

Samen voor een gezonde Noordzee

Strategische koers 2018 – 2020



Stichting Duik de Noordzee Schoon
1 november 2017



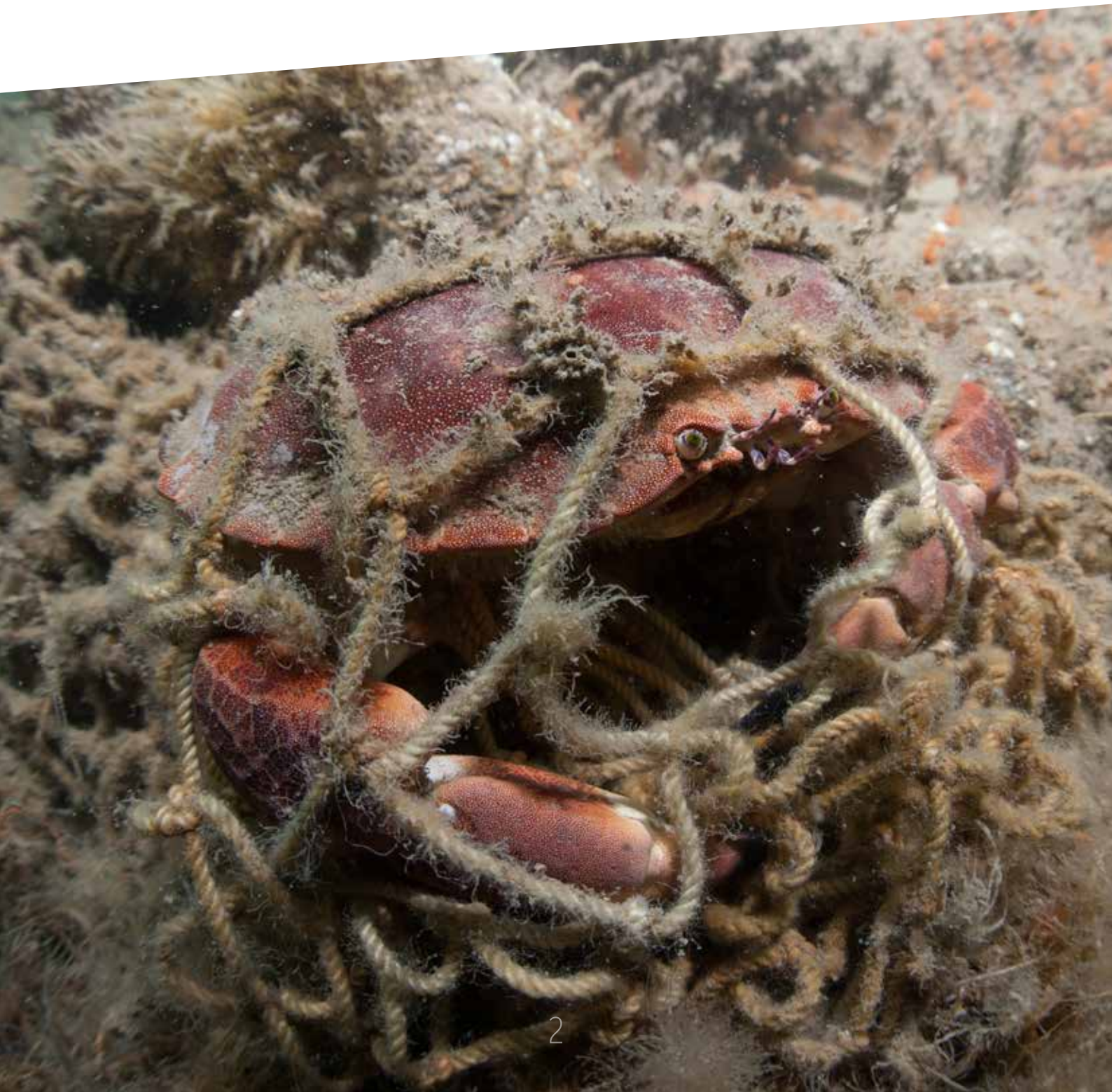
0 Inhoud

1	Inleiding	1
2	Onze ambitie	2
2.1	<i>Waar wij voor staan</i>	3
2.2	<i>Wie wij zijn</i>	3
2.3	<i>Wat wij doen</i>	4
3	Waar we op inzetten	5
3.1	<i>Hoe de financiële dekking tussen 2011 en 2018 verliep</i>	5
3.2	<i>Wat de nieuwe strategie is voor de financiële dekking vanaf 2018</i>	5
3.2.1	<i>Hoe fondsenwerving zich gaat ontwikkelen</i>	5
3.2.2	<i>Hoe wij grote bedrijven voor hoge bedragen aan ons binden</i>	6
3.2.3	<i>Hoe we eenmalige en kleine jaarlijkse donaties realiseren</i>	6
3.2.4	<i>Waarom we ook boeken en andere producten verkopen</i>	7
3.2.5	<i>Waarom we lezingen geven</i>	7
3.2.6	<i>Hoe we het overgangsjaar 2018 realiseren</i>	7
4	Wat het betekent voor onze organisatie	8
4.1	<i>Wat we doen om de ANBI status te behouden</i>	8
4.2	<i>Wat we doen om te stichting te besturen</i>	8
4.3	<i>Hoe we als organisatie onze governance laten erkennen</i>	8
4.4	<i>Hoe we als organisatie donateurs gaan werven</i>	9
4.5	<i>Hoe wij continuïteit voor de toekomst inschatten</i>	9



1 Inleiding

Stichting Duik de Noordzee Schoon (SDDNZS) is opgericht op 22 november 2012 na enkele jaren gefunctioneerd te hebben als project van Get Wet Maritiem. November 2017 bestond SDDNZS 5 jaar en is het tijd om het beleid van de organisatie te evalueren met als doel de professionaliteit en onafhankelijkheid te verhogen. Om dit te bereiken heeft het bestuur van SDDNZS op 1 november 2017 dit document vastgesteld. Hierin zijn de stappen opgesteld die zullen leiden tot een nieuwe strategische koers.



2 Onze ambitie

2.1 Waar wij voor staan

De Noordzee is wonderschoon. Ondanks het feit dat deze zee nog maar 10.000 jaar bestaat, is er een hoge biodiversiteit en heeft het potentie om veel en kwalitatief hoogstaand voedsel te leveren. Veel Nederlanders vinden dit vanzelfsprekend, maar als er geen energie zou worden gestoken in de bescherming van de zee en we haar beschouwen als 'mare libre', dan zal het leiden tot een lege en vervuilde zee. Behalve dat de Noordzee van levensbelang is, is het een grote inspiratiebron voor ontdekkingsreizigers, wetenschappers en verhalenvertellers. Het heeft een rijke geschiedenis en tradities en er valt ook nog veel te ontdekken. Stichting Duik de Noordzee Schoon wil de zee nog schoner, mooier en interessanter achterlaten dan hoe ze haar ooit heeft aangetroffen. De focus ligt daarbij op wrakken, de biodiversiteit hotspots en kunstrippen van de Noordzee.

2.2 Wie wij zijn

Ons werkterrein is de Noordzee. Onze stichting onderscheidt zich van andere water gerelateerde natuurorganisaties door het daadwerkelijk veelvuldig fysiek onder water te zijn. Wij staan 'met de voeten in de klei'. Onze duikers hebben een voorbeeldfunctie als het gaat om eigenhandig bij te dragen aan het milieu waardoor ze uit eigen ervaring ambassadeur worden van de Noordzee en daarmee andere mensen inspireren. Binnen onze organisatie is onze overtuiging dat het geheel meer is dan de som der delen. Hierdoor komen we als team tot grote prestaties.



Onze waarden zijn: veiligheid, solidariteit, respect, tolerantie en durf. De normen daarbij zijn: je mag iets komen halen als je iets komt brengen (voor onze duikers betekent dat bijvoorbeeld een eigen financiële bijdrage aan de expedities, meehelpt bij beurzen en lezingen en bijscholing). Verder zijn de vrijwilligers sociaal en hulpvaardig. Onze vrijwilligers geven niet snel op en bereiden zichzelf goed en zelfstandig voor op activiteiten.

2.3 Wat wij doen

Stichting Duik de Noordzee Schoon (hierna: SDDNZS) is een milieu- en natuurorganisatie die zich richt op drie doelen: **ontdekken, opruimen en beschermen**.

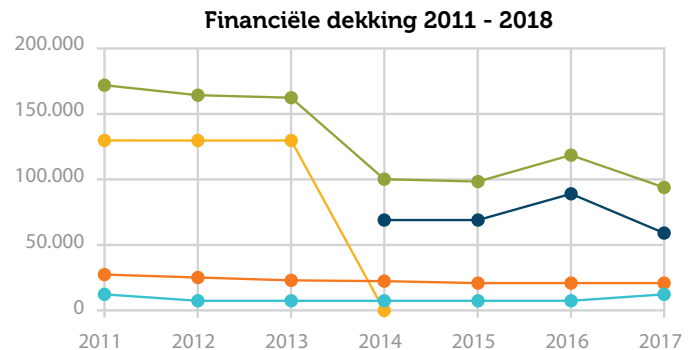
Met een groot team van vrijwilligers en professionals uit verschillende vakgebieden, zet SDDNZS zich in voor het zichtbaar maken van de onderwaternatuur in de Noordzee, bij het publiek van de aan de Noordzee grenzende landen met als doel beschermende maatregelen voor deze natuur te stimuleren. Dit doet de stichting door het organiseren van activiteiten gericht op het schoonmaken, onderzoeken, actie voeren ter bescherming van scheepswrakken en natuurlijk hard substraat, educatie en publiekscommunicatie. De Noordzee houdt niet op bij de Nederlandse grens, daarom willen we een internationale rol gaan spelen.

OPRUIMEN	ONTDEKKEN	ONTWIKKELEN
<p>In 2020 maken we ons 175ste wrak schoon. Op dit moment zijn er 145 schoongemaakt en die willen we ook schoonhouden. We varen regelmatig naar hetzelfde wrak. Omdat we de komende jaren een paar internationale expedities gaan doen willen we de komende drie jaar 30 nog niet eerder bezochte wrakken schoonmaken waaronder 25 in Duitsland en Engeland.</p>	<p>Tussen 2018 en 2021 hebben we een tiental nieuwe en zeldzame soorten ontdekt voor de Zuidelijke Noordzee (Nederland, Engeland en Duitsland) en hebben we meer inzicht in de biodiversiteit in dit gebied.</p>	<p>De strategie voor bescherming is met name bedoeld om burgers, beleidsmakers en andere NGO's te inspireren. De Noordzee is prachtig en daar willen we iedereen van overtuigen met foto's, films, boeken en verhalen. De stichting gaat respectvol om met andere gebruikers van de Noordzee, maar gaat confrontaties met bijvoorbeeld vissers of wrakslapers ook niet uit de weg. Waar nodig zoekt de stichting de publiciteit op bij misstanden zoals dierenleed en vernieling. Nieuw is onze communicatie en inspiratie internationaal, waarmee we het Engelse en Duitse publiek bereiken.</p>

3 Waar we op inzetten

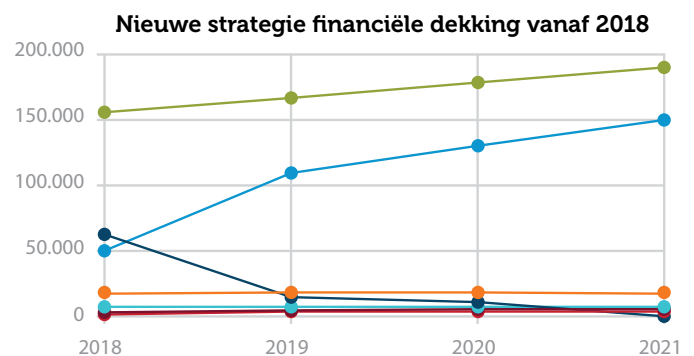
3.1 Hoe de financiële dekking tussen 2011 en 2018 verliep

De eerste 11 expedities zijn financieel mogelijk gemaakt door de deelnemers zelf, de Nationale Postcodeloterij (onder toezicht van Vereniging Kust & Zee), Stichting Adessium, Stichting Zabawas, ING Goede Doelen Stichting voor Medewerkers en het Wereld Natuur Fonds.



3.2 Wat de nieuwe strategie is voor de financiële dekking vanaf 2018

De stichting gaat investeren in het werven van donaties bij andere organisaties dan alleen fondsen. Hiermee hoopt ze meer maatschappelijke bekendheid en betrokkenheid te creëren.



3.2.1 Hoe fondsenwerving zich gaat ontwikkelen

Dekking van onze kosten uit fondsen zal naar verwachting afnemen. Ons doel is om vanaf 2019 € 20.000,- te gaan werven en in 2020 nog € 10.000,-. Met de strategische koers 'van fondsenwervende strategie' naar 'donateursstrategie' vertrouwen we erop dat onze fondsen ons de komende jaren nog blijven steunen.



3.2.2 Hoe wij grote bedrijven voor hoge bedragen aan ons binden

We willen 20 tot 30 (maatschappelijk) ondernemende bedrijven, die verantwoordelijkheid willen nemen voor de Noordzee en de doelstellingen van onze stichting een warm hart toedragen, aan ons binden. Deze 30 bedrijven noemen we 'Vrienden van de Noordzee'. Met een financiële bijdrage, maar waar mogelijk ook door inzet van expertise. Ook helpen deze bedrijven mee aan het verder bewustmaken van het belang van een gezondere Noordzee. De Noordzee kan haar eigen verhaal niet zelf vertellen. Als wij het doen, heeft de zee een stem en gaat komt zij meer tot leven. De stichting wil de 'Vrienden van de Noordzee' uitnodigen aan boord, persoonlijk updates geven van expedities en concreet aangeven wat er met de financiële bijdrage gebeurt.

We streven naar 30 bedrijven die 5 jaar lang ¹€ 5.000,- per jaar storten. Doordat we over de grens gaan, richten ons we vanaf 2019 ook op internationale bedrijven en zal onze communicatie tweetalig moeten zijn.

Doelstellingen:

- 10 'Vrienden' in 2018 goed voor € 50.000,-
- 22 'Vrienden' in 2019 goed voor € 110.000,-
- 26 'Vrienden' in 2020 goed voor € 130.000,-
- 30 'Vrienden' in 2021 goed voor € 150.000,-

Kernwaarden van 'Vrienden van de Noordzee':

1. Exclusiviteit
2. Verantwoordelijkheidsgevoel
3. Netwerken

De bedrijven sponsoren omdat ze de Noordzee een warm hart toedragen. Zij dragen bij aan een betere wereld, een gezondere Noordzee dat ook belangrijk is voor de toekomst van hun kinderen. Als het ons lukt om 30 vrienden te enthousiasmeren en te binden, dan is de continuïteit beter gewaarborgd. Mochten er jaarlijks enkele vrienden afvallen, dan kan de stichting financieel toch overleven. Het gat wordt minder groot dan wanneer in de huidige situatie een fonds zich zou terugtrekken.

3.2.3 Hoe we eenmalige en kleine jaarlijkse donaties realiseren

Behalve 'Vrienden van de Noordzee' wil de stichting ook andere donateurs werven.

Particulieren en bedrijven die eenmalig of jaarlijks een bedrag tussen de € 5,- en de € 5.000,- overmaken.



¹ Een bijdrage van minimaal €1.000,- per jaar is bij 5 jaar deelname volledig fiscaal aftrekbaar.

3

Waar we op inzetten

Doelstellingen:

- In 2018 een totaalbedrag aan donaties € 4.000,-
- In 2019 € 5.000,-
- In 2020 € 6.000,-
- In 2021 € 7.000,-

De donaties verhogen de betrokkenheid van burgers. Ook biedt het een alternatief voor bedrijven die minder dan € 5.000,- per jaar willen schenken aan de stichting en daardoor niet in aanmerking komen voor 'Vrienden van de Noordzee'. De stichting is blij met iedere euro en investeert daarom in het automatiseren van de administratie. De penningmeester neemt hierin de verantwoordelijkheid.

Een andere grote verandering is dat er aandacht wordt gestoken in het continue stimuleren tot het geven van donaties en de afhandelingen zoals bedankjes. De campagnecommissie neemt dit als taak op zich onder toezicht van het bestuur. Om dit proces op gang te brengen is voor 2018 € 15.000,- begroot.

3.2.4 **Waarom we ook boeken en andere producten verkopen**

Wij verkopen boeken, lood, t-shirts, truien en dvd's om reclame te maken en mensen die graag iets goeds willen doen voor de stichting de gelegenheid te geven om iets te kopen.

3.2.5 **Waarom we lezingen geven**

We geven lezingen als doel op zich omdat het past bij onze doelstelling 'beschermen' en omdat we gepassioneerd zijn van de Noordzee en het publiek kunnen bereiken. Het is inspirerende manier om de burger direct te informeren over ons vrijwilligerswerk en bewust te laten worden van het feit dat de Noordzee ons grootste natuurgebied is waar we zuinig op moeten zijn. Daarnaast is het een manier om in contact te komen met (potentiele) donateurs en 'Vrienden' en boeken te verkopen.

3.2.6 **Hoe we het overgangsjaar 2018 realiseren**

2018 wordt een overgangsjaar waarbij we de marketing, communicatie en administratie voor het donatiebeleid gaan optuigen. Dat betekent een investering in tijd en geld voor een nieuwe campagnestrategie en bijbehorende middelen: website(s), foldermateriaal, etc. Ook moeten we onze organisatie anders inrichten en besturen, zie volgende hoofdstuk. Internationaal beleid betekent ook een aanvulling in de voertaal. We gaan meer in het Engels communiceren wat extra kosten met zich meebrengt. We zijn in dit jaar nog afhankelijk van onze bestaande fondsen. Als dat niet lukt, moeten we onze reserves verder aanspreken.

Wat het betekent voor onze organisatie

Om het nieuwe donatiebeleid te realiseren hebben we de vrijwilligers nodig en communicatie en marketing professionals. Dat kunnen we als bestuur niet meer bolwerken. Het is een veel arbeidsintensievere manier van het werven van gelden dan hoe we het tot nu toe hebben gedaan. Tot nu toe realiseerden we vijf tot 10 projectaanvragen per jaar voor bedragen tussen € 10.000,- en € 50.000,-. Nu zullen we een organisatie moeten opzetten die honderden acties moet doen om bedragen tussen de € 1,- en € 5.000,- te werven. Dat is een uitdaging en dat vraagt om een bestuur dat werk uit handen geeft en anderen motiveert om te helpen. Dat vraagt ook om een officiële erkenning waarmee donateurs weten dat de zaken op orde zijn. De stichting kiest er dan ook voor om een CBF keurmerk te gaan halen. Met een CBF keurmerk liggen we onder een vergrootglas en worden we kwetsbaarder. Dat vraagt om een nieuwe organisatiestructuur en wijze van aansturing.



4.1 Wat we doen om de ANBI status te behouden

De stichting heeft sinds de oprichting in 2012 een ANBI status en zorgt ervoor dat ze deze behoudt door jaarlijks de ²voorwaarden te checken en de bijbehorende stukken te ontwikkelen.

4.2 Wat we doen om te stichting te besturen

In het huishoudelijk reglement (HR) staat dat bestuursleden periodiek aftreden. Benoemingen en eventuele herbenoemingen geschieden voor een periode van maximaal vijf jaar. In november 2017 treden voor het eerste bestuursleden af die 5 jaar zitting hebben; Ben Stiefelhagen (voorzitter), Klaudie Bartelink (fondsenwerving) en Robertino Mulder (algemeen bestuurslid). De voorzitter heeft aangegeven 22 november 2017, precies 5 jaar na de datum van oprichting van de stichting, af te treden als bestuurslid om de stichting een kans te geven onafhankelijk van hem te continueren. De overige twee leden worden herkozen en vormen met de twee nog zittende leden, Willem Heijdeman is (secretaris) en Rob Verboom (penningmeester) het nieuwe bestuur.

Het beleid van de stichting is dat de bestuursleden zich gaat toespitsen tot het besturen, aansturen en motiveren van vrijwilligers. Ook zal ze bedrijven voor het netwerk 'Vrienden van de Noordzee' werven.

4.3 Hoe we als organisatie onze governance laten erkennen

De stichting wil ook transparanter worden en de strategie die ze hierin volgt is het realiseren van het CBF-keurmerk. Voor toekenning van het CBF-Certificaat dient de stichting minimaal drie jaar als fondsenwervende instelling in Nederland actief zijn en dat zijn we.

² https://www.belastingdienst.nl/wps/wcm/connect/bldcontentnl/belastingdienst/zakelijk/bijzondere_regelingen/goede_doelen/algemeen_nut_beogende_instellingen/aan_welke_voorwaarden_moet_een_anbi_voldoen



Wat het betekent voor onze organisatie

Het bestuur streeft ernaar om uiterlijk 1 juni 2018 te voldoen aan alle criteria van het ³'CBF-Certificaat voor kleine goede doelen' en de aanvraag te doen. Een kleine goed doel is gedefinieerd als 'een fondsenwervende instelling waarvan de som der baten niet groter is dan 500.000,- euro per jaar'.

De stichting richt per 1 januari 2018 een kascommissie op. Zij controleert en evalueert de bestedingen van de stichting. Verder zullen de jaarverslagen vanaf 2017 zodanig zijn opgesteld dat een accountantsverklaring kan worden afgegeven.

De grootste uitdaging en investering is het automatiseren en beveiligen van processen, financiën en privacy gevoelige gegevens van vrijwilligers en onze donateurs conform de wet AVG. Verder moet de website worden geprofessionaliseerd en CBF-proof gemaakt, het vergoedingsbeleid worden gecontroleerd, een beoordelingsverklaring worden afgegeven door de accountant en de balans overeenkomstig het model in Bijlage 1 van CBF Richtlijn 650 worden opgesteld.

Uiterlijk 1 januari 2019 hopen we erkend te zijn en het CBF-keurmerk logo in onze communicatie te gebruiken.

4.4 Hoe we als organisatie donateurs gaan werven

De campagnecommissie (minimaal 3 personen) zet zich in voor marketing en communicatie naar particulieren met als doel eenmalige en donaties te werven en periodieke kleiner dan € 5.000,- per jaar. Zij krijgen hiervoor budget dat jaarlijks wordt vastgesteld.

De campagnecommissie stelt zelf haar beleid vast om de doelstellingen die in paragraaf 3.2.2. staan te behalen. Speerpunten zijn: communicatie via social media, een nieuwe website en campagne activiteiten (zoals nieuwe verkoopartikelen).

4.5 Hoe wij continuïteit voor de toekomst inschatten

BEGROTING	2018	2019	2020
Algemene kosten	€ 59.000,-	€ 57.500,-	€ 58.500,-
Expeditekosten	€ 95.500,-	€ 100.000,-	€ 102.000,-
Fondsenwerving	€ 12.500,-	€ 12.500,-	€ 12.500,-
Organisatie losse duikdagen	€ 10.000,-	€ 10.000,-	€ 10.000,-
Totaal	€ 177.000,-	€ 180.000,-	€ 183.000,-

³ <https://www.cbf.nl/erkenning/kwaliteitscriteria/>

Stichting Duik de Noordzee Schoon
1 november 2017

