



## **DIERENAMBULANCE NIJMEGEN & OMSTREKEN**

**Beleidsplan 2019**

**Definitieve versie**

**SAMEN – BETER – LEUKER**

## 1 Inleiding

Op 25 februari 2019 startte de nieuwe interim directeur van de Stichting Dierenambulance Nijmegen en omstreken (DAN). Zijn opdracht vanuit het bestuur van de DAN was onder andere om een plan van aanpak te maken voor de herstructurering en optimalisering van de organisatie, de organisatiecultuur en de communicatie van de DAN. Deze verbeterpunten zijn opgenomen in dit beleidsplan 2019.

Tijdens de uitvoering van dit plan voor de herstructurering op de middellange termijn wordt er ook een strategische visie voor de DAN voor de lange termijn (5 jaar) ontwikkeld. Deze visie zal een beeld schetsen voor de verdere toekomst van de DAN.

In dit beleidsplan beschrijven we de concrete activiteiten die ondernomen zullen worden om de DAN te herstructureren en te optimaliseren.

De in dit plan aangegeven doorontwikkeling is gebaseerd op een in oktober 2018 uitgevoerde verkenning van de situatie bij de DAN en de eerste ervaringen van de nieuwe interim directeur in maart 2019.

Op basis van deze conclusie hebben we nu een aanpak voor verbetering ontwikkeld. De begrippen die leidend zullen worden bij de aanpak zijn:

### SAMEN – BETER – LEUKER

We kiezen voor deze kernbegrippen omdat organisaties waarin goed wordt samengewerkt door individuen en afdelingen, succesvoller zijn, betere producten en/of diensten leveren en de medewerkers er meer tevreden zijn dan in niet samenwerkende organisaties.

De stijl van de aanpak kan omschreven worden als 'warme zakelijkheid'. Warm in de zin van: communicatief, mensgericht en in verbinding met de werkvloer. Zakelijk in de zin van: resultaatgericht, duidelijke keuzes, planmatig en bedrijfsmatig. Het is belangrijk dat medewerkers en vrijwilligers bij de DAN zich prettig voelen, dat er aandacht voor hen is en dat zij gehoord worden maar aan de andere kant hebben we ook gewoon een bedrijf te runnen. Voor beiden moet dus aandacht zijn.

Dit vraagt ook iets van de organisatiecultuur. Die is kort samen te vatten in de stelling: De manier waarop wij met elkaar omgaan, bepaalt wat we zijn. Om een goede organisatiecultuur te creëren is het van belang dat er een sterke gezamenlijke aandacht is voor de 3V's. Dit zijn:

Het is voor iedereen **veilig** binnen de DAN.

We hebben onderling **verbinding**.

We **vertrouwen** elkaar.

## **2 Verbeterpunten op hoofdlijnen:**

In dit hoofdstuk beschrijven we de verbeterpunten 2019 op hoofdlijnen. De verbeterpunten zijn gedetailleerd uitgewerkt in een concreet actieplan.

### **2.1 Inzicht en overzicht**

Om gezamenlijk inzicht en overzicht op actiepunten te krijgen gaan we werken met een gezamenlijke actiepuntenlijst. Die lijst is inmiddels gemaakt zodat we nu prioriteiten kunnen stellen en actiepunten kunnen verdelen. De lijst wordt wekelijks besproken in het inmiddels ingestelde overleg van betaalde medewerkers en wordt dus wekelijks geactualiseerd.

### **2.2 Interne communicatie**

Interne communicatie is een belangrijke pijler in de doorontwikkeling van de DAN. Het is belangrijk dat iedereen de kans krijgt om zich te laten informeren over de laatste ontwikkelingen en daar ook inbreng op kan hebben. Daarom worden er de komende periode een aantal verbeteringen doorgevoerd. Hierbij valt te denken aan het herinvoeren van regulier werkoverleg bij de leiding en alle afdelingen. Het invoeren van een periodiek DAN-café en de oprichting van de DAN-raad (adviesraad). De bestaande interne communicatiemomenten (werkoverleg DV, bestuursvergadering) en communicatiemiddelen (DANdeler) lopen uiteraard gewoon door.

### **2.3 Gezamenlijke werkwijze**

Om te komen tot één gezamenlijke werkwijze op de verschillende werkprocessen zullen de belangrijkste operationele- en bedrijfsvoeringsprocessen opnieuw tegen het licht worden gehouden. Als het nodig is worden zij aangevuld of opnieuw beschreven. Dit gebeurt uiteraard in goed overleg met de medewerkers en vrijwilligers. Daarna worden deze procesbeschrijvingen (protocollen) gefaseerd ingevoerd. Dat betekent ook dat we deels anders gaan werken.

### **2.4 Vrijwilligersbeleid**

Het bestuur heeft in de achter ons liggende periode nieuw vrijwilligersbeleid geformuleerd. Dit houdt in dat er nieuwe financiële kaders (vrijwilligersvergoedingen) zijn gesteld, er nieuwe contracten komen en er beleid is ontwikkeld omtrent de Verklaring Omtrent Gedrag (VOG). Dit beleid zal nu ingevoerd gaan worden. Daarnaast zullen we intensief aan de slag gaan met het werven, opleiden en inwerken van nieuwe vrijwilligers.

### **2.5 Marketing/PR/Externe Communicatie**

Het imago van de DAN naar buiten toe is belangrijk voor de toekomst van de DAN. Het is belangrijk dat onze verschillende klanten en partners en mogelijke nieuwe vrijwilligers een duidelijk beeld hebben van de DAN. Daarom gaan we een communicatie- en marketingplan maken om ons imago te verbeteren.

## **2.6 Donateurs/fondsenwerving**

Om extra financiële middelen te genereren gaan we kijken of we de huidige aanpak van fondsenwerving, collectes, markten en donateurs kunnen versterken. Dit betekent dat we planmatig gaan werken en dat we hier ook eventueel geïnteresseerde vrijwilligers bij gaan betrekken. Hiervoor maken we eerst een plan.

## **2.7 Strategische visie op de toekomst**

Het beleidsplan dat u nu leest is gericht op de middellange termijn. Het is echter ook van belang dat we meer zicht krijgen op de gewenste DAN in de toekomst. Denk daarbij aan een periode van 5 jaar. Wie of wat willen we als DAN zijn in 2025? Wat zijn dan onze taken? Zijn we dan nog zelfstandig of gaan we samenwerken? Hoe moeten we dat bedrijfsmatig organiseren? Wat is het toekomstige verdienmodel? Welk werkgebied willen we dan en wat betekent dat voor de locatie(s) van waaruit we werken? Deze vragen worden op hoofdlijnen beschreven in een nieuwe strategische visie.