



BELEID 2015-2017 MAF NEDERLAND



Inhoud

Directiebeoordeling beleidsperiode 2012-2014	3
a. Hoofdpunten	3
b. Overige punten	4
Analyse SWOT.....	5
Bestuur 2015-2017	8
Huidige werkwijze en verantwoording bestuur-raad van toezicht gelijk houden.....	8
Vaststellen ambitieniveau financieel	8
FTE	8
Open Dagen en donateursactiviteit	8
MAF Internationaal.....	8
Netwerken	9
HR 2015-2017	10
Werven van vliegtuigtechnici en IT ers, programma managers en piloten	10
Aandacht voor werken met MAF op het voortgezet onderwijs	10
Opzet van Beleef de MAF dagen	10
Stroomlijnen met MATC	10
Participeren in de verdere MAFI HR ontwikkeling	11
Personele administratie kandidaten en Internationale Staf	11
Personele Zaken Nederland	11
Marketing	12
Business Club.....	12
Open Dag, Uit met MAF	12
Crowdfunding.....	12
Aantrekkelijke acties	12
Nieuwe vormen van mailingen.....	12
Presentaties.....	12
Uitstapje bij MAF	12
Persoonlijke benadering	13
Website	13
Meerjarenbegroting	14
Toelichting	14



DIRECTIEBEOORDELING BELEIDSPERIODE 2012-2014

a. Hoofdpunten

In het beleidsplan 2012-2014 waren de volgende hoofdpunten opgenomen:

1. Stijging inkomsten van 3,2 miljoen naar 3,8 miljoen euro structurele inkomsten
2. Verhuizing naar vliegveld Teuge
3. Minimaal gelijk houden van het aantal Internationale Staf (IS)
4. Meer ervaring/beleving brengen in activiteiten
5. Opzetten business club
6. Administratief meer automatiseren
7. Ondersteunen samenwerking binnen MAF I

Ad 1. Stijging inkomsten van 3,2 miljoen in 2011 naar 3,8 miljoen structurele inkomsten

De inkomsten in 2011 bedroegen totaal € 3.483.290, waarvan € 3.211.936 structureel en € 272.000 eenmalige giften. In 2014 ligt de prognose op € 3.975.000 totaal waarvan € 3.625.000 structureel en € 350.000 eenmalig.

Vanwege de financiële crisis stegen de structurele inkomsten minder dan vooraf verwacht, met name in 2012. Doordat er elk jaar eenmalige giften waren, kwamen de totalen in deze jaren toch op of boven de begroting uit. Vooral in 2013 was er een piek van € 770.000 eenmalige giften. Er is daarom alle reden voor tevredenheid, met name dat er toch een structurele stijging van ruim 4 ton in deze crisisperiode gerealiseerd werd.

Ad 2. Verhuizing naar vliegveld Teuge

De reden om van een industrieterrein in Harderwijk naar een vliegveld te verhuizen is niet alleen gelegen in het feit dat voor het imago van MAF het beter is om op een vliegveld aanwezig te zijn. Ook het onder punt 4. genoemde 'beleving brengen in activiteiten' speelt hierin een belangrijke rol. Verder is het MATC, het opleidingscentrum van MAF voor aanstaande piloten, hier al gevestigd. Dit biedt allerlei mogelijkheden om het werk van MAF dichterbij de donateur te brengen. Na veel voorbereidingen is het gebouw eind 2014 in gebruik genomen en zijn de mogelijkheden voor activiteiten aldaar in de tweede helft van 2014 aan de diverse donateursgroepen bekend gemaakt.

Ad 3. Minimaal gelijk houden van het aantal Internationale Stafleden.

Dit doel is gehaald, er is zelfs sprake van een lichte stijging. Bij een aantal mensen die in opleiding zijn heeft de start van het eigen opleidingscentrum MATC duidelijk een rol gespeeld. In deze periode stopten vier gezinnen met hun werkzaamheden bij MAF, meestal vanwege de opleiding van hun opgroeiende kinderen.

Eind 2011 waren er veertien gezinnen actief op het werkveld, vijf in opleiding en twee voor het kantoor in Engeland. Eind 2014 zal dit zestien gezinnen op het werkveld zijn, acht in opleiding en drie voor het kantoor in Engeland.

Ad 4. Meer ervaring/beleving brengen in activiteiten

Naast de al genoemde activiteiten op het vliegveld, o.a. voor de onder punt 5 te noemen business club, werd dit bereikt door het ontwikkelen van nieuwe DM's en insert-acties met gestante kaarten. Met name de brandstofactie in de vorm van een jerrycan was zeer succesvol. Mede daarmee lukt het ook het aantal nieuwe namen en donateurs fors te verhogen, naar 6.500 in 2013.

Een nieuwe activiteit is het idee om in plaats van per twee jaar via een Open Dag een grote groep donateurs persoonlijk te bereiken, ook in het tussenliggende jaar een activiteit te bedenken voor de donateur. In 2014 gebeurde dit voor het eerst door een actie samen met het Aviodrome in Lelystad. Donateurs konden MAF ontmoeten in het museum voor de helft van de normale toegangsprijs. Ook de al in 2011 gestarte actie op Opwekking speelt een rol in het geven van een MAF ervaring. **Vanaf het parkeerterrein worden met een tiental riksja's mensen vervoerd naar het evenemententerrein.** Dit maakt voor een groot deel van de ruim 60.000 bezoekers MAF zichtbaar.

Dat deze richting waarin MAF Nederland zich beweegt succesvol is blijkt ook uit de volgende feiten:

- uit onderzoek in 2013 blijkt dat de naamsbekendheid van MAF langzaam maar zeker groeiende is
- in 2013 ontving MAF de prijs voor het donateur vriendelijkste, christelijke goede doel.
- in 2014 kwam MAF bij het merkenonderzoek onder charitatieve doelen voor het eerst op plaats 98 binnen in de top honderd van goede doelen. Slechts een tiental andere christelijke doelen komt in deze lijst voor.

Ad 5. Opzetten businessclub

De opzet startte zeer voorspoedig, met in het eerste jaar 47 leden. Daarna stagneerde de groei, waarmee het optimistisch ingeschatte aantal van 100 eind tweede jaar bij lange na niet gehaald werd. Met een paar mooie actiedagen in 2014 steeg het aantal weer flink. De prognose eind 2014 is 75 leden. Het lidmaatschap biedt ondernemers de mogelijkheid deel te nemen aan twee vliegdagen, waarbij de ondernemer twee andere ondernemers uit zijn netwerk mee kan nemen om naast enkele presentaties een maaltijd en een vliegles te ontvangen.

Ad 6. Administratief meer automatiseren

Dit is een blijvend iets dat in de vorige beleidsperiodes ook speelde en ook in het nieuwe beleidsplan aandacht zal behoeven. Het beste bewijs dat op dit gebied ook weer het nodige werd gerealiseerd, is dat het aantal uren op de afdeling stabiel is gebleven, terwijl de hoeveelheid werk toenam, onder andere door het succes van de webshop van MAF. De verbeteringen in automatisering waren vooral mogelijk dankzij de inzet van twee vrijwilligers die op het gebied van onze database en analyses van werkprocessen gespecialiseerd zijn.

Ad 7. Ondersteunen samenwerking binnen MAF I

De gehele periode is er door bestuur en management team actief deelgenomen aan de discussies binnen MAF I. Voor het bestuur/raad van toezicht gaat dit via de jaarlijkse Annual General Meeting die in 2013 in Nederland werd gehouden.

De bestuurder/directeur is naast het werk als consultant voor kleinere MAF landen actief betrokken als lid van de Steering Group, die de samenwerking coördineert tussen MAF Internationaal en MAF US en Canada.

Het hoofd Marketing en Communicatie en het HR manager nemen deel aan respectievelijk het communication and fundraising network en HR group.

Vanwege de groei was er de noodzaak enkele afdelingen te versterken, maar afgesproken was de groei beperkt te houden. Het personeelsbestand groeide van 11 naar 12 personen, in fte was dit van 8,7 in 2011 naar 9,0 in 2014.

b. Overige punten

Verandering bestuursmodel

Hoewel niet opgenomen in het beleidsplan, was er al langer sprake van discussie in het bestuur over het huidige bestuursmodel. Mede naar aanleiding van een rapportage van het CBF werd aan deze discussie in 2013 veel tijd besteed. Besloten werd over te gaan naar een Raad van

Toezichtmodel waarin de directeur het bestuur vormt. In het voorjaar van 2014 werd dit geconcretiseerd. Dit betekende tevens dat de rol van het Management team werd versterkt. Dit team bestaat naast de bestuurder uit het Hoofd Marketing en Communicatie en de HR Manager.

ISO en CBF

Eind 2013 vond een her-evaluatie plaats voor de ISO certificering. Belangrijkste aandachtspunt daarbij bleek dat MAF in tekortkomingsrapporten wel aangaf welke actie er moest worden ondernomen, maar dat de controle of dit ook succesvol was ontbrak. In elk geval werd dit niet schriftelijk vastgelegd. Dit is in de procedures nu opgenomen en begin 2014 ontvingen we het nieuwe certificaat geldig tot begin 2016.

In mei en juni werden de interne audits gehouden. Als uitvloeisel hiervan werden een aantal ouden bijlagen m.b.t. voorlichting vervangen en werd overal de termen bestuur en directie vervangen door bestuur en Raad van Toezicht. Ook zal er in 2015 worden gezocht naar een voor de medewerkers sneller vindbare plaats waar alle documenten rond ISO digitaal staan.

Ook het CBF deed een hertoetsing eind 2012. Eén afwijking werd geconstateerd, het evalueren van het eigen functioneren van het bestuur. Toegezegd werd dat dit werd meegenomen in het traject rondom de eventuele nieuwe bestuursvorm en dat dit daarna tweejaarlijks wordt geagendeerd. Het CBF keurmerk werd daarop weer verstrekt van 2013 t/m 2015. Begin 2014 werd gemeld door het CBF dat deze afwijking is opgeheven.

Klanttevredenheid

In 2012 werd de mogelijkheid voor donateurs geopend om via de website van MAF hun persoonlijke wensen voor wat betreft postfrequentie, hoogte van incassogiften e.d. zelf aan te passen. Hier wordt goed gebruik van gemaakt.

De bestaande klachtenprocedure werkt goed, het aantal klachten ligt blijvend laag, gemiddeld rond 60 per jaar, waarbij ook opmerkingen als 'ik wil minder post' zijn meegenomen. Alle klachten worden serieus genomen en snel en naar tevredenheid afgehandeld.

In 2013 heeft een groot deel van de medewerkers een cursus gevolgd in klantvriendelijkheid bij telefonische contacten.

Leveranciers beoordelingen

Over het algemeen kunnen we zeer tevreden terugkijken op de relatie met onze belangrijkste leveranciers. Met enkele bedrijven werden gesprekken gevoerd om verbeteringen in het proces aan te brengen, met een positieve uitkomst.

In 2014 werden vanwege de verhuizing op een aantal gebieden nieuwe offerterondes gehouden, waarbij één bedrijf niet meer terugkeert wanneer MAF in Teuge gehuisvest is.

Analyse SWOT

Analyse huidige situatie Sterkte, Zwakte, Kansen en Bedreigingen.

Sterkte

1. Uniek en aantrekkelijk product

In de christelijke wereld kennen we vrijwel geen organisaties werkzaam op hetzelfde terrein.

2. Trouwe achterban

Weinig uitval, mensen blijven lange tijd betrokken en geven gemiddeld veel.

3. Sterk imago

MAF staat bekend als gedegen (professionele) en gedreven (toegewijde) organisatie.

4. Interkerkelijke organisatie

MAF is niet gebonden aan een kerkverband en zowel in reformatorische als evangelische hoek geaccepteerd.

5. MAF concurreert niet, maar ondersteunt juist anderen

Wereldwijd ondersteunt MAF met vervoer ruim 900 organisaties in hun werkzaamheden.

6. Relatief jonge achterban

De gemiddelde leeftijd ligt beduidend lager dan bij de meeste andere organisaties.

7. Financieel gezond

De reserves zijn op orde en daarmee het buffervermogen.

8. Mix van oude en moderne communicatiemiddelen

MAF gebruikt zowel oude methoden (o.a. direct mail, presentaties, standwerk), als ook moderne middelen (o.a. moderne website met connectie twitter, hyves, facebook) waarmee het voor een breed publiek aantrekkelijk blijft.

9. Betrokken groep rond uitgezonden staf

Groep rondom een uitgezonden familie blijkt niet alleen betrokken bij het gezin, maar bij het geheel van de werkzaamheden van MAF.

Zwakte

1. MAF levert slechts beperkt directe hulp

In de meeste gevallen voert MAF niet zelf een project uit, maar regelt uitsluitend het vervoer. Dit maakt een vertaalslag nodig richting de achterban.

2. Spontane naamsbekendheid is nog steeds laag

De naamsbekendheid is gestegen, maar wanneer er gevraagd wordt spontaan een aantal goede doelen te noemen scoort MAF nog laag, ook binnen de christelijke wereld.

3. Lang proces voor uitzending

Er kunnen jaren zitten tussen het verlangen om bij MAF te werken en de daadwerkelijk uitzending. Veel verbeteringen zijn aangebracht, maar dit is een structureel gegeven.

4. Gerichte meerjarenplanning voor Internationale Staf ontbreekt bij MAF Internationaal

Daardoor is actieve werving moeilijk. Structurele zwakte. Hoeveel nieuwe mensen nodig zijn in een bepaald jaar is onduidelijk.

5. Communicatielijnen internationaal zijn zwak

Er is hier de afgelopen jaren veel in verbeterd, maar de tijdige en juiste informatievoorziening blijft een zwak gegeven.

Kansen

A. Bedrijven hebben interesse om organisaties als MAF te ondersteunen

MVO en geven aan goede doelen wordt steeds normaler in de zakelijke wereld. Via businessclub en persoonlijke benadering kunnen bedrijven aan MAF gebonden worden.

B. In aanbod donateur aansluiten bij de wens naar ervaring.

Door naast de Open Dagen mensen naar ons toe te halen en i.s.m. MATC een dagje uit te organiseren, kunnen mensen meer invoelen wat MAF is en betekent.

C. Beperkt aanbod organisaties in bepaalde denominaties

Met name in enkele denominaties in de reformatorische hoek zijn een klein aantal organisaties

geaccepteerd. Als MAF hiertoe behoort is er inkomstengroei uit kerken en particulieren te verwachten.

D. MAF NL is meer betrokken bij HR internationaal en fondsenwerving internationaal

Deze betrokkenheid geeft naast meer informatie ook mogelijkheden voor beïnvloeding van beleid. Dit helpt zowel de fondsenwerving in Nederland als de HR afdeling. Deze laatste zowel in kennis van de behoeften aan Internationale Staf als ook in zorg voor de IS op het veld.

Bedreigingen

A. De verzadiging van de Charimarkt

Er komen jaarlijks nog steeds vele nieuwe organisaties bij. Daarnaast heeft het stopzetten van subsidies als gevolg dat andere branches (sport, ziekenhuizen e.d.) zich steeds meer op de charimarkt begeven.

B. Uitzendkosten Internationale Staf blijven groeien en er is een maximum aan wat Thuisfrontcommissies kunnen opbrengen.

Dit is een van de punten die internationaal aandacht verdient.

C. Onzekere economische situatie

Is de crisis over of gaan de naweën hiervan nog lang voelbaar zijn. (ontslag, stijgende lasten, pensioen, huizenmarkt) en daarmee minder beschikbare fondsen voor MAF.

D. Stijging kosten t.o.v. opbrengsten

Het kost meer moeite en geld bestaande donoren vast te houden en nieuwe te vinden. Het publiek wil echter zo laag mogelijke kosten (overhead) zien.

Samenvatting SWOT

Door een goede positionering in het veld van christelijke fondsenwerfers en een gezonde financiële basis, ziet de toekomst voor MAF Nederland er positief uit. Er zijn nog voldoende kansen om nieuwe donateurs, zowel particulieren als bedrijven voor het werk van MAF te interesseren. De verzadiging van de charimarkt met daaraan gekoppeld stijgende kosten voor fondsenwerving zijn al een aantal jaren een gegeven en vormen geen grote bedreiging. De enige bedreiging ontstaat in geval de financiële crisis langer aanhoudt en meer leden uit onze achterban zullen moeten besparen.

Wat de Internationale Staf betreft is er nog voldoende steun te vinden in de achterban om mensen uit te zenden, maar de groeiende kosten lijken wel voor een aantal Thuisfront commissies een probleem te gaan worden. Internationaal zal hier een meer eenduidig beleid nodig zijn. Daarnaast ook een betere prognose van aantallen benodigde Internationale Staf en welke kennis en ervaring zij moeten hebben.



BESTUUR 2015-2017

Huidige werkwijze en verantwoording bestuur-raad van toezicht gelijk houden

Naar aanleiding van de omzetting van een bestuursmodel naar een raad van toezichtmodel zijn in de Verantwoordingsverklaring een aantal noodzakelijke wijzigingen aangebracht. De principes hierachter en de wijze van rapporteren van de bestuurder aan de raad van toezicht zijn gelijk gebleven en zullen in de komende periode worden gehandhaafd.

Ook de hoogte van de verschillende reserves en fondsen zijn hierin op basis van de risicoprofielen vastgelegd en zullen in de komende periode worden gehandhaafd.

Vaststellen ambitieniveau financieel

Voor de komende jaren gaat MAF Nederland uit van een behoorlijk groeiscenario, waarbij de structurele inkomsten groeien van € 3.800.000 eind 2014 naar € 4.400.000 eind 2017. Anders dan vorige perioden gaat MAF ervan uit dat er jaarlijks een bedrag aan eenmalige giften zal binnenkomen en daarvoor wordt een bedrag van € 250.000 begroot.

De groei van € 600.000 dient te komen uit de navolgende doelgroepen/acties:

Bedrijven/fondsen	€ 200.000
Particuliere gevers	€ 220.000
Kerken	€ 60.000
Scholen	€ 20.000
Jaarlijkse actie	€ 100.000
	<u>€ 600.000</u>

De eenmalige giften worden met name verwacht van bedrijven/fondsen en nalatenschappen. Onzeker blijft op dit moment of de crisis echt over is of dat de particuliere en bedrijvensector, waar MAF haar giften uit krijgt, nog lang van de naweën last zal hebben. Daarom zal jaarlijks bekeken worden of er in dit scenario aanpassingen nodig zijn.

FTE

Er is al geconstateerd dat de lasten jaarlijks stijgen, anders gezegd er moet meer in marketing-activiteiten geïnvesteerd worden om hetzelfde bedrag binnen te krijgen. Om de totale kosten niet teveel te laten oplopen, zal de stijging in fte beperkt blijven, van 9 fte in 2014 naar 10 fte in 2017. Daarmee kan MAF Nederland een zo groot mogelijk deel van haar inkomsten blijven besteden aan de doelstelling.

Open Dagen en donateursactiviteit

Tweejaarlijks houdt MAF Nederland een Open Dag voor de achterban. In het lopende beleidsplan zal dit plaatsvinden in 2015 en 2017. De verwachting is dat bij redelijk weersomstandigheden de bezoekersaantallen t.o.v. de laatste twee Open Dagen (2000 en 3500 bezoekers) zullen blijven stijgen. Daarop zal het programma moeten worden ingericht.

Zoals hiervoor al genoemd zal in het tussenliggende jaar gekeken worden naar een geschikte locatie waar met weinig inspanningen vanuit het MAF kantoor een ontmoetingsdag met de donateurs kan worden georganiseerd.

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 het bestuur in de diverse fora binnen MAF I als via de directeur, HR manager en Hoofd Marketing en Communicatie

Wat betreft speerpunten voor beleid beïnvloeding is gekozen voor:

- a. Aansturen op impactmeeting in het veld. Dit is in Nederland een belangrijk item geworden, maar internationaal begint daar nu pas aandacht voor te komen .
- b. Binnen twee jaar goede rapportages over de projecten die vanuit Nederland gefinancierd worden. Voor het traject van projectaanvraag tot en met projectverantwoording is er een uitstekend document beschikbaar binnen MAF Internationaal. De uitvoering hiervan blijft vooralsnog een verbeterpunt.
- c. Meer aandacht voor het opleiden van lokale mensen, ter plaatse of bijvoorbeeld in Nederland.

Er is een nieuw HR beleid internationaal, waarin o.a dit onderwerp benoemd wordt. Dit vormt een goede basis, maar tijdens de implementatie blijven we dit volgen.

Netwerken

Een doorlopende belangrijke taak voor de bestuurder is om in relevante netwerken aanwezig te zijn en MAF zichtbaar te maken. Hierbij valt te denken aan fondsenwervende netwerken, ondersteunende organisaties die Internationale Staf financieel ondersteunen, zakelijke contacten en contacten met belangrijke individuele donateurs. Ook contacten en netwerken binnen de wereld van christelijke organisaties vormen een belangrijk onderdeel hiervan.



HR 2015-2017

Veel HR activiteiten die goed voldoen zullen de komende jaren worden gehandhaafd. Te denken valt aan de begeleiding en zorg van kandidaten en Internationale Staf, de Interessedagen, de aandacht voor (de opzet en begeleiding van) TFC's, de Ouderdagen en de TFC ontmoetingsdagen.

Speciale of meer uitgebreide aandacht zal er de komende periode zijn voor de volgende activiteiten.

Werven van vliegtuigtechnici en IT ers, programma managers en piloten

We blijven aandacht geven aan de werving van piloten. Daarnaast willen we focussen op een aantal belangrijke functies waar veel en structureel vraag naar is.

Bij MAFI is er veel vraag naar vliegtuigtechnici. Dit is een lang opleidingstraject en het is belangrijk om op het voortgezet onderwijs en op de vlieg technische opleidingen de mogelijkheden voor uitzending bij MAF al aandacht te geven. De HR medewerker zal hier, samen met ex MAF vliegtuigtechnici verdere invulling aan geven.

Ook zijn er enkele mogelijkheden voor geïnteresseerde kandidaat vliegtuigtechnici om stage te lopen in een MAF programma.

Voor wat betreft ITers is er veel behoefte bij met name MAF US.

Het werven van vliegtuigtechnici en ITers vraagt om een andere benadering als de werving van piloten. Het belang van deze functies voor MAF kan meer onder de aandacht worden gebracht.

Ook wat betreft de begeleiding bij het maken van een keuze voor uitzending hebben potentiële vliegtuigtechnici en ITers een andere aanpak nodig.

Daarnaast zal er blijvende aandacht zijn voor geschikte kandidaten met werkervaring, die zich aandienen voor de functie van Programma Manager, Operations Manager (ex-piloten), HR medewerker, en andere management functies.

Aandacht voor werken met MAF op het voortgezet onderwijs

De doelgroep is jongeren van 16-20 jaar. De HR medewerker zal hier samen met de Voorlichtingscoördinator en/of met ex MAF vliegtuigtechnici aandacht aan geven.

Opzet van Beleef de MAF dagen

De doelgroep is jongeren van 16-20 jaar. Een dag(deel) leren en ervaren hoe werken met MAF is. Deze dag wordt gehouden op Teuge en kan het verlengde zijn van de presentaties op het voortgezet onderwijs. Dit wordt uitgevoerd in samenwerking met MATC, de monteursgroep, kandidaten en verlofgangers.

Stroomlijnen met MATC

Goede aandacht zal worden gegeven aan een optimale rolverdeling en samenwerking met MATC. Te denken valt aan de afstemming met MAFI (HR en AD), de afstemming over geïnteresseerden en kandidaten, de mogelijkheden van kandidaten uit andere (Europese) landen bij MATC en de begeleiding daarvan.



De samenwerking met MATC bij de huidige activiteiten zoals bij de Interesse dagen, de jaarlijkse MATC-MAF vliegekampdagen met partners zal worden gecontinueerd. En nieuwe activiteiten zoals de Beleef de MAF dagen worden in overleg met MATC gestart.

Participeren in de verdere MAFI HR ontwikkeling

De HR Manager speelt een goede rol en zal nauw betrokken blijven bij de verdere ontwikkeling van MAFI op HR gebied.

Personele administratie kandidaten en Internationale Staf

Optimaliseren van de (digitale) personele administratie van de kandidaten en Internationale Staf. De HR medewerker zal hier verder inhoud aan geven.

Personele Zaken Nederland

Op verzoek zal de HR Manager aandacht geven aan het optimaliseren van de HR instrumenten voor het kantoor personeel van MAF Nederland. De HR medewerker zal hierbij ondersteunen.

De HR medewerker zal een P&A opleiding gaan volgen voor verdere professionalisering en om de HR manager op een aantal terreinen te kunnen vervangen.



MARKETING

Business Club

Het Business Club concept van MAF is goed aangeslagen. Het doel is de groep met betrokken ondernemers gestaag door te laten groeien en met deze groep meer betrokkenheid bij MAF te genereren.

Open Dag, Uit met MAF

De Open Dagen en Uit met MAF dagen zijn een goede bron voor waardevolle nieuwe relaties. Daarnaast is zijn het dagen van ontmoeting en beleving. De dagen zorgt voor verhoging van het geefpatroon. Deze dagen worden jaarlijkse activiteiten.

Crowdfunding

Een groep mensen gaat een (meestal fysieke) uitdaging aan en zoekt daarvoor sponsors. De groep deelnemers wordt zeer betrokken maar is beperkt qua aantal. Het bereik in inkomsten en nieuwe namen is groot, hoewel de waarde van de nieuwe namen naar verwachting beperkt is. Er wordt gezocht naar een optimale inzet van dit concept.

Aantrekkelijke acties

Ten opzicht van tien jaar geleden is het medium 'beurzen' veranderd. De bezoeker kiest nu uit het aanbod, in plaats van dat het zich laat informeren door het aanbod. Het medium maakt de bezoeker niet geïnteresseerd of aandachtig voor ons verhaal, tenzij we, zoals bij Opwekking, een krachtige vorm weten te bedenken die de bezoeker direct geïnteresseerd maakt. De Riksja actie op Opwekking laat MAF op een heel positieve manier zien. Met de passagiers is voor een korte tijd persoonlijk contact en het levert een behoorlijk aantal nieuwe namen op. De waarde van de nieuwe namen is naar verwachting beperkt. Bij deelname aan grotere beurzen of evenementen wordt alleen deelgenomen met vergelijkbare aantrekkelijke acties.

Nieuwe vormen van mailingen

De geteste nieuwe vormen (Jerrycan en Cargo kist) van mailingen en bijsluiters zorgen voor beleving, aantrekkingskracht en goede inkomsten. Ook in de nieuwe periode wordt steeds naar opvallende en nieuwe vormen gezocht. De lijn die ingezet is in het magazine Luchtpost waar wordt gezocht naar persoonlijke verhalen en beleving wordt doorgezet.

Presentaties

Waar 10 jaar geleden de presentaties nog veel nieuwe namen en inkomsten opbrachten is dat nu anders. Door het grote aanbod van goede doelen is er een bepaalde verzadiging opgetreden, waardoor het proces om een relatie te werven veel intensiever is. De presentaties worden zeer gewaardeerd, maar het is de vraag of dat voldoende reden is om er mee door te gaan. De actieve werving voor presentaties wordt gestopt.

Uitstapje bij MAF

Op Teuge kunnen groepen een proefles (rondvlucht) maken, een presentatie volgen, eten en dit eventueel combineren met vergaderen. Deze ontmoetingen kunnen ook vanuit een thema worden georganiseerd, zoals fiscale voordelen van schenken en nalaten. Dit zijn mooie persoonlijke en warme ontmoetingen, maar het bereik is op dit moment nog beperkt. Het is nodig dat de frequentie en aantallen bezoekers omhoog gaat. Er wordt gezocht naar mogelijkheden om



rondvluchten aan te bieden waar individueel op in te schrijven is. Met de inzet van de locatie op Teuge wordt het aantal presentaties in het land afgebouwd.

Persoonlijke benadering

De op maat gesneden persoonlijke benadering van supporters met groot geef potentieel blijft gehandhaafd. Reizen, persoonlijk contact en bezoeken spelen een belangrijke rol.

Website

Een nieuwe website met responsive design wordt ingezet om de stijgende lijn in de online beleving, aankopen en inkomsten door te zetten. Koppelingen met de interne database worden verder uitgebreid zodat supporters steeds meer zelf kunnen doen op de website.



MEERJARENBEGROTING

Bedragen in €	2014 prognose	2015 begroting	2016 begroting	2017 begroting
BATEN				
Onbestemde giften	1.450.000	1.520.000	1.600.000	1.650.000
BESTEMDE BATEN				
Projecten	965.000	1.000.000	1.150.000	1.300.000
Internationale staf	1.360.000	1.360.000	1.400.000	1.450.000
Overige incidentele inkomsten	400.000	400.000	250.000	250.000
Totaal	4.175.000	4.280.000	4.400.000	4.650.000
LASTEN				
Kantoorlasten	648.000	705.000	755.000	775.000
Marketing	455.000	495.000	500.000	525.000
Totaal	1.103.000	1.200.000	1.255.000	1.300.000

Toelichting

Onbestemde giften

De onbestemde giften zijn in 2014 sterk gegroeid. De jaren daarvoor was de groei echter niet zo stevig, vandaar dat de komende jaren weer een gematigde groei is voorzien.

Bestemde baten

Vanaf 2016 wordt verwacht dat de projectengiften sneller groeien, omdat dan het effect van de verhuizing naar Teuge met de nieuwe activiteiten zichtbaar moet worden.

Gezien de samenstelling van de uitgezonden internationale staf en kandidaten wordt voor 2015 eenzelfde bedrag aan inkomsten begroot als voor 2014. Omdat het aantal kandidaten licht stijgende is wordt de jaren daarna een gematigde groei in inkomsten verwacht.

Voor 2015 is reeds bekend dat er enkele eenmalige grote bedragen zullen binnenkomen. Zoals eerder vermeld wordt standaard € 250.000 begroot, vanwege het patroon dat al enige jaren hierin zichtbaar is, zo ook in 2016 en 2017.

Lasten

De kantoorlasten stijgen in 2015 vanwege de doorwerking van de uitbreiding in fte in 2014, meer kosten in woon-werkverkeer vanwege de verhuizing naar vliegveld Teuge en het feit dat het salaris voor de bestuurder/directeur nog maar voor een halve i.p.v. een hele dag wordt doorberekend aan MAF Internationaal. Daarnaast is voor elk jaar een stijging in de salariskosten verwerkt van 2%.

In 2016 is er een stijging in de kantoorlasten omdat de verwachting is dat er in dat jaar een extra fte wordt aangesteld. Bij Marketing is er een extra stijging in 2015 en 2017 vanwege de tweejaarlijkse Open Dag.