



Meerjarenbeleidsplan 2019-2021



Inhoud

1. Analyse

1. Omgevingsanalyse, 2. Trends, 3. Analyse kerken
4. Analyse bedrijven, 5. Analyse intern

2. Ambities

3. Kernwaarden

4. Randvoorwaarden

5. Strategie

6. Meerjarenbegroting uitg.punten – volgt Aug



Omgevingsanalyse – 1 van 2

1. Ontwikkelingen Gemeente Utrecht – NIZU
> formaliseren en formeren positie
informele zorgpartijen > verdergaand
samenwerken, versterken, verbinden;
2. Gemeente Utrecht die de beweging “naar
voren” wil maken en zeker ook wil
investeren in burgerinitiatieven;



Omgevingsanalyse – 2 van 2

3. Generatie Y die in toenemende mate toetreed tot de arbeidsmarkt > doen graag zinvol werk met bijdrage aan de maatschappij en staat -meer dan andere generaties- open voor aanbod van een andere werkgever;
4. Utrecht groeit naar 400.000 inwoners;
5. Nieuw initiatieven in Utrecht; sociaal ondernemerschap.



Trends in maatschappij – 1 van 2

1. Verdergaande beweging naar voren; langer thuis wonen, hogere verwachting van mantelzorgers en omgeving > ook meer vraag op informele zorg;
2. Economie groeit: Meer mensen aan het werk; dit heeft wellicht gevolgen voor het aanbod trainees. En wellicht ook op de inzet van groepen? Het kan zijn dat dit ook zorgt voor een verhoogde vraag door werkende mantelzorgers;
3. Eenzaamheid is een hot topic in de maatschappij, niet alleen bij ouderen;



Trends in maatschappij – 2 van 2

4. Besef dat overgrote deel van NL MBO opgeleid is en de daarmee gepaard gaande roep om meer aandacht voor deze groep;
5. Nederland is divers, qua opleidingsniveau, maar ook culturele achtergrond, generaties etc. Present wil daar ruimte voor maken ook in de eigen organisatie;
6. De huidige netwerksamenleving, vraagt een netwerkgerichte aanpak.



Analyse Kerken

- Langdurig betrokken kerken zijn verminderd actief
- De "grote dagen" voor die groep werken niet goed meer
- Er is een groep kerken die recent betrokken is geraakt bij Present > frisse markt
- Behoefte om in "eigen omgeving" van betekenis te zijn



Analyse Bedrijven

- In de markt: verschuiving van CSR naar HR
- Bij gros bedrijven ontbreekt beleidskader hieromtrent
- Customer journeys behoefte bij Present
- Verschillende behoeften bij “klanten”:
 - HR managers
 - Directeur MKB
 - Teamuitjes
- Bedrijvenontbijt volgt, voor ophalen meer input



Analyse Intern

Krachten: Passie, focus, staan goed bekend, sterke relaties (extern);

Zwaktes: Doenerig > risico op overbelasting, inefficiënt werken;

Uitdagingen: Financiële spreiding, teveel projecten aannemen > kwaliteit daalt, onderscheidend blijven;

Kansen: (meer) inspelen trend CSR/MVO, verdergaand samenwerken.



Ambities – de Kern

Present Utrecht in 2019:

Vanuit onze identiteit en visie nieuwe groepen bereiken om de beweging op gang te brengen en versterken!



Kernwaarden

Onze kernwaarden zijn nog steeds relevant!

- Goed doen goed doen
- Ieder mens is alles waard
 - Dichtbij verbinden



Ideale organisatie Present Utrecht

- Team: algemeen coördinator, 2 projectcoördinatoren, 1 junior projectcoördinator, admin. medewerker
- Voldoende trainees betrokken (iig 2 aanwezig)
- Betaalde medewerkers die: relatiegericht, sterke netwerkers, social aware en online present zijn en de basis op orde kunnen houden
- Incidentele externe ondersteuning op onderwerpen, (fondsen, marketing)
- Financiën beschikbaar tbv ontwikkeling CRM en communicatietools



Strategie

- Inzet op vergroten bereik en verbinding:
Ontwikkeling CRM en marketing
- Ontwerp customer journeys en content ontwikkeling
- Delen expertise op themas: eenzaamheid, armoede, MBO, omzien, de netwerk-arme stadsgenoot etc
- Verdergaand samenwerking zoeken met andere partijen/stadsgenoten
- Focus op plekken waar beweging “op gang gebracht moet worden”
- Vanuit visie, de basis en onze USPs



Samenvattend:

Present Utrecht is onlosmakelijk verbonden met Utrecht en haar inwoners – klaar voor de toekomst!

