

Workshop

Van tehuis naar familiegerichte zorg: hoe financier je dit?'

Verslag 13 september 2018

De avond wordt geopend door Patricia Nieuwenhuizen, coördinator van BCNN. De avond wordt gefaciliteerd door Hanneke Propitius. Zij heeft brede ervaring als zelfstandige adviseur en interim manager fondsenwerving en marketing bij non profit organisaties.

De vraag die vanavond centraal staat is hoe je je achterban mee krijgt in de transitie. Anky van Red een Kind vertelt over hun ervaringen met deze eerste stap in de transitie.

Praktijkvoorbeeld: de ervaring van Stichting Red een Kind (Anki van Bruggen)

Het idee om te veranderen begon op kantoor. Ze hadden tehuizen in India en Kenia, waarbij sponsoren in Nederland per familie een kind ondersteunde. Vandaar dat er een hechte band was tussen de sponsoren en de kinderen. Het besef kwam er dat opvang van de kinderen in een tehuis niet goed was. Ze vroegen zich af 'we geven nu goede zorg, maar helpen we de kinderen daar echt mee?'. De problemen werden steeds duidelijker. In India gingen een aantal partners mee in de transitie, maar Kenia was ander verhaal. Het heeft een paar jaar geduurd voordat het besluit genomen werd om te veranderen.

Op een bijeenkomst voor een zaal vol met sponsors is het besluit toen verteld. Daar was in principe weinig reactie erop. Het begrip voor de situatie is was breed. Ook doordat ze de vraag persoonlijk bij de donateurs neer hebben gelegd: wat als het jouw kind/kleinkind was?

De hele transitie heeft 14 jaar geduurd. De ene partner ging wel mee en andere niet en wilde graag doorgaan zoals het ging. In Kenia hebben de partners hen heel lang willen overtuigen dat een tehuis de beste manier was. Van de partners die niet wilden veranderen hebben ze afscheid van moeten nemen. Ze hebben dus niet van doneren afscheid moeten nemen, zoals verwacht, maar van partners.

Presentatie Hanneke– hoe communiceer je verandering?

Verskillende modellen kunnen worden gebruikt om verandering te communiceren, hieronder worden een paar handige elementen uit een uitgebreid model toegelicht.

- Analyse - maak inzichtelijk wat de gevolgen zijn voor alle sponsors. Zowel op de korte als langere termijn.
- Communicatie boodschap: Zorg ervoor dat in je boodschap de supporter centraal staat. Een handig check daarop is het aantal keer 'wij' en 'ons' te tellen en dat te vergelijken met het aantal keer 'u' in de brief. Als de het wij/ons in de meerderheid is, dan gaat de brief teveel over de organisatie.

- Doelgroep – hou rekening met de verschillende belangen, doelstellingen en informatie behoefte van verschillende doelgroepen. Van institutionele fondsen tot particulier: nog te vaak krijgen zij hetzelfde bericht.
- Doelstelling bepalen – Welke boodschap willen wij overdragen? Is her-allocatie van geld mogelijk of heb je als doel dat het contract behouden of verlengd kan worden?
- Timing – wees op tijd met je communicatie, voordat je sponsoren het uit andere bronnen te horen krijgen.

Communiceren met supporters: Vaak wordt er te veel gecommuniceerd over technische, juridisch, procesmatige zaken. Maar dat is niet voor alle donoren interessant: die willen vooral weten wat er gaat gebeuren met de kinderen. Dat is het uiteindelijk waarom ze geld/tijd hebben gegeven. Wil je hierover meer weten, kijk dan naar het filmpje van Simon Sinek die uitlegt dat het 'waarom' belangrijker is dan het 'hoe' of het 'wat' (de korte versie van het filmpje vind je hier <https://youtu.be/IPYeClTXpxw>)

Workshop 'kruip in de huid van'

De zaal werd in groepjes van 3/4 mensen verdeeld. Eén iemand had de rol van de organisatie/stichting die besloten had de transitie te maken. Deze persoon ging de verandering communiceren naar de tweede persoon, die een zeer betrokken vrijwilliger, bestuurslid van een familiefonds of trouwe individuele donateur was. De derde persoon was de observant. Na 25 minuten in groepjes het rollenspel te spelen, werden de ervaringen in de groep gedeeld:

- **Groepje 1 – vrijwilliger**: de vrijwilliger ging gelijk mee. Een sterk punt was dat er gelijk voorbeelden werden gegeven voor nieuwe taken die de vrijwilliger kon doen in de community. Het argument dat het meeste indruk heeft gemaakt was "dat elk kind voordat het naar het tehuis kwam een familie had, waar hij of zij na de transitie weer naar terug kan". Ook het argument dat het kind wel gesponsord bleef worden was belangrijk. Hierbij werd een emotioneel component, gekoppeld aan rationele.
- **Groepje 2 – Donateur**: de organisatie heeft de lokale situatie beschreven. Die passie en goede beschrijving waren essentieel in het overtuigen van de donateur. Belangrijk dat de structuur goed voorbereid wordt. Wel was de donateur twijfelend, omdat veel geld naar gebouwen is gegaan. Ze vroeg zich af wat er nu gebeurd met die gebouwen. De organisatie gaf aan dat te begrijpen en gaan deze een andere bestemming geven.
- **Groepje 3 – de trouwe donateur**: Er was veel discussie. Het begon met een formeel argument gebaseerd op de VN Richtlijn. Het was een zorgvuldig verhaal maar te veel gefocust op de 'hoe'. De focus moet op het gezin en het kind. De waarom vraag dus.
- **Groepje 4 – familievriend**: de familievriend was al 20 jaar bij de stichting betrokken. De zin "we stoppen met het weeshuis, want het is helemaal niet goed", kwam niet helemaal goed aan en de vriend was totaal overdonderd. Daarna ging het beter omdat er steeds meer gefocust werd op "maar we willen toch allebei het beste voor de kinderen". Na die 10 min had de familievriend echter nog steeds zoiets 'wat zullen we nu toch krijgen'. Het gesprek was een beetje te direct. Het kon beter gericht worden op de toegevoegde waarde van de omslag. Het is een emotionele donateur die erg nauw betrokken is bij het weeshuis. De boodschap kwam

te hard binnen. Het had iets meer intro mogen hebben, waarbij er iets meer op de emotie gespeeld wordt.

- **Groepje 5 – Donateur:** Ook hier was de mededeling dat het project ging stoppen te abrupt. Uiteindelijk werd de situatie gered doordat de donateur duidelijk aangaf hoe hij zich erbij voelde. Waarop de organisatie goed ging uitleggen waarom ze de transitie maken. Hierdoor ontdooide de donateur. Hij vroeg zich af “oké VN richtlijnen, maar hebben ónze kinderen daar ook last van?” De vraag werd aan de donateur gesteld “wat zou jij nou willen?”. Hij gaf aan niet zo snel af te haken als donateur, maar dat hij wel zijn vragen heeft. Hij had zelf de kinderen gezien en gezien dat het goed met ze ging.
- **Groepje 6 – familiefonds:** de organisatie viel met de deur in huis. Wel eerst heel vriendelijk, maar de donateur kwam toch in een verdedigende rol. De vraag bij het fonds kwam “als het zo goed gaat, waarom moeten jullie dan veranderen?”. Vanwege de vragen die werden gesteld vanuit het fonds werd het een goed gesprek. Een sterk argument dat gebruikt werd was “de missie is het beste voor de kinderen, het is goed wat we tot nu hebben gedaan en maar het kan nog beter”.
- **Groepje 7 – Vrijwilliger:** de voorzitter van de organisatie richtte zich vooral op het proces, terwijl de vrijwilliger dacht maar wat komt er nu mijn plan. De kracht van dit gesprek lag in het feit dat het niet een heel groot verhaal was. Er veranderde weinig voor de vrijwilliger zelf. Zij wilde weten waar ze aan toe was en de voorzitter legde dat heel kort en krachtig uit. Het verhaal was relativerend, positief, en in kleine stapjes

Praktijkvoorbeeld: De ervaring van KidscareKenia (verteld door Gerard Geenen)

KidsCare had een project waarbij ze een school, medische post en economisch project ondersteunen in Kenia. Dit is 20 jaar geleden als PI begonnen. Hun project is eigenlijk door het succes ten onder gegaan. Een groep mensen uit het dorp begon tegengas te geven. Na aanleiding daarvan hebben ze zichzelf de vraag gesteld “waarom zijn we aan de slag gegaan?”. Het antwoord was “onze kinderen/kleinkinderen hebben het goed en dat willen we voor alle kinderen ter wereld”. Toen zijn ze opnieuw samen gaan zitten. Ze kwamen tot het besluit de overheid erbij te willen betrekken. Ze wilden een project voor kinderen en de overheid zei heel duidelijk “doe geen weeshuis!”. Dit bracht hen bij een project waarbij kinderen een bedrag per maand kregen om zichzelf en hun familie te onderhouden. In eerste instantie waren ze argwanend over het idee om zomaar geld te geven. Ze hebben er een studie van gemaakt of dit goed gaat. Na aanleiding daarvan hebben ze een organisatie voor ‘homecare’ opgericht, met begeleiding. Hiermee begonnen ze kinderen binnen de familie te ondersteunen. Door de tijd heen zijn ze zich steeds meer gaan richten op kinderen met een handicap. Het was moeilijk om in Nederland het begrip ‘thuiszorg voor kinderen’ uit te leggen. Maar als de vraag herformuleerd wordt naar ‘hebben we weeshuizen in Nederland?’ dan kwam er veel meer begrip. In Kenia hadden ze er meer moeite mee, omdat ze het niet anders kennen. Vanuit Nederland werd er heel positief gereageerd op dit verhaal. Hoe financier ik dat? Wilde Ganzen, Kerk in Actie ondersteunen Kidscare en dat helpt hen om andere donoren erbij te werven. Het mooie is dat thuiszorg kan je integreren met de community. Zo worden lokale mensen een onderdeel, omdat je samenwerkt met ze. Het project is nu op nationaal niveau doorgedrongen. Daarnaast krijg je er een hele grote financier bij, omdat de overheid het project steunt. Het werkt als een olievlek, waarbij steeds meer fondsen interesse krijgen. .

- **Groepje 8 – familiefonds:** Het familiefonds voelde zich overvallen door het bericht van het kindertehuis en ging daardoor in de verdediging. Ze waren niet goed voorbereid op het gesprek, want het plan was nog niet uitgewerkt. Het fonds vroeg zich af waar het geld nu

naartoe moet. Waarop het kindertehuis zegt 'ik ga een plan maken en dan wil ik dat met u bespreken'. Ze kwamen weer een beetje bij elkaar in het gesprek doordat het kindertehuis de vraag stelde 'wat kan ik voor u doen?'. Zij gaven aan dat er snel een besluit moet zijn. Een goed plan moet in 1 of 2 zinnen te verdedigen zijn. Het is belangrijk om het gesprek goed voorbereid in te gaan en een plan klaar hebben. Daarnaast is het belangrijk het fonds goed te kennen.

Praktijkvoorbeeld: de ervaring van Roots 4 kids (verteld door Karin Verweij)

Karin begint met de mededeling dat hun stichting is opgeheven nadat het kindertehuis in Kameroen de transitie naar familiegerichte zorg had afgerond. Door de politieke situatie in het land, konden ze er niet meer veilig naartoe om het project te bezoeken. Ze hadden het gevoel dat ze van de doelstelling af begonnen te drijven en het ook niet meer recht te trekken was. Ze hadden een kleine kern aan donateurs, die ze in een persoonlijk gesprek meegenomen hebben. Toen ze voor zichzelf het besluit genomen hadden, hebben ze de donateurs uitgenodigd en gezegd 'dit is ons plan wat vinden jullie daarvan?'. Ze begrepen het pakket waar de stichting in zat en boden hulp aan waar nodig. De donateur waar ze geen persoonlijk gesprek mee hebben gehad, hebben ze het zo eerlijk mogelijk in tekst verteld. Bijna geen opmerkingen, van zowel grote en kleine doneren niet. De opmerkingen die ze kregen gingen niet over "oh mijn geld", maar wel over wat er met het huis gaat gebeuren. Een plan voor wat ze gingen doen met het geld voor het huis lag er al. Het is lastig het huis te verkopen omdat ze niet terug kunnen naar Kameroen vanwege de onveilige situatie. Het idee is om met de opbrengst van de verkoop van het huis, de kinderen verder te helpen als ze hun opleiding afgerond hebben. Op twee kinderen na, die naar ander weeshuis zijn gegaan, zijn alle kinderen teruggeplaatst bij familie. Ze volgen deze kinderen nog steeds. Het verdere plan is bekend bij donateurs en nu wachten ze de situatie af. Ze zijn heel eerlijk en open naar alle donateurs. De hele transitie is heel snel gegaan, in een periode van 4 maanden gebeurd. Deze snelle transitie had te maken met het feit dat de kinderen al 10 maanden niet naar school gingen vanwege de politieke situatie en sommige kinderen bij hun familie wel naar school zouden kunnen. Een lokale partner organisatie in Kameroen heeft geholpen bij de transitie. Het heeft bij hun project allemaal met timing en de situatie te maken gehad.

Vragen vanuit de zaal:

- ➔ Hoeveel kinderen waren er in het weeshuis?
Antwoord: 18 kinderen
- ➔ Zijn jullie nog van plan een nieuwe stichting te beginnen?
Antwoord: Momenteel niet het idee om weer een stichting te beginnen, omdat hun persoonlijke situaties veranderd zijn. Maar misschien ooit. Wel hebben ze allemaal de wens om terug te gaan naar Kameroen, maar dat kan dus nu niet.
- ➔ 4 maanden is heel kort om het hele integratieproces voor te bereiden. Hoe hebben jullie dit gedaan?
Antwoord: de Kameroense partner organisatie had het plan al uitgedacht en onderzocht hoe ze het aan gingen pakken. Daarnaast was de achtergrond van de kinderen al grotendeels bekend en vastgelegd in dossiers. Dat hielp het terugplaatsingsproces.
- ➔ Met welke lokale partner deden jullie dit?
Antwoord: een particulier initiatief uit de omgeving, die zorg bied in omliggende dorpen. Een volledig lokale, Kameroense organisatie.

Lessons learned als je in gesprek gaat met donor over verandering:

- Luister naar de behoefte van de sponsor! Vraag wat de sponsor wil, wenst, nodig heeft.
- Leg het besluit niet buiten de organisatie (regelgeving door VN, media, etc.) maar wees verantwoordelijk voor je keuzes.
- Combineer emotionele en rationele argumenten in een gesprek.

Presentatie van Ernst-Jan Stroes van Wilde Ganzen:

Wilde Ganzen heeft een subsidieprogramma: [Frame, Voice, Report](#).

Dit programma richt zich op de beeldvorming rondom ontwikkelingswerk in Nederland en is bestemd voor kleinschalige organisaties die lokaal actief zijn.

- Waarom zou je meedoen? – Er is nog veel werk te doen op dit gebied. Daarnaast wordt er kennis uitgewisseld, kun je deelnemen aan trainingen en is het een mogelijkheid om je organisatie te promoten en in beeld te komen.
- Wanneer kan je mee doen? Als je ingeschreven staat bij de KVK, minimaal 30 leden hebt en 2 jaar bestaat (zie verder criteria op website)
- Waarvoor mag je aanvragen? Projecten die Nederlandse burgers informeren en betrekken bij dit onderwerp. Het moet verbonden zijn met de Sustainable Development Goals (SDGs).
- Frame, voice, report – Het moet zich richten op de beeldvorming, omdat er nog vaak een vertekent beeld is over het buitenland. Mensen uit het zuiden moeten een stem krijgen. En het moet uitstralen in de media.
- Wat bieden wij?: 5.000-20.000 euro subsidie, een netwerkbijeenkomst, 2 trainingen, peer coaching en een gezamenlijk slotevenement
- Hoe wordt er gekozen? De keuze wordt gemaakt door onafhankelijke beoordelaars, een commissie
- Meedoen: De aanvragen voor de 2^e ronde openen op 1 november en sluiten 31 januari. www.framevoicereport.eu

Patricia sluit de avond af door iedereen te bedanken die meegewerkt heeft aan deze avond. Voor vervolgvragen, of bv. inhoudelijke vragen over een transitieproces naar familiegerichte zorg, kun je altijd contact opnemen met BCNN via info@bettercarenetwork.nl.

Met grote dank aan Carmen Paping voor de verslaglegging.