrouwen van Nu**

Voor de doelgroep van 45 - 67 jarigen sluit de lossere organisatievorm van netwerken beter aan bij een eigentijdse behoefte aan enerzijds minder besturen, minder procedures en regels en anderzijds meer spreiden van verantwoordelijkheid en inspanning bij het organiseren van activiteiten. In 2020 wordt actief ingezet op het stimuleren van vrouwen in deze doelgroep om een netwerk op te richten, ondersteund door het landelijk bureau. Daarvoor is het belangrijk dat Vrouwen van Nu voor deze groep zichtbaar is.

Netwerken die worden opgericht rondom een thema of gezamenlijke belangen, versterken het nieuwe imago van Vrouwen van Nu als organisatie met een maatschappelijke impact waar belangenbehartiging en het collectieve versterken meer op de voorgrond treden.

Een keer per jaar wordt door het landelijk bureau van Vrouwen van Nu een landelijke netwerkdag georganiseerd waar deelnemers aan de verschillende netwerken van elkaar kunnen leren, kennis uitwisselen en nieuwe initiatieven kunnen opzetten.

### **11.2.5. Interne communicatielijnen**

De strategische keuze voor focus op externe communicatie in 2020 heeft tot gevolg dat de interne communicatielijnen, zoals die nu functioneren, gecontinueerd worden in 2020. In het Marketingcommunicatieplan richt de strategie die gericht is op de huidige leden zich op het gericht inzetten van de door de leden gebruikte kanalen, door meer aansluitende content te gebruiken en door de activiteiten van Vrouwen van Nu zichtbaarder te maken.

Aan de realisatie van de geformuleerde doelen van informeren en inspireren van de leden en werken aan verbetering van de onderlinge communicatielijnen, wordt op verschillende manieren gewerkt. De aanwezigheid van landelijke bestuursleden bij provinciale jaarvergaderingen blijft gehandhaafd evenals de PB-LB bijeenkomsten die twee keer per jaar plaatsvinden. Tijdens deze bijeenkomsten zal, mede op verzoek van PB-leden, meer ruimte in de agenda worden gemaakt voor dialoog over voor de vereniging belangrijke onderwerpen zoals het functioneren van de verenigingsdemocratie, alternatieve vormen van contributie en het werven van nieuwe generaties vrouwen. Provinciale besturen kunnen zelf onderwerpen aandragen waar zij met elkaar en met het landelijk bestuur over van gedachten willen wisselen.

De bezoeken van landelijke bestuursleden aan provinciale besturen in het najaar worden ook gecontinueerd.

Naast deze fysieke ontmoetingen wordt informatie verstrekt via het magazine, de email-nieuwsbrief, nieuwsflitsen, Nieuws voor Provincies en Afdelingen, de website en social media.

De gebruikte media Instagram, Facebook, Twitter en LinkedIn worden uitgebreid met de inzet van YouTube. Medio 2020 vindt een evaluatie plaats van de inzet van de verschillende kanalen, gericht op effectiviteit en bereik.

Verbetering van de interne communicatie wordt een speerpunt in 2021 en zal van toepassing zijn op het landelijk bureau, de ledenraad, besturen, afdelingen, leden en netwerken. Deze doelgroepen worden in de loop van 2020 onderzocht en beschreven tijdens de analyse van de interne communicatie. In het Marketingcommunicatieplan 2021 staan deze doelgroepen centraal.

### **11.3. Marketingcommunicatiestrategie**

In de marketingcommunicatiestrategie staat de vraag centraal hoe de doelstellingen worden bereikt. De strategie is de leidraad voor waar Vrouwen van Nu de komende tijd op marketingcommunicatiegebied op gaat inzetten.

In onderstaande een overzicht van de invulling van de strategie voor 2020. Een gedetailleerde uitwerking van de strategie-onderdelen is opgenomen in het Contentplan.

#### **11.3.1. Bijeenkomst voor (potentiele) samenwerkingspartners organiseren**

Begin 2020 wordt een nieuwjaarsbijeenkomst georganiseerd voor samenwerkingspartners en potentiele samenwerkingspartners. De context wordt gevormd door het jaarthema en het jubileumjaar. Doel van de bijeenkomst is om banden te versterken met samenwerkingspartners, nieuwe relaties aan te gaan, (potentiele) samenwerkingspartners te enthousiasmeren voor Vrouwen van Nu en (potentiele)

samenwerkingspartners kennis te laten maken met het jaarthema en de profilering van Vrouwen van Nu. Een deel van de bijeenkomst is voor huidige samenwerkingspartners en een gedeelte is gericht op potentiële samenwerkingspartners. De communicatie hiervan is gericht op huidige en potentiële samenwerkingspartners.

Provinciale besturen, ledenraadsafgevaardigden en Vrouwen van Nu vertegenwoordigers in andere organisaties worden uitdrukkelijk uitgenodigd om aanwezig te zijn. Doel hiervan is dat zij de organisaties beter leren kennen en dat zij direct kennis kunnen maken met externe partners.

Tijdens deze bijeenkomst kan tijdens (informele) gesprekken verbinding worden gelegd tussen activiteiten, ideeën en initiatieven van Vrouwen van Nu en van partners.

Ook is de bijeenkomst een mooi moment om samen met relaties geïnspireerd te raken en een aanzet te geven om gezamenlijk tot mooie ideeën en initiatieven te komen.

### **11.3.2. Werving Vrouwenweekevent**

Voor de werving van bezoekers van het vrouwenweekevent, waarvan niet-leden van Vrouwen van Nu tussen de 45 - 67 jaar de grootste doelgroep zijn, zal een campagne worden opgezet. Binnen de campagne wordt het inhoudelijke programma uitgelicht als trekpleister voor potentiële bezoekers met ondersteuning van foto's en video. Om de campagne extra onder de aandacht van geïnteresseerden te brengen, zal gebruik worden gemaakt van SEO (Search Engine Optimalisation) en Google Adwords en zal er een Facebookadvertentie worden geplaatst.

Provinciale besturen worden directer ingezet bij de werving van bezoekers. Er wordt materiaal ontwikkeld voor hen om in te zetten. Ook wordt er ingezet op de achterban van samenwerkingspartner Libelle in de vorm van een ledenvoordeel of winactie.

### **11.3.3. Werving Vrouwen van Nu Dag (voorheen Vrouwen van Nu Beurs)**

Voor de werving van bezoekers van de Vrouwen van Nu Jubileum Dag, waarvan leden van Vrouwen van Nu de grootste doelgroep zijn, zal een campagne worden opgezet. Binnen de campagne wordt het inhoudelijke programma uitgelicht als trekpleister voor potentiële bezoekers met ondersteuning van foto's en video. De campagne dient alle lagen van de vereniging te bereiken en leden van Vrouwen van Nu te inspireren om een kaartje te kopen voor de Vrouwen van Nu Dag 2020. De communicatie over de Vrouwen van Nu Dag naar de huidige leden vindt voornamelijk via Facebook plaats.

Provinciale besturen worden directer ingezet bij de werving van bezoekers. Er wordt materiaal ontwikkeld voor hen om in te zetten.

### **11.3.4. Vergroten van de communicatie over netwerken van Vrouwen van Nu**

De mogelijkheid om een netwerk 'empowered by Vrouwen van Nu' op te zetten, door leden én niet-leden, wordt breder bekend gemaakt op social media, met name LinkedIn en Facebook. Vervolgens zal vanaf de opstartbijeenkomst de communicatie van start gaan waardoor de netwerken zichtbaar worden, zodat doelgroepen van Vrouwen van Nu, en in het algemeen alle geïnteresseerden, kennis kunnen maken met de netwerken.

### **11.3.5. Versterken van de communicatie- en informatiestroom naar samenwerkingspartners**

Tot op heden vindt er geen structurele communicatie naar samenwerkingspartners of potentiële samenwerkingspartners plaats. Om de zichtbaarheid van Vrouwen van Nu te vergroten en de profilering van Vrouwen van Nu naar voren te schuiven, gaan we inzetten op een tweejaarlijkse partner- en relatienieuwsbrief waarin de profilering van

Vrouwen van Nu naar voren komt. De nieuwsbrief bestaat uit korte teksten en inspirerende video's en foto's.

#### **11.3.6. Zichtbaarheid vergroten met inzet van SEO (Search Engine Optimisation) en SEA (Search Engine Advertising)**

De inzet van SEO in de communicatie van Vrouwen van Nu is zeer minimaal. Omdat de vereniging een klein marketingcommunicatiebudget heeft, is het essentieel om in te zetten op het gebruik van SEO. Bij het opstellen van teksten op de website en social media zal gebruik worden gemaakt van de inzet van SEO, keywords en associaties om de vindbaarheid door potentiële leden en samenwerkingspartners en fondsen te vergroten. Dit geldt ook voor de formulering van titels en benamingen van afbeeldingen.

Ook SEA, adverteren in zoekmachines, is interessant voor Vrouwen van Nu. Uit recente gegevens blijkt dat het grootste aantal websitebezoekers afkomstig is van Google advertenties. Vrouwen van Nu heeft als non-profit organisatie €100.000 tot haar beschikking aan Google Grants. Dit betekent dat Vrouwen van Nu 'gratis' ter waarde van dit bedrag kan adverteren via Google Adwords. Gedurende het jaar wordt bekeken welke onderwerpen interessant zijn voor potentiële leden. In ieder geval staan de promotie van het Vrouwenweekevent en van het project *Sterke Verhalen van Sterke Vrouwen wereldwijd* op het programma.

Interessante onderwerpen zullen worden uitgelicht aan de hand van een investering in Google Adwords en dienen potentiële leden naar onze website te leiden om ze daar vast te houden en te interesseren en inspireren. Belangrijk hierbij is dat deze onderwerpen sterk onze profilering uitdragen en zoekwoorden bevatten waar we goed op gevonden worden.

#### **11.3.7. Zichtbaarheid vergroten van onderzoeksresultaten en resultaten uit polls**

Twee keer per jaar verspreidt Vrouwen van Nu via de website een poll onder leden en niet-leden. Hiernaast maakt zij regelmatig onderdeel uit van interessante en relevante onderzoeken. De zichtbaarheid van de uitkomsten van deze onderzoeken is bij de achterban van Vrouwen van Nu, potentiële leden, samenwerkingsverbanden en fondsen nog niet optimaal. Door de onderzoeken meer te delen met relevante groepen wordt de kracht en meerwaarde van Vrouwen van Nu meer zichtbaar.

#### **11.3.8. Communicatie naar huidige leden**

Inzet van de communicatie naar de huidige leden is een betere afstemming, gericht op het voorkomen van versnippering en overdaad. Dit betekent dat er via het magazine, de e-mailniewsbrief en Facebook gecommuniceerd zal worden naar huidige leden. Instagram, Twitter en LinkedIn spelen daarbij geen hoofdrol meer.

De content van de communicatie wordt afgestemd op hun interesses in nieuws, tuinieren, fietsen, documentaires, vrijwilligerswerk, samen iets moois doen/samen iets tot stand brengen en inspirerende verhalen van anderen.

Ook zal de zichtbaarheid van Vrouwen van Nu worden meegenomen in de communicatie waarbij het zintuig 'zien', waar volgens een eerste peiling meer informatie mee wordt opgenomen dan met 'horen' of 'voelen', nadrukkelijk wordt aangesproken.

#### **11.3.9. Versterking communicatie lokale afdelingen**

De lokale afdelingen van Vrouwen van Nu zitten dicht bij hun afdelingsleden. Zij zijn veelal uitvoerend in de organisatie van aantrekkelijke jaarprogramma's, die ze goed kunnen afstemmen op de wensen van de leden in hun eigen afdeling.

De inzet van deze lokale afdelingen om draagvlak te creëren, te communiceren en te werven, kan optimaler worden ingezet. Ter ondersteuning van de afdelingen op het gebied van marketingcommunicatie biedt het landelijk bureau haar expertise aan.

Lokale afdelingen kunnen een afspraak maken met de medewerker Marketing & Communicatie van het landelijk bureau om advies te vragen, samen ideeën te ontwikkelen of tips te krijgen voor de uitvoering van plannen.

#### **11.3.10. Continuering huidige gebruik website**

Tot aan 2021 kiest Vrouwen van Nu ervoor om het gebruik en de inrichting van de huidige website te behouden. Uit analyses van de website door INTK komt naar voren dat het websitebezoek de afgelopen maanden vooral afkomstig is vanuit Google en Facebook. Populaire content op de website zijn 'provinciale afdelingen', 'agenda', 'provinciekeuze', 'poll: volg jij je droom' en 'over ons'. De website wordt het meest gevonden op de zoekwoorden 'vrouwen van nu', 'vrouwen nu', 'vrouwenvannu'.

In 2020 vinden op het gebied van de website geen grote veranderingen plaats. Wel zal social media meer worden ingezet om het verkeer naar de website te vergroten en zal er meer met links en verwijzingen (buiten en binnen de website) worden gewerkt.

#### **11.3.11. Communicatie afstemmen op fondsenwerving**

Voor het werven van fondsen staat communicatie voorop. Belangrijk hierbij is dat de vereniging helder communiceert over wat ze doet en hoe, over wie ze is en wie haar partners zijn. Hoe beter dat verhaal is, hoe scherper het beeld van Vrouwen van Nu voor fondsen is.

#### **11.3.12. Huisstijlboek creëren**

Vrouwen van Nu heeft momenteel al een goede basis voor een duidelijke en herkenbare huisstijl. In 2020 vindt bundeling in een up-to-date huisstijlhandboek plaats van tot nu toe nog verspreide onderdelen. In dit handboek is ook te vinden wanneer welke elementen gebruikt kunnen worden.

#### **11.3.13. Vergroten en professionaliseren van het gebruik van foto en video**

De doelgroepen die Vrouwen van Nu wil bereiken, maken veel gebruik van het kanaal YouTube. Momenteel bevat het YouTubekanaal van Vrouwen van Nu slechts enkele video's, wordt er niet frequent gepost en heeft het kanaal geen duidelijk omschreven doel.

De doelgroepen van Vrouwen van Nu nemen steeds meer informatie in zich op via beeld en video en laten zich hierdoor steeds meer inspireren. Daarom is het belangrijk om de social media en het mediakanaal YouTube te professionaliseren. Dit gaan we doen door professionele videocontent en fotocontent gepaard met vlogcontent, aangeleverd door drie vrouwen van nu die als influencers zullen fungeren, in te zetten. Bij voorkeur komen de drie vrouwen uit de vereniging, hebben een actief leven dat aansluit bij vrouwen tussen de 45 - 67 jaar en vallen zij binnen die leeftijdsgroep. Zij zullen evenementen, projecten en activiteiten bezoeken en een beeld schetsen van wat het inhoudt om deel uit te maken van Vrouwen van Nu.

Daarnaast wordt er gebouwd aan foto- en videocontent en wordt een archief van nieuw beeldmateriaal aangemaakt en opgebouwd dat we kunnen inzetten voor de profilering van Vrouwen van Nu op Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube en de website.

Dit wordt ingezet in de communicatie met samenwerkingspartners, de nieuwe doelgroep en huidige leden.<sup>3</sup>

#### **11.3.14. Profilering van Vrouwen van Nu**

In het Jaarplan 2019 is een algemene formulering van de communicatieboodschap van Vrouwen van Nu opgenomen. Omdat we ons in de beleidsperiode 2019 - 2022 richten op het vernieuwen van het imago conform de missie, is het aanspreken van nieuwe groepen vrouwen leidend, maatschappelijke relevantie en betrokkenheid toonaangevend. De waarde van Vrouwen van Nu als sociaal netwerk én vangnet voor veel huidige leden koesteren we, in de externe communicatie staat deze echter niet voorop.

Ingrediënten waar de communicatieboodschap voor externen uit is opgebouwd, zijn:

- we zijn een gesprekspartner in de politiek en de samenleving over voor vrouwen belangrijke thema's;
- we agenderen voor maatschappelijk relevante thema's die gelieerd zijn aan vrouwen;
- we verbinden een grote variatie aan vrouwelijke talenten en expertises;
- we zetten ons netwerk in om vragen beantwoord te krijgen;
- we zetten ons continu in voor empowerment van vrouwen;
- bovenstaande kunnen wij als geen ander omdat we een groot, krachtig en fijnmazig netwerk zijn met aderen door het hele land;
- ons uitgangspunt bij alle handelen is dat de leefomgeving van iedereen beter wordt door gebruik te maken van inzichten, talenten en bijdragen van vrouwen.<sup>4</sup>

Om te komen tot een korte én krachtige profilering van Vrouwen van Nu naar de verschillende doelgroepen, worden vanaf de tweede helft 2019 tot voorjaar 2020 op meerdere plekken binnen en buiten de vereniging ideeën en feedback opgehaald. Een profileringsessie met het landelijk bestuur en het team van het landelijk bureau is inmiddels gepland en zet in op het (nog) scherper formuleren van het onderscheidend vermogen van Vrouwen van Nu en het verhaal voor verschillende doelgroepen. Centraal staat de vraag: Wat wil je dat nieuwe doelgroepen, samenwerkingspartners en huidige leden over je zeggen?

---

<sup>3</sup> Voor de opbouw en inzet van video, foto's en influencers zie het Contentplan.

<sup>4</sup> Jaarplan 2019 Eenheid in verscheidenheid, pag. 20.



## 12. Planning

| Activiteiten <sup>5</sup>   | jan-<br>maart | april-<br>juni | juli-sept | okt- dec |
|---|---------------|----------------|-----------|----------|
| Nieuwjaarsbijeenkomst voor besturen en ledenraadsleden Vrouwen van Nu en externe partners | x             |                |           |          |
| Magazine  | x             | x              | x         | x        |
| Aanbod voor landelijke leden ontwikkelen  | x             |                |           |          |
| Opstart Landelijk Voedsel Platform  | x             |                |           |          |
| Opstart Landelijk Platform Vrouwen & Water  |               | x              |           |          |
| Opstellen (succes)indicatoren voor evaluatie pilot netwerken                              |               | x              |           |          |
| Polls   |               | x              |           | x        |
| Uitwerking resultaten polls, benaderen media  | x             |                |           | x        |
| Opzetten digitaal ledenpanel  |               | x              |           |          |
| Verzenden partner- en relatie nieuwsbrief   |               | x              |           | x        |
| Stimuleren oprichting netwerken   | x             | x              |           |          |
| Opzetten landelijk platform generatieleren  |               |                | x         | x        |
| Vrouwenweekcampagne en Vrouwenweekevent<br>Verkiezing Vrouwen van Nu Verschilmaker 2020   | x             |                |           | x        |
| Themasite   |               | x              |           | x        |
| Vrouwen van Nu Dag  |               | x              | x         | x        |
| Landelijke netwerkdag (indien gewenst)  |               | x              |           |          |

<sup>5</sup> Niet alle marketingcommunicatie-activiteiten zijn opgenomen in deze planning. Een totaal overzicht staat in het Contentplan.

|   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|
| Opzetten databank voor het Vrouwen van Nu expertise centrum met trainers, workshopleiders, sprekers | X | X | X | X |
|---|---|---|---|---|

## 13. Voortgang en verantwoording

### Financiën aan de hand van de begroting 2020

|                    |   |
|--------------------|---|
| <b>Wat</b>         | Bespreken van de ontwikkeling van het vastgestelde budget en voorbereiden van eventuele maatregelen |
| <b>Wie</b>         | Directeur en senior administrateur verzorgen een rapportage aan het bestuur                         |
| <b>Frequentie</b>  | Per kwartaal  |
| <b>Vorbereiden</b> | Senior administrateur   |

|                    |  |
|--------------------|--|
| <b>Wat</b>         | Bespreken van de ontwikkeling van het vastgestelde budget en het vaststellen van maatregelen   |
| <b>Wie</b>         | Landelijk bestuur en directeur   |
| <b>Frequentie</b>  | Per half jaar  |
| <b>Vorbereiden</b> | Senior administrateur en directeur<br>Directeur bespreekt e.e.a. voorafgaand aan de vergadering met penningmeester landelijk bestuur |

|                    |   |
|--------------------|---|
| <b>Wat</b>         | Verantwoorden van de inkomsten en uitgaven aan de hand van de jaarrekening  |
| <b>Wie</b>         | Ledenraad   |
| <b>Frequentie</b>  | Jaarlijks   |
| <b>Vorbereiden</b> | Senior administrateur en directeur bereiden dit in afstemming met de penningmeester eerst voor ten behoeve van een vergadering van het landelijk bestuur. Een en ander wordt ook voorgesproken in het penningmeesteroverleg. Tot slot wordt e.e.a. ter vaststelling aan de ledenraad aangeboden |

### Jaarplan 2020 aan de hand van de activiteiten

|                    |  |
|--------------------|--|
| <b>Wat</b>         | Voortgang realisatie doelstellingen bewaken. Eventuele maatregelen bespreken |
| <b>Wie</b>         | Team landelijk bureau  |
| <b>Frequentie</b>  | Maandelijks  |
| <b>Vorbereiden</b> | Managementassistent  |

|                    |  |
|--------------------|--|
| <b>Wat</b>         | Voortgang realisatie doelstellingen bewaken. Eventuele maatregelen vaststellen |
| <b>Wie</b>         | Landelijk bestuur en directeur   |
| <b>Frequentie</b>  | Per kwartaal   |
| <b>Vorbereiden</b> | Managementassistent en directeur   |

## Bijlage 1: Overzicht soorten lidmaatschappen vereniging, andere betrokkenen en netwerken met bijbehorend aanbod 2020

| Lidmaatschap      | Bijdrage | Innen                 | Afdracht                    | Aanbod  |
|-------------------|----------|-----------------------|-----------------------------|---|
| A1. Lid           | € 53,50  | Afdeling <sup>6</sup> | Provinciaal<br>Landelijk    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Toegang tot een groot bestand van vrouwen in de vereniging</li> <li>- Activiteiten op alle niveaus, inclusief Vrouwenweekevent en Vrouwen van Nu Beurs (tegen ledentarief)</li> <li>- Ledenpaskorting</li> <li>- Inspraak</li> <li>- Gratis trainingen voor vrijwilligers</li> <li>- Magazine</li> <li>- Inlog op de website voor leden</li> <li>- Deelname aan Vrouwen van Nu communities op social media</li> <li>- E-mail nieuwsbrief</li> <li>- Ondersteuning op maat van het landelijk bureau</li> <li>- Gratis toegang tot netwerken van Vrouwen van Nu</li> </ul>   |
| A2. Landelijk lid | € 53,50  | Landelijk             | Landelijk en<br>provinciaal | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Toegang tot een groot bestand van vrouwen in de vereniging</li> <li>- Activiteiten op landelijk en provinciaal niveau, inclusief Vrouwenweekevent en Vrouwen van Nu Beurs (tegen ledentarief)</li> <li>- Activiteiten op afdelingsniveau met toestemming van de afdeling</li> <li>- Ledenpaskorting</li> <li>- Inspraak</li> <li>- Gratis trainingen voor vrijwilligers</li> <li>- Magazine</li> <li>- Inlog op de website voor leden</li> <li>- Deelname aan Vrouwen van Nu communities op social media</li> <li>- E-mail nieuwsbrief</li> <li>- Ondersteuning op maat van het landelijk bureau</li> <li>- Gratis toegang tot netwerken van Vrouwen van Nu</li> </ul> |
| B. Donateurs      | € 19,95  | Landelijk             | Geen                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Incidentele activiteiten waarvoor donateurs speciaal worden uitgenodigd</li> <li>- Vrouwenweekevent tegen ledentarief)</li> <li>- Vrouwen van Nu Beurs (tegen</li> </ul>   |

<sup>6</sup> M.u.v. afdelingen die meedoen in de centrale inning.

|                                     |         |           |        |   |
|-------------------------------------|---------|-----------|--------|---|
|                                     |         |           |        | ledentarief)<br>- Magazine<br>- E-mail nieuwsbrief  |
| C.<br><i>Betrokkenen</i>            | N.v.t.  | N.v.t.    | N.v.t. | - Vrouwenweekevent (tegen ledentarief)<br>- Vrouwen van Nu Beurs (tegen ledentarief)<br>- E-mail nieuwsbrief  |
| D.1<br>Netwerkdeelnemers<br>(pilot) | € 25.00 | Landelijk | N.v.t. | - Financiering en ondersteuning oprichtingsbijeenkomst<br>- Indirect toegang tot een groot bestand van vrouwen<br>- Ondersteuning van het landelijk bureau bij organisatie- en administratietaken<br>- Toegang tot online databank expertise centrum<br>- Gratis Officepakket 365<br>- E-mail nieuwsbrief<br>- Digitaal magazine<br>- Jaarlijkse netwerkbijeenkomst van alle Vrouwen van Nu netwerken<br>- Toegang ledendeel landelijke website<br>- Inlog op de website op het voor netwerken deel met een link naar de eigen website of een eigen FB pagina<br>- E-learning cursussen tegen netwerk tarief<br>- Vrouwen van Nu Dag (voorheen beurs) (netwerktarief)<br>- Vrouwenweekevent (netwerktarief) |