Strategie Rudolphstichting 2016 – 2020

- Verbinding in samenwerking -

31-07-2015, De Glind

Inhoud

1. Kern strategie komende vijf jaar 3
1.1 Werkzaamheden Rudolphstichting 3
1.2 Kerncompetenties 4
1.2.1 Beheren 4
1.2.2. Ontwikkelen 4
1.2.3 Verbinden 4
1.3 Doelen 2020 4
1.4 Speerpunten komende vijf jaar 4
2. Uitwerking strategische keuzes 5
2.1 Inzetten voor uithuisgeplaatste jeugd 5
2.2 Inzetten op herstel van het normale leven middels inhuisplaatsen 5
2.3 Focus op Jeugddorp De Glind 5
2.4 Werken aan de toekomst 5
2.5 Hechte sociale gemeenschap: één plus één is drie! 6
2.6 Zoeken naar nieuwe vormen van samenwerking met partners 6
2.7 Zelf-organiserend vermogen als drijvende kracht 6
2.8 Regie op de eigen domeinen 6
2.9 Onze maatschappelijke wortels 7
2.10 Kernwaarden expliciet gestalte geven 7
2.10.1 Duurzaamheid 7
2.10.2 Zelf-organiserend vermogen 7
2.10.3 Naastenliefde 7
3. Werkgebieden 8
4. Doelstellingen 2020 9
4.1 Jeugddorp De Glind: een op de toekomst gerichte viermileuvoorziening 9
4.1.1 Gemeenschap bouwt samen (gemeenschap) 9
4.1.2 Een ondernemende vrijetijdsorganisatie (vrijetijd) 9
4.1.3 Een proeftuin voor inhuisplaatsen (wonen) 10
4.1.4 Een lerend dorp (leren) 10
4.2 Landelijke projecten zijn geslaagd 10
4.3 Organisatie: onze kernwaarden zijn actief ingevuld 10
4.3.1 Duidelijke profielen en actieve samenwerkingen (relatie management) 10
4.3.2 Een zelf-organiserende organisatie (P&O) 11
4.3.3 Duurzaam beheer (beheer OG) 11
Bijlage 1 SWOT Analyse 12
1.1 Conclusies 12
1.2 Samenvatting SWOT analyse Rudolphstichting 14

1. Kern strategie komende vijf jaar

In deze nota wordt de strategie van de Rudolphstichting voor de komende vijf jaar beschreven.

1.1 Werkzaamheden Rudolphstichting

De basis van ons werk blijft ook de komende jaren hetzelfde. De Rudolphstichting zet zich in voor kinderen en jongeren voor wie een veilig thuis niet vanzelfsprekend is.

"Wie in de maatschappij buiten de boot valt, heeft behoefte aan een plek in een gezonde, sociale gemeenschap, die hem welkom heet en accepteert. En als zo'n gemeenschap nog niet bestaat, dan moet je hem zelf creëren."

Zo sprak dominee Rudolph meer dan honderd jaar geleden, toen de Rudolphstichting ontstond. Nog steeds staan wij achter deze uitspraak. Want ook vandaag is een veilig thuis nog steeds niet voor iedereen zelfsprekend. In Nederland zijn er ongeveer 44.000 kinderen die niet meer thuis kunnen wonen door allerlei problemen. Wij vinden dat elk kind recht heeft op een inspirerende en veilige leefomgeving, en om op te groeien tot een gelukkige en evenwichtige volwassene. Hier zetten wij ons voor in.

Kort samengevat ziet onze 'core business' er zo uit:

1.2 Kerncompetenties

Onze talenten:

1.2.1 Beheren

De Rudolphstichting heeft een aantal taken die van structurele aard zijn. Zoals het beheer van onroerend goed en fondsen en het onderhouden van het Keurmerk Gezinshuizen.

1.2.2. Ontwikkelen

Naast een beheerder is de Rudolphstichting ook een projectontwikkelaar. We zetten in op vernieuwende projecten binnen de zorg voor jeugd, waarin we gericht werken naar een doel binnen een bepaalde tijd.

1.2.3 Verbinden

Als laatste is de Rudolphstichting ook een netwerker. Om succesvol te zijn in onze projecten brengen we verschillende partijen samen. Ieder met eigen kennis, expertise en talenten, zodat we samen tot meer komen dan 'de som der delen'.

1.3 Doelen 2020

Deze talenten zetten we de komende jaren in om de volgende (hoofd)doelen te bereiken.

In 2020:

- ✓ Is *Jeugddorp De Glind* een op de *toekomst gerichte viermilieuvoorziening*[1] voor uithuisgeplaatste kinderen, is de *jeugdzorg in het dorp toekomstbestendig* en werken zorgpartijen/sociale ondernemers vanuit dezelfde focus intensief samen.
- ✓ Zijn de *landelijke initiatieven kostenneutraal* en heeft de Alliantie Kind in Gezin zijn doelstellingen behaald.

1.4 Speerpunten komende vijf jaar

Samenhangend met deze doelen hebben de volgende strategische keuzes gemaakt:

- **We blijven ons inzetten voor uithuisgeplaatste jongeren middels initiatieven rond inhuisplaatsen**
  Er zijn (helaas) nog steeds kinderen die door diverse problemen niet meer thuis kunnen wonen. De Rudolphstichting blijft zich inzetten voor deze jongeren en gelooft hierbij sterk in de kracht van opvang in gezinsvormen ('inhuisplaatsen').

- **Focus op Jeugddorp De Glind**
  De Glind is daarbij de komende jaren ons grootste brandpunt. Met name in de domeinen vrijetijd, duurzaamheid en fondsenwerving nemen we hier het voortouw. Uiteraard zetten we tegelijk ook onze landelijke initiatieven voort.

- **Samen aan de slag**
  Vanuit ons verleden hebben wij altijd een vrij indirecte relatie met onze doelgroep(en) gehad. Er bestaat echter steeds meer behoefte aan directe voeding en samenwerking. De komende jaren werken we dan ook aan nieuwe verhoudingen, waarbij transparantie, participatie, wederkerigheid en vraaggericht werken centraal staan. We gaan op zoek naar nieuwe, duurzame vormen van samenwerkingen met onze partners.

- **Inzetten op zelf-organiserend vermogen**
  Bij deze samenwerkingen, in onze projecten, en binnen onze eigen organisatie, zetten we in op zelf-organiserend vermogen.

---

[1] *Een 'viermilieuvoorziening' betekent voor ons een voorziening waar wonen, leren, vrijetijd en de gemeenschap op elkaar zijn afgestemd en samen werken aan de positieve ontwikkeling van het kind.*

- **Verscherping communicatie**
  De Rudolphstichting en Jeugddorp De Glind vragen om een duidelijker profiel. De komende tijd gaan we hier aan werken. Daarnaast worden nieuwe doelgroepen en financieringsmogelijkheden verkend om onze positie te versterken.

2. Uitwerking strategische keuzes

Bovengenoemde speerpunten zijn hieronder verder uitgewerkt.

2.1 Inzetten voor uithuisgeplaatste jeugd

Ook de komende jaren blijven we ons inzetten voor uithuisgeplaatste jeugd met complexe problematiek. Vanuit onze historie zijn we nauw met deze doelgroep verbonden.

We maken hierbij de keuze om dit op een indirecte manier bij te dragen aan hun ontwikkeling. Dit betekent dat we (zelf) geen uitvoerende zorg voor deze jongeren verlenen. Dit laten we aan de (jeugdzorg) professionals over. Wel steunen en ontwikkelen we initiatieven die deze zorg mogelijk maken en ondersteunen.

Uithuisgeplaatste kinderen zijn onze primaire focus, maar we ontwikkelen en ondersteunen ook initiatieven die (deels) gericht zijn op andere kinderen wanneer deze ook bijdragen aan de ontwikkeling van uithuisgeplaatste kinderen.

2.2 Inzetten op herstel van het normale leven middels inhuisplaatsen

We stimuleren met name initiatieven op het gebied van 'inhuisplaatsen'. Dit omdat we sterk geloven in de kracht van opvang van uithuisgeplaatste jongeren in gezinssituaties.

De zorg voor deze jongeren laten we zoals gezegd over aan de professionals en we opereren vooral in de 'randvoorwaarden' van succesvol herstel van het normale leven middels inhuisplaatsen en participatie in de gemeenschap.

2.3 Focus op Jeugddorp De Glind

De afgelopen jaren heeft de Rudolphstichting sterk ingezet op het geven van een impuls aan de landelijke ontwikkeling van gezinsvormen. Dit onder andere door het nemen van initiatief voor de ontwikkeling van het Keurmerk Gezinshuizen, kennisplatform het Gezinspiratieplein en de Alliantie Kind in Gezin. Deze initiatieven zijn inmiddels (semi-)zelfstandig opererend en vragen dus minder grote inzet van de Rudolphstichting. Tegelijk vraagt de huidige tijd (transitie) om meer aandacht voor De Glind[2]. De komende jaren richten we onze inzet dan ook vooral op het Jeugddorp.

2.4 Werken aan de toekomst

Toekomstgericht werken is wat we ook de komende vijf jaar blijven doen. Ons richtpunt daarbij is volwaardig burgerschap: het hebben van een sociaal netwerk, zelfstandig kunnen wonen én werken. Dit toekomstgerichte denken nemen we mee in ons werk: we ondersteunen en initiëren projecten die een steentje bijdragen aan de positieve ontwikkeling van uithuisgeplaatste jongeren en/of die hen voorbereiden op hun toekomst. Projecten die de jeugd een sociale basis biedt (er bij horen, thuis en in de gemeenschap > roots) en/of bestaansvaardigheden geeft (wings). Deze projecten kunnen bijvoorbeeld te maken hebben met hun persoonlijke, sociale of fysieke ontwikkeling of bijvoorbeeld met de ontwikkeling van hun loopbaan. Maar ook met de ondersteuning van hun opvoeders: de gezinshuisouders. Deze strategie maakt dat ons werkterrein breed is, maar wel met een duidelijke focus. Al deze projecten helpen de jongere op enigerlei manier stappen te zetten richting volwaardige deelname aan de samenleving.

---

[2] Dit concluderen we onder andere uit onze SWOT analyse (zie bijlage 1) en diverse interviews en groepsgesprekken met stakeholders.

2.5 Hechte sociale gemeenschap: één plus één is drie!

Niemand 'is' Jeugddorp De Glind. Soms werkt dit verwarrend, maar tegelijkertijd ook wat De Glind zo bijzonder maakt en waar de kracht van De Glind vandaan komt: de gemeenschap. Jeugddorp De Glind is een som der delen. Deze gemeenschap, die maakt dat De Glind een vruchtbare bodem is voor opgenomen jongeren, willen we de komende tijd stimuleren. En in die zin ook de samenhang versterken[3].

Deze 'één plus één is drie' mentaliteit nemen we ook mee in onze werkwijze: niet voor maar met onze stakeholders aan de slag gaan[4]. Wederkerigheid is daarbij leidend. Oud-bewoners en uithuisgeplaatste jongeren behoren daarbij nadrukkelijk tot onze prioritaire stakeholders.
We kiezen voor die thema's, en invulling daarvan, die de gemeenschap versterken. De komende jaren zal Rudolphstichting zich in het Jeugddorp daarom richten op het '3e milieu' en '4e milieu' (vrijetijd en gemeenschap) en duurzaamheid en fondsenwerving.

2.6 Zoeken naar nieuwe vormen van samenwerking met partners

De bovengenoemde 'één plus één is drie' instelling nemen we ook mee in de samenwerkingen met onze partners. Wederzijds voordeel is hierbij een belangrijke leidraad. Dit betekent dat we op zoek gaan naar nieuwe, duurzame vormen van samenwerking met onze partners, zeker ook in de context van De Glind. Bijvoorbeeld in de vorm van coöperaties of franchises.

2.7 Zelf-organiserend vermogen als drijvende kracht

In deze samenwerkingen, en in onze organisatie, willen we het zelf-organiserend vermogen van mensen activeren. Dit omdat we geloven het eigen initiatief en de kracht van mensen. Dit zelf-organiserend vermogen willen we bevorderen op drie niveaus:

1) de eigen organisatie/ medewerkers
2) het dorp
3) uithuisgeplaatste jongeren

Zelf-organiserend vermogen betekent voor ons:

- Optimaal gebruik maken van je eigen talenten en passies
- En deze inzetten voor eigen én gezamenlijke doelen
- Een proactieve houding, waarbij je zelf initiatief neemt om dingen in gang te zetten, eigen doelen stelt binnen je werk, eigen verantwoordelijkheid neemt voor het behalen van deze doelen.

2.8 Regie op de eigen domeinen

In De Glind en in onze projecten nemen we verschillende rollen aan: soms zijn we deelnemer/ondersteuner, en soms regiehouder. De keuze voor de ene of andere rol nemen we op basis van onze zeggenschap op het desbetreffende terrein én onze inschatting wat nodig is om verder te komen.

Wij zijn van oudsher altijd al een partij geweest die de 'leemtes opvult', die initiatief neemt op plekken waar dat niet gebeurd, maar waar het wel nodig is. Dit vertaalt zich ook in onze aanpak: op sommige plekken stimuleren we alleen, en op andere gebieden nemen we het voortouw.

---

[3] Uit de diverse gesprekken met stakeholders en de SWOT analyse (zie bijlage 1) kwam naar voren dat de sociale samenhang de afgelopen jaren is verminderd en dat het dorp 'versnippert' is geraakt. Er is behoefte vanuit de bewoners, en ook de zorgorganisaties ten behoeve van de opgenomen kinderen, om deze samenhang weer te vergroten.

[4] De afgelopen jaren hebben we een vrij indirecte relatie met onze doelgroepen gehad, samen met verminderen van onze maatschappelijke wortels maakte dat onze voedingsbodem en draagvlak verminderden. Dit terwijl deze juist zo belangrijk zijn. De komende tijd willen we dan ook weer 'dichterbij' komen (zie ook SWOT analyse bijlage 1).

De komende jaren nemen we het voortouw in de ontwikkeling van vrije tijd, duurzaamheid en fondsenwerving in Jeugddorp De Glind.

Daarnaast willen we ontwikkelingen binnen de domeinen leren en wonen in De Glind stimuleren. Landelijk blijven we initiatieven ondersteunen die bijdragen aan de ontwikkeling en ondersteuning van gezinsvormen.

2.9 Onze maatschappelijke wortels vernieuwen

De veranderde tijden vragen om een nieuwe blik op onze achterban en de financiering van projecten, welke tot nu toe altijd relatief onveranderd zijn gebleven. De maatschappelijke betrokkenheid van onze achterban bij ons werk wordt minder. We moeten deze relatie daarom onderzoeken en kijken naar nieuwe en andere vormen van contact binnen én buiten onze bestaande cirkels. Ook biedt het nieuwe (digitale) tijdperk kansen om op een andere manier met fondsenwerving aan de slag te gaan, en daarbij ook nieuwe doelgroepen aan te boren. Hierbij zal Jeugddorp De Glind in samenspraak en samenspel met partners uit het dorp als voertuig dienen.

2.10 Kernwaarden expliciet gestalte geven

Wij werken aan bovengenoemde missie vanuit een aantal kernwaarden. Onze christelijke identiteit en oorsprong zijn daarbij de bron van waarden die centraal staan in de cultuur van onze organisatie. Onderliggend aan bovenstaande strategische keuzes willen we deze waarden de komende jaren concreet gestalte geven. Uitwerking van het thema duurzaamheid is hierbij een belangrijk speerpunt. Ook zelf-organiserend vermogen en naastenliefde krijgen een concreet gestalte de komende tijd.

2.10.1 Duurzaamheid

Deze waarde staat geformuleerd in de statuten van de Rudolphstichting, maar is tot nu toe niet expliciet in het handelen van de organisatie geoperationaliseerd. Voor de komende jaren is door zowel het bestuur als het team de intentie uitgesproken om deze waarde meer/weer terug te laten komen. Dit geldt voor het beheer van het onroerend goed, maar ook als een waarde die volop wordt beleefd in het handelen van de organisatie.

Duurzaamheid staat voor ons voor: het aangaan van duurzame verbindingen (wat betreft de relatie), zelfvoorzienend zijn waar mogelijk, nieuwe economische activiteiten, integraal ontwerp en samenwerking zoeken. Maar duurzaamheid is voor ons ook spaarzaam omgaan met onze middelen.

2.10.2 Zelf-organiserend vermogen

Wij geloven in de eigen kracht van onze medewerkers en van onze doelgroepen. Zij realiseren hun eigen doelen door structureel en maximaal gebruik te maken van hun eigen talenten en passies. Dit kan doordat we oog hebben voor persoonlijke drijfveren en doelen, normen en waarden, de kracht van pro-activiteit en het belang van het maken van keuzes en het omgaan met de consequenties daarvan.

Dit geloof in eigen kracht nemen we ook mee in onze projecten: we richten ons altijd op (uiteindelijke) verzelfstandiging van projecten.

2.10.3 Naastenliefde

De Rudolphstichting (en zo ook Jeugddorp De Glind) is ooit ontstaan uit naastenliefde: uit liefde voor de medemens iets willen beteken voor een ander. Nog steeds is dit een belangrijke waarde in ons werk. We handelen vanuit een drive om iets te betekenen voor onze medemens. Naastenliefde betekend voor ons verbondenheid, betrokken zijn en ons voor mensen inzetten door samen met hen te werken aan een gemeenschappelijk doel.

3. Werkgebieden

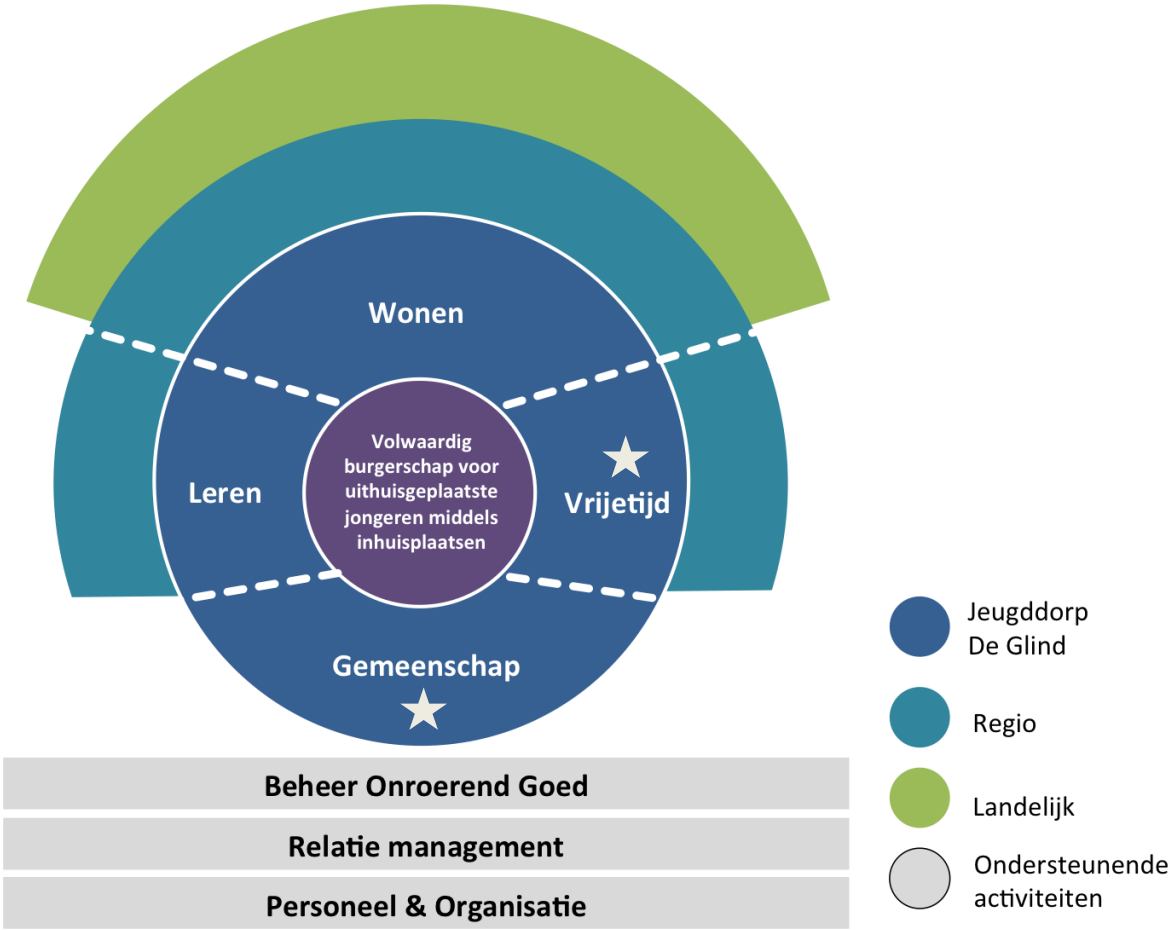
De Rudolphstichting werkt aan volwaardig burgerschap door zich in te zetten binnen de volgende terreinen:

1. **Jeugddorp De Glind**
   We zetten ons in voor het behoud en de ontwikkeling van Jeugddorp De Glind. Dit doen we binnen de volgende terreinen:
   a. **Gemeenschap**
   b. **Wonen**
   c. **Leren**
   d. **Vrije tijd**

2. **Gezinsvormen landelijk**
   Landelijk dragen we bij aan de ontwikkeling van gezinsvormen.

Om ons op deze gebieden in te zetten, voeren wij de ondersteunende activiteiten uit:

3. **Beheer Onroerend Goed**
4. **Marketing en communicatie & fondsenwerving**
5. **Personeel en organisatie**



Figuur 1. Werkgebieden Rudolphstichting

4. Doelstellingen 2020

Bij een strategie horen uiteraard ook doelen. Onze doelstellingen voor de komende vijf jaar zijn onderverdeeld in onze doelen binnen het Jeugddorp, onze landelijke ambities en onze speerpunten binnen onze eigen organisatie.

4.1 Jeugddorp De Glind: een op de toekomst gerichte viermileuvoorziening

Ons belangrijkste en grootste doel de komende jaren.

Analyse De verschuivingen die plaatsvinden door de transitie n de jeugdzorg vragen om meer zelfstandig opereren en aanpak op maat. De Glind moet zich hier op gaan inrichten om toekomstbestendig te zijn en uithuisgeplaatste kinderen een vruchtbare omgeving te kunnen bieden. De potentie van het dorp, haar setting en functie kunnen nog meer worden benut om uithuisgeplaatste kinderen het maximale te bieden. Dit kunnen we echter niet alleen. De verschillende partijen in het dorp maken samen De Glind. Om de volle potentie van De Glind te kunnen benutten moeten we er dan ook samen de schouders onder zetten.

In 2020: > Is Jeugddorp De Glind een op de toekomst gerichte viermilieuvoorziening voor uithuisgeplaatste kinderen, is de jeugdzorg in het dorp toekomstbestendig en werken zorgpartijen/sociale ondernemers vanuit dezelfde focus intensief samen.

Hier aan verbonden hebben we een aantal subdoelstellingen geformuleerd binnen de verschillende werkgebieden, die elk bijdragen aan het hoofddoel:

4.1.1 Gemeenschap bouwt samen (gemeenschap)

Analyse De Glind kan alleen een prospectieve omgeving zijn voor uithuisgeplaatste kinderen wanneer het een gemeenschap is. In sociale zin, maar ook in activiteiten die ondernomen worden. Dit is een randvoorwaarde voor succesvolle ontwikkelingen op de drie verschillende leefgebieden. Op dit moment is er onvoldoende samenhang in deze activiteiten en weet men elkaar niet altijd te vinden. Hierdoor wordt de potentie van De Glind als vruchtbare omgeving voor uithuisgeplaatste kinderen niet optimaal benut. Door bijvoorbeeld meer samen te werken binnen de verschillende milieus en een gezamenlijk doel na te streven voor de opgenomen jongeren kunnen we nog meer bijdragen aan hun positieve ontwikkeling. De diverse partijen in De Glind zijn het er over eens dat ze meer samen willen en moeten optrekken om toekomstbestendig te zijn als individu en als Jeugddorp.

In 2020: > Weten partijen in De Glind elkaar te vinden, worden initiatieven met elkaar verbonden om elkaar te versterken en werken we samen aan het behoud en de ontwikkeling van Jeugddorp De Glind.

4.1.2 Een ondernemende vrijetijdsorganisatie (vrijetijd)

Analyse Op dit moment worden de vrijetijdsfaciliteiten in De Glind, waarvan de Rudolphstichting grotendeels eigenaar is, onvoldoende benut. Daarnaast sturen de jeugdzorgorganisaties, die voorheen de regie in het vrijetijdsaanbod van de opgenomen kinderen in het dorp, aan op het zelf-organiserend vermogen van de medewerkers/gezinshuisouders in dit domein. Hierdoor dreigt er een gat te vallen in het aanbod. Vrijetijdsactiviteiten hebben echter een belangrijk aandeel in de positieve ontwikkeling van de inhuisgeplaatste kinderen. Dit blijkt ook uit onderzoek onder oud-bewoners. Het biedt ze een kans om hun talenten te ontdekken en ontwikkelen, zichzelf (sociaal) te ontwikkelen en het is ook een uitlaatklep. De Rudolphstichting wil zich daarom de komende jaren hard maken voor een toekomstbestendig vrijetijdsaanbod in De Glind en neemt hier de regie in.

In 2020: > Heeft Jeugddorp De Glind een ondernemende vrijetijdsorganisatie, die vraaggericht te werk gaat ten behoeve van het dorp en de regio.

4.1.3 Een proeftuin voor inhuisplaatsen (wonen)

Analyse Het huidige klimaat (de transitie en transformatie, die gepaard gaan met bezuinigingen) vraagt en biedt ruimte voor nieuwe initiatieven. Eigen regie, aanpak op maat en zorg dichtbij zijn hierin sleutelwoorden. Ook groeit het besef van het belang van opvang in een gezinssituatie. De Rudolphstichting maakt zich hard voor 'inhuisplaatsen' en wil hierin ook de komende jaren haar stimulerende rol behouden en initiatieven die bijdragen aan betere zorg en opvang in gezinshuizen steunen.

In 2020: > Is Jeugddorp De Glind het landelijke kenniscentrum op het gebied van praktijkkennis en –ervaring rond inhuisplaatsen en biedt het Jeugddorp ondersteuning/ ruimte voor nieuwe initiatieven op dit gebied.

4.1.4 Een lerend dorp (leren)

Analyse Zoals gezegd biedt het huidige klimaat ruimte voor nieuwe initiatieven rond de zorg voor jeugd. Naast wonen is leren ook een belangrijke component in de ontwikkeling van (inhuisgeplaatste) jongeren op weg naar een zelfstandig leven. Leerwerktrajecten bieden jongeren een belangrijke kans om praktijkgerichte ervaring op te doen. De Rudolphstichting wil ook hier de komende jaren een stimulerende rol behouden en initiatieven die leerwerktrajecten mogelijk maken ondersteunen. De proeftuin- en kenniscentrumfunctie van De Glind bieden een goede basis voor dit soort initiatieven.

In 2020: > Is De Glind een 'lerend' dorp van jongeren voor jongeren. Jongeren komen in De Glind om te leren/ vaardigheden op te doen en tegelijkertijd komen jongeren hier om kennis te verzamelen en delen met het dorp.

4.2 Landelijke projecten zijn geslaagd

Analyse De afgelopen jaren heeft de Rudolphstichting sterk ingezet op het geven van een impuls aan de landelijke ontwikkeling van gezinsvormen. Dit onder andere door het nemen van initiatief voor de ontwikkeling van het Keurmerk Gezinshuizen, het Gezinspiratieplein en de Alliantie Kind in Gezin. Deze initiatieven zijn inmiddels (semi-)zelfstandig opererend en vragen dus minder grote inzet van de Rudolphstichting. Tegelijk vraagt de huidige tijd (transitie) om meer aandacht voor De Glind.

In 2020: > Zijn GIP en Keurmerk Gezinshuizen kostendekkende werkeenheden en heeft de Alliantie Kind In Gezin haar doelstelling bereikt.

4.3 Organisatie: onze kernwaarden zijn actief ingevuld

In 2020: > Hebben onze kernwaarden een actieve invulling gekregen.

4.3.1 Duidelijke profielen en actieve samenwerkingen (relatie management)

Analyse Uit de analyses blijkt dat onze maatschappelijke wortels minder worden en dat onze profilering onhelder is (zowel voor binnen- als buitenstaanders). Daarnaast communiceren we vaak indirect en hebben we geen directe relatie met onze (eind)doelgroepen en hebben we mede daardoor een grote afstand tot het werkveld. Dit kan en moet anders is de conclusie; we hebben meer en directere contacten nodig voor onze voeding en versterking van onze relaties. Onze positie moet voor onze stakeholders (en onszelf) ook helder zijn (zowel in De Glind als daarbuiten).

Daarnaast is onze achterban altijd relatief onveranderd gebleven. De veranderde tijden vragen echter om een nieuwe blik op onze achterban en de financiering van projecten. De maatschappelijke betrokkenheid van onze achterban bij ons werk wordt minder. We moeten deze relatie daarom onderzoeken en kijken naar nieuwe en andere vormen van contact binnen én buiten onze bestaande cirkels. Ook biedt het nieuwe (digitale) tijdperk kansen om op een andere manier met fondsenwerving aan de slag te gaan, en daarbij ook nieuwe doelgroepen aan te boren. Daarnaast worden stakeholders op dit moment niet direct betrokken bij de fondsenwerving en is de stichting niet heel transparant in de werving rondom Jeugddorp De Glind naar de stakeholders.

In 2020:

> Is het profiel van Jeugddorp De Glind duidelijk.
> Is het profiel van de Rudolphstichting zowel voor onze achterban als onze andere stakeholders duidelijk (zoals de bewoners van De Glind).
> Krijgt de Rudolphstichting input voor haar beleid vanuit de verschillende doelgroepen (jongeren, gezinshuisouders, oud-bewoners).
> Zijn de relaties van de Rudolphstichting met stakeholders versterkt (o.a. met partijen in Jeugddorp De Glind en met de achterban*)*
> Draagt de gemeenschap van De Glind actief bij aan fondsenwerving en bepaling van besteding van gelden.
> Is de relatie met de achterban onderzocht en hier is een strategie voor bepaald.
> Zijn nieuwe financieringsvormen en doelgroepen verkend en eventueel ingezet.

4.3.2 Een zelf-organiserende organisatie (P&O)

Analyse

De Rudolphstichting en Gezinshuis.com werken onder één dak maar hebben allebei een eigen financiële en personele administratie. Dit levert onnodige dubbele kosten op. Daarnaast kan er meer uit medewerkers gehaald worden door meer te sturen op het zelf-organiserend vermogen.

In 2020:

> Is de Rudolphstichting een professionele, ondernemende organisatie van beperkte omvang (max 15 fte). Kenmerken zijn: Korte lijnen, flexibel, goed toegerust, vitaal, hoge motivatie, laag verzuim en maximale inzet zelf-organiserend vermogen.
> Is er een gezamenlijke back-office voor de Rudolphstichting en Gezinshuis.com.
> Zijn mogelijkheden voor verdere intensivering van de relatie met Gezinshuis.com verkend.

4.3.3 Duurzaam beheer (beheer OG)

Analyse

De Rudolphstichting bezit relatief veel onroerend goed in De Glind. De afgelopen periode hebben er veel wisselingen plaatsgevonden in het bewonersbestand van De Glind. Een bedreiging, maar ook een kans voor de Rudolphstichting om de vrijgekomen panden gericht in te zetten en zo de ontwikkeling van De Glind te (bij)sturen.

In 2020:

> Is het onroerend goed van de Rudolphstichting in De Glind verduurzaamd en draagt de Rudolphstichting actief bij aan verduurzaming/ zelfvoorzienendheid van Jeugddorp De Glind.

Bijlage 1 SWOT Analyse

1.1 Conclusies

Er zijn door het team en het bestuur van de Rudolphstichting een confrontatiematrix gemaakt, waarin de belangrijkste kansen, bedreigingen en sterktes en zwaktes tegenover elkaar zijn gezet. Er is gekeken naar of ze elkaar versterken, of juist afzwakken. Conclusies:

- De vrije positie van de Rudolphstichting is bijzonder, dit moeten we behouden. Deze positie kan nog meer worden versterkt door nieuwe financieringsmogelijkheden. Meer geld biedt meer mogelijkheden voor projecten. Hier alert op zijn.
- De bevlogenheid van de medewerkers is een bijzonder goed. Hier staan we echter niet vaak bij stil. Moeten hier meer bewust van zijn en nadenken over hoe we deze bevlogenheid nog beter kunnen inzetten. De bevlogenheid kan maatschappelijke wortels versterken, maar de minder sterk wordende maatschappelijke wortels kunnen ook van enorme, negatieve invloed zijn op de bevlogenheid van medewerkers.
- Jeugddorp De Glind is uniek. Dit moeten we meer benadrukken door duidelijke profilering. Hiervoor moeten we eerst zelf duidelijke positie innemen (binnen JDG) voordat we hierover naar buiten kunnen communiceren.
- De indirecte relatie die we onderhouden met doelgroepen in combinatie met de vermindering van onze maatschappelijke wortels is een 'sluipmoordenaar'. begint met kleine signalen als telefoontje dat kerk niet meer geeft omdat geld niet bij de kinderen komt. Heel geleidelijk traject, maar als je er eenmaal uit bent komt je er niet gemakkelijk weer in. (dit sluipmoordenaarschap heeft ook te maken met de onduidelijke profilering; deze samen met indirecte relatie maakt het sluipmoordenaar).
  We moeten wat met dit cluster van problemen (sociale samenhang minder in dorp X maatschappelijke wortels minder X onduidelijke profilering X indirecte relatie met doelgroepen)
- Indirecte relatie is niet alleen met jongeren/ gezinshuisouders maar ook met achterban → meer direct contact met achterban om band te versterken?
- Sociale samenhang minder X stabiele basis door OG: kan 2 kanten op: door OG kun je sturen op meer samenhang. Anderzijds kan slechte sociale samenhang ook negatieve invloed hebben op waarde OG/ belangstelling OG in dorp.
- Het bestuur ziet duurzaamheid in De Glind ook als grote kans.
- De concentratie op 1 plek is op zichzelf een zwakte, maar in combinatie met de unieke positie van JDG, de kans die de gezinsvormengroep biedt in de transitie en duurzaamheid toch sterk.
- De diffuse strategie van de Rudolphstichting draagt niet bij een de verminderde samenhang in het dorp.

Confrontatiematrix team Rudolphstichting

		Kansen			Bedreigingen		
		1 Groeiend inzicht belang opvang gezinssituatie	2 Unieke van JDG	3 Nieuwe financierings-mogelijkheden (FW)	1 Sociale samenhang weg uit dorp	2 Transitie > gemeentelijk domein	3 Maatschappelijke wortels worden minder
Sterktes	1 Stabiele basis door OG	0	0	+	+ / -	-	0
	2 Vrije positie/ diversiteit	+	+	++	0	+	+
	3 Bevlogenheid werknemers/ organisatie	++	+	++	+	+	++ / --
Zwaktes	1 Onduidelijke profilering	0	--	-	-	-	--
	2 Indirecte relatie tot doelgroep	-	-	0	--	-	-- (“sluipmoordenaar”)
	3 Te gedreven	0	-	-	-	0	0

Confrontatiematrix bestuur

		Kansen			Bedreigingen		
		Unieke positie JDG	Gezinsvormen groep als kans in transitie	Duurzaam De Glind	Vitaliteit dorpsgemeenschap	Inkomsten	Concentrzware gevallen
Sterktes	Aanwezigheid (finc) middelen	++	+	+	+	-	0
	Innovatief (ontwikkel kracht)	++	++	++	+	+	+
	Passie, bevlogenheid mensen	+	+	+	+	0	+
Zwaktes	Diffuse strategie	-	0	-	--	0	--
	Persoonsafhankelijkheid	0	0	0	0	0	0
	Geconcentreerd op één plek	++	++	++	+	--	--

1.2 Samenvatting SWOT analyse Rudolphstichting

	Behulpzaam Voor het behalen van de doelen.	Schadelijk Voor het behalen van de doelen.
Interne bron Eigenschappen van de organisatie.	**Sterkten** Vanuit de bedrijfscultuur • bevlogenheid werknemers en organisatie • sterke netwerk capaciteiten • sterke positie secretariaat • deskundig bestuur Vanuit de strategie • vrije positie / diversiteit Financieel • stabiele basis door onroerend goed	**Zwakten** Vanuit de bedrijfscultuur • werknemers en organisatie te gedreven • indirecte relatie met doelgroep • beperkte werkcapaciteit • relatief grote afstand tot werkveld Vanuit de strategie • vrije positie/ diversiteit projecten • goudhaantjes Communicatie • onduidelijke profilering/ relatie met JDG • ‘onzichtbare partij’

Externe bron Kenmerken van de omgeving.	**Kansen** <u>Vanuit de jeugdzorg</u> • transformatie jeugdzorg • concept gezinshuizen krijgt grotere bekendheid in Nederland • groeiend inzicht belang opvang in gezinssituatie <u>Vanuit De Glind</u> • meer afstemming en samenwerking Glindse partijen • herkenning belang De Glind bij gemeente Barneveld • draagvlak gemeenschap voortbestaan JDG • onbenutte potentie • wisseling panden JDG • het unieke van JDG • proeftuinfunctie JDG <u>Vanuit donateurs/ fondsenwerving</u> • lokale doelen worden steeds belangrijker • stapelfinanciering • crowdfunding • toenemend belang online adverteren • social media 'place of conversion' • nieuwe betaalwijzen • kerkgevers zijn veel-gevers • **>> nieuwe financiële mogelijkheden**	**Bedreigingen** <u>Vanuit de jeugdzorg</u> • transitie jeugdzorg (naar gemeentelijk domein) • zwaardere doelgroep in gezinshuizen (ook in De Glind) • gezinshuisouders zijn overvraagd <u>Vanuit De Glind</u> • leegstand/ leegloop De Glind • versnipperde overlegorganen/ activiteiten De Glind • sociale samenhang is weg uit het dorp <u>Vanuit donateurs/ fondsenwerving</u> • aantal PKN-leden loopt terug • maatschappelijke wortels worden minder • maatschappelijke crisis • donateurs worden minder trouw aan organisatie • individualisering

Uitwerking SWOT
Voor deze SWOT is er gekeken naar ontwikkelingen en trends binnen de volgende terreinen: (kerkelijke) donateurs en fondsenwerving, Jeugddorp De Glind, jeugdzorgen de Rudolphstichting zelf. Gebruikte bronnen hiervoor zijn input uit het team, diverse stukken van de Rudolphstichting en (online) onderzoek.

De volgende onderwerpen zijn buiten beschouwing gebleven in deze SWOT:

- Concurrentie Rudolphstichting: in de SWOT zijn geen ontwikkelingen, kansen en/of bedreigingen of sterkten en zwakten ten opzichte van concurrentie meegenomen. Soortgelijke of concurrerende organisaties van de Rudolphstichting zijn niet geïdentificeerd en geanalyseerd/ gebenchmarkt.
- Financiële data Rudolphstichting: omdat de jaarrekening nog in de maak is, zijn financiële gegevens, zoals bijvoorbeeld het totaal aan donaties in 2014, nog niet meegenomen in deze SWOT. Het is aan te raden deze data wel mee te nemen zodra deze bekend zijn.
- Diepgaande markt analyses: alleen globale ontwikkelingen vanuit 'de markt' (voor de Rudolphstichting zijn dit de jeugdzorgsector, kerkelijke achterban/ donateurs en Jeugddorp De Glind) zijn meegenomen in deze SWOT analyse. Lokale (politieke) ontwikkelingen rondom jeugdzorg en/of de kerkelijke achterban zijn niet specifiek onderzocht. Verder is er geen specifiek onderzoek gedaan naar de ontwikkelingen en behoeften van de eigen kerkelijke achterban en donateurs van de RS en van gezinshuisouders en uithuisgeplaatste kinderen. Zij zijn niet ondervraagt. Van deze groepen zijn enkel nationale ontwikkelingen vermeldt.
  Ook zijn ontwikkelingen bij verschillende 'partner groepen' van de Rudolphstichting niet gericht onderzocht. Zo is bijvoorbeeld geen specifiek onderzoek gedaan naar fondsen, andere goede doelen en 'zuster organisaties' (als het GIP en AKIG) waarmee de RS samenwerkt.

2.1 Sterkten van de Rudolphstichting

Vanuit de bedrijfscultuur:

1. *Bevlogenheid werknemers/ organisatie*: de Rudolphstichting is een zeer gedreven en ondernemende organisatie.
2. *Sterke netwerk capaciteiten*: de Rudolphstichting goed in het aantrekken van partners voor projecten, die de zwakten van de Rudolphstichting opvullen, en heeft een sterke netwerkmentaliteit. (Dit betekend niet dat zij zelf altijd het netwerk heeft, maar dat zij mensen met het gewenste netwerk kan aantrekken).
3. *Sterke positie secretariaat*: vormt met recht een belangrijke kern in de organisatie
4. *Deskundig bestuur*: dankzij de diversiteit van functies van de bestuursleden heeft de Rudolphstichting een zeer deskundig bestuur.

Vanuit de strategie:

1. *Vrije positie*: zowel kracht als zwakte. Vanuit haar vrije positie kan de Rudolphstichting kunnen kiezen voor het "grote goed" (omdat zij niet perse gebonden is aan overheidsregels en/of subsidies).

Financieel:

- *Stabiele basis door onroerend goed*: dankzij onroerend goed (omvang, gangbaar) is de Rudolphstichting verzekerd van een relatief stabiele basis.

2.2 Zwaktes van de Rudolphstichting

Vanuit bedrijfscultuur:

1. *Organisatie/ werknemers te gedreven*: de gedrevenheid van de Rudolphstichting is een sterkte, maar tegelijkertijd ook een valkuil; soms wil zij te veel tegelijk en neemt zij te veel hooi op de vork. Dit kan ten koste van de strategische keuzes gaan/ hierdoor soms gebrek aan doortastend opereren.
2. *Indirecte relatie doelgroep*: de Rudolphstichting heeft vrijwel altijd een indirecte, institutionele, relatie tot haar einddoelgroep(en); uithuisgeplaatste kinderen en gezinshuisouders. Zij heeft hierdoor weinig binding met deze groepen en wellicht onvoldoende kennis over de ontwikkelingen en behoeften van deze groepen.
3. *Beperkte werkcapaciteit*: de Rudolphstichting wil zich graag op veel vlakken inzetten en initiatief nemen om verschillende projecten op te zetten. Omdat de organisatie echter maar uit een klein team bestaat heeft zij een beperkte capaciteit en zal de organisatie keuzes moeten maken in de aan te pakken projecten.[5]
4. *Relatief grote afstand tot werkveld*: omdat we zelf niet in contact staan met het werkveld is er minder feeling. Er is dan een kans dat je 'te ver' van de uitvoerende zorg komt te staan. Samenwerking met gezinshuis.com daarom erg belangrijk.

Vanuit strategie

1. *Vrije positie/ diversiteit Rudolphstichting*: zowel kracht als zwakte. Rudolphstichting zou meer focus kunnen aanbrengen, zodat voor de omgeving helder is waar Rudolphstichting voor staat, duidelijke keuzes maken. Nu is het meer 'hapsnap' projecten: projecten zijn verdeeld over breed spectrum: geen duidelijke focus of achterliggende visie uit te halen (voor de buitenstaander).
2. *Goudhaantjes*: de Rudolphstichting is kwetsbaar door de sterke binding van projecten aan individuen ('goudhaantjes')/ de hoeveelheid taken die bij één persoon zijn weggelegd. Dit brengt grote risico's met zich mee wanneer er iemand uitvalt. [6]

Communicatie

1. *Profilering/ Relatie De Glind- Rudolphstichting onduidelijk voor buitenwereld*: De Glind en Rudolphstichting lopen vaak door elkaar heen. De relatie en het onderscheid tussen die twee moet veel helderder zijn (voor bepaalde doelgroepen). Dit ligt aan de doelgroep waarnaar je je profileert. Is sommige gevallen is het heel belangrijk om als Rudolphstichting naar buiten te treden. In andere gevallen, zoals binnen de jeugdzorg, gaat het meer om Jeugddorp De Glind en komt de Rudolphstichting meer op de achtergrond te staan.[7]

2. *'Onzichtbare partij'*: de Rudolphstichting treedt vaak op in de achtergrond (in De Glind) en treedt niet heel erg naar buiten met haar successen. Rudolphstichting moet veel naar buiten brengen wat ze doet, moet meer aan de weg timmeren. Unieke niche formuleren en uitdragen.[8]

---

[5] Bron: Interview medewerkers
[6] Bron: Business Model Canvassen Rudolphstichting
[7] Bron: interview medewerkers
[8] Stakeholdersdiner

2.3 Kansen voor de Rudolphstichting

Vanuit de jeugdzorg:

1. *Transformatie jeugdzorg*: de transformatie van de jeugdzorg vraagt om een nieuwe denkwijze en om vernieuwing van het 'jeugdzorgsysteem'. Hier ligt een kans voor de Rudolphstichting als het gaat om een trekkersrol/ proeftuinfunctie in vernieuwende zorgvormen.
2. *Grotere bekendheid concept gezinshuizen in Nederland:* het concept gezinshuizen krijgt steeds meer bekendheid binnen onze samenleving dankzij het Amendement 80 en alle media aandacht voor jeugdzorg/ opvang in gezinsvormen. Dit biedt kansen voor de Rudolphstichting.
3. *Groeiend inzicht belang opvang in gezinssituatie in politiek/ jeugdzorg:* de politiek heeft een groeiend besef van het belang van opgroeien in een gezinssituatie. Dit versterkt de betekenis van het werk van de Rudolphstichting en het bestaan van De Glind.

Vanuit De Glind:

1. *Meer afstemming en samenwerking Glindse (zorg)organisaties*: er vindt steeds meer synergie plaats tussen de diverse (zorg)partijen in De Glind/ er is hier steeds meer vraag naar; dit geeft mogelijkheden voor de Rudolphstichting voor grotere draagkracht bij nieuwe initiatieven.
2. *Herkenning belang De Glind bij gemeente Barneveld*: de gemeente Barneveld heeft toegezegd ambassadeur voor De Glind te willen zijn, omdat zij het belang van het dorp erkennen. Dit biedt mogelijkheden.
3. *Draagvlak gemeenschap voortbestaan Jeugddorp De Glind*[9]*:* binnen het dorp bestaat er algemene consensus over de toekomstvisie van De Glind. Hierin is het 'jeugddorp' aspect een stabiele factor.
4. *Onbenutte potentie:* in De Glind is ruimte voor groei/ meer activiteiten. Vooral op het gebied van vrijetijd is er veel potentie. De randvoorwaarden zijn er al, het vraagt nog om invulling.[10]
5. *Wisseling panden Jeugddorp De Glind*: er vinden veel wisselingen plaats in het bewonersbestand van het dorp. Dit biedt zowel bedreigingen als kansen; het geeft de Rudolphstichting grotere stuurruimte in de keuze heeft wie zij toelaat in haar panden. Zo kan zij regie voeren op wie er in De Glind komen wonen/werken en de koers van de ontwikkeling van De Glind (bij)sturen.
6. *Het unieke van De Glind*; Jeugddorp De Glind is uniek in Nederland en er is absoluut een meerwaarde voor een bepaalde groep kinderen om in De Glind te wonen. Dat is een mooie boodschap om te profileren.[11]
7. *Proeftuin functie Jeugddorp De Glind*: in De Glind is er ruimte om vernieuwende initiatieven te 'testen' hier kan nog meer gebruik van worden gemaakt.

---

[9] Bron: Belangenvereniging De Glind (2010) De Glind naar 2020. Toekomstvisie van een dorp met jeugdzorg in een groene en agrarische landelijke omgeving.

[10] Bron: interview medewerkers

[11] Bron: interview medewerkers, onderzoek oud bewoners

Vanuit donateurs/ fondsenwerving:

1. *Lokale doelen worden steeds belangrijker*: er is steeds meer aandacht voor lokale activiteiten bij donateurs. Daar waar de overheid zich terugtrekt en 'de participatiemaatschappij' promoot, richten donateurs zich meer en meer op organisaties die de kwaliteit van hun eigen leefomgeving verbeteren. [12]
2. *Stapelfinanciering om doel te bereiken*: omdat concrete doelstellingen belangrijker worden, wordt het formuleren én behalen van die doelen ook belangrijker. Daarbij zien we een trend van 'stapelfinanciering', waarbij binnen een project aan verschillende doelgroepen gevraagd wordt aan een bepaalde doelstelling, ieder voor een deel, bij te dragen. Dus zowel aan particuliere donateurs, het bedrijfsleven, vermogensfondsen als subsidieverstrekkers wordt gevraagd een deel van het einddoel op te brengen[13]
3. *Crowdfunding*: krijgt veel aandacht en we hebben het volume de laatste jaren ook meer en meer zien groeien. Dat is een trend die doorzet, mede omdat grote financiers er 'bewijs van draagvlak' in zien. Stapelfinanciering van een project begint dan ook steeds vaker met crowdfunding[14]
4. *Belang van online adverteren neemt toe*: om het bereik online te vergroten wordt het steeds belangrijker om online te adverteren. De mogelijkheden daartoe worden steeds uitgebreider voor goede doelen. Facebook en Linked In waren er al, Twitter heeft het afgelopen jaar de mogelijkheden aanzienlijk uitgebreid, Pinterest volgt begin 2015, en SEA (search engine advertising) is inmiddels gemeengoed geworden.[15]
5. *Sociale media als 'place of conversion'*: de afgelopen maanden testen diverse sociale platformen met directe donatiemogelijkheden. Facebook en Twitter zijn er al vergevorderd mee, en zullen waarschijnlijk al in de eerste helft van 2015 een 'buy'/ 'donate' knop lanceren. Waarmee potentiële donateurs dus niet meer naar je website hoeven om te doneren[16]
6. *Nieuwe betaalwijzen*: het is technisch niet echt nieuw, maar doordat Apple bij de introductie van de iPhone 6 zijn weerstand tegen NFC (near field communication) liet varen en tevens ApplePay introduceerde, komt NFC in de komende twee jaar wel heel dichtbij. We gaan nu dus echt betalen met onze mobiele telefoon of andere mobiele gadgets. En dat geeft nieuwe kansen voor fondsenwervers, bijvoorbeeld voor de collecte.[17]
7. *Kerkgangers zijn veel-gevers*: uit onderzoek blijkt dat mensen die religieus zijn, relatief meer doneren (en meer vrijwilligerswerk) doen. Kerkelijke Nederland, en dan met name gereformeerde protestanten, zijn zogenoemde 'veel-gevers'; ze geven niet alleen veel aan de eigen kerk maar ook aan andere goede doelen. In Nederland geven katholieken ongeveer € 200 per jaar aan goede doelen (de kerk zelf inbegrepen),voor protestanten is dit bedrag bijna € 600 per jaar en voor niet-religieuzen slechts € 120 (Bekkers & Boonstoppel

---

[12] http://fundraiseronline.blogspot.nl/2014/12/15-trends-voor-fondsenwerving-in-2015.html en http://renebekkers.wordpress.com/category/trends/
[13] http://fundraiseronline.blogspot.nl/2014/12/15-trends-voor-fondsenwerving-in-2015.html
[14] http://fundraiseronline.blogspot.nl/2014/12/15-trends-voor-fondsenwerving-in-2015.html en http://renebekkers.wordpress.com/category/trends/
[15] http://fundraiseronline.blogspot.nl/2014/12/15-trends-voor-fondsenwerving-in-2015.html
[16] http://fundraiseronline.blogspot.nl/2014/12/15-trends-voor-fondsenwerving-in-2015.html
[17] http://fundraiseronline.blogspot.nl/2014/12/15-trends-voor-fondsenwerving-in-2015.html

2011). Wat betreft vrijwilligerswerk vertonen de groepen dezelfde verdelingen: van de niet-religieuzen doet 36% vrijwilligerswerk wel eens vrijwilligerswerk, van de katholieken is dit 49% en van de protestanten 70% (Bekkers & Boezeman 2011).[18]

8. **Samengevat: nieuwe financiële mogelijkheden**

2.4 Bedreigingen van de Rudolphstichting

Vanuit de jeugdzorg:

1. *Transitie jeugdzorg naar gemeentelijk domein*: de transitie van de jeugdzorg naar gemeenten brengt veel onzekerheid (en bezuinigingen) met zich mee. Het komende jaar zijn er al tekorten voorspeld. Dit heeft ook een negatief effect op de Rudolphstichting en De Glind.
2. *Zwaardere doelgroep in gezinshuizen*: in De Glind en landelijk is een trend te zien naar zwaardere doelgroepen die worden geplaatst in gezinshuizen. Dit vraagt om een andere aanpak/ omgeving dan de huidige en heeft daarnaast ook een invloed op deze omgeving.[19]
3. *Gezinshuisouders zijn overvraagd*: de zwaardere doelgroep en alle ontwikkelingen in de jeugdzorg vragen veel van de gezinshuisouders in De Glind en in Nederland. Zij hebben hierdoor minder tijd en puf/ staan hierdoor minder open voor activiteiten naast hun 'corebusiness'. [20]

Vanuit De Glind:

1. *Leegstand/ leegloop Jeugddorp De Glind*: er vinden veel wisselingen plaats in het bewonersbestand van het dorp en daarnaast is er een ontwikkeling naar grotere leegstand te zien in de panden van de Rudolphstichting. Beide ontwikkelingen vormen een bedreiging voor het voortbestaan van het dorp/ de stichting.
2. *Versnipperde overleg organen/ activiteiten De Glind:* er zijn veel verschillende (overleg-) organen in De Glind, die veelal los van elkaar opereren/ slecht op elkaar zijn afgestemd. Hierdoor is de effectiviteit van acties en het benutten van potentie in/ uit het dorp niet optimaal.
3. *Samenwerking gezinsvormengroep:* de samenwerking tussen de verschillende zorgorganisaties in De Glind is niet optimaal/ effectief. Dit heeft te maken met het formaat en de prioritering van de verschillende organisaties. Dit geeft ook onduidelijkheid binnen eigen organisatie.
4. *Sociale samenhang is weg:* Glind is niet meer de hechte gemeenschap die het ooit was. Het dorp beweegt mee in de globale trend van individualisering. De verbindende netwerken bestaan niet meer en men 'zorgt' minder voor elkaar. Vooral in een dorp waar de sociale structureel zo essentieel is voor de positieve ontwikkeling van de jongeren vormt dit een bedreiging.

Vanuit de donateurs/ fondsenwerving:

1. *PKN-leden loopt terug*: uit cijfers van de PKN blijkt dat het aantal leden elk jaar afneemt (gemiddeld met zo'n 2,5 tot 3 procent). Dit vormt een bedreiging voor de Rudolphstichting omdat het merendeel van haar donaties van PKN-kerken, -leden en diaconieën komt. [21]

---

[18] Bekkers, R. (2013) Religie en het maatschappelijke midden in Nederland. *Religie en Samenleving*. Jrg. 8, nr. 1.

[19] Bron: diverse gezinshuisouders/ Intermetzo

[20] Bron: diverse gezinshuisouders De Glind

[21] http://www.protestantsekerk.nl/Lists/PKN-Bibliotheek/Statistische%20Jaarbrief%202013.pdf

De secularisering heeft ook negatieve effecten op de filantropie in Nederland: er zullen minder inkomsten voor goede doelen zijn vanuit de religieuze hoek en het vrijwilligerswerk zal minder worden. Andere ontwikkelingen zullen deze negatieve effecten opvangen als je over de gehele linie kijkt. De vergrijzing, opleidingsexpansie en het uitdunnen van generaties die relatief minder geven zorgen ervoor dat de inkomsten voor maatschappelijke organisaties uit filantropie van huishoudens de komende tien jaar verder zullen toenemen.[22] Hier zal de Rudolphstichting vermoedelijk echter niet van profiteren gezien haar donateursbestand grotendeels uit kerkelijke leden bestaat. Wellicht zal de Rudolphstichting dus toegang moeten vinden tot nieuwe groepen aangezien het religieuze gedeelte van de bevolking steeds kleiner wordt. (wellicht kan zij samenwerking zoeken met scholen/bedrijven in de omgeving, een andere kans: kerken in de omgeving)

2. *Maatschappelijke wortels worden minder*
3. *Maatschappelijke crisis:* die zich o.a. uit in crisis op woningmarkt, overheidsbezuinigingen, grotere concurrentie bij fondsenwerving, terughoudendheid van private partijen m.b.t. investeringen, druk op bedrijfsmatige huurprijzen, lagere verkoopprijs van onroerend goed (ook de woningen).[23]
4. *Donateurs worden minder trouw aan een organisatie -gaan minder langdurige relaties aan (hoppen)*: de donateur die maandelijks een vast bedrag laat afschrijven zal voorlopig niet verdwijnen, maar nieuwe donateurs zijn meer geïnteresseerd in korte verbintenissen aan concrete, voor hen begrijpbare, doelen. De ene keer een nieuw clubhuis voor de voetbalvereniging, een paar maanden later het hok van het lokale dierenasiel of de kerstbijdrage aan de voedselbank[24]
5. *Individualisering*: de individualisering is al jaren te merken in de Nederlandse samenleving. Dit is onder andere te merken aan het aantal eenpersoonshuishoudens dat toeneemt en de ontkerkelijking (Inspectie SZW, 2013). Zoals de inspectie SZW schrijft (2013) opmerkt: 'Traditionele sociale verbanden maken plaats voor fragmentatie van de samenleving in informele netwerken, waar groepen met een bepaald belang elkaar treffen en met elkaar onderhandelen. Deze ontwikkeling wordt versterkt door de mogelijkheden van internet. Zo kunnen risico's ontstaan voor groepen burgers die niet, of minder, gebruik kunnen maken van de groei- ende individuele autonomie'. De consument wil niet meer in een hokje gestopt worden en is niet meer gevoelig voor massacommunicatie. Zij willen aangesproken worden op hun specifieke wensen en behoefte. Ook hebben zij behoefte aan individueel contact met merken dat op dit moment wordt gestimuleerd door nieuw media. Consumenten vinden dat er in de winkels vooral veel van het zelfde ligt en zoekt naar maatwerk en unieke producten. Meer dan de helft van de consumenten wil een unieke stijl hebben. Dit betekend niet automatisch dat het product wat gekocht wordt ook uniek moet zijn. (cbwmitex, 2013)

Door de economische crisis zal er meer behoefte zijn aan sociale harmonie in 2020 en eerder. Men geeft niet meer aan goede doelen, maar helpen elkaar op lokaal niveau.[25] Kans en bedreiging. Bedreiging: omdat mensen minder doneren aan goede doelen; risico op dalende donaties.

---

[22] Bekkers, R. (2007) SECULARISERING EN FILANTROPIE IN DE 21E EEUW. *Filantropie in Nederland - Voorbeelden uit de periode 1770-2020*. Aksant. Amsterdam.
[23] Perspectief De Glind, 17 augustus 2013
[24] http://fundraiseronline.blogspot.nl/2014/12/15-trends-voor-fondsenwerving-in-2015.html en http://renebekkers.wordpress.com/category/trends/
[25] http://rmc205a.wordpress.com/destep-analyse/