



**Wereld
Ouders**
Partner van NPH



Meerjarenplan 2025 –2027

Pauline Lemberger,
Directeur WereldOuders

Inhoud

1. Hier staan we voor	3
2. Transitie van tehuizen naar re-integratie en gezinsondersteuning	5
3. Zo gaan we groeien de komende jaren	7
3.1 De focus van de organisatie ligt op fondsenwerving.....	7
3.2 De kracht van de nauwe samenwerking met NPH medewerkers optimaal voelbaarder maken voor (potentiële) donateurs	7
3.3 Actief zoeken naar een match tussen de diverse NPH projecten en (potentiële) donateurs met verschillende wensen	8
3.4 Focus op fondsen, stichtingen en bedrijven.....	9
3.5 Nieuwe manieren ontwikkelen voor particuliere donateurs werving.....	9
3.6 De relatie met huidige donateurs doorontwikkelen of upgraden.....	10
3.7 Een succesvol gala neerzetten	11
3.8 Merknaam versterken ten behoeve van fondsenwerving.....	11
3.9 WereldOuders draagt bij aan tegengaan van kloof tussen arm en rijk	12
4. SWOT analyse van WereldOuders	13
5. Meerjarenbegroting.....	16
6. Samenvatting	17

1. Hier staan we voor

Ieder kind is afhankelijk van een volwassene voor verzorging, voeding en bescherming. Veel families in Latijns-Amerika leven in grote armoede waardoor het moeilijk is om kinderen de zorg te geven die ze nodig hebben. Door te werken aan de empowerment en persoonlijke ontwikkeling van kwetsbare kinderen en gezinnen wil WereldOuders samen met haar partnerorganisatie, de internationale NGO Nuestros Pequeños Hermanos (NPH) de armoedespiraal doorbreken, zodat de kinderen opgroeien tot zelfstandige volwassenen die op hun beurt bijdragen aan de maatschappij vanuit de persoonlijke kern van hun zijn. WereldOuders heeft een aanpak, gestoeld op vier pijlers: een veilig thuis, gezondheid, educatie en zelfstandigheid.

Missie: De missie van WereldOuders is om de situatie van kwetsbare kinderen in Latijns-Amerika structureel te verbeteren. Dit gebeurt door hen een veilige, stabiele thuisbasis en een kans op een goede toekomst te bieden. Vanuit de veiligheid van een familie krijgen kinderen individuele aandacht en steun op het gebied van medische zorg, onderwijs en zelfredzaamheid. Hierdoor ontstaat de mogelijkheid om de armoedespiraal, die generatie op generatie wordt doorgegeven, te doorbreken.

Visie: WereldOuders gelooft in de kracht van familie. Ieder kind verdient aandacht en onvoorwaardelijke liefde en heeft recht op onderdak, onderwijs en medische zorg zodat zij kunnen opgroeien tot zelfstandige volwassenen.



We geloven in het van binnenuit realiseren van veranderingen in gemeenschappen.

WereldOuders is een Nederlands fondsenwervend kantoor. Door het werven van fondsen in Nederland, voor de projecten en programma's van haar partnerorganisatie NPH in Latijns-Amerika, wil WereldOuders op de lange termijn de situatie van kwetsbare kinderen en gezinnen verbeteren. NPH heeft projecten in negen landen in Latijns-Amerika. Dit zijn Bolivia, Dominicaanse Republiek, El Salvador, Guatemala, Haïti, Honduras, Mexico, Nicaragua en Peru.

Dankzij donaties kan WereldOuders kinderen een veilig en stabiel thuis, onderwijs en medische zorg bieden. Hierdoor geeft WereldOuders kinderen, hun families én de gemeenschap een kans om aan de armoede te ontsnappen.

Wij geloven erin dat het juist onze regionale partnerorganisaties zijn die ervoor kunnen zorgen dat de nodige veranderingen werkelijk gedragen worden door de gemeenschap, aangezien zij onderdeel uitmaken van de gemeenschap. Met het geld dat we werven voor de projecten en programma's van NPH bouwen we aan structurele veranderingen van binnenuit. De kracht van ons werk in Latijns-Amerika ligt in het feit dat we met NPH-werknemers uit de projectlanden werken. WereldOuders en de andere fondsenwervende zusterorganisaties werven fondsen, maar de medewerkers in Latijns-Amerika en de betrokken gezinnen werken zelf actief aan de oplossing.

Onze lokale NPH-organisaties in de projectlanden bepalen zelf welke ontwikkelingen wenselijk zijn en op welke manier het geld het beste besteed kan worden, uiteraard binnen het kader van de overkoepelende strategie en missie van NPH International. Adequate opgestelde project- en programma plannen, inclusief de beoogde resultaten, een plan van aanpak en budget worden opgesteld door de lokale NPH-organisaties in de verschillende projectlanden. Deze plannen geven duidelijk aan waar écht behoefte aan is en ook hoe de gemeenschap dit kan realiseren. Vanuit deze plannen gaan we op zoek naar donateurs, fondsen en stichtingen en bedrijven die het verschil willen maken door het doneren van geld aan deze projecten en programma's.

WereldOuders draagt niet alleen bij aan de doelstellingen van de NPH-projecten en programma's door het werven van geld maar ook door het werven en plaatsen van vrijwilligers. WereldOuders werft goed opgeleide *young professionals* die voor een periode van minimaal één jaar in een van de kind hulpprogramma's werken op vrijwillige basis. Dit zijn onder meer fysiotherapeuten en creatief therapeuten. Ook gaat WereldOuders indien daar behoefte aan is op zoek naar tandartsen die hun diensten geheel kosteloos en vrijwillig aanbieden. Zij reizen voor een aantal weken af naar Latijns-Amerika waarmee ze een significante bijdrage leveren aan de gezondheidszorg. Verder wordt er in een partnership met een Nederlands bedrijf zonne-energie oplossingen aangeboden, wat bijdraagt aan de veiligheid van de gemeenschap doordat straten verlicht worden.

Indien er bij de lokale NPH-organisaties behoefte is aan een expertise training en WereldOuders heeft daar toegang toe vanuit ons Nederlandse netwerk dan onderzoeken

wij of we deze training aan kunnen bieden aan de lokale medewerkers van NPH. Meestal wordt deze training op basis van een vrijwillige bijdrage gerealiseerd.

Doordat WereldOuders direct contact heeft met de lokale NPH organisaties weten we precies waar het geld aan wordt besteed

De medewerkers van WereldOuders monitoren en evalueren NPH-projecten op de inhoud en de output, opdat we er samen zorg voor dragen dat het geld besteed wordt aan de vooraf opgestelde plannen. De medewerkers van WereldOuders hebben dagelijks contact met de NPH-medewerkers in de projectlanden opdat zij de donateurs in Nederland kunnen voorzien van de nodige feedback over de voortgang van de projecten en de programma's en de impact hiervan op de kinderen, ouders en de gemeenschap. Deze nauwe samenwerking maakt WereldOuders uniek, de lijntjes zijn bijzonder kort en aan de donateurs kan duidelijk worden uitgelegd waar hun geld aan wordt besteed. Ondanks dat Latijns-Amerika op een behoorlijke afstand ligt van Nederland kunnen we de donateurs op deze manier echt verbinden met de mensen die daar hun hulp zo hard nodig hebben.

WereldOuders creëert draagvlak voor het doorbreken van de armoede spiraal

WereldOuders richt zich naast het werven van fondsen en vrijwilligers ook op het overdragen van kennis en het geven van voorlichting aan de Nederlandse maatschappij. We creëren draagvlak voor de situatie in Latijns-Amerika door mensen bewust te maken van de armoede in Latijns-Amerika en de impact die dit heeft op de kinderen, ouders en de gemeenschappen daar. Ook belichten wij de oplossingen en plannen welke bijdragen aan het doorbreken van de armoedespiraal en welke worden gerealiseerd door de lokale NPH-organisaties. Het draagvlak dat gecreëerd wordt is van essentieel belang voor de fondsenwerving.

2. Transitie van tehuizen naar re-integratie en gezinsondersteuning

Transitie van focus op kinderen in tehuizen naar empowerment van ouders en kinderen in gemeenschappen uitdragen naar (potentiële) donateurs

In veel Latijns-Amerikaanse landen worden kinderen uit huis geplaatst omdat de ouders geen geld hebben om hen te kunnen verzorgen. Van oudsher heeft NPH met veel zorg en aandacht kinderen opgenomen in tehuizen en hen hiermee onderdak, veiligheid, gezondheid en onderwijs aangeboden, met name zodat deze kinderen konden ontsnappen aan armoede. Echter laten ontwikkelingen en onderzoeken binnen de internationale ontwikkelingssamenwerking duidelijk zien dat kinderen het allerbeste kunnen opgroeien bij hun eigen familie. Om deze reden maken traditionele kinderhuizen plaats voor re-integratietrajecten van kinderen naar hun biologische familie en gezinsondersteuning.

WereldOuders en haar partnerorganisatie NPH zijn er nu ook van overtuigd dat armoede geen reden mag zijn om een kind uit huis te plaatsen en onder te brengen in een tehuis. Indien mogelijk en gewenst dient een kind op te groeien bij zijn of haar biologische ouders of familie. Dat wordt van essentieel belang geacht voor het welzijn van het kind.



NPH heeft in de projectlanden nog steeds tehuizen waar kinderen, al dan niet tijdelijk wonen. Momenteel vindt er een zeer zorgvuldige transitie plaats en wordt gekeken welke kinderen herenigd kunnen worden met hun familie. Er zitten op dit moment 468 kinderen in het proces van re-integratie.

Ook in Nederlandse maatschappij is men anders gaan denken over het opgroeien van kinderen in traditionele kindertehuizen. Men is er steeds meer van doordrongen dat residentiële zorg niet altijd in het belang is van het kind en dat familieversteking veel meer kansen biedt voor het hele gezin. Op de lange termijn biedt dit een betere basis voor de toekomst van een kind én die van zijn broertjes, zusjes en ouders.

Deze verandering van collectief inzicht in de maatschappij maakt ook dat er kansen liggen in de markt voor WereldOuders. WereldOuders zoekt niet meer naar nieuwe donateurs voor het sponsoren van een kind in een tehuis. Hiermee laten we los dat particuliere donateurs een specifiek kind uit een tehuis ondersteunen. WereldOuders zal zich de komende jaren richten op het ontdekken van nieuwe doelgroepen die aansluiten bij deze transitie.

Nieuwe doelgroepen vragen om nieuwe fondsenwervende proposities. Een propositie is een krachtige boodschap die potentiële en bestaande donateurs aanspreekt en motiveert om bij te dragen aan een specifiek project of programma. We moeten laten zien hoe het geld wordt gebruikt en welke concrete veranderingen het teweeg brengt. Mensen willen weten hoe hun bijdrage een verschil maakt. De wijze waarop we dit het beste effectief communiceren dient getest en eigen gemaakt te worden, opdat we nieuwe donateurs binden aan WereldOuders en we kinderen kunnen blijven helpen.

Door ons te richten op gemeenschappen in plaats van tehuizen kunnen we meer kinderen ondersteunen doordat we hun familie in hun kracht zetten en zij vervolgens zelf hun leven vormgeven. We focussen ons erop dat er geen blijvende afhankelijkheid is.

Intensivering samenwerking fondsenwervende kantoren voor zo groot mogelijke impact

Wij als Nederlands fondsenwervend kantoor zijn niet het enige kantoor dat geld werft voor alle prachtige betekenisvolle projecten en programma's van NPH. We doen dit samen met andere fondsenwervende zusterorganisaties in Europa, Canada en de Verenigde Staten. We bundelen onze krachten om een zo groot mogelijke impact te maken en zo veel mogelijk levens te verbeteren.

De Europese kantoren hebben zich verenigd als NPH Europa om kennisoverdracht m.b.t projecten en fondsenwervende activiteiten te stimuleren. In de volgende landen bevinden zich de fondsenwervende zusterorganisaties van Europa; België, Frankrijk, Duitsland, Oostenrijk, Zwitserland, Spanje, Ierland, Groot-Brittannië en Italië.

Samen met de fondsenwervende kantoren in de verschillende landen blijven we zoeken naar manieren waarop we van elkaar kunnen leren en waar we door samen te werken efficiëntie slagen kunnen maken. We willen van elkaar leren hoe we de transitie naar empowerment van ouders en kinderen in gemeenschappen kunnen inzetten voor adequate fondsenwerving.

3. Zo gaan we groeien de komende jaren

3.1 De focus van de organisatie ligt op fondsenwerving

Alle medewerkers van het fondsenwervende kantoor WereldOuders werken ten dienste van de fondsenwerving, inclusief de werving van donaties in de vorm van diensten of goederen. De focus ligt op het realiseren van inkomsten en het laag houden van de uitgaven. Het doel is het realiseren van een goed netto financieel resultaat en een gezonde continuïteitsreserve opdat de organisatie duurzaam is en we nog vele jaren de kinderen en hun ouders in de NPH projecten en programma's kunnen ondersteunen in hun strijd tegen armoede. We streven naar een gezonde verhouding tussen de inkomsten en de kosten voor fondsenwerving en beheer en administratie.

De afhankelijkheid van het gala van WereldOuders willen we de komende jaren verkleinen; nagenoeg ieder jaar zetten we een succesvol gala neer, dit willen we blijven doen en daarnaast willen we zorgen dat de inkomsten van andere donateurs toenemen. Daarnaast willen we meer diversificatie aanbrengen in de inkomsten.

3.2 De kracht van de nauwe samenwerking met NPH medewerkers optimaal voelbaarder maken voor (potentiële) donateurs

Het is heel bijzonder dat er vanuit WereldOuders (en de andere fondsenwervende zusterorganisaties) direct contact is met de mensen werkzaam bij de NPH-organisaties in Latijns-Amerika. De noodzaak van de hulp die we daar kunnen bieden is hierdoor voor ons direct voelbaar. Dit kunnen we hierdoor ook duidelijk overbrengen aan huidige en

potentiële donateurs van WereldOuders. Zij zijn via WereldOuders direct verbonden met de projecten en de programma's. De geldstroom is heel goed te volgen en de resultaten zijn duidelijk zichtbaar door de korte lijntjes. Hierdoor weten we donateurs in hun hart te raken en raakt het ook onszelf. Deze manier van samenwerken versterkt het gevoel dat we samen WereldOuders zijn. De komende jaren willen we deze manier van samenwerken met NPH intensiveren zodat we donateurs goed kunnen binden en we met hun giften beoogde resultaten kunnen realiseren.

3.3 Actief zoeken naar een match tussen de diverse NPH projecten en (potentiële) donateurs met verschillende wensen

WereldOuders heeft een grote diversiteit aan projecten in Latijns-Amerika. Dit biedt veel kansen bij verschillende doelgroepen binnen de fondsen, stichtingen, bedrijven, major donors en andere particuliere donateurs.

Om een beeld te geven van de diversiteit aan NPH-projecten en de kansen, is hieronder een aantal voorbeelden van projecten en programma's opgenomen waar WereldOuders geld voor werft:

- Het ondervoedingsprogramma waarmee we samen strijden tegen kindersterfte in Haïti, we weten het enige kinderziekenhuis in Haïti open te houden met giften;
- We hebben onderwijsprogramma's in alle landen waar we actief zijn;
- We bieden professionele zorg aan kinderen met een beperking;
- We zijn gestart met microfinancieringsprojecten in Bolivia;
- De re-integratie van kinderen naar hun familie verloopt via een zorgzaam juridisch proces;
- We hebben dagopvang voor alleenstaande ouders, zodat deze de ruimte hebben voor een baan en/of studie;
- We ondersteunen gezinnen tijdelijk vanuit de Community Family Centers met een plan op maat waarin ze binnen gemiddeld 2-5 jaar op eigen kracht verder kunnen. Deze vorm van hulp wordt goed begeleid zowel vooraf, tijdens als na de samenwerking;
- We bieden noodhulp in tijden van crises, etc.

Zodra je bewust wordt van de diverse projecten die we steunen is voelbaar dat er allerlei mogelijkheden zijn om met donateurs, major donors, stichtingen en fondsen en bedrijven in gesprek te gaan om te kijken welke projecten aansluiten bij hun persoonlijke interesses.

De komende jaren willen we nog actiever naar buiten gaan en meer met (potentiële) gevers in gesprek gaan zodat we kunnen ontdekken welke interessante doelgroepen er zijn en we met hen samen kunnen werken om doelstellingen te realiseren.

3.4 Focus op fondsen, stichtingen en bedrijven

Het fondsenwervende team zal de komende jaren door realisatie van efficiëntieslagen meer aanvragen doen voor giften en indien gepast zullen zij vragen of er ruimte is voor het schenken van een groter bedrag. Dit wordt over het algemeen als spannend ervaren maar



voor het nettoresultaat van WereldOuders is het van belang dat er met zo min mogelijk inspanning (tijd) zo veel mogelijk geld wordt ingezameld. Ook zal gevraagd worden of er een mogelijkheid is of er geld toe kan worden gezegd voor meerdere jaren, zodat WereldOuders continuïteit kan garanderen aan de kinderen in Latijns-Amerika voor de programma's waar zij in zitten.

Indien mogelijk zal de fondsenwerfer mensen van een fonds of stichting, of bedrijf bezoeken zodat we hen echt kunnen betrekken bij onze doelstellingen. Verwacht wordt dat het plafond aan inkomsten van stichtingen en fondsen voor WereldOuders nog niet bereikt is, aangezien NPH een veelzijdigheid aan projecten uitvoert welke aansluiten bij een verscheidenheid aan behoeften.

3.5 Nieuwe manieren ontwikkelen voor particuliere donateurs werving

De inkomsten van particuliere donateurs is de afgelopen jaren afgenomen. Veel particuliere donateurs van WereldOuders geven 25 euro per maand, dit is zijn met name donateurs die in het verleden gekoppeld zijn aan een sponsorkind in een tehuis. Vanaf 2022 worden er geen nieuwe particuliere donateurs geworven. De uitstroom betreft een natuurlijk proces. Een combinatie tussen het feit dat donateurs zich minder genoodzaakt voelen om te blijven steunen als hun sponsorkind niet meer in een tehuis woont, maar ook door de leeftijd van de doelgroep.

In de komende jaren zal de realisatie van een goed netto fondsenwervend financieel jaarresultaat de mogelijkheid kunnen bieden om ook weer te investeren in het binnenhalen van particuliere donateurs. We verwachten dat er kansen liggen in online fondsenwerving, in combinatie met campagnes en op te zetten donor-journeys. Hierbij dienen we te ontdekken hoe we mensen betrekken bij de inhoud, waarna we een periodieke geldvraag of eenmalige geldvraag willen voorleggen zodat zij hun hart verbinden aan het helpen van kinderen via WereldOuders.

De komende jaren willen we ontdekken of we ook particuliere donateurs kunnen werven via bedrijven die aan WereldOuders verbonden willen zijn om hun Corporate Social Responsibility (CSR) doelstellingen te realiseren. Steeds meer medewerkers achten het

van belang dat het bedrijf waar ze werken ook een CSR-doelstelling heeft en deze uitdraagt naar buiten en hun medewerkers. We willen bedrijven vragen grotere bedragen vanaf 10.000 euro te geven aan de doelstellingen van WereldOuders en dat we hun medewerkers ook mogen benaderen om hen te verbinden aan WereldOuders. Hiervoor zullen ook verschillende concepten getest worden de komende jaren zodat samenwerkingen opgezet kunnen worden.



3.6 De relatie met huidige donateurs doorontwikkelen of upgraden

a. Aandacht voor nalatenschappen biedt een kans

WereldOuders heeft een trouwe achterban van particuliere donateurs. Veel van deze donateurs sponsoren al jarenlang één of meerdere kinderen. We willen graag de mensen meenemen in de transitie waarin we zo geloven, waarbij de focus ligt op ouders en kinderen en het realiseren van een veilig en gezond thuis met ontwikkelingskansen voor het kind. Met het ouder worden van de huidige particuliere donateurs die WereldOuders heeft willen we graag met hen in gesprek gaan of zij willen geven na het leven.

b. Periodiek schenken actief aanbieden en een upgrade realiseren

De meeste particuliere donateurs van WereldOuders doneren via een lopende incasso oftewel een toezegging van 25 euro per maand. Dit is een aanzienlijk bedrag per donateur en dit maakt het extra interessant om de donateurs te benaderen om hen voor te leggen of zij periodiek willen schenken. Helemaal omdat sinds 2014 het niet meer via het opmaken van een notariële acte verloopt. Een periodieke schenking is te regelen met het invullen

van een formulier. Afhankelijk van de belastingschijf waarin je valt, kan de belastingaftrek oplopen tot 52%. We willen bij het aanbieden van periodiek schenken de donateur vragen het belastingvoordeel (of een deel daarvan) als gift te geven voor realisatie van de doelstellingen van WereldOuders. Hiermee kan een upgrade gerealiseerd worden.

c. Partnerships creëren met fondsen, stichtingen, major donors en bedrijven

Van belang is dat de relaties die we hebben met fondsen, stichtingen, major donors en bedrijven meer het karakter krijgen van partnerships. We willen ze actief betrekken bij onze projecten in Latijns-Amerika zodat ze goed zien waar ze aan bijdragen. Onze fondsenwervers hebben direct contact met de mensen in Latijns-Amerika waardoor we de kans hebben de relaties persoonlijk te maken en we de directe impact duidelijk kunnen laten voelen. We zijn hierbij open en transparant in wat we willen bereiken en betrekken hen bij het welzijn van de kinderen door goed en snel terugkoppeling te geven hoe het met de projecten en programma's gaat in Latijns-Amerika. Ook als er even iets niet volgens plan of planning gaat dan betrekken we de grote gevers hierbij, zodat we samen tot oplossingen komen en zij bereidt zijn langer termijn te geven.

3.7 Een succesvol gala neerzetten

WereldOuders zet nagenoeg ieder jaar een kwalitatief hoogstaand gala neer. Dit gala blinkt uit in alle opzichten en wordt door andere goede doelen als voorbeeld gezien hoe je donateurs kan verleiden om grote bedragen te geven. Het bijzondere is dat kinderen van de galagasten welkom zijn op het gala. Het gevoel dat we samen WereldOuders zijn dragen we met veel passie uit tijdens het gala. WereldOuders wil dit gala voortzetten en ondertussen kijken naar nieuwe mogelijkheden om dit soort grote bedragen op te halen.

3.8 Merknaam versterken ten behoeve van fondsenwerving

WereldOuders is van zichzelf een krachtige naam. Het zegt wat we zijn, we zijn een internationale organisatie die net als ouders hulp bieden aan kinderen. We geloven in de kracht van familie en we bieden hulp aan kinderen bij voorkeur in de thuissituatie. Er is een aantal jaren geleden heel bewust gekozen om niet langer de naam 'Stichting Onze Kleine Weeskinderen' te gebruiken in de Nederland. Dit was een naam die niet voor zichzelf sprak.

In 2023 was en in 2024 is er minimaal budget beschikbaar voor het laden van de merknaam WereldOuders. Echter naamsbekendheid is essentieel om goed te kunnen fondsenwerven daarom is het van belang dat we de komende jaren budget realiseren voor het verhogen van de naamsbekendheid, onder meer door media attentie in te kopen met name online. In 2024 en de komende jaren richten we ons extra sterk op onbetaalde media-aandacht. Search Engine Optimization (SEO; zoekmachineoptimalisatie) wordt zo optimaal mogelijk ingezet. Hierbij wordt de website en de inhoud ervan geoptimaliseerd.

3.9 WereldOuders draagt bij aan tegengaan van kloof tussen arm en rijk

In de media wordt veel aandacht gegeven aan de steeds groter wordende kloof tussen arm en rijk, naar verwachting zet deze ontwikkeling zich voort. Wij vinden dit schrijnend en vinden het onze taak om mensen hiervan bewust te maken. Een gift aan WereldOuders draagt bij aan het tegengaan van ongelijkheid in de wereld.

4. SWOT-analyse van WereldOuders

Sterkte (Intern)	Zwakte (Intern)
1. De sterke int. fundering partnerorganisatie Het aansprekende en sympathieke karakter van de organisatie evenals de afgebakende missie in Latijns-Amerika. 2. Korte lijnen met Latijns-Amerika Directe communicatie met NPH in Latijns-Amerika biedt helder inzicht in projecten, behoeften en bestedingen. 3. Platte organisatiestructuur Korte lijnen zowel intern als internationaal. 4. Persoonlijke aanpak Hoge betrokkenheid, persoonlijke aanpak. 5. Sterke merkuitstraling De professionaliteit en herkenbaarheid van de overkoepelende NPH-organisatie en de eigen WereldOuders-huisstijl dragen bij aan een betrouwbaar imago.	1. Lage naamsbekendheid WereldOuders Het feit dat wij WereldOuders heten, maar dat alles in het veld onder de NPH-vlag uitgevoerd wordt, is diffuus. 2. Divers projectaanbod De diversiteit aan projecten maakt het lastig om één helder, overkoepelend verhaal uit te dragen. 3. De vergrijzing van de achterban De gemiddelde leeftijd van de donateurs van WereldOuders ligt vrij hoog. 4. Beperkte financiële middelen voor grotere investeringen met langetermijnvisie. 5. Klein team met grote ambities Er is geen particuliere fondsenwerver aanwezig en diverse wisselingen in het team maken het een uitdaging om op te schalen.
Kans (Extern)	Bedreiging (Extern)
1. Directe geldstromen voor verschillende projecten Donateurs prefereren projecten die aansluiten bij persoonlijke waarden met inzicht in waaraan het geld wordt besteed. 2. Aansprekend familiethema Het familie-thema van WereldOuders spreekt een brede en diverse doelgroep aan. 3. Onafhankelijke regio Latijns-Amerika staat buiten directe Nederlandse politieke discussies. 4. Focus op maatschappelijke impact in het bedrijfsleven (CSR) Vooral onder jongere generaties groeit het belang van sociale betrokkenheid. 5. Aansluiting bij maatschappelijke thema's De thema's van WereldOuders sluiten aan bij actuele maatschappelijke discussies. 6. Toename familiebedrijven en fondsen Met 1-op-1 benadering liggen hier kansen voor langdurige betrokkenheid. 7. Groei in nalatenschappen+fonds op naam Oudere generaties oriënteren zich steeds vaker op betekenisvolle bestemmingen voor hun vermogen.	1. Afname bereidheid tot doneren Door economische onzekerheid en inflatie is het geefgedrag veranderd. Steeds meer mensen geven minder of incidenteel. 2. Rampen en geweldsdelicten in de wereld Problematiek in Latijns-Amerika heeft geen prioriteit en weinig nieuwswaarde. 3. Sterke concurrentie grote goede doelen Een aantal grote goede doelen zijn bekender en beschikken over grotere marketingbudgetten. 4. Focus donateurs op goede doelen dichtbij huis. 5. Verschuiving naar preventie en empowerment Het ondersteunen van een heel gezin vraagt om een ander soort sponsoring, wat mogelijk minder directe betrokkenheid oproept. 6. Vergrijzing van de structurele donateurs

Hoe kunnen wij onze sterke punten inzetten om externe kansen te benutten en om bedreigingen te keren? Wat moeten we veranderen om onze zwakke punten te verbeteren?

De sterke punten, zoals de directe persoonlijke samenwerking en platte organisatiestructuur geven een goede basis voor fondsenwerving.

De fundering van de partnerorganisatie NPH is zeer sterk. Het uitgangspunt is het creëren van een solide basis met aandacht voor ieder kind. Hierdoor is er warm en persoonlijk contact, zijn de communicatielijnen kort en is er sprake van een platte organisatiestructuur. De projectlocaties geven direct aan waar de behoeftes liggen en waar zij geld voor nodig hebben; dit geeft een goede basis voor fondsenwervende activiteiten.

De trends zijn duidelijk; donateurs geven de voorkeur aan directe bestedingen en willen met eigen ogen zien waaraan het geld wordt besteed. Door de directe persoonlijke samenwerking binnen de organisatie kan WereldOuders hierop inspelen. Dit versterkt de betrokkenheid van donateurs en kan bijdragen aan het behoud en de groei van het aantal donateurs.

a. Lokale kracht benutten in een wereld vol crisis en concurrentie

In een tijd waarin de aandacht van het publiek steeds vaker uitgaat naar doelen dichtbij huis en acute rampen elders in de wereld, blijft WereldOuders zich onderscheiden door haar structurele aanpak. De kracht ligt in het 'shift the power'-principe: lokale collega's in Latijns-Amerika en de betrokken gezinnen werken zélf aan oplossingen. WereldOuders in Nederland ondersteunt hen door het verhaal te vertellen en fondsen te werven. De voortrekkersrol in de beweging van de-institutionalisering, waarbij kinderen niet langer opgroeien in tehuizen maar in gezinnen, maakt onze aanpak relevant en toekomstbestendig. Daarmee spelen we in op de maatschappelijke behoefte aan duurzame verandering.

b. Jongere generaties aanspreken met eigentijdse waarden en urgentie

De vergrijzing van onze achterban en het veranderende geefgedrag vragen om vernieuwing. Jongere donateurs zoeken zingeving, willen direct impact zien en voelen zich sterk verbonden met thema's als sociale ongelijkheid en empowerment. WereldOuders benut haar persoonlijke aanpak, authentieke veldverhalen en het familieverhaal om deze generatie aan te spreken. Het is belangrijk om herkenning en verbinding te creëren. Zo gaan we de concurrentie aan met grotere, bekendere goede doelen, op basis van inhoud en betrokkenheid.

c. Merkversterking door inhoud en maatschappelijke relevantie

In een concurrerende sector met grote spelers is zichtbaarheid essentieel. De kracht van WereldOuders zit in de inhoud: directe lijnen met het veld, echte verhalen en een duidelijke visie op kindontwikkeling. Deze elementen vormen de kern van onze branding. We blijven bouwen aan een herkenbaar merk dat staat

voor lokale kracht, familiale verbondenheid en structurele verandering. Door onze positionering te verbinden aan actuele thema's vergroten we zowel onze maatschappelijke relevantie als onze zichtbaarheid.

d. Samenwerken met bedrijven en fondsen voor gedeelde impact

De toenemende focus op maatschappelijke impact binnen het bedrijfsleven biedt kansen voor samenwerking. Vooral jongere werknemers hechten waarde aan zingeving binnen hun werk. WereldOuders kan inspelen op deze trend door bedrijven mogelijkheden te bieden voor directe impact via fondsen op naam, co-creatie van projecten of donatie-acties met medewerkers. Onze compacte structuur en flexibiliteit maken het mogelijk om snel partnerschappen aan te gaan met bedrijven, familiebedrijven en fondsen.

e. Innovatieve fondsenwerving in een veranderend geeflandschap

Donateurs geven minder structureel, willen regie houden over hun donatie en kiezen vaker voor doelen dichtbij huis. In dit veranderende geefgedrag ligt voor WereldOuders de uitdaging om flexibel en creatief te blijven. Met beperkte middelen zetten we in op gerichte campagnes, nieuwe producten en evenementen die inspelen op urgentie en emotie. Ook onderzoeken we kansen bij kleine vermogensbeheerders en familiebedrijven om meerjarige ondersteuning te realiseren.

Zo bouwen we met beperkte middelen, maar een duidelijke visie, verder aan onze missie

5. Meerjarenbegroting

Staat van Baten en Lasten Stichting Wereldouders

Meerjarenoverzicht 2025 t/m 2027	Begroting	Begroting	Begroting
	2025	2026	2027
BATEN			
Baten van particulieren	305.000	306.495	321.820
Baten van bedrijven	800.000	820.000	850.000
Baten van andere organisaties zonder winststreven	590.000	610.000	630.000
Som van de baten	1.695.000	1.736.495	1.801.820
LASTEN			
Besteed aan doelstelling			
- Voorlichting en educatie	292.877	295.000	300.000
- Kindhulpprogramma's	775.176	790.000	810.000
Wervingskosten	432.572	460.000	480.000
Kosten beheer en administratie	178.595	185.000	190.000
Som van de lasten	1.679.220	1.730.000	1.780.000
Saldo voor financiële baten en lasten	15.780	6.495	21.820
Saldo financiële baten en lasten	-6.000	-9.500	-9.500
Saldo van baten en lasten	9.780	-3.005	12.320
CBF Percentage	25,52%	26,49%	26,64%
Percentage kosten beheer en administratie	10,54%	10,65%	10,54%
Percentage doelstelling / som der baten	63,01%	62,48%	61,60%
Percentage doelstelling / som der lasten	63,60%	62,72%	62,36%
Anbi	98,54%	99,40%	98,07%

6. Samenvatting

Hier legt WereldOuders zich de komende jaren op toe:

Transitie van tehuizen naar empowerment ouders en kinderen in thuissituatie

- ❖ WereldOuders gelooft in de transitie die NPH doormaakt, waarbij de focus verschuift van kinderen in tehuizen naar empowerment van ouders en kinderen in gemeenschappen om zo de armoede te doorbreken;
- ❖ Dit blijven we actief uitdragen naar (potentiële) donateurs;
- ❖ We investeren de samenwerking met de fondsenwervende zusterorganisaties, opdat we samen een zo groot mogelijke impact realiseren;
- ❖ Samen kunnen we efficiency- en effectiviteitslagen maken;

Zo gaan we groeien de komende jaren

- ❖ De focus van de organisatie ligt op fondsenwerving;
- ❖ Het realiseren van een goed netto financieel resultaat met een gezonde continuïteitsreserve;
- ❖ De afhankelijkheid van het gala willen we de komende jaren verkleinen door een toename van inkomsten te realiseren van andere donateurs
- ❖ Diversificatie van inkomsten;
- ❖ De kracht van de nauwe samenwerking met NPH-medewerkers in het veld nog voelbaarder maken voor (potentiële) donateurs;
- ❖ De korte lijntjes met de NPH-projecten en programma's zijn uniek en maken het geven van een gift persoonlijk;
- ❖ Actief zoeken naar een match tussen de diverse NPH-projecten en (potentiële) donateurs met verschillende wensen;
- ❖ WereldOuders heeft een diversiteit aan prachtige projecten welke goed aansluiten bij diverse doelgroepen;
- ❖ Meer fondsen/stichtingen en bedrijven benaderen om een gift te doen en hen bezoeken zodat zij hun hart verbinden aan WereldOuders en de kinderen die we samen kunnen ondersteunen;
- ❖ Grotere bedragen en meerjarensteun durven vragen;
- ❖ Nieuwe manieren ontwikkelen voor particuliere donateurswerving;
- ❖ Bedrijven uitnodigen om WereldOuders op te nemen in hun Corporate Social Responsibility;

- ❖ Via bedrijven particuliere donateurs werven; medewerkers en/of klanten;
- ❖ De relatie met huidige donateurs doorontwikkelen of upgraden;
 - Huidige donateurs enthousiast maken en betrekken bij de transitie;
 - Aandacht voor nalatenschappen biedt een kans;
 - Periodiek schenken actief aanbieden en een upgrade realiseren;
 - Partnerships creëren met stichtingen, fondsen, major donors en bedrijven;
- ❖ Een succesvol gala realiseren;
- ❖ Merknaam versterken ten behoeve van fondsenwerving;



Stichting WereldOuders

Oude Enghweg 2

1217 JC Hilversum

T: 035-6264578

www.wereldouders.nl