

Stichting Odanadi NL
Meerjarenplan 2018-2023



Inhoudsopgave

1. Inleiding

1.1 Transparantie

1.2 Doelstellingen 2018-2023

2. Terugblik

3. Missie en visie

4. Strategie en doelstelling

4.1 De basis verstevigen

4.2 Donateurs en sponsors

4.3 Voorlichting, bewustwording en educatie

4.4 Evenementen en activiteiten

4.5 Samenwerken

4.6 Communicatie

4.7 Werkbezoek India

1. Inleiding

Stichting Odanadi NL helpt vrouwen en kinderen in India die slachtoffer zijn van (seksuele) uitbuiting. Dit doen wij door intensief samen te werken met het team van Odanadi in India. Sinds de oprichting in 1993 heeft Odanadi bijna 4000 vrouwen en kinderen gered van (seksuele) uitbuiting en hen een kans geboden op een nieuwe toekomst. Odanadi biedt vrouwen en kinderen in het opvanghuis een veilige plek waar ruimte is voor het verwerken van hun –veelal traumatische- ervaringen. Met behulp van Odanadi kunnen zij een toekomst opbouwen via scholing, een sociaal netwerk en een baan. Odanadi strijdt tegen (seksuele) uitbuiting van vrouwen en kinderen via reddingsacties, het bieden van rechtshulp, opvang, voedsel en scholing van vrouwen en kinderen en het organiseren van activiteiten op het gebied van preventie en bewustwording. Stichting Odanadi NL ondersteunt deze werkzaamheden door middel van fondsenwerving en creëren van bewustwording.

1.1 Transparantie .

Bij Odanadi NL staat transparantie hoog in het vaandel. Alle fondsen die wij in Nederland werven, komen rechtstreeks ten goede aan de vrouwen en kinderen die bij Odanadi in India wonen. Omdat onze Nederlandse stichting de fondsenwerving op vrijwillige basis doet, blijft er geen enkele euro ‘aan de strijkstok hangen’. De stichting streeft ernaar dat 95% van de inkomsten direct naar de projecten in India gaat. De overige 5% wordt gebruikt voor onvermijdelijke kosten als bankkosten en de kamer van koophandel. Tevens proberen we zoveel mogelijk gebruik te maken van donaties in natura op het gebied van promotiemateriaal als een website en flyers. Hierdoor blijven de kosten voor fondsenwerving opvallend laag. Er is voortdurend overleg en constructief contact met de moederorganisatie in India over de besteding van de in Nederland geworven fondsen en de resultaten zijn direct zichtbaar. Door deze korte lijnen en goede onderlinge verhoudingen is er direct invloed op het beleid.

1.2 Doelstellingen 2018-2023

Regeringsleiders van 189 landen hebben in september 2000 de United Nations Millennium Declaration ondertekend. Met ons werk hopen we een kleine bijdrage te leveren aan de millennium-doelstellingen die zich richten op het uitbannen van wereldwijde armoede. Dit meerjarenplan is een groeidocument dat richting geeft aan de ontwikkeling van Stichting Odanadi NL in de periode 2018-2023. Aan dit meerjarenplan ligt de strategie van Odanadi India ten grondslag. Wij stemmen onze fondsenwervingsactiviteiten af op de prioriteiten zoals die verwoord zijn in de

strategie van Odanadi India, te weten: specialistische zorg voor kinderen en jongvolwassenen met een handicap, de lopende kosten voor reddingsoperaties, opvang, voedsel, scholing, sport, ontspanning voor de jongens en meisjes en activiteiten als voorlichting, preventie en bewustwordingscampagnes in India

2. Terugblik

In 2008 maakte Natasja van der Lelij kennis met Odanadi tijdens vrijwilligerswerk in India. Het werk van deze organisatie en het besef van de benodigdheden maakte zo'n indruk dat zij in april 2009, samen met andere betrokkenen, de Stichting Odanadi NL oprichtte. Begin 2011 besluit Odanadi NL, met inmiddels een uitgebreider netwerk en expertise, de focus te leggen op het aantrekken van meer vaste donateurs, eenmalige donaties en financiële steun van bedrijven, fondsen en stichtingen. Terwijl in januari 2010 nog 16,1 % van de totale inkomsten afkomstig is van vaste periodieke donaties, is dit percentage nu jaarlijks een stabiele factor geworden van ongeveer 30% omzet per jaar. Dit zorgt voor financiële zekerheid voor Odanadi in India en maakt dat Odanadi plannen kan maken voor de toekomst.

De losse giften laten een positieve trend zien: van 2012 > 38% 2015 56% en in 2017 40% > van de omzet.

De inkomsten van de acties zijn van 2012 naar 2017 per jaar variërend; 2015 was een exceptioneel goed jaar. Tot 2016 zien we stabiele inkomsten van de acties, daarna een iets dalende trend sinds begin 2017. Oorzaak hiervan is de daling van de inkomsten via Yoga Stops Traffick.

Het realiseren van ambassadeurschappen en samenwerking met Nederlandse scholen voor fondsenwerving kwam de afgelopen jaren minder van de grond. In de doelstellingen van 2013-2016 stonden het nieuwe jongenstehuis en de vakopleidingen als prioriteiten vermeld. Het verheugende nieuws is dat beide projecten inmiddels zijn gerealiseerd.

Onze doelstelling blijft onverminderd om minimaal 95% van onze opbrengsten te doneren aan Odanadi India. Meestal ligt dit percentage echter hoger, namelijk 98%. Behalve in 2016 en 2017 toen was het 97,5% door een toename van de bankkosten.

3. Missie en Visie

De missie van Stichting Odanadi NL is ondersteuning van slachtoffers van (seksuele) uitbuiting en ander sociaal onrecht in India door het draagvlak voor Odanadi in Nederland te vergroten middels fondsenwerving en bewustwordingsactiviteiten. De visie van Odanadi NL: ondersteuning van Odanadi in India, met hun expertise en lokale kennis, is de beste

methode om sociale verandering te bewerkstelligen en slachtoffers te begeleiden.

4. Strategie en doelstelling

Om onze missie ten uitvoer te brengen maken we een aantal strategische keuzes. Deze keuzes zijn met name gericht op het creëren van bewustwording, samenwerken en fondsenwerven. Hieronder lichten we puntsgewijs bij iedere keuze toe welke strategie wij daarmee voor ogen hebben en wat onze doelstelling erbij is.

4.1 De basis verstevigen

Strategie

De komende jaren willen we de basis in Nederland verstevigen, zonder daarbij de kracht van onze kleinschaligheid en de korte lijnen uit het oog te verliezen. Dit betekent dat wij ernaar streven om meer mensen aan ons te binden die de rol van ‘ambassadeur’ op zich kunnen nemen om Odanadi onder de aandacht van een breder publiek te brengen. Wij benaderen in eerste instantie diegenen die op een of andere manier eerder betrokken zijn geweest bij Odanadi India omdat zij er bijvoorbeeld vrijwilligerswerk gedaan hebben. We maken een plan van aanpak om deze mensen te benaderen en deze ambassadeursrol verder uit te werken/vorm te geven.

4.2 Donateurs en sponsoren.

Strategie

Donateurs en sponsoren vormen het hart van Odanadi. Het is onze doelstelling/strategie om minimaal 13.000 euro per jaar aan Odanadi India over te maken en streven naar een groei van 10% per jaar. Uitbreiding van het aantal vaste donateurs en sponsoren is noodzakelijk om deze doelstelling te bereiken. We benaderen actief bedrijven en organisaties met de vraag of zij Odanadi financieel willen ondersteunen. Dat doen we onder meer door in kaart te brengen welke bedrijven al relaties hebben met India. Nieuwe vaste donateurs werven we actief via evenementen en acties (zie ook onze website en social media hiervoor). We willen het huidige aantal vaste donateurs en sponsoren aan ons binden. Alle belanghebbenden ontvangen onze drie maandelijks nieuwsbrief.

Doelstelling

1. Jaarlijks stijgen de inkomsten aan donaties met 10%.
2. Per jaar komen er 5 nieuwe vaste donateurs bij.
3. Jaarlijks worden minimaal 5 bedrijven/fondsen/stichtingen actief benaderd.

4. We versturen een enquête aan onze donateurs met het doel onze informatievoorziening te toetsen en in beeld te krijgen welke behoefte er leeft bij onze donateurs

4.3 Voorlichting, bewustwording en educatie

Strategie

Bewustwording is naast het werven van fondsen, één van onze belangrijkste speerpunten. We vertellen graag ons verhaal. Sinds 2015 kunnen we daarbij dankbaar gebruik maken van de documentaire “Driving with Selvi”. Sinds 2017 brengen we ook het boek van Soesma Radja “Madam is not good” onder de aandacht. Odanadi speelt in beide initiatieven een bijzondere rol. De film en het boek neemt mensen mee in het leven van veel meisjes en vrouwen in India.

Onder het mom “Kinderen hebben de toekomst” hebben we een educatief lesprogramma dat gekoppeld is aan een fondsenwervingsactiviteit voor basisscholen. Daarbij creëren we bewustwording bij de jongere generatie en betrekken via hen ook de ouders bij eenvoudige fondsenwervingsactiviteiten.

Doelstelling

1) In 2013 is er een educatief programma ontwikkeld wat gekoppeld is aan een fondsenwervingsactiviteit voor scholen. Dit blijft onverminderd van kracht in de periode 2018-2023

2) Dit programma is vermeld op de website en is op aanvraag beschikbaar.

3) Waar mogelijk en passend brengen we de film en het boek onder de aandacht van een groter publiek.

4.4 Evenementen en activiteiten

Strategie

We werken actief mee aan of initiëren evenementen/ activiteiten om Odanadi onder de aandacht te brengen en koppelen hieraan altijd een fondsenwervingsactiviteit. Twee evenementen die jaarlijks terugkeren en waar we actief aan meewerken zijn Yoga Stop Traffick in het voorjaar en de jaarlijkse dag tegen mensenhandel in het najaar. We werken mee aan ad-hoc evenementen en/of acties op basis van beschikbare capaciteit. Voorbeelden hiervan zijn de ‘Free a girl award via ‘Just Giving’ of de ‘NRC Charity award’, maar ook het aanwezig zijn met een stand bij

evenementen die raakvlak hebben met ontwikkelingswerk, vrouwenemancipatie, kinderrechten en mensenhandel.

Doelstelling

- 1) We werken actief mee aan de internationale Yoga Stop Traffick dag door yogascholen en – docenten aan te schrijven en hen desgewenst te bezoeken tijdens YST, flyers te maken en media-aandacht te vragen
- 2) We brengen activiteiten en evenementen in kaart die aansluiten bij onze doelstellingen en maken jaarlijks in de jaarplanning een keuze waarbij we willen en kunnen aanhaken.

4.5 Samenwerken

Strategie

Door krachten van alle Odanadi-betrokkenen te bundelen en activiteiten op elkaar af te stemmen maken we de positie van Odanadi sterker en brengen deze duidelijker voor het voetlicht. We onderhouden daartoe nauw contact met Odanadi India, Odanadi UK, Odanadi USA en Odanadi Zweden. Een tweetal specifieke samenwerkingsmogelijkheden lichten we hieronder toe. Daarnaast werken we waar mogelijk samen met organisaties die ons kunnen helpen om onze doelstellingen te bereiken.

- 1) In de Strategie 2011-2016 van Odanadi India wordt gesproken over het opzetten van 'social enterprises'. De jongens en meisjes van Odanadi kunnen er een vak leren en een inkomen verdienen. Het is onze ambitie om te kijken of we een rol kunnen spelen om de producten van deze kleine ondernemingen in contact te brengen met de Nederlandse markt.
- 2) We sluiten waar mogelijk aan bij de activiteiten van Odanadi India. Per activiteit wordt onderzocht in welke vorm we in Nederland kunnen aansluiten.

Projectondersteuning

Waar nodig ondersteunen we nieuwe of langer lopende projecten bij Odanadi India. Dat doen we door het werven van fondsen, het inbrengen van onze kennis of ervaring en/of het inschakelen van ons netwerk voor bepaalde expertise. De nieuw te ontwikkelen huisvesting met gespecialiseerde zorg voor kinderen en jongvolwassenen met een beperking is hiervan het meest recente voorbeeld.

Doelstelling

- 1) We werven fondsen en steun voor de nieuw te ontwikkelen huisvesting voor kinderen en jongvolwassenen met een beperking.

2) We sluiten waar mogelijk aan bij de activiteiten van Odanadi India. Per activiteit wordt onderzocht in welke vorm we in Nederland kunnen aansluiten.

4.6 Communicatie

We maken een onderscheid tussen interne en externe communicatie. Met interne communicatie bedoelen we alle communicatie die plaatsvindt binnen en tussen Odanadi NL, Odanadi India, Odanadi UK, Odanadi US en Odanadi Zweden. Met externe communicatie bedoelen we de communicatie met onze donateurs, onze sponsors, geïnteresseerden en de media.

Strategie m.b.t externe communicatie

Om in contact te komen en te blijven met onze achterban zetten we zowel structureel als incidenteel verschillende communicatiemiddelen in:

- Digitale nieuwsbrief
- Direct mailing
- Website
- Twitter
- Facebook: Odanadi India en Odanadi International
- Activiteitenpagina op de website

Doelstelling externe communicatie

1) We verzenden de digitale nieuwsbrief 4 keer per jaar en plaatsen deze op de website.

2) We controleren onze website ieder kwartaal op actualiteit en stellen de informatie zo nodig bij.

3.) We maken een activiteitenpagina aan op de website en nemen deze informatie ook op in andere media.

4) We gebruiken Twitter en Facebook.

5) We werken volgens AVG

Strategie en doelstelling interne communicatie

We hebben geregeld contact per telefoon/ skype of email met Odanadi India en zo nodig met Odanadi UK en Odanadi USA om nieuws uit te wisselen, activiteiten en strategieën op elkaar af te stemmen.

4.7 Werkbezoek aan Odanadi India

Strategie

Regelmatig brengt het bestuur van Odanadi NL een bezoek aan Odanadi India. De bestuursleden doen dat op eigen kosten. Op die manier vormen we ons een beeld van wat er gedaan wordt met de donateursgeldten die we vanuit Nederland jaarlijks overmaken naar India.

Tijdens ieder bezoek vindt een gesprek plaats met de leiding van Odanadi, brengen we meerdere bezoeken aan zowel het meisjes- als het jongensverblijf, praten we met de jongens en meisjes over hun leven en ervaringen bij Odanadi, spreken met de huismoeders en ondernemen we een specifieke activiteit met de kinderen. Van ieder bezoek wordt verslaglegging gedaan en beschikbaar gesteld aan de donateurs/sponsors.

Doelstelling

In 2018 en 2022 brengt het bestuur of een afgevaardigde van het bestuur op eigen kosten een bezoek aan Odanadi India.

Afsluitend

Met dit meerjarenplan 2018 – 2023 hebben wij onze plannen en ambities inzichtelijk willen maken, niet alleen voor onszelf maar ook voor onze donateurs, sponsors en andere geïnteresseerden. Wij realiseren ons dat veel van onze ambities en doelstellingen afhankelijk zijn van beschikbare tijd en middelen. Echter door een goede onderlinge afstemming, (financiële) steun en medewerking van onze donateurs willen wij graag de beschreven plannen en ambities uitvoeren. Het resultaat zal zijn dat wij op financieel gebied structureel kunnen blijven bijdragen aan het welzijn van de vrouwen en kinderen die bij Odanadi wonen, en aan het verder terugdringen van mensenhandel en uitbuiting van vrouwen en kinderen in India. Op deze manier proberen wij een bijdrage te leveren aan de millenniumdoelstelling. Dit meerjarenplan dient tevens als communicatiemiddel en als een uitnodiging naar alle betrokkenen om samen onze plannen en ambities, zoals deze in dit stuk zijn beschreven, te realiseren. Wij rekenen op u en u mag op ons rekenen.

Bestuur Stichting Odanadi NL

September 2018