

Op volle kracht vooruit



Plan Vereniging Oikocredit Nederland 2023 - 2024

1. Vereniging Oikocredit in Nederland.....	3
1.1. Taken Oikocredit in Nederland	3
1.2. Uitwerking	4
1.3. Lidmaatschap	4
1.4. Schenken en nalaten	5
2. Communicatie	6
2.1. Bekendheid genereren	6
2.2. De impact van microfinanciering uitdragen.....	6
2.3. Algemene ledenvergadering ALV	7
2.4. Ledenraad.....	7

1. Vereniging Oikocredit in Nederland

Met de Vereniging Oikocredit in Nederland (hierna: Vereniging) 2023 willen we een wereldwijde community vormen van leden die zich bewust zijn van de armoede in de wereld, met de focus op Azië, Afrika en Latijns-Amerika. Mensen die geloven in de werking van microfinanciering en graag een bijdrage leveren om deze armoede door middel van microfinanciering terug te dringen.

Kenmerken van de vereniging:

- Bijdragen aan bewustwording over en de aanpak van wereldwijde armoede.
- Al 45 jaar een community van impactmakers.
- Onderdeel van een wereldwijde beweging.
- Speciale acties exclusief voor leden.
- Lid worden kan al vanaf € 20 per jaar (fiscaal aftrekbaar).

Voorwaarde voor een goed werkende community is dat mensen zich echt aangesloten voelen, dat ze actief participeren. Daar willen we in 2023 en 2024 extra invulling aangeven. Onder meer door het organiseren van bijeenkomsten, het actief betrekken van de ledenraad en het ontwikkelen van acties.

Het jaar 2023 start de Vereniging met 5.850 leden. Gezien het belang van onze leden om onze belangrijkste boodschappen onder de aandacht te brengen en te verspreiden, zien we het ledental graag verder groeien. We richten op 6.260 leden eind 2024.

1.1. Taken Oikocredit in Nederland

Oikocredit Nederland (hierna: ON) heeft drie taken:

1. Bewustwording (Vereniging Oikocredit Nederland).
2. Communicatie over het internationale werk van Oikocredit (Vereniging Oikocredit Nederland).
3. Gelden aantrekken om het internationale werk van Oikocredit te financieren (verantwoordelijkheid van Stichting Beheer Oikocredit Nederland Fonds (hierna: SBONF) maar uitgevoerd op basis van een SLA door de Vereniging Oikocredit Nederland).

Ad 1 en 2.

Bewustwording – in Oikocredit-termen development education of global learning geheten – rond armoedevraagstukken in de wereld, rond noord-zuid verhoudingen, rond met impact geld investeren, rond de impact van microkrediet is en blijft noodzakelijk en hoog actueel. Zeker in een context waarin we in Nederland geneigd zijn om meer en meer naar de eigen armoedevraagstukken en belangen te kijken. De Vereniging onderneemt allerlei activiteiten om die vraagstukken onder de aandacht te brengen, zoals de Week van het Microkrediet, de online escapegame, het spreekbeurtpakket voor basisschoolleerlingen, het pakket voor het profielwerkstuk voor middelbare scholen en het schrijven en delen van ondernemers- en impactverhalen.

De Vereniging maakt deze bewustwording concreet door te communiceren over het internationale werk van Oikocredit; het laat zien hoe Oikocredit International concreet handen en voeten geeft aan het zelfredzaam maken van mensen in Latijns-America, Afrika en Azië zowel door het verstrekken van financiering als het verzorgen van trainingen.

De taken 1 en 2, bewustwording en communicatie, zijn primair de taken van de Vereniging. Op basis van deze activiteiten heeft de Vereniging een ANBI-status. Deze activiteiten hebben impact in Nederland en worden gefinancierd door contributiegeden van onze leden, door giften, een bijdrage van Oikocredit International (hierna: OI) en door dividend uit Duurzaam Belegd.

Ad 3.

Gelden aantrekken wordt gerealiseerd middels ONF dat wordt beheerd door SBONF. Op basis van de SLA die SBONF heeft met ON, voert ON werkzaamheden uit zoals het verzorgen van de fonds-administratie, de beleggersadministratie en de marketingactiviteiten.

Deze taak is daarmee primair een taak van SBONF die in de praktijk door ON wordt uitgevoerd. Deze activiteit heeft impact in Latijns-Amerika, Afrika en Azië. Dit wordt gefinancierd door fee-inkomsten uit ONF (beheerfee en aan- en verkoopkosten) en een bijdrage van OI.

1.2. Uitwerking

Om alle drie de taken succesvol te uit te voeren is het essentieel dat mensen bekend zijn met Oikocredit, dat ze weten waar we voor staan, wat we doen, wat we te bieden hebben, wat het oplevert en wat we realiseren.

Tot aan 2020 hebben we die boodschap regelmatig en breed verspreid onder meer via een televisiecommercial, online activiteiten en diverse evenementen waaronder de Week van het Microkrediet. Toen de coronapandemie toesloeg, waardoor op alle fronten de onzekerheid toesloeg en we geen dividend over de beleggingen konden uitkeren, hebben we de marketingcommunicatie-activiteiten fors terugschroefd.

In 2022 moesten we de implementatie van de Wwft aanscherpen, waardoor het hele jaar in het teken stond van het klanten identificatieproject (KIP). Dit was zo veelomvattend dat we geen activiteiten hebben ondernomen om nieuwe leden en beleggers te werven. De focus lag op de reguliere communicatie-activiteiten, waaronder de nieuwsbrieven en een relatief eenvoudige opzet van de Week van het Microkrediet.

Nu corona op z'n retour is en KIP afgerond is het tijd om Oikocredit in 2023 en 2024 in Nederland weer op de kaart te zetten. Met als doel de naams- en propositiebekendheid te verhogen, nieuwe beleggers, schenkers, nalaters en leden te werven en het belegd vermogen te verhogen.

1.3. Lidmaatschap

Doel van de vereniging is om bewustwording in Nederland te creëren rond armoedevraagstukken in Azië, Afrika en Latijns-Amerika, de impact van microkrediet en hoe geld op een verantwoorde wijze te investeren. Mensen worden lid van de Vereniging, omdat ze mee willen werken aan deze bewustwording. Door het stimuleren van lidmaatschap van de Vereniging binden we mensen extra aan ons. Het kan bovendien – iets waar thans nauwelijks gebruik van wordt gemaakt – een middel zijn om mensen die nog niet toe zijn aan beleggen wel al wel aan ons te binden. Lidmaatschap is belangrijk voor de toekomst van de Vereniging. Het zorgt bovendien voor een extra bron van inkomsten, wat we kunnen inzetten om de boodschap van Oikocredit breed te verspreiden.

Hoewel we de wereldwijde community propageren, moeten we toegeven dat we daar voor onze leden de afgelopen paar jaar te weinig invulling aan hebben gegeven. Daar hebben we eind 2022 alvast een wijziging in aangebracht door in het kader van de Week van het Microkrediet een verhalenwedstrijd uit te schrijven waarvan we alle deelnemers een jaar lang gratis lidmaatschap hebben aangeboden.

Verder zullen we onze leden in 2023-2024 meer bieden om dat community-gevoel te versterken. Dat kan zijn in de vorm van speciale bijeenkomst(en) of door het bieden van speciale acties. Voor de bijeenkomsten onderzoeken we de mogelijkheid van een partnerschap met bijvoorbeeld een museum. Voor acties zullen we zoeken naar duurzame en/of fairtrade producten of diensten.

1.4. Schenken en nalaten

Naast lidmaatschap van de Vereniging, bieden we mensen ook de mogelijkheid om een bedrag (periodiek) te schenken of om de Vereniging op te nemen in het testament. Gezien de ANBi-status kan dat een aantrekkelijke optie zijn.

We zullen in 2023 en 2024 schenken en nalaten weer meer onder de aandacht brengen.

2. Communicatie

De Vereniging biedt ons de mogelijkheid om te communiceren over het doel en de activiteiten van Oikocredit. In 2023 en 2024 zetten we in op een breed pallet aan communicatieactiviteiten.

2.1. Bekendheid genereren

Na 3 jaar waarin Oikocredit Nederland niet breed onder de aandacht is geweest, met als gevolg dat de naams- en propositiebekendheid is afgenomen, is het tijd om hier verandering in aan te brengen. Nog steeds de effectiefste manier is de inzet van advertising, bijvoorbeeld een commercial of printadvertenties in combinatie met online advertising.

Begin 2023 geven we het reclamebureau Roorda opdracht te komen met een nieuwe reclameboodschap die we op verschillende manieren kunnen gaan inzetten. Uitgangspunt is een krachtige, onderscheidende boodschap zonder dat er onevenredig veel geld naar de uitwerking van de creatie gaat.

Het idee is dat we ook zelf met de kernboodschappen aan de slag kunnen gaan, bijvoorbeeld door een vertaalslag te maken naar artikelen, events en acties.

Middels een uitgekiend mediaplan, waarbij we ook gebruikmaken van onze ANBI-status, denken we de diverse doelgroepen voldoende te bereiken zodanig dat de naamsbekendheid stijgt en meer mensen weten waar ON voor staat en wat we doen. Met als uiteindelijke doel om onze drie genoemde taken, bewustwording, communicatie en het aantrekken van gelden, te realiseren.

2.2. De impact van microfinanciering uitdragen

Hoe bekender we zijn hoe beter we in staat zijn om de impact van microfinanciering uit te dragen. Met als basis de nieuwe campagne zullen we steeds naar nieuwe haakjes zoeken om de impact van het werk van Oikocredit onder de aandacht te brengen, door:

- Ondernemers- en impactverhalen te schrijven, te publiceren op onze website en te delen via social media.
- Vrijwel dagelijks nieuwe informatie toe te voegen aan de website en verouderde informatie te verwijderen en ook zorgen dat de website goed vindbaar is en dat bezoekers meer pagina's willen bezoeken.
- Nieuwe volgers te werven voor onze social media-kanalen en deze 2x per week te voorzien van een nieuw bericht.
- 6 tot 8 keer per jaar een online nieuwsbrief te sturen naar onze leden en beleggers met daarin onder meer een toelichting op onze activiteiten en wat het oplevert.
- 2 keer per jaar het magazine OikoVisie per post en online te verspreiden met waarin we dieper ingaan op onze activiteiten.
- De Week van het Mikrokrediet te organiseren, met elk jaar een andere, unieke insteek.
- Door minimaal één evenement te organiseren voor onze leden.
- Speciale acties op te zetten voor onze leden en/of onze beleggers.
- Artikelen of opiniestukken te schrijven en te delen.
- Te onderzoeken of we wederom een partnership kunnen aangaan met bijvoorbeeld een museum.

2.3. Algemene ledenvergadering ALV

Twee keer per jaar organiseren we een ALV, in 2023 op 24 mei en 20 november. Een fysieke bijeenkomst waarvoor we alle leden uitnodigen, maar waar we maar weinig leden kunnen interesseren. Om meer leden te trekken naar deze bijeenkomsten willen we minimaal één keer per jaar de ALV combineren met een interessant onderwerp of interessante spreker. Daarvoor zouden we desgewenst ook kunnen afwijken van ons kantoor in Utrecht. Doel is om de leden meer te betrekken bij de vereniging en meer waarde te geven aan het lidmaatschap.

Zo mogelijk willen we de droom van een echte community beter faciliteren, onder meer door die fysieke bijeenkomsten waar mensen de mogelijkheid krijgen om onderling kennis te maken. Ook zullen we vaker ideeën ophalen en een ledenonderzoek opzetten.

2.4. Ledenraad

Vanuit de Vereniging hebben actieve leden zich aangemeld om zitting te hebben in de ledenraad. Doordat we de afgelopen paar jaar weinig activiteiten hebben ondernomen hebben we ook weinig beroep gedaan op de ledenraad. Ook daar willen we verandering in brengen. Zo willen we de ledenraad actief betrekken bij de nieuwe reclamecampagne. Ook willen we nieuwe leden voor de ledenraad werven.