www.maf.nl

Beleidsplan

2018 - 2020

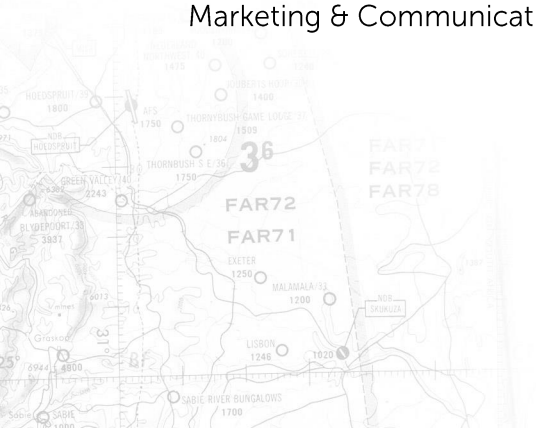
Directiebeoordeling 2015-2017 2

Beleid 2018-2020 6

Bestuur 6

HR 8

Marketing & Communicatie 11



DIRECTIEBEOORDELING 2015-2017

In het beleidsplan 2015-2017 waren de volgende hoofdpunten opgenomen:

1. Stijging inkomsten van € 3,8 miljoen naar € 4,4 miljoen structurele inkomsten
2. Groei van het aantal Internationale Staf
3. Uitstapjes bij MAF opzetten en promoten
4. Uitbouwen business club
5. Zoeken naar nieuw database systeem en ontwerpen nieuwe website

Ad 1. Stijging inkomsten van € 3,8 miljoen in 2014 naar € 4,4 miljoen structurele inkomsten eind 2017

In 2016 werd de begroting bijgesteld naar € 4,65 miljoen eind 2017, omdat er in 2015 meer binnenkwam dan verwacht. Daarmee werd enerzijds rekening gehouden met een doorgaande groei van de structurele inkomsten en anderzijds met een teruggang in de piek in eenmalige inkomsten van meer dan € 0,7 miljoen in 2015. Ook in 2016 bleef de groei echter aanhouden, waarmee er een prognose ligt voor eind 2017 van € 5,3 miljoen totale inkomsten, € 5,2 miljoen daarvan structurele inkomsten. Een grote groei, ondanks dat tot 2016 in het algemene geefgedrag de crisis nog merkbaar was.
Hier zijn drie hoofdfactoren voor aan te wijzen:
1. de inzet op het binnenkrijgen van nieuwe adressen
2. groeiend aantal uitzendingen met bijbehorende extra inkomsten
3. de langzaam groeiende naamsbekendheid van MAF

Ad 2. Groei van het aantal Internationale Stafleden

Zoals net gemeld was er sprake in deze periode van een grote groei van Internationale Stafleden. Maar liefst 12 gezinnen werden uitgezonden in deze periode, terwijl er 6 gezinnen terugkeerden. Deze periode werd daarmee begonnen met 16 Internationale Staf en eindigde met 22 Internationale Staf. Eind 2017 zijn er al weer 9 kandidaten in de pijplijn. Grote stimulans is ook de vliegschool MATC die in 2016 de ATO status behaalde en daarmee een volledig erkende school is. Daarnaast is dit binnen MAF Internationaal de eerste vliegschool, die volledige erkenning heeft gekregen als preferred supplier voor MAF. MATC ontvangt inmiddels ook kandidaten uit andere Europese MAF landen.
Het organiseren van 'Beleef de MAF dagen' begint ook zijn vruchten af te werpen, in de zin dat er nu enkele jongeren zijn die interesse hebben of al bezig zijn met de opleiding tot vliegtuigtechnicus. Tot nu toe was dit een onderbelicht deel van de uitzendingen.
Wat nog lastig blijft is om mensen te vinden voor de minder opvallende vacatures als programma-manager, IT- manager e.d.
In de afgelopen periode is ook de betrokkenheid van MAF Nederland bij de Uitzenddiensten van Internationale Staf sterk toegenomen. Dat geeft ook kansen om MAF in de betrokken gemeentes nog meer te profileren.

Ad 3. Uitstapjes bij MAF opzetten en promoten

In 2015 werd begonnen met de uitstapjes, voor groepen en vooraf geplande evenementen zoals Businessclubdagen en in 2016 ook voor individuele bezoekers. Dit was één van de hoofdredenen om vanuit Harderwijk naar Teuge te verhuizen. De eerste twee jaar bleef het aantal groepen bescheiden, rond 30 uitstapjes, mede door

capaciteitsproblemen bij MAF zelf. Met de komst in 2017 van twee nieuwe gastvrouwen, hopen we in enkele jaren het streefaantal van 100 stapuitjes per jaar te bereiken.
Hier is in 2017 wel de dreiging bijgekomen van het verleggen van de aanvliegroutes voor Lelystad over vliegveld Teuge. Gevolg kan zijn het vertrek van de paraclub en de zweefvliegers. Dit maakt het vliegveld minder aantrekkelijk en kan als slechtste scenario leiden tot sluiting van het vliegveld.

Ad 4. Uitbouwen business club
Halverwege 2016 werd het honderdste lid verwelkomd, eind 2017 is de verwachting dat er netto nog 25 bijgekomen zijn. Daarmee is de business club een succesvol initiatief gebleken met een goede formule in de vorm van vliegdagen. De relatiemanager doet daarmee steeds meer werk voor de business club en vanaf 2016 wordt een deel van diens salaris doorbelast aan de stichting business club.

Ad 5. Zoeken naar een nieuw database systeem en ontwerpen nieuwe website
In het begin van 2016 viel de keuze voor de database op het systeem Salesforce. Aanvankelijk verliep de implementatie zonder al te grote problemen, in de loop van 2017 bleek dat er toch nog veel aanpassingen gedaan moesten worden. De database geeft veel nieuwe mogelijkheden op het gebied van selecties en het volgen van onze donateurs.
In oktober 2016 volgde de implementatie van de nieuwe website. Ook deze geeft veel nieuwe mogelijkheden, niet alleen voor het MAF Nederland kantoor, maar vooral ook voor de donateur en de Thuisfrontcommissies.

b. Overige punten

FTE
In het beleidsplan was uitgegaan van 10 fte eind 2017. Dit werden er 11,5, verdeeld over 19 werknemers. Vanwege de sterke groei kwamen er drie nieuwe (part-time) medewerkers bij, twee voor Marketing en één voor HR.
Belangrijke verandering is tevens dat de directeur vanaf 1 juli 2016 voor 3 jaar voor 40% in dienst is getreden als directeur bij MAF Duitsland. Hij blijft voor 60% verbonden aan MAF Nederland. De functie van consultant voor kleinere MAF landen, die een flink aantal jaren door hem is uitgeoefend is hiermee vervallen.

ISO
In het begin van 2016 werd het nieuwe ISO 9001 2015 geïmplementeerd, waarbij met externe hulp alle procedures opnieuw onder de loep werden genomen. Eind 2016 werden bij de hercertificering door KIWA geen tekortkomingen geconstateerd en is MAF het gecertificeerd tot eind 2019.

Raad van Toezicht
Deze periode was de eerste onder het Raad van Toezichtmodel. Daarbij werden drie auditcommissies ingesteld: financiën, HR en Marketing. Jaarlijks spreken deze commissies met de afdelingshoofden en brengen hiervan verslag uit in de Raad van Toezicht vergaderingen.
De Raad van Toezicht ervaart dat zij hierdoor meer inzicht in de organisatie heeft dan voorheen en kan daarmee beter haar rol van toezichthouder vervullen.

Ondersteunen samenwerking binnen MAF I

Gekozen is in dit beleidsplan voor beleid beïnvloeding op drie punten, impactmeeting, verbetering rapportages en opleiding lokale medewerkers.
Vooral op het terrein van onderhoud werden altijd al lokale mensen opgeleid en ingezet, maar als het gaat om piloten en hoger management was dat uiterst gering. We zien nu dat op het gebied van opleiden er serieus aandacht is en er concrete stappen zijn gezet om te werken aan meer lokaal personeel. Probleem is vaak wel dat door MAF opgeleide mensen onder druk van hun familie elders aan het werk gaan, omdat daar meer verdiend wordt.
Ook de kwaliteit van de rapportages en de tijdigheid van oplevering is sterk gegroeid in de afgelopen drie jaar. Alleen op het gebied van impactmeeting is nog weinig voortgang geboekt. Wel is er in 2017 een commissie ingesteld, waarin ook de MAF UK meedoet, dat naast MAF Nederland ook heeft aangegeven impactmeeting van groot belang te vinden.

Klanttevredenheid

De bestaande klachtenprocedure werkt nog steeds prima, het aantal uitingen van onvrede ligt blijvend laag, gemiddeld rond negentig per jaar, waarbij een groot deel opmerkingen als ‘ik wil minder post’ zijn meegenomen. De training die de medewerkers hebben gehad, blijkt zijn vruchten af te werpen. Alle klachten worden serieus genomen en snel en naar tevredenheid afgehandeld.

Leveranciers beoordelingen

De meeste leveranciers voldeden prima. In drie gevallen echter waren we erg ontevreden. Bij de verkoopartikelen zijn we nog steeds met het betreffende bedrijf in gesprek, hetgeen moeizaam verloopt. Op IT gebied zijn er een aantal problemen geweest, die na veel aandrang opgelost zijn. Het komende jaar zal moeten uitwijzen of bij de betrokken bedrijven nu definitief verbetering is opgetreden.

Afdeling Administratie

De omzetting eind 2016 naar Salesforce waarbij niet alle functionaliteiten bleken te werken en er ook fouten ontdekt werden, in combinatie met langdurige ziekte van het Hoofd Administratie, zorgden in 2017 voor problemen en achterstanden in de verwerking van financiële overzichten. Het al in 2016 in gang gezette traject om alle procedures te beschrijven, zal daarom worden voorgezet ook in de volgende periode.

SWOT

Sterkte

1. Uniek en aantrekkelijk product
2. Trouwe achterban
3. Goed imago
4. Interkerkelijke organisatie
5. MAF concurreert niet, maar ondersteunt juist anderen
6. Relatief jonge achterban
7. Financieel gezond
8. Mix van oude en moderne communicatiemiddelen
9. Betrokken groep rond Internationale Staf

Zwakte

1. MAF levert slechts beperkt directe hulp
2. Spontane naamsbekendheid groeit, maar is nog niet groot te noemen
3. Meerjarenplanning voor Internationale Staf is beperkt bij MAF Internationaal, waardoor Nederlandse planning kwetsbaar wordt.
4. Impact meeting leeft nog weinig binnen MAF Internationaal

Kansen

A. Bedrijven krijgen door de aantrekkende economie meer armslag en hebben interesse om organisaties als MAF te ondersteunen
B. In aanbod donateur aansluiten bij de wens naar ervaring
C. MAF ligt goed in bepaalde denominaties, waar een beperkt aantal organisaties geaccepteerd wordt
D. MAF NL is meer betrokken bij HR internationaal en fondsenwerving internationaal
E. Nieuwe media worden steeds belangrijker en bieden nieuwe methodes om donateurs en potentiële donateurs te bereiken

Bedreigingen

A. De verzadiging van de Charimarkt
B. Uitzendkosten Internationale Staf blijven groeien en er is een maximum aan wat thuisfrontcommissies kunnen opbrengen
C. Mogelijk verdwijnen belastingaftrek giften
D. Mogelijke sluiting vliegveld Teuge

Beleid 2018-2020

Bestuur

Besturen en Toezichthouden

Het Raad van Toezicht model met vier vergaderingen per jaar en drie auditcommissies voldoet goed. De principes hierachter zoals verwoord in de Verantwoordingsverklaring en de wijze van rapporteren van de bestuurder aan de Raad van Toezicht zullen dan ook in de komende periode in principe ongewijzigd gehandhaafd blijven.
Ook de hoogte van de verschillende reserves en fondsen zijn op basis van de risicoprofielen vastgelegd en zullen in de komende periode worden gehandhaafd.

Vaststellen ambitieniveau 2018-2020

Voor de komende jaren gaat MAF Nederland uit van een ambitieus groeiscenario, waarbij de inkomsten groeien van 5.300.000 euro eind 2017 naar 6.500.000 euro eind 2020. De verwachting is dat de combinatie van een kantoor op orde op de nieuwe locatie, de gemaakte slag op het gebied van database en website, gegroeide naamsbekendheid, toenemend aantal kandidaten voor uitzending en een stijgende economie, MAF Nederland gereed maakt om een voortgaande groei in de komende jaren te realiseren.
Daarbij gaat het niet om de groei op zichzelf, maar op werkelijke impact voor de mensen waarvoor we werken. Daarbij weten we ons in alles afhankelijk van de zegen van God.

In 2018 gaat EO Metterdaad in de zomerweken een serie van 8 uitzendingen van elk 25 minuten over het werk van MAF uitzenden. Een aantal Nederlandse piloten en andere medewerkers zullen worden gevolgd en iedere uitzending staat één gezin centraal.
De verwachting is dat hiermee de naamsbekendheid van MAF sterk gaat stijgen.

Evenals in de vorige beleidsperiode gaat MAF ervan uit dat er jaarlijks een bedrag aan eenmalige giften zal binnenkomen en daarvoor wordt een bedrag van 250.000 euro begroot. Naast eenmalige grote giften bestaat dit bedrag uit erfstellingen en legaten.
De groei van 1.200.000 euro dient te komen uit de navolgende doelgroepen
-bedrijven/fondsen 350.000 euro
-particuliere gevers 500.000 euro
-kerken en scholen 50.000 euro
-internationale staf 300.000 euro

FTE

Het aantal fte zal in 2018 stijgen van 11,5 naar 14,2 fte. Dit aantal zal dan verdeeld zijn over 22 werknemers. Daarna is de verwachting dat dit aantal gelijk blijft tot eind 2020. Er komt een medewerker nieuwe media Marketing bij, een relatiemanager voor bedrijven bij Directie en uitbreiding in uren bij HR. Daarnaast zal een parttime Hoofd Financiën en Beheer worden aangenomen.

Open Dagen en donateursactiviteiten

In 2018 zal er op vliegveld Teuge een Open Dag worden georganiseerd. Deze zal in het kader staan van het 40-jarig bestaan van MAF Nederland. De verwachting is dat hier tussen de 3.500 en 5.000 donateurs en bezoekers op af zullen komen.
Voor 2019 wordt gekeken naar de mogelijkheid om in samenwerking met het Aviodrome

weer een Aviodrome-dag te organiseren. De vorige twee keren kwamen hier ruim 2000 bezoekers per keer op af.
In 2020 zal er dan weer een Open Dag zijn die dan in het kader staat van het 75-jarig bestaan van MAF wereldwijd.

Grote donoren en nalatenschappen

De groei van de businessclub en het stijgende aantal grotere giften (boven 500 euro) geven aan dat er nog voldoende mogelijkheden zijn om verder te groeien. Voor deze doelgroep is vooral een persoonlijke benadering belangrijk. Vandaar dat het nodig is hiervoor een extra relatiemanager aan te stellen. Ook de reizen met ondernemers zullen worden voortgezet.
Voor de nalatenschappen, veelal ook grotere bedragen, wordt het beleid van de afgelopen 10 jaar gehandhaafd. Dat betekent regelmatige aandacht voor dit onderwerp via folders, Luchtpost, samenwerking met andere christelijke organisaties.
Daarnaast zal worden samengewerkt met een nieuwe, jaarlijks terugkerende bewustzijnsactie van brancheorganisatie Goede Doelen Nederland over het onderwerp nalaten aan Goede Doelen.

MAF Internationaal

MAF Nederland is vanwege de inzet van de Internationale Staf betrokken bij de regio's van zowel MAF I als MAF US en vanaf 2012 ook met MAF Canada. MAF Nederland zal daarom de verdergaande integratie binnen MAF I en de samenwerking met de alliantiepartners blijven stimuleren. Enerzijds vanuit de Raad van Toezicht in de diverse fora binnen MAF I als via de bestuurder/directeur, HR manager en Hoofd marketing & communicatie.
MAF Nederland is vanuit haar doelstelling niet zozeer gericht op haar eigen organisatie als wel het mogelijk maken van de taak van in het bijzonder MAF Internationaal en in mindere mate MAF US en MAF Canada. Dit uit zich in het uitzenden van personeel en het financieel ondersteunen van projecten van MAF I, maar ook in het via de Annual General Meeting mede vormgeven aan de strategieplannen van MAF I. Het eigen MAF Nederland beleid wordt daarmee nauw verbonden.
Wat betreft speerpunten voor beleid beïnvloeding voor de komende drie jaar is gekozen voor:
a. de implementatie van impactmeeting in het veld. Dit is in Nederland een belangrijk item geworden, maar internationaal speelt dit nog weinig. Hoewel er nu een commissie is gevormd die hier serieus mee aan de slag is, zal MAF Nederland blijven aandringen dat het niet blijft bij een model, maar dat implementatie ook snel van de grond zal komen.
b. duidelijkheid verkrijgen over de mogelijkheden om de komende jaren Internationale Staf uit te zenden. MAF Nederland ziet een groeiend aantal kandidaten, maar de vraag is in hoeverre MAF Internationaal klaar is om een groot aantal mensen te ontvangen en te begeleiden op het veld.
c. ondersteunen van het werk van de commissie, die binnen MAF wereldwijd zich bezighoudt met het volgen van de nieuwe technieken die worden ontwikkeld, zoals drones e.d. Het werk van MAF dient relevant te blijven en zich tijdig aan te passen indien de omstandigheden en de stand van de techniek daarom vragen.

HR

De afgelopen periode is voor HR een fase geweest van enorme ontwikkeling en groei. Niet alleen een forse uitbreiding van kandidaten en Internationale Staf (en daarmee ook van TFC's), tegelijkertijd een uitbreiding van het HR team. We voelen ons daarin rijk gezegend!

Tegelijkertijd beseffen we dat een groter aantal uitgezondenen, in een steeds complexer wordende wereld, veel van ons vraagt om de taken en verantwoordelijkheden op een goede wijze uit te kunnen blijven voeren. We zijn en weten ons daarin volledig afhankelijk van de zorg en zegen van God.

Het HR beleid van de afgelopen periode met de daaruit voortvloeiende HR activiteiten blijkt succesvol en zal ook voor de komende periode in grote lijnen worden gecontinueerd. Daarnaast zal er speciale of nieuwe aandacht zijn voor een aantal activiteiten die we verder zullen toelichten.

Werving & Selectie

De HR activiteiten voor werving & selectie die goed voldoen zullen worden voortgezet. Te denken valt aan de Interessedag die twee maal per jaar wordt gehouden, het selectietraject met daarin de verschillende gesprekken en assessments en de afstemming en samenwerking daarbij met MATC.

De instroom van piloten is voldoende en zal op deze wijze worden gecontinueerd. De afgelopen jaren is er door folders, posters en de nieuwe MAF website meer aandacht gegeven aan de werving van vliegtuigtechnici, IT- managers en andere managementfuncties. Het werven voor deze functies vraagt om een andere benadering als voor piloten. De komende periode zullen deze minder populaire functies, met name die van vliegtuigtechnicus, goede aandacht blijven krijgen.

- Continueren van bestaande mogelijkheden voor werving, door middel van folders, posters, MAF Experience en de MAF website.
- Stimuleren van kandidaten en Internationale Staf om in eigen kring ervaringsverhalen te delen.
- Onderzoeken en inzetten van mogelijkheden via MAF Facebook en MAF Instagram.
- Regelmatig aandacht geven aan deze functies in Luchtpost en MAF Actueel.

Het opleidingstraject voor vliegtuigtechnici is lang en complex. Anders dan bij piloten is het bijna ondoenlijk om op latere leeftijd de opleiding te doen en in te stromen. Daarom is het is belangrijk om de uitzendmogelijkheden als vliegtuigtechnicus al vroegtijdig bij jongeren onder de aandacht te brengen. Ook is het belangrijk om de mogelijkheden voor (kandidaat) vliegtuigtechnici om stage- of werkervaring op te doen in MAF Uganda te blijven benutten.

Jongeren

De volgende activiteiten om jongeren te interesseren voor uitzending met MAF worden ingezet. Niet uitsluitend voor vliegtuigtechnici, maar wel met een extra focus.

- Regelmatig contact met de vliegtechnische opleidingen om de mogelijkheden voor uitzending bij MAF onder de aandacht te brengen.
- Gebruik maken van gastlessen en beroepsmarkten op scholen voor voortgezet onderwijs.
- Sinds 2015 wordt eens per jaar de Beleef de MAF dag! gehouden op Teuge. Een dag(deel) leren en ervaren hoe werken met MAF kan zijn. De doelgroep is jongeren van 15-18 jaar. Deze dag wordt eind 2017 geëvalueerd en zo nodig bijgesteld.
- In overleg met de afdeling Marketing worden de mogelijkheden bij Opwekking voor wat betreft de groep jongeren (8.000!) verder uitgewerkt.
- Belangrijke vraag waar we de komende periode over na moeten denken: wat bieden we jongeren die interesse hebben voor uitzending, maar nog niet de leeftijd (en ervaring) hebben.

MATC

MATC als trainingsschool voor MAF piloten, wordt al vanaf het begin ondersteund door MAF Nederland en sinds 2016 ook door MAF UK. MATC is ook statutair nauw verbonden met MAF Nederland, wat inhoudt dat MAF Nederland een bestuurslid mag voordragen. De financiële ondersteuning loopt tot 2018, daarna wordt verwacht dat MATC zelfstandig verder kan. Mocht dit niet het geval zijn dan vindt ondersteuning plaats vanuit MAF Internationaal.

De samenwerking met MATC verloopt goed en wordt gecontinueerd.

- Regelmatig afstemming over de voortgang en vakinhoudelijke begeleiding van kandidaat piloten.
- Evaluatie van procedures en bijstellen daarvan.
- Afstemming met MAF Nederland en MAF International over de voorbereiding van piloten op uitzending.
- De medewerking van MATC bij de Interesse dagen en de Beleef de MAF dag!.

TFC/Ouders

Het bestaande TFC beleid voldoet goed en wordt gehandhaafd. Goede aandacht en begeleiding bij de start van de TFC. Hiervoor wordt onder meer gebruik gemaakt van het Uitzendbeleid en de TFC Handleiding. Vervolgens bezoek van TFC aan het kantoor van MAF Nederland. De HR medewerker onderhoudt contact met de TFC en bezoekt regelmatig de TFC bijeenkomsten.

Eens per 2 jaar wordt de TFC ontmoetingsdag gehouden. De eerstvolgende vindt plaats in 2019.

De ontmoetingsdag voor ouders van kandidaten en Internationale Staf wordt voortgezet. Deze dag wordt eens per 2 jaar gehouden. De eerstvolgende vindt plaats in 2018.

Voorbereiding en Uitzending

De zorg en begeleiding van kandidaten en Internationale Staf tijdens de voorbereiding, de uitzending en bij definitieve terugkeer naar Nederland is en blijft een wezenlijke taak van

de HR afdeling. In praktische zin door advies en ondersteuning en door membercare. Per mail, per Skype, tijdens verlof en tijdens een veldbezoek.

Enkele beleidsthema's worden verder uitgewerkt. Het voorbereiden op verlof (voor zowel de Internationale Staf alsook de TFC), de zorg voor kinderen bij de voorbereiding, uitzending en terugkeer en tot slot de voorbereiding bij re-entry in Nederland (voor zowel Internationale Staf alsook TFC).

- *Uitwerken van het beleidsthema verlof.*
- *Goede zorg voor kinderen bij voorbereiding, uitzending en terugkeer en meer betrokkenheid van MAF Nederland hierbij.*
- *Uitwerken van het beleidsthema Re-entry in Nederland.*

Vanaf 2018 worden de nieuwe Uitzendvoorwaarden in gang gezet. Ook het MAF verzekeringspakket wordt onder de loep genomen.

- *Implementatie van de Uitzendvoorwaarden en na 1 jaar evalueren.*
- *Evalueren van het verzekeringspakket.*

HR Database en Analyses

Met de implementatie van Salesforce en de nieuwe MAF website zijn er goede mogelijkheden voor het vastleggen en analyseren van gegevens. Daar wordt de komende tijd verdere uitwerking aan gegeven.

- *Het ontwikkelen van de HR database.*
- *Het vastleggen en analyseren van relevante gegevens.*

Samenwerking Internationaal

Er is een toenemende samenwerking met collega's van MAF International.

De HR Manager blijft nauw betrokken bij de HR ontwikkelingen op internationaal gebied. Ook met andere Resourcing Groups zoals MAF UK, MAF AUS en MAF DLD wordt regelmatig afgestemd en informatie uitgewisseld.

Met MAF Suriname zijn afspraken gemaakt over meer samenwerking. Dit bestaat onder meer uit het volgende:

- *Met MAF Suriname een pilot inzetten voor uitzending van kandidaat piloten met minder dan 500 uur.*

Netwerken in Nederland

Het continueren van de contacten en afstemming met supportorganisaties (SZD, ZGG, DVN) en met instanties (Wereldschool, Jabes verzekeringen, Raptim, InTransit).

Daarbij een actieve deelname aan de Membercare werkgroep en de Membercare bijeenkomsten.

Marketing & Communicatie

Imago

MAF Nederland is een fondswervende organisatie én een uitzendende organisatie; enkele tientallen Internationale Stafleden worden door de organisatie ondersteund. In haar uitingen is MAF voornamelijk een fondswervende organisatie. Gezien de hoeveelheid uitgezonden Internationale Stafleden, de kwaliteit van het voorbereidingstraject en de begeleiding van deze gezinnen en de nauwe samenwerking met het Europese opleidingscentrum voor MAF (MATC) zal in de komende beleidsperiode groeien naar een 70/30 (fondswervend/uitzendend) in de communicatie.

Vrijwilligers

In de vorige beleidsperiode is een verandering ingezet in het werken met vrijwilligers naar taakgerichte benadering en het opzetten van een grote vrijwilligerspool met beschikbare mensen. Deze inzet is succesvol en wordt uitgebreid zodat de organisatie verder kan groeien met hulp van een brede inzet van vrijwilligers op alle afdelingen van de organisatie.

Particulieren

Focus op nieuwe adressen

MAF heeft een ijzersterk imago én een aantrekkelijke propositie. De naamsbekendheid is flink gegroeid in de afgelopen paar jaar. Het is tijd om deze eigenschappen te verzilveren in een aanwas van supporters. Er wordt ingezet op verdere vergroting van de naamsbekendheid (groei naar de top 10 van christelijke goede doelen) en het werven van minimaal 5.000 nieuwe adressen per jaar.

Customer journey

Met de aanwas van adressen zal de kwaliteit van adressen afnemen en de diversiteit toenemen. Daarom wordt ingezet op maximaal rendement, zonder onze trouwe donateurs te frustreren. Dit wordt gedaan door aan de hand van analyses persoonlijke trajecten met supporters in te richten. Deze customer journeys zorgen ervoor dat het aanbod aan communicatie en marketing aansluit bij de intrinsieke wens hierin van de supporter. Een goed voorbeeld hiervan is de in de vorige beleidsperiode ingezet welkomstjourney waarin nieuwe supporters stap voor stap over MAF worden geïnformeerd en hun manier van betrokken zijn wordt bepaald.

Meer focus op online

Testen met inzet van Adwords en display (banner) campagnes hebben succesvolle resultaten laten zien. Naast dat er meer bereik is per euro is ook de conversie hoger en beter meetbaar (en dus te sturen). Zowel oude als jonge generaties omarmen in snel tempo de online wereld, dus MAF zal ook daar goed vertegenwoordigd moeten zijn. Dit vraagt om meer focus op online. De nieuwe website vervult hierin een centrale rol en zal worden gefinetuned aan de hand van conversiedoelen en A/B testen.

Blijvende focus op beleving

De ingezette weg in de vorige beleidsperiode om focus te geven op beleving heeft goede resultaten bewerkstelligd. In de afgelopen jaren hebben via de MAF Open Dag, de Aviodromedag, de Vliegdagen en Stapuitjes duizenden mensen beleefd wat MAF inhoud en daardoor is hun betrokkenheid aanwijsbaar verbeterd. De bestaande activiteiten (in evenementen en uitingen) worden gecontinueerd, verbetert en op termijn uitgebreid.

Overige doelgroepen

Kerken & Scholen

De betrokkenheid van kerken en scholen groeit samen op met de naamsbekendheid en betrokkenheid van supporters. Actief relatiemanagement is erg intensief en het succes is afhankelijk van persoonlijke relaties (die qua taak binnen een school of kerk weer kunnen wijzigen). Er wordt geen actief kerken- en scholenbeleid gevoerd tot er een relatiemanager kan aangesteld worden hiervoor. We beperken de benadering van deze doelgroep door het aanbieden van (brandstof) spaarsystemen en lespakketten via verschillende MAF uitingen en gerichte mailingen aan externe bestanden.

Klantencontactcentrum

De afdelingen Administratie en Receptie gaan meer samenwerken en vormen samen een klantencontactcentrum. Kennis tussen de afdelingen wordt gedeeld zodat er meer parate kennis is bij de eerste lijn. Hierdoor zal de kwaliteit van de antwoorden op vragen of verzoeken van supporters omhoog gaan. Dit zal, samen met de mijn.maf.nl omgeving en interactieve hulpmiddelen zoals een chatfunctie op de website, zorgen voor een positief contact met de supporter waarin deze zelf, of met behulp van een medewerker, de samenwerking optimaal kan vormgeven. Dit zal bijdragen aan het positieve imago van MAF als betrouwbare, effectieve en behulpzame organisatie.

Administratie

Binnen de afdeling administratie zijn vanaf midden 2017 de nodige wijzigingen ingezet. Doelstelling de komende jaren is om met ongeveer hetzelfde aantal FTE de groei in inkomsten te verwerken. De al jaren aanwezige trend om werkzaamheden te automatiseren wordt daarom onverminderd doorgezet. Daarnaast zal begin 2018 de afdeling heringedeeld zijn, waarbij er een parttime Hoofd Financiën en Beheer wordt aangesteld. Binnen MAF Nederland was na de verhuizing naar Teuge onduidelijk onder wie het beheer van gebouw, meubilair en ICT viel, hetgeen hiermee wordt opgelost.
Zomer 2018 moeten alle procedures binnen de afdeling beschreven zijn en toegankelijk voor de medewerkers van de afdeling, zodat kennis gedeeld wordt en bij ziekteverzuim de werkzaamheden vrij eenvoudig kunnen worden voortgezet.

Meerjarenbegroting 2018-2020

	2018 begroting	2019 begroting	2020 begroting
BATEN			
Onbestemde giften	1.800.000	1.900.000	2.000.000
BESTEMDE BATEN			
Projecten	1.850.000	2.050.000	2.250.000
Internationale staf	1.800.000	1.900.000	2.000.000
Overige incidentele inkomsten	250.000	250.000	250.000
Totaal	5.700.000	6.100.000	6.500.000
LASTEN			
Kantoorlasten + fte	920.000	960.000	1.000.000
Marketing + Open Dag	625.000 OD	690.000	775.000 OD
Investering EO televisie	200.000		
Totaal	1.745.000	1.650.000	1.775.000