

MAF *Nederland*

Flying For Life

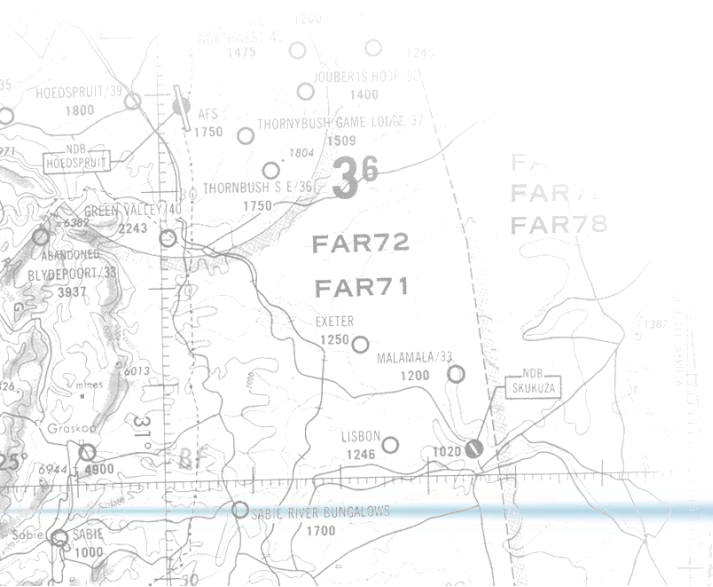
Beleidsplan 2012-2014

INHOUD

Directiebeoordeling beleidsperiode 2009-2011	3
Analyse SWOT	7
Directie	11
HR	12
Marketing en Communicatie	14
Administratie	15

Bijlage:

- Meerjarenbegroting



DIRECTIEBEOORDELING BELEIDSPERIODE 2009-2011

a. In het beleidsplan 2009-2011 waren de volgende hoofdpunten opgenomen:

1. Stijging inkomsten van 2,6 naar 3,1 miljoen
2. Verdere groei in donateurs, zij het in afnemend tempo
3. Groei aantal IS naar 31
4. Inzet ex-IS
5. Blijvend investeren in naamsbekendheid
6. Vergroten kennis achterban
7. Extra inzet op scholen en bedrijven
8. Ondersteunen samenwerking binnen MAF I
9. Voorzichtige groei personeelsbestand
10. Nieuwe huisvesting

Ad 1. Stijging inkomsten van 2,6 miljoen in 2008 naar 3,1 miljoen in 2011

De inkomsten in 2009 bedroegen € 3.010.499 en daarbovenop € 450.000 aan eenmalige giften. In 2010 was dat € 3.233.936 structureel en € 400.000 eenmalig.

De begroting voor het structurele gedeelte voor 2011 is € 3.410.000. Prognose is dat we dit niet zullen halen maar rond € 3.2 miljoen zullen uitkomen. Voor zover nu bekend zullen de eenmalige giften niet hoger zijn dan € 200.000. Ondanks de lichte teruggang in dit laatste jaar, kunnen we dus spreken van een goede periode met een doorgaande groei tot boven het verwachte bedrag. Zeker wanneer we ons realiseren dat de groei in een periode van economische crisis is doorgegaan.

Ad 2. Verdere groei in donateurs, zij het in afnemend tempo

De vorige periode kwamen er jaren voor met een groei van 6.000-7.000 nieuwe donateurs. Dat groeitempo is inderdaad lager geworden, via 4.600 nieuwe adressen in 2009, naar 4.100 in 2010 en vermoedelijk rond 3.000 in 2011. Daarmee zal het totaal aantal donateurs eind 2011 rond 42.000 bedragen. Het verloop onder donateurs daarentegen is niet groot, alleen in 2010 vielen er 3.000 donateurs af, met name vanwege een opschoning van het gehele bestand. Netto groeiden we daarmee in deze periode met 5.000 nieuwe donateurs.

Ad 3. Groei aantal IS naar 31

Deze groei kon helaas niet gerealiseerd worden. Waarschijnlijk eindigen we eind 2011 op 21 gezinnen. 14 actief op het werkveld, 5 in opleiding en 2 op het kantoor in Engeland. De cijfers in het beleidsplan waren 20 op het veld, 7 in opleiding en 4 in Engeland.

Redenen waarom we er niet in slaagden meer mensen naar het veld te krijgen waren met name:

- weinig basispiloten nodig, prognoses zijn moeilijk te maken
- problemen met geldigheid brevetten in verschillende werelddelen
- problemen met visa

Hierdoor is in 2010 en 2011 de actieve werving van nieuwe mensen op een wat lager pitje gezet.

Enkele malen in deze periode is deze problematiek door het bestuur aangekaart bij het bestuur van MAF I. Er is daardoor nu wel een betere prognose beschikbaar, maar het aantal benodigde

basispiloten voor de komende jaren is beperkt, dit in tegenstelling tot ervaren piloten waar een groot tekort van is.

Ad 4. Inzet ex-IS

Gekeken is naar de beste methoden om de schat aan ervaring van mensen die in het veld hebben gewerkt beter te benutten. In combinatie met bovenstaande geconstateerde problemen met nieuwe IS, is besloten tot het oprichten van een vliegschool. Het Mission Aviation training Centre (MATC) staat los van MAF, maar is middels de doelstelling in de statuten sterk met MAF verbonden.

Hiermee hopen we sneller te kunnen bepalen of potentiële kandidaten geschikt zijn voor het werk bij MAF. En een kwalitatief sterke op het werk van MAF gerichte opleiding moet ervoor zorgen dat mensen sneller en beter toegerust naar het veld kunnen. Hoop daarbij is dat men dan ook sneller door de periode van basispilot heen komt, waardoor er meer doorstroom mogelijkheden ontstaan.

Vooralsnog richt het MATC zich op Nederlandse kandidaten.

Ad 5. Blijvend investeren in naamsbekendheid

Dit wordt vooral bereikt door insertacties in christelijke bladen en de aanwezigheid op diverse christelijke evenementen. Met name in de evangelische hoek is gekeken hoe we de bekendheid kunnen vergroten. In 2011 is een actie gestart op Opwekking, die we enkele jaren hopen vol te houden. Vanaf het parkeerterrein worden met een tiental riksja's mensen vervoerd naar het evenemententerrein. Dit maakt voor een groot deel van de bezoekers MAF zichtbaar.

Dankzij een nieuwe stichting die naamsbekendheid en waardering meet van christelijke goede doelen kunnen we de komende jaren ook meten of onze inspanningen succes hebben.

Uit de metingen over de eerste twee jaar kunnen we in elk geval al constateren dat MAF tot de hoogst scorenden behoort v.w.b. waardering bij het publiek.

Ad 6. Vergroten kennis achterban

Vanwege de groei in het aantal donateurs was het nodig voor selecties en analyses meer mogelijkheden te hebben en zodoende meer kennis van de achterban te verkrijgen.

Er zijn in deze periode verbeteringen aangebracht in de database en een aantal analysetools gemaakt. Ook is er extern een zgn. wealthoverlay op onze database gedaan, waardoor we weten wie onze potentiële grote donoren zijn. De komende jaren blijft echter inzet op dit gebied nodig, omdat het gewenste niveau nog niet is bereikt.

Ad 7. Extra inzet op scholen en bedrijven

Vanuit de scholen zijn de inkomsten al jaren beperkt. Een goed nieuw lespakket was hiervoor noodzakelijk. De productie hiervan duurde langer dan gepland. Maar inhoudelijk hebben we dankzij een universitair stagiaire in combinatie met enkele IS-ers die uit het onderwijs afkomstig zijn, een kwalitatief uitstekend pakket. Het pakket dient niet alleen voor inhoudelijke kennis over MAF, maar is ook een actiemiddel. De eerste proeven met scholen zijn positief. Het lespakket zal de komende jaren zijn waarde moeten aantonen.

Voor de bedrijven werd een relatie manager gezocht. Omdat één persoon zich meldde als vrijwilliger voor twee dagen zijn er nu twee personen actief voor het benaderen van bedrijven en stichtingen. Half 2011 kunnen we constateren dat de eerste resultaten van hun inzet zichtbaar worden.

Ad 8. Ondersteunen samenwerking binnen MAF I

Door het terugtreden van MAF US en Canada uit MAF I hebben we de oorspronkelijke visie voor één wereldwijde organisatie moeten bijstellen. Doordat er wel als vervolg hierop een Alliantie is afgesloten tussen MAF I en MAF US en Canada wordt er wel op belangrijke onderdelen gekeken naar verdere samenwerking en soms samenvoeging van activiteiten.

De gehele periode is er door bestuur en directie actief deelgenomen aan de discussies binnen MAF I.

De directeur is naast het werk als consultant voor kleinere MAF landen hierbij actief betrokken als lid van de Steering Group, die de samenwerking coördineert, en als lid van twee werkgroepen, het Communications en Branding.

Ad 9. Voorzichtige groei personeelsbestand

Vanwege de groei was er de noodzaak enkele afdelingen te versterken, maar afgesproken was de groei beperkt te houden. Het personeelsbestand groeide van 9 naar 12 personen, in fte was dit van 5,6 in 2008 naar 8,7 in 2011.

Ad 10. Nieuwe huisvesting

Eind 2009 werd deze gevonden. Dankzij de inbreng van een bevriende vastgoedondernemer werd daarbij een huurvrije periode van 14 maanden bedongen.

b. Overige punten m.b.t. 2011

ISO

Nadat in 2010 alle ISO procedures tegen het licht werden gehouden en eind 2010 via het intranet beschikbaar kwamen, zijn in 2011 slechts wat kleine aanpassingen geweest in de navolgende procedures: Handboek OMS, Marketing, Selectie en Coaching IS, inkoop en beheersing documenten.

Per afdeling zijn de achterliggende werkafspraken en procedures geüpdate en eveneens via het intranet voor iedereen beschikbaar.

Bij de interne audits kwamen geen verdere bijzonderheden naar voren. Deze worden elk jaar rond mei/juni gehouden.

Klanttevredenheid

Onderzoek TFC's

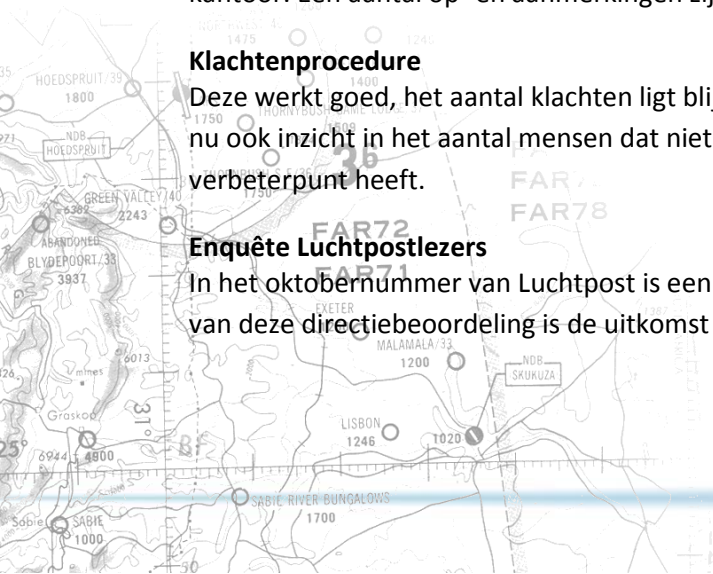
Eind 2010 is er een evaluatie geweest onder TFC's met vragen naar wat verbeterd kan worden en waar men tevreden over is. Men is over het algemeen erg tevreden over de ondersteuning vanuit het kantoor. Een aantal op- en aanmerkingen zijn meegenomen in het nieuwe beleidsplan.

Klachtenprocedure

Deze werkt goed, het aantal klachten ligt blijvend laag. Door de nieuwe wijze van werken hebben we nu ook inzicht in het aantal mensen dat niet echt een klacht heeft, maar toch een opmerking of verbeterpunt heeft.

Enquête Luchtpostlezers

In het oktobernummer van Luchtpost is een enquête opgenomen voor alle lezers. Bij het schrijven van deze directiebeoordeling is de uitkomst daarvan nog onbekend.



Leveranciers beoordelingen

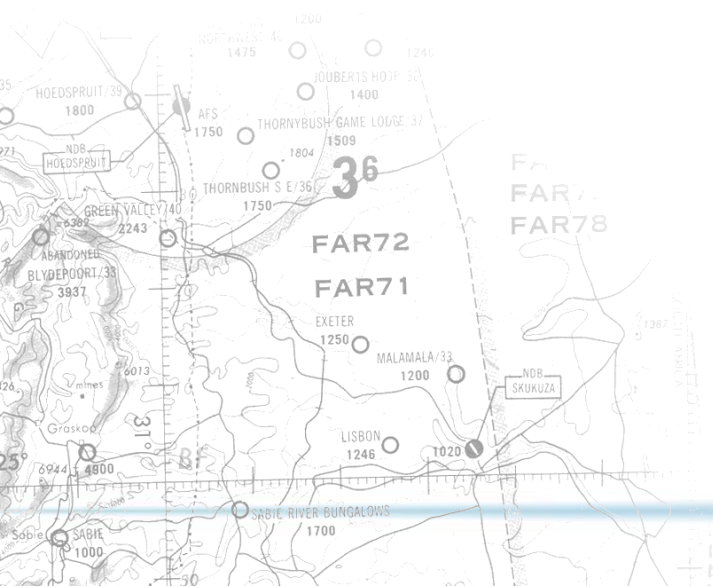
Er waren in 2011 weinig klachten over de leveranciers, bij vrijwel alle leveranciers is de samenwerking correct en prettig. De jarenlange samenwerking met Praotes v.w.b. de website is gestopt, omdat het bedrijf een andere richting inslaat en niet meedeelt in de offertes voor een nieuwe website. De samenwerking rondom de database en data-analyse met enkele vrijwilligers is niet helemaal uit de verf gekomen. Met beide partijen wordt een gesprek gevoerd over de verwachtingen en de noodzaak van continuïteit voor MAF. Is er te weinig continuïteit gewaarborgd, dan zullen andere keuzes gemaakt moeten worden voor zowel database als analyses.

Database

Nieuwe ontwikkelingen, o.a. op betalingsgebied en een volgende automateringsslag vergen wellicht teveel van het huidige Fellowship. Zoals hierboven aangegeven is de ondersteuning via een vrijwilliger dit jaar niet goed uit de verf gekomen. Voor eind 2011 moet duidelijk zijn of we op deze manier verder kunnen of moeten kiezen voor een andere database.

Investeringen

Zoals verwacht zijn de investeringen beperkt gebleven. De geplande airco bij administratie werd in het voorjaar geplaatst en daarnaast werden het lespakket en enkele nieuwe voorlichtingsartikelen aangeschaft.



ANALYSE SWOT

Analyse huidige situatie (mei 2011), Sterkte, Zwakte, Kansen en Bedreigingen.

S

1. Uniek en aantrekkelijk product
2. Trouwe achterban
3. Goed imago
4. Interkerkelijke organisatie
5. MAF concurreert niet, maar ondersteunt anderen
6. Relatief 'Jonge' achterban
7. Financieel gezond
8. Mix van oude en moderne communicatie technieken
9. Betrokken groep rondom IS

W

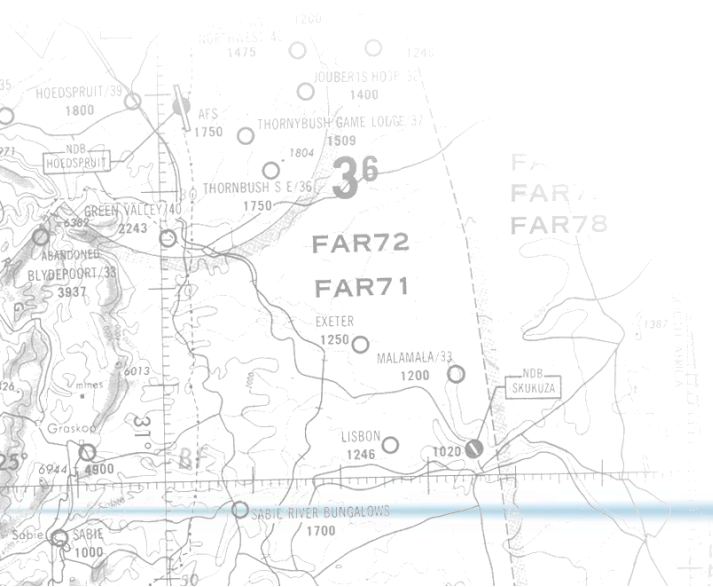
1. MAF levert slechts beperkt directe hulp.
2. Spontane naamsbekendheid is nog steeds laag.
3. Lang proces voor uitzending
4. Gerichte meerjarenplanning voor IS ontbreekt bij MAF Internationaal.
5. DM organisatie.
6. MAF ontvangt weinig grote giften.
7. Communicatielijnen Internationaal zwak

- A. Bedrijven hebben interesse om organisaties als MAF te ondersteunen
- B. Verder verfijnen doelgroepen
- C. In het aanbod richting donateur aansluiten bij de wens naar ervaring
- D. Beperkt aanbod organisaties in bepaalde denominaties
- E. MAF NL is meer betrokken bij HR Internationaal

- A. De verzadiging van de Charimarkt
- B. Uitzendkosten IS blijven groeien en er is een maximum aan wat Thuisfrontcommissies kunnen opbrengen en wat acceptabel is.
- C. Onzekere economische situatie
- D. Verdwijnen van de OLA en machtiging (incasso)
- E. Bel/mail/sms me niet register
- F. Stijging kosten t.o.v. opbrengsten

O

T



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. Goed 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

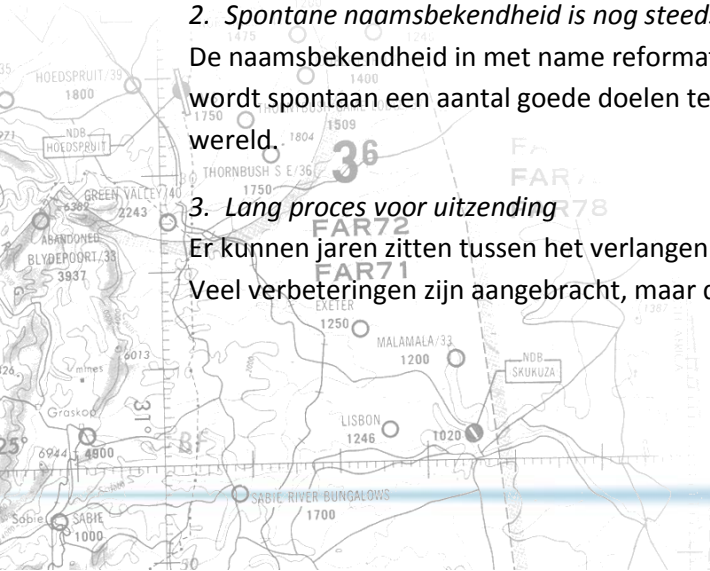
In de meeste gevallen voert MAF niet zelf een project uit, maar regelt uitsluitend het vervoer. Dit maakt een vertaalslag nodig richting de achterban.

2. Spontane naamsbekendheid is nog steeds laag

De naamsbekendheid in met name reformatorische hoek is gestegen, maar wanneer er gevraagd wordt spontaan een aantal goede doelen te noemen scoort MAF 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 IS ontbreekt bij MAF Internationaal*

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

5. *DM organisatie*

Meeste inkomsten komen hieruit. Er zijn weinig andere kanalen die een daling in de inkomsten kunnen opvangen

6. *MAF ontvangt weinig grote giften*

De laatste jaren zijn enkele grote giften ontvangen, maar er is geen brede groep grote donateurs.

7. *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.

B. *Verder verfijnen doelgroepen*

Om upgrading van donateurs mogelijk te maken, moet zoveel mogelijk data bekend zijn om te kunnen zorgen voor gerichte benadering

C. *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 en Gert Post een dagje uit te organiseren, kunnen mensen meer invoelen wat MAF is en betekent.

D. *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.

E. *MAF NL is meer betrokken bij HR Internationaal*

Vanaf midden 2011 is MAF Nederland via de HR Manager vertegenwoordigd in de HR track van MAF Internationaal. Dit geeft kansen om door ons ervaren problemen gericht aan de orde te stellen.

Bedreigingen

A. *De verzadiging van de Charimarkt*

Er komen jaarlijks nog steeds vele nieuwe organisaties bij, plus dat door stopzetting van subsidies andere branches (sport, ziekenhuizen e.d.) zich steeds meer op de chari-markt begeven.

B. *Uitzendkosten IS blijven groeien en er is een maximum aan wat Thuisfrontcommissies kunnen opbrengen.*

C. *Onzekere economische situatie*

Hoe hard raken bezuinigingen de achterban. (ontslag, stijgende lasten, pensioen, huizenmarkt)

D. Verdwijnen van de OLA en machtiging (incasso)

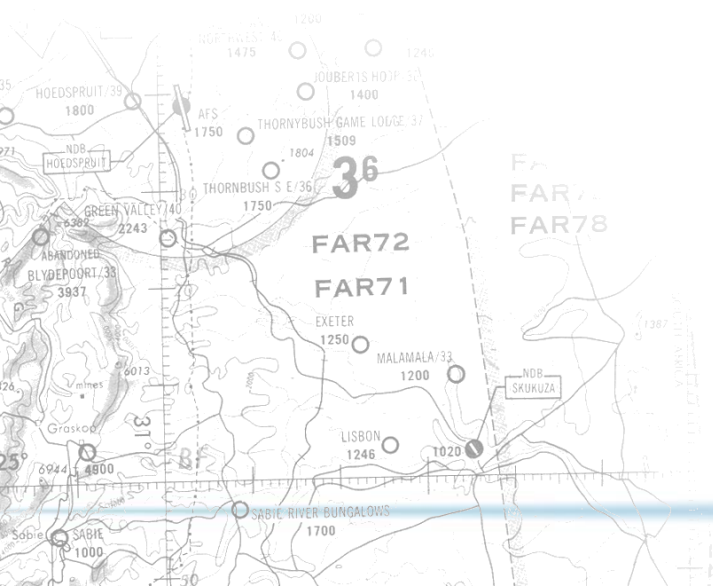
Het is nog volstrekt onduidelijk wat voor gevolgen dit kan hebben voor de hele fondsenwervende branche.

E. Bel/mail/sms me niet register

Deze vormen van fondsenwerving worden steeds minder populair en kunnen op termijn verdwijnen.

F. 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.



DIRECTIE

Structuur bestuur-directie gelijk houden

De afgelopen periode zijn in de Verantwoordingsverklaring de belangrijkste facetten van het besturen en uitvoeren vastgelegd. De principes hierachter willen we in de komende periode handhaven. Dit betekent een rol voor de directeur tussen uitvoerend en besturend, dicht tegen een Raad van Toezichtmodel aan. Het bestuur besluit naast begroting, beleids- en jaarplan en het jaarverslag, ook over aan en verkopen van onroerend goed en het aanstellen van extra fte in de organisatie. Ook het rapportagemodel voldoet nog goed en zal worden gehandhaafd.

Vaststellen Ambitieniveau financieel

Voor de komende jaren gaan we uit van een beperkt groeiscenario, waarbij de inkomsten groeien van 3,2 miljoen in 2011 naar 3,8 miljoen eind 2014. Zowel door de binnenlandse teruglopende economie en de aankomende bezuinigingen, als door de buitenlandse financiële crisis is het uiterst onzeker of we dit scenario kunnen handhaven. Daarom zijn er nog twee andere scenario's uitgewerkt in geval van gelijkblijvende inkomsten en een periode van teruggang.

Toelichting op de Meerjarenbegroting 2012-2014

Er zijn drie scenario's vastgesteld voor de komende jaren, dit vanwege de onzekere toekomst voor de fondsenwerving. Gekozen is in eerste instantie voor een scenario met een beperkte groei, een groei met 2 ton per jaar, uitgaande 3,2 miljoen aan inkomsten in 2011.

In geval de economische situatie verslechterd kan worden teruggeregpen op een scenario met gelijkblijvende inkomsten of een scenario met een lichte teruggang van de inkomsten.

Vaststellen Open Dagen

Tweejaarlijks houdt MAF Nederland een Open Dag voor de achterban. Het schema 2012 en 2014 wordt een jaar verschoven, naar 2013 en 2015. Dit in verband met het aanwezig zijn van meer IS die hun verlof in Nederland doorbrengen in deze jaren. Na de succesvolle dagen in 2010, met name vanwege de aanwezigheid van een Kodiak vliegtuig, zal goed worden gekeken naar de inhoud om de komende Open Dagen wederom tot een succes te maken.

MAF Internationaal

MAF Nederland is vanwege de inzet van de IS 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 & Communicatie.



Verhuizing naar vliegveld Teuge

Aan het eind van de huidige huurperiode in Harderwijk, eind 2014, zal het MAF kantoor verhuizen naar vliegveld Teuge. Hier zullen meer mogelijkheden ontstaan om de achterban zowel te ontmoeten als uit te breiden. Het 'beleven' van MAF komt hierbij centraal te staan en de aanwezigheid van het MATC zal hierbij versterkend werken. In 2013 wordt bekeken of hier mogelijk een nieuwe afdeling voorlichting/bijeenkomsten/ evenementen voor nodig is, of dit binnen de huidige opzet vorm kan krijgen. Begin 2014 zal het huidige personeel een keuze dienen te maken wel of niet mee te verhuizen naar Teuge.

12/15

FTE

Het aantal medewerkers omgerekend in FTE zal gelijkblijven gedurende 2012-2013. Eind 2013 zal bekeken worden afhankelijk van de groei en met het oog op de ontwikkelingen richting Teuge of er uitbreiding nodig is in 2014.

HR

Kandidaten

Wat betreft piloten het huidige (terughoudende) wervingsbeleid handhaven. Er is voldoende spontane aanwas en de verwachting is dat de plaatsingsmogelijkheden beperkt zullen zijn.

Ook aandacht voor het werven van piloten met ervaring. Hierbij wordt ondermeer gebruik gemaakt van bestaande contacten die werkzaam zijn bij KLM en andere vliegmaatschappijen.

Twee keer per jaar een informatiebijeenkomst voor geïnteresseerde op Teuge organiseren.

Een groot deel van de kandidaten komt uit de reformatorische gezindte. De komende jaren actief mogelijkheden benutten om evangelische en charismatische geïnteresseerden te bereiken (actie afdeling Marketing en Communicatie).

Meer aandacht geven aan werven van andere functies (monteur, programma manager) en voor actuele vacatures. Aandacht voor een goede balans tijdsinvestering/risico's versus opbrengst.

In samenwerking met de afdeling Marketing en Communicatie de mogelijkheden bekijken voor het maken van een promotiefilm voor geïnteresseerden.

Selectiebeleid

Het bestaande selectiebeleid handhaven. Tijdens het traject wordt een goed beeld verkregen wat betreft motivatie en (persoonlijke) geschiktheid van kandidaten. Daarbij goede mogelijkheden voor advisering en begeleiding.

Regelmatig evaluatie en afstemming met Mission Aviation Training Center over de voortgang en vakinhoudelijke begeleiding van kandidaat piloten.

Mogelijkheden voor vliegekamp (door MATC) aangevuld met andere aspecten (veiligheidsstraining, cross cultureel ten behoeve van de voorbereiding van kandidaten) onderzoeken en uitwerken. Zou ook ingezet kunnen worden in de eerste fase van het selectietraject.

Thuisfrontcommissies / ouders

Het bestaande TFC beleid handhaven. Met name bij de start van een nieuwe TFC een heel zorgvuldig aandacht en begeleiding geven. Een goede diversiteit van het team en taakverdeling stimuleren.

Daarna regelmatig contact tussen de voorzitter en de HR manager en het jaarlijks bijwonen van de TFC bijeenkomsten door de HR Manager.

Interactie en samenwerking TFC's onderling en TFC's met MAF vrijwilligers stimuleren. Adressen en informatie beschikbaar stellen op Inet. Onderzoek doen naar de mogelijkheid voor een discussieplatform.

Betrokkenheid MAF collega's bij ondersteuning TFC's versterken (telemarketing, benaderen fondsen voor steun aan Internationale Staf, werven van supporters via MAF website).

Per twee jaar een TFC ontmoetingsdag organiseren waarbij MAF collega's informatie geven over bedrijfs sponsoring, omgaan met de media, presentaties en acties, etc. Incidentele TFC regio bijeenkomsten handhaven.

Beleid handhaven dat ten aanzien van een uitzending van Internationale Staf zonder schoolgaande kinderen door de TFC minimaal € 35.000 opgebracht moet worden en bij een uitzending met schoolgaande kinderen minimaal € 45.000.

Per twee jaar een ontmoetingsdag voor ouders van Internationale Staf organiseren.

Contact en ondersteuning

Regelmatig telefonisch (Skype) contact met de Internationale Staf om even "bij te praten".

Aandacht voor veiligheid, meeleven en gebed stimuleren.

Eens per 3 of 4 jaar bezoek van MAF NL (HR manager of directeur) aan de Internationale Staf.

Tijdens het (eind) verlof aandacht voor debriefing en ontmoeting. Bij zorg (ouders, ziekte, conflicten, ongeluk) psychische ondersteuning of advies ingeroepen van InTransit.

Netwerken

Contacten met de supportorganisaties (SZD, ZGG, DVN, KIA en GZB) overdragen aan collega's.

Contacten met instanties AMC, EZA, InTransit, MemberCare handhaven.

MAF Internationaal

Bijdrage leveren aan onderlinge afstemming en medewerking aan coherent internationaal HR beleid.

Regelmatig contact en ontmoeting Internationale HR collega's.

Nadenken over toekomst van uitzending en kosten Internationale Staf (kosten versus opbrengst, (on)veiligheid).

MARKETING EN COMMUNICATIE

Verdieping en ervaringen met MAF

Uit onderzoek blijkt dat MAF vooral bekend staat als een zendingsorganisatie met vliegtuigen. Door thematisch te communiceren wordt het hele pallet van de hulp via MAF belicht. Daarnaast worden een aantal projecten per jaar in de schijnwerpers gezet. Via campagnes worden deze projecten in alle publicaties belicht. Op de website kan de supporter meepraten over het project. Door alle beschikbare communicatiemiddelen wordt het steeds belangrijker wat anderen van MAF vinden dan wat MAF zelf te vertellen heeft. De verhalen van organisaties waarmee MAF samenwerkt, artsen, hulpverleners en piloten worden meer ingezet.

Persoonlijke contact

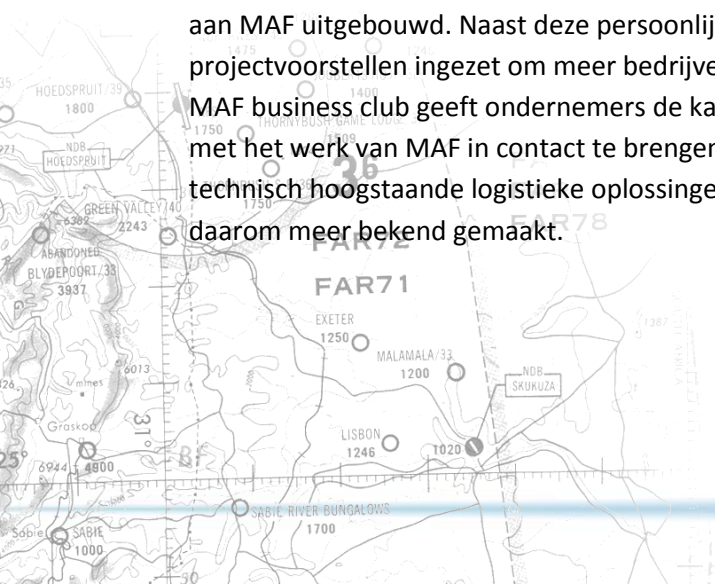
Steeds meer worden op de supporter afgestemde verhalen en verzoeken verzonden. Hiervoor is kennis over de supporter nodig. Het verrijken van de gegevens in de database is essentieel. Naast het persoonlijk contact op beurzen, evenementen, open dagen en bij presentaties wordt de website en social media steeds belangrijker voor communicatie met supporters evenals het gebruik van foto en video.

Lifecycle

De doelgroepen worden opnieuw ingedeeld. Er wordt minder geselecteerd op soort geveer (incasso, IS, etc) en meer op de recentheid, frequentie en bedrag (RFM). Eenmalige of slapende donateurs worden anders benaderd dan frequente geveers. Per doelgroep worden doelen gesteld en campagnes opgezet.

Contact met bedrijven en grote donateurs uitbouwen

Door persoonlijk contact met bedrijven en (potentieel) grote donateurs wordt de steun van bedrijven aan MAF uitgebouwd. Naast deze persoonlijke contacten worden mailingen met specifieke projectvoorstellen ingezet om meer bedrijven en donateurs aan te zetten tot een gift aan MAF. De MAF business club geeft ondernemers de kans andere ondernemers te ontmoeten en eigen relaties met het werk van MAF in contact te brengen. Het imago van MAF als aanbieder van kwalitatieve en technisch hoogstaande logistieke oplossingen sluit goed aan bij veel bedrijven in Nederland en wordt daarom meer bekend gemaakt.



Blijvende aandacht voor vrijwilligers

De MAF-vrijwilligers hebben een essentiële taak bij presentaties, evenementen en open dagen. Het bestand aan vrijwilligers is uitgebreid en moet goed onderhouden worden door evaluaties, trainingen en persoonlijke gesprekken. MAF zet zich in en faciliteert goede kennisuitwisseling met vrijwilligers die een thuisfrontcommissie vormen voor een Internationaal Staflid. Op de website krijgen ook de honderden vrijwilligers die op eigen initiatief zich voor MAF inzetten de mogelijkheid om hun acties te promoten. MAF wordt meer een organisatie waar iets te beleven is en waar je je graag voor korte of lange termijn voor inzet.

15/15

ADMINISTRATIE

Rapportage en administratief proces

Doorgaan met de huidige vorm van kwartaalrapportage naar bestuur, management en TFC's. Daar verbeteren waar mogelijk.

Doorgaan met het digitaal maken van het administratieve archief en zo de overlevingskansen van MAF na calamiteit verhogen.

Selecties

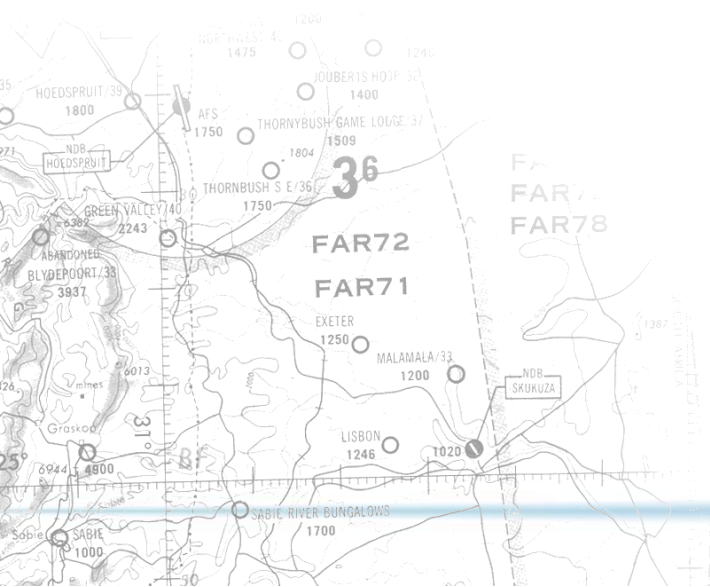
Vaststellen wat de taak van de Administrateur is op het gebied van selecties.

Software overig

Wat willen we aan software aanschaffen via Techsoup in 2012-2013. (bijna gratis)

Fellowship CRM

Nieuwe ontwikkelingen, o.a. op betalingsgebied en een volgende automateringsslag vergen wellicht teveel van het huidige Fellowship. Eerst goed onderzoeken wat de noodzakelijke aanpassingen zijn en dan beslissing nemen over voortzetten of overstappen.



Meerjarenbegroting 2012-2014

	2011	2012	2013	2014
BATEN				
Onbestemde giften	1.300.000	1.350.000	1.400.000	1.500.000
Resultaat verkoop artikelen				
BESTEMDE BATEN				
Projecten	850.000	1.000.000	1.150.000	1.200.000
Internationale staf	1.050.000	1.050.000	1.050.000	1.100.000
IS uitgezonden				
IS in opleiding				
IS kantoor MAF Europa				
IS teruggekeerd				
IS overig				
Overige Fondsen				
Totaal	3.200.000	3.400.000	3.600.000	3.800.000
LASTEN				
Kantoorlasten	600.000	620.000	640.000	660.000
Marketing	400.000	420.000	450.000	480.000
Totaal	1.000.000	1.040.000	1.090.000	1.140.000
BIJDRAGEN MAF I				
via projecten	1.150.000	1.210.000	1.310.000	1.410.000
via IS	1.050.000	1.050.000	1.050.000	1.100.000
totaal	2.200.000	2.260.000	2.360.000	2.510.000