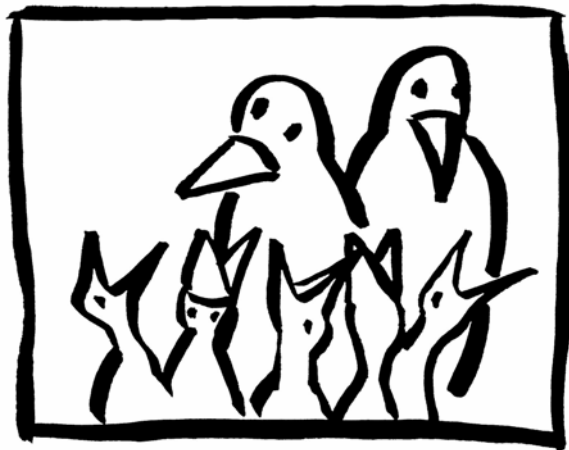


**Jaarplan 2006–2007**

**Nederlandse Vereniging voor Ouders van Meerlingen**

**NVOM**



*September 2006*



## Inhoudsopgave

1.	Inleiding.....	3
2.	Financiën.....	4
3.	Ledenadministratie.....	5
4.	Secretariaat.....	6
5.	Communicatie en PR.....	7
6.	Website .....	8
7.	Sponsoring .....	9
8.	Commissie Meerlingendag .....	10
9.	Vrijwilligersdag .....	11
10.	Meerlingen Magazine.....	12
11.	Commissie Contactpersonen.....	13
12.	Meerlingentelefoon.....	14
13.	Voorlichtingsmateriaal .....	15



## 1. Inleiding

Beste (aanstaande) Meerlingouders,

Voor u ligt het jaarplan 2006 – 2007 van de NVOM. Het beschrijft onze strategie, ambities en doelen en de manier waarop we dat willen aanpakken.

Het plan voor het komende verenigingsjaar bouwt voort op het plan en de uitvoering daarvan van vorig jaar. In de zomer van 2005 hebben we gekozen voor een strategie die gericht is op het vergroten van het aantal leden door het verder uitbouwen van lotgenotencontact in de groep 'zwanger tot zes', om in een later stadium vanuit een grotere kracht meer nadruk op de politieke lobby te kunnen leggen.

Zoals in het jaarverslag 2005-2006 is vastgesteld, is deze aanpak met succes uitgevoerd. Belangrijke successen zijn de verder uitgebreide Meerlingendag, het forum op de website en vernieuwingen als de welkomstdoos voor nieuwe leden en de verkiezing van de Minst Identieke Tweeling van Nederland.

Het komende jaar zetten we de gekozen strategie voort en kennen we vier speerpunten:

**Lotgenotencontact.** De NVOM organiseert en faciliteert het contact tussen (aanstaande) ouders van meerlingen. We leggen de nadruk op de groep 'zwanger tot zes', en hebben daarnaast ook doelgroepgerichte acties voor drielingen, oudere meerlingen, etc.

**Naamsbekendheid vergroten.** Via een gerichte actie of evenement wil de NVOM ook het komende jaar weer landelijke publiciteit bewerkstelligen. Het doel hierbij is onze standpunten breed over de Bühne te krijgen en daarmee de naamsbekendheid verder te vergroten.

**Marktaandeel vergroten.** Doel is om een zo groot mogelijk marktaandeel te bereiken in onze primaire doelgroep. We streven ernaar om uiteindelijk 50% van de (aanstaande) meerlingouders als lid te hebben. Momenteel is dit bijna 35%. Het doel is dan ook om per jaar rond de 1.500 nieuwe leden te werven (meerlinggeboorten in 2005 ligt net boven de 3.000). Met een groot marktaandeel staat de NVOM sterk.

**Professionalisering.** Door verdere uitbesteding van administratieve activiteiten wordt de kwaliteit van de dienstverlening geborgd en onze kwetsbaarheid als vrijwilligersorganisatie verkleind.

Deze vier speerpunten zijn de leidraad voor onze activiteiten, die dan ook maximaal gericht zijn op het bijdragen aan deze doelen. Per activiteit geven wij in dit plan aan hoe aan de vier speerpunten wordt bijgedragen.

Veel leesplezier!

Namens het bestuur,

Sep Visser



## 2. Financiën

In het jaarverslag 2005-2006 kunt u zien dat de financiële positie van de NVOM zeer goed te noemen is. Dit willen we dit jaar dan ook zo houden. We zijn uitgegaan van een sluitende begroting waarbij is aangenomen dat lange termijn investeringen kunnen worden bekostigd uit het in de afgelopen jaren opgebouwde eigen vermogen.

De kosten van de strategische speerpunten:

**Lotgenoten contact:** deze kosten zijn met name terug te vinden bij de Commissie Contactpersonen en op indirecte wijze ook bij bijvoorbeeld de Website vanwege het faciliteren van het forum, het Magazine met daarin de eigen verhalen en de Meerlingendag op het speciale praatplein.

**Naamsbekendheid vergroten:** onder lustrum activiteit is een bedrag gereserveerd, een actie of evenement is nog niet geconcretiseerd. Alle directe activiteiten dragen ook mee aan de naamsbekendheid. Door middel van gerichte communicatie in de media (persbericht) zullen wij aandacht vragen en waarschijnlijk ook free publicity krijgen.

**Marktaandeel vergroten:** onder de ledenadministratie staan de kosten van de welkomstdoos die vanwege kwantum voordeel in het groot is aangeschaft. Deze wordt gevuld met acties en aanbiedingen die gratis aan de NVOM worden verstrekt en waarbij de aanbieder meedraagt in de portiekosten van de welkomstdoos.

**Professionalisering:** de kosten zijn ondergebracht in de regel vergoedingen. Indien een grote investering nodig zal blijken te zijn (bijvoorbeeld in automatisering of eenmalige opzet kosten) dan zal dit uit het eigen vermogen worden gefinancierd.

In de bijgaande begroting treft u op de horizontale as de (in)directe activiteiten aan en op de verticale as de kostensoorten. Mocht u voorafgaande aan de ALV hier nog vragen over hebben dan kunt u die altijd stellen aan de penningmeester [e.bon@nvom.net](mailto:e.bon@nvom.net)



### 3. Ledenadministratie

#### **Korte omschrijving**

De ledenadministratie vormt de basis van de vereniging en zorgt voor inschrijvingen, verzending welkomstdoos, uitschrijvingen, gegevensaanlevering tbv de contributie-inning, actueel adresbestand voor de collectieve verzending van de Magazines en op individuele basis verzenden van de aangevraagde informatie brochures.

#### **Bijdrage doelstellingen 2006-2007**

De aanmelding van leden zal verder geautomatiseerd worden. Nu is het nog een spreadsheet, maar wij zijn op zoek naar een (web)applicatie die zal zorgen voor een koppeling van ledenadministratie met de financiële contributie-inning en met de ledeninformatie die wij nu nog ontvangen via een schriftelijke enquête. In de toekomst zou het mogelijk moeten zijn dat de leden hun eigen informatie bij aanmelding via het internet kunnen invoeren, inzien en aanpassen (adreswijzigingen, invoeren van de geboortegegevens zoals zwangerschapsduur, namen en gewicht). Hiervoor zal een investering nodig zijn zodat de gegevens van onze leden op eenmalige, eenduidige, gestructureerde en goed beveiligde manier vastgelegd kunnen worden. Voor deze investering is niet apart begroot, deze zal zo nodig ten laste komen van het eigen vermogen en in drie jaar worden afgeschreven.

#### **Begroting**

De huidige kosten van de ledenadministratie bestaan voornamelijk uit verwerken van de aanmeldingen en versturen van de welkomstdozen, contributie-inning en administratie, briefpapier en enveloppen, welkomstdozen en opslag.



## 4. Secretariaat

### **Korte omschrijving**

Het secretariaat vormt het hart van de organisatie door ondersteuning te bieden aan de leden, het bestuur, de commissies en de activiteiten van de NVOM en zorg te dragen voor een adequate onderlinge informatie-uitwisseling.

### **Bijdrage doelstellingen 2006-2007**

De bijdrage van het secretariaat aan de doelstellingen voor aankomend verenigingsjaar liggen vooral op het terrein van professionaliseren. Ten einde de kwetsbaarheid te beperken en de mate van continuïteit te vergroten, zijn er plannen om de secretariaatwerkzaamheden op het terrein van de voorbereiding, verslaglegging en de monitoring van de voortgang ten aanzien van uitstaande acties uit te gaan besteden. Vanuit het oogpunt van kwaliteit en te realiseren efficiencyvoordelen heeft de voorkeur om activiteiten die met elkaar samenhangen zoveel mogelijk bij een partij onder te brengen. Met het oog daarop zullen in de plannen zowel de activiteiten worden meegenomen die thans uitbesteed zijn aan Hartvelt Beheer & Secretariaat als de activiteiten die thans geschieden op het terrein van de financiële en ledenadministratie.

### **Begroting**

De huidige kosten van het secretariaat bestaan voornamelijk uit het externe secretariaat dat de telefoon 036-5318054 waarneemt tussen 9.00 en 17.00 uur en de wekelijkse postverwerking van de stukken die naar Postbus 14 in Almere zijn gestuurd.



## 5. Communicatie en PR

### **Bijdrage doelstellingen 2006-2007**

2006 stond in het teken van het lustrum met als neven doel de naamsbekendheid te bevorderen, als opmaat voor het werven van nieuwe leden. 2007 zal dan ook in het teken staan van het werven van nieuwe leden, zodat het marktaandeel zal gaan groeien. De NVOM wil graag eerst meer leden hebben alvorens de politieke lobby goed van start kan gaan, met name voor een langer zwangerschapsverlof voor meerlingmoeders. Het bestuur gaat verschillende activiteiten opzetten die gericht zijn op het werven van leden. Daarvoor wordt binnen afzienbare tijd een activiteitenplan opgesteld. Bij deze activiteiten zal uiteraard publiciteit worden gezocht, om de boodschappen van de NVOM bij een breder publiek over het voetlicht te krijgen.

De NVOM blijft ook in 2006-2007 bemiddelen in verzoeken van radio- en televisiemaatschappijen, tijdschriften en andere bladen, productiemaatschappijen voor musicals, fotografen, castingbureaus en andere belangstellende organisaties. Dit vergroot de naamsbekendheid van de NVOM. De vernieuwde website zal steeds meer worden gebruikt voor het zoeken van medewerking van leden aan dergelijke mediaverzoeken. Dit kost de NVOM minder tijd want er hoeft niet meer in het ledenbestand gezocht te worden en vervolgens te worden rondgebeld. Het werkt voor alle partijen sneller en efficiënter. Indien dergelijke verzoeken een duidelijke meerwaarde voor de NVOM en haar doelstellingen heeft, zal dat uitdrukkelijk in de oproepen worden aangegeven.

### **Begroting**

Daar waar een publicitaire actie een (grote) kostenpost oplevert, zullen wij trachten een sponsor/advertentie/actie daaraan te koppelen zodat de netto kosten beperkt blijven.



## 6. Website

### **Korte omschrijving**

De Website heeft als doel ouders van meerlingen te informeren over alle mogelijke zaken aangaande meerlingen via de elektronische weg (internet). Ook kan de website een rol spelen bij het ontvangen van e-mail (op een veilige manier en zonder overlast van spam en virussen) door de verschillende commissies en vrijwilligers.

### **Bijdrage aan doelstellingen 2006/2007**

In het komende jaar zal gekeken worden hoe de website als geheel verbeterd kan worden en daarmee als zodanig een bijdrage kan leveren aan alle NVOM-doelstellingen voor 2006-2007. Dit zal uitmonden in een website waar leden meer informatie kunnen krijgen dan niet leden. Dit betekent dat er een gedeelte zal zijn dat basis- c.q. startinformatie geeft. Daarnaast zal er een gedeelte zijn waar meer informatie te halen is, maar waarvoor je je moet laten registreren of waarvoor je lid moet zijn. Op dit moment wordt hard gewerkt aan de uitwerking daarvan, zodat daarmee een goede basis voor de toekomst kan worden gelegd.

De Website en het Magazine zullen een blok vormen in de informatie-uitwisseling tussen leden onderling (als bijdrage aan het *lotgenotencontact*) maar ook tussen artsen en leden of met verenigingen die gedeelde belangen hebben. Er zullen bij onderdelen van het Magazine verwijzingen worden geplaatst naar informatie op de internetpagina en sommige onderdelen zullen in de toekomst alleen nog verschijnen op [www.nvom.net](http://www.nvom.net).

Binnen de Website zal vanuit het oogpunt van *professionalisering* aan kennisopbouw worden gedaan om alle gepubliceerde informatie beschikbaar te krijgen. De huidige aanzet om oude uitgaven van het Meerlingen Magazine te kunnen opvragen, zal verder worden uitgebreid.

Daarnaast zullen de sponsormogelijkheden van de Website worden onderzocht en kunnen er in de toekomst (binnen bepaalde randvoorwaarden) betaalde advertenties worden geplaatst. Daarbij zal onderscheid worden gemaakt naar bedrijven, verenigingen, instellingen, leden en niet-leden.

Andere belangrijke acties voor het komend jaar zijn:

Het opstellen van een duidelijk beleid rondom mail, website en ondersteunende websites (zoals de nu al in gebruik zijnde website 'fotowedstrijd.nvom.net' en de in opbouw zijnde 'meerlingendag.nvom.net').

Update laatste informatie en ondersteuning verschillende commissies in hun informatie uitwisseling naar leden en overige commissies.

### **Begroting**

In de begroting is rekening gehouden met een eerste investering, mocht die niet toereikend zijn dan zal het meerdere ten laste komen van het eigen vermogen worden gebracht. Investeringen worden in drie jaar afgeschreven.





## 7. Sponsoring

### **Korte omschrijving**

Sponsoring concentreert zich op de volgende gebieden:

- \* Adverteerders voor Meerlingen Magazine, Website en Meerlingendag programma-boekje
- \* Een welkomstpakket voor nieuwe leden
- \* Sponsoring in natura van de Meerlingendag
- \* 9 Maandenbeurs
- \* Fabrikantenlijst voor nieuwe leden

### **Bijdrage aan doelstellingen 2006-2007**

Sponsoring is een tijdrovend werkje, maar heel leuk om te doen en bovendien nuttig om veel activiteiten te kunnen bekostigen maar de contributie zo laag mogelijk te houden. Daarom gaan we zeker enthousiast verder om meer sponsorbijdragen te krijgen. Onze doelstelling voor aankomend verenigingsjaar zijn:

- \* Meer adverteerders voor het Meerlingen Magazine om zo een kleurenomslag te kunnen financieren, wat het blad veel aantrekkelijker maakt.
- \* Inkomsten Welkomstpakket verder verhogen.
- \* Sponsoring en Website wil zich gaan verbeteren omdat er steeds meer vraag komt naar links en advertenties. Commerciële bedrijven weten ons uit zichzelf steeds gemakkelijker te vinden waarschijnlijk door de verbeterde Naamsbekendheid van de vereniging.
- \* Leuke (boeken)kortingacties voor de leden te organiseren om het lidmaatschap nog aantrekkelijker te maken.

### **Begroting**

De diverse opbrengsten zijn gespecificeerd op de een na onderste regel van de begroting en waar mogelijk gekoppeld aan de bijbehorende activiteit.



## 8. Commissie Meerlingendag

### **Korte omschrijving**

De Meerlingendag is altijd een hoogtepunt in het NVOM verenigingsjaar. Er worden lezingen en workshops gegeven door bekende professionals en ervaringsdeskundigen over vele specifieke meerlingonderwerpen. De Meerlingentelefoon is live aanwezig voor een op een gesprekken en de NVOM heeft haar eigen grote informatieve stand. Het praatplein biedt iedereen de gelegenheid om in contact te komen met lotgenoten en ervaringen uit te wisselen. Op het Infoplein en Winkelplein zijn vele bedrijven, stichtingen en verenigingen aanwezig met interessante informatie, artikelen en aanbiedingen op meerlinggebied. Kinderen worden met veel enthousiasme vermaakt op het Kinderplein. Op het Marktplein kunnen meerlingouders hun meerlingartikelen te koop aanbieden en op het Filmplein kan men films over twee- en/of drielingen bekijken. Ieder jaar ontvangen we vele enthousiaste bezoekers en wordt door tientallen gemotiveerde vrijwilligers alles op alles gezet om er weer een succes van te maken. De Meerlingendag wordt komend jaar gehouden bij Euretco in Houten.

### **Bijdrage doelstelling 2006-2007**

De Meerlingendag draagt als volgt bij aan de speerpunten van de NVOM voor 2006-2007.

**Lotgenotencontact:** Tijdens en na de lezingen en workshops kunnen meerlingouders ervaringen uitwisselen en in contact komen met andere meerlingouders. Daarnaast is er op het praatplein volop gelegenheid om het lotgenotencontact verder uit te breiden, omdat daar concrete meerlingonderwerpen door de meerlingouders onder begeleiding van een ervaringsdeskundige worden besproken. Verder is iedereen op het praatplein van harte welkom om lekker informeel te kletsen met lotgenoten (andere meerlingouders). Op de Meerlingendag lopen eigenlijk alleen maar lotgenoten rond en is het dus voor de mensen eenvoudig om in contact te komen met andere meerlingouders.

**Naamsbekendheid vergroten:** Komend jaar is het de 15<sup>e</sup> Meerlingendag van de NVOM. Hieraan willen we een leuke actie en PR gaan koppelen, waardoor er media-aandacht komt voor de NVOM c.q. Meerlingendag. De pers zal actief benaderd worden via persberichten en dergelijke.

**Marktaandeel vergroten:** Op de Meerlingendag komen ook (aanstaande) meerlingouders die nog geen lid van de NVOM zijn. Deze mensen proberen we NVOM lid te maken door ze teruggave van het entreegeld van de Meerlingendag aan te bieden als ze op de Meerlingendag besluiten lid te worden. Door het enthousiasme van de bezoekers over de Meerlingendag kunnen zij via mond op mond reclame naar ander meerlingouders voor nieuwe leden zorgen.

**Professionalisering:** Het opzetten van een goed draaiboek, inclusief een specifieke begroting voor de Meerlingendag is van groot belang voor de continuïteit en vermindering van de kwetsbaarheid van de Meerlingendag. De kwaliteit van de Meerlingendag moet gewaarborgd zijn door professionele lezinggevers voor de lezingen en workshops. Daarnaast moeten de stands op het winkel- en infoplein kwalitatief goed zijn en de PR en de aankleding van de locatie/vrijwilligers er goed en professioneel uitzien.

### **Begroting**

De grootste post op de Meerlingendag begroting betreft de huur van de locatie en reiskosten van de commissieleden, gastsprekers en alle vrijwilligers die hun steentje bijdragen.



## 9. Vrijwilligersdag

### **Korte omschrijving**

De vrijwilligersdag wordt jaarlijks georganiseerd voor alle vrijwilligers van onze vereniging als waardering voor al het werk dat ze verzetten voor de NVOM en de tijd die ze daarvoor vrijmaken binnen hun toch al drukke professionele en gezinsleven. De vrijwilligers vormen de spil waarop de NVOM draait. Zonder vrijwilligers geen NVOM. Er wordt gezocht naar een leuke activiteit met daaraan gekoppeld een etentje. Het moet een gezellige, leuke en zinvolle dag zijn, waar alle vrijwilligers elkaar ontmoeten en dus ook eens de gezichten kunnen zien bij de mensen die ze vaak mailen of aan de telefoon hebben. De vrijwilligersdag wordt gehouden na afloop van de Algemene ledenvergadering van de NVOM.

### **Bijdrage doelstellingen 2006-2007**

De vrijwilligersdag draagt als volgt bij aan de speerpunten van de NVOM.

**Lotgenotencontact:** De vrijwilligers zijn allen actief binnen de NVOM en dragen in hun verschillende functies op vele manieren bij aan het lotgenotencontact.

**Naamsbekendheid vergroten:** Het bedenken van een unieke of ludieke Vrijwilligersdag kan media-aandacht en daarmee naamsbekendheid tot gevolg hebben. Hiervoor zullen enthousiaste mensen gezocht moeten worden die de Vrijwilligersdag willen gaan organiseren.

**Marktaandeel vergroten:** Enthousiaste vrijwilligers zorgen voor een positieve uitstraling van de vereniging waardoor zij andere meerlingouders ook weer kunnen enthousiasmeren voor de NVOM. We moeten proberen om nu 70 % van de vrijwilligers naar de Vrijwilligersdag te krijgen in plaats van de 50% van de afgelopen jaren.

### **Professionalisering**

Vrijwilligers zijn de drijvende kracht van een vereniging. Door ze te bedanken voor hun werkzaamheden die zij verrichten binnen de NVOM met een leuke activiteit en aan te geven hoe belangrijk ze zijn voor de vereniging zijn zij wellicht langer aan de vereniging te binden, waardoor de draagkracht van de NVOM breder wordt. Verder is het opzetten van een goed vrijwilligersbestand van groot belang voor de continuïteit van de vereniging. Voor de Vrijwilligersdag moet een draaiboek inclusief begroting worden opgesteld om de continuïteit te kunnen waarborgen.

### **Begroting**

De begroting bestaat voornamelijk uit het huren van de locatie en de consumpties / maaltijd.



## 10. Meerlingen Magazine

### **Korte omschrijving**

Het Meerlingen Magazine heeft als doel ouders van meerlingen te informeren over alle mogelijke zaken aangaande meerlingen. Hierbij gaat het over onderwerpen als de zwangerschap, de bevalling, borstvoeding en opvoeding. Dit gebeurt enerzijds door ouders zelf, die hun ervaringen willen delen, anderzijds vanuit een meer professionele invalshoek, o.a. door aandacht te geven aan wetenschappelijk onderzoek en de laatste inzichten wat betreft verzorging en opvoeding. Het blad is verder de spreekbuis voor het bestuur van de NVOM en bevat veel praktische tips, adviezen en anekdotes. Er zijn vele deskundigen aan het Meerlingenmagazine verbonden.

### **Bijdrage aan doelstellingen 2006-2007**

In het komende jaar zal gekeken worden hoe de combinatie met de website verbeterd kan worden om zo een verdere bijdrage aan de verbreding van het lotgenotencontact te kunnen leveren. Er zullen keuzes gemaakt moeten gaan worden om de toekomst van het Magazine zeker als wenselijke informatie aan de leden veilig te stellen. Er zal ook worden gezocht naar aanvulling of vervanging van betrokkenen bij het ontstaan van het blad. Vervanging zal plaatsvinden voor diegenen die hebben aangegeven om te stoppen met activiteiten binnen de commissie.

### **Begroting**

De voornaamste post betreft het drukken en distribueren van het Meerlingen Magazine 4 keer per jaar naar alle leden en een keer per jaar (augustus) naar de beroepsgroepen. De uitbreiding naar meer kleur zal worden bekostigd uit extra advertentie inkomsten.



## 11. Commissie Contactpersonen

### Korte beschrijving

De commissie werkt vanuit 8 werkgroepen, met ieder hun eigen verantwoordelijkheid en taakgebied.

1. Informatie avonden
2. Beurzen
3. Medische bijeenkomsten
4. Folderverspreiding
5. Overleden meerlingkind(eren)
6. Oudere meerling
7. Drielingen
8. Forum

### Bijdrage doelstellingen 2007/2007

De doelstelling **lotgenotencontact** is de belangrijkste doelstelling van onze commissie. Er zijn vele werkgroepen die hieraan hun bijdrage leveren, te weten de werkgroepen informatieavonden, drielingen, oudere meerling, overleden meelingkind(eren) en zeker niet in de laatste plaats het forum.

We willen in de toekomst het lotgenotencontact nog meer gaan uitbreiden, door nog meer activiteiten te organiseren waarbij dit mogelijk is. Een goede landelijke bezetting van de vrijwilligers is hiervoor een voorwaarde. We zijn dan ook aan het kijken naar een opzet, waarbij deze meer gegarandeerd kan worden. We willen de werkgroep medische bijeenkomsten graag weer actief maken, zodat we ook de beroepsgroepen weer actief kunnen gaan benaderen.

Een andere doelstelling van de NVOM is het **vergroten van het marktaandeel**. Ook hieraan leveren meerdere werkgroepen hun bijdrage. Vooral de werkgroepen folderverspreiding en beurzen zijn actief hiermee bezig. Het doel is om op zoveel mogelijk plaatsen de folders van de NVOM te hebben, zodat de **naamsbekendheid groter wordt**.

Ook proberen we binnen onze commissie een verdere **professionalisering** door te voeren. We hebben gekozen voor bovenstaande structuur binnen onze commissie, waarbij elke werkgroep zijn eigen aanspreekpunt heeft. Er zijn profielschetsen op papier gezet van en voor de vrijwilligers, zodat van te voren duidelijk is wat er verwacht wordt en het verloop onder de vrijwilligers minder wordt. Daarnaast zijn er draaiboeken voor informatieavonden, medische bijeenkomsten en beurzen, zodat overdrachten van deze gegevens en feiten gemakkelijker en minder kwetsbaar zijn. Maandelijks worden er verslagen geschreven door de aanspreekpunten van de werkgroepen, zodat er overzicht is en sturing kan worden gegeven.

Iedereen weet hoe de lijnen en verantwoordelijkheden binnen onze commissie zijn.

We zouden graag zien dat we een constante groep van vrijwilligers hebben met landelijke dekking, waarbij het verloop niet groot is en als er iemand stopt, er een goede overdracht plaatsvindt. Daarnaast is het ons streven om voor elke werkgroep een aanspreekpunt te hebben, die deze verantwoordelijkheid op zich wil en kan nemen. Daarnaast zouden we graag de werkgroep medische bijeenkomsten nieuw leven inblazen en er een goed lopende werkgroep van maken, die een bijdrage kan leveren aan de informatieverstrekking, naamsbekendheid en professionalisering van de NVOM.

### Begroting

Gezien de bezettingsproblematiek van sommige commissies, zijn we diverse oplossingen aan het onderzoeken. Hierbij zou het kunnen zijn dat we verder gaan richting de professionalisering en uitbesteding van coördinerende activiteiten die door vrijwilligers uitgevoerd blijven worden.



## 12. Meerlingentelefoon

### **Korte beschrijving**

De Meerlingentelefoon 0900-MEERLING is al jaren een van de meest bekende en belangrijke activiteiten van de NVOM. Ons panel van deskundigen beantwoordt en bespreekt voor de betrokkenen vaak complexe en lastige problemen op het gebied van opvoeding, verzorging, school en de positie van de ouders. Het aantal telefoontjes neemt de laatste tijd flink af, ondanks de intensieve aandacht die we de Meerlingentelefoon hebben gegeven in het Magazine, op de site en in de media. Daarbij nam de complexiteit van de problematiek toe en duurden de gesprekken langer. Ons vermoeden is dat een belangrijk deel van de (vaak praktische) informatiebehoefte wordt ingevuld door internettoepassingen, waaronder de site van de NVOM en met name het forum, dat zeer druk bezocht is.

Op dit moment wordt een plan gemaakt waarin we onze toekomstideeën over de Meerlingentelefoon op een rij zetten. Gezocht wordt daarbij naar een elkaar versterkende combinatie van internet en telefoon, waarbij we m.n. voor de internettoepassing een grote groei voorzien.

### **Bijdrage doelstellingen 2006-2007**

De Meerlingentelefoon draagt als volgt bij aan de speerpunten van de NVOM.

**Lotgenotencontact** De Meerlingentelefoon is in eerste instantie gericht op 1 op 1 contact met een deskundige. Daarnaast verzorgt de Meerlingencontact indirect wel voor lotgenotencontact door bespreking van representatieve cases in het Magazine en op de site.

**Naamsbekendheid vergroten** Het uitdragen van onze deskundige hulp op het gebied van meerlingen kan de NVOM aan media-aandacht helpen en onze naamsbekendheid vergroten.

**Marktaandeel vergroten** Wanneer (een deel van) de functie van de Meerlingentelefoon slechts voor leden toegankelijk zal zijn, zou dit kunnen leiden tot een toename van het aantal leden. Het is de vraag of dit opweegt tegen de bereikbaarheid voor het brede publiek waaronder bijvoorbeeld ook scholen.

**Professionalisering** Het opzetten van een internetvariant van de Meerlingentelefoon zal voor een professionalisering zorgen. De Meerlingentelefoon is beperkt bereikbaar (enkele uren per week met 1 lijn), de internettoepassing is altijd bereikbaar, is vele malen flexibeler, maakt vragen en antwoorden multipliceerbaar en archiveerbaar.

### **Begroting**

De kosten bestaan voornamelijk uit vergoedingen aan het telefoonpanel voor het houden van de spreekuren en tevens de kosten van het nummer 0900-MEERLING. De kosten voor de beller bedragen € 0,10 per minuut en die krijgen we deels doorvergoed.



## 13. Voorlichtingsmateriaal

### **Korte omschrijving**

Het voorlichtingsmateriaal gaat sterk in verkoop achteruit en zal dus een duidelijke *boost* nodig hebben, willen we niet in een negatief saldo geraken. Omdat het momenteel technisch nog niet mogelijk is om de brochures voor uitsluitend onze leden in PDF formaat op internet beschikbaar te stellen, zal het drukwerk in beperkte oplage steeds worden nabesteld. Via voordeelpakketjes kan toch op een interessante manier in de eerste informatiebehoefte van de leden worden voorzien. Los bestellen blijft natuurlijk mogelijk.

### **Bijdrage doelstellingen 2006-2007**

Voordeelpakketjes brochures maken

Medici adressenlijst voor augustusmailing vernieuwen

Het welkomstpakket meer promoten in bv ziekenhuizen, praktijken, verenigingen Ronald Mc Donaldhuis etc..... Zo zal landelijk meer het geel van de NVOM zichtbaar zijn en meer naamsbekendheid worden gecreëerd.

### **Begroting**

De begroting bestaat voornamelijk uit drukwerk en verzendkosten. Per brochure wordt een bedrag van € 3,25 gevraagd.

NVOM BEGROTING 2006/2007		EURO											TOTAAL	
JAARPLAN HFDSTUK	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		13
COMMISSIES /	BESTUUR	FINANCIELE ADMIN	LEDEN ADMIN	SECRETAR- IAAT	BELEID COMM PR	ICT/AUTOM WEBSITE	SPONSOR- ING	MEERLINGEN- DAG	VRJWILLIGER S ACTIVITEITEN	MEERLINGEN MAGAZINE	CONTACT- PERSONEN	MEERLINGEN- TELEFOON	INFORMATIE- BROCHURES	
<b>KOSTEN</b>														
<b>SOORTEN</b>														
VERGADERINGEN	1,800				250	100	100	1,200	100	250	500	0	100	4,400
REISKOSTEN VERG	2,400				300	300	300	2,400	500	400	500	400	100	7,600
REISKOSTEN INCID	400	200					400	2,000	900	400	1,000	200		5,500
TELEFOONKOSTEN	1,600		1,500							1,200	800	1,500		6,600
VERGADERINGEN	200				100	400	400	400			500	200		2,200
PORTI	600	200					200	400		300	500	100		2,300
ZENDINGEN			2,500					1,500		10,000			4,000	18,000
DISTRIBUTIE								2,000		6,000				8,000
VERGOEDINGEN			6,000	4,000	1,000	4,000	500	500			1,000	2,500		19,500
ADM KOSTEN		5,000	5,000											10,000
REPRESENTATIE	400							500			500			1,400
HUUR		500	2,500					25,000	1,500					29,500
KANTOOR BENOD	800	100	1,000	400	200		300	600		300	500		300	4,500
ABON/CONTR	500			400		1,000						100		2,000
DRUKWERK			4,000		500			3,500		37,000			3,500	48,500
VERZEKERING	3,000													3,000
PROMOTIEKOSTEN					1,000	900	1,400	500					500	4,300
VRIJWILLIGERS	200		200					1,000			500			1,900
CONSUMPTIES	400				200	200		1,000	2,000					3,800
INHUUR / EVENEMENTEN					3,000			2,000						5,000
AFSCHRIJVING		500	500											1,000
DOZEN			4,000											4,000
														<b>193,000</b>
<b>OPBRENGSTEN</b>	-160,000	-4,000	-4,000		-2,000	-2,000	-3,000	-6,000		-8,500			-3,500	<b>-193,000</b>
	contrib..	rente/ kosten	doos		subsidie PM	reclame web	sponsor- geld	entree/ stands		adverten- - ties			verkoop broch	
<b>TOTAAL</b>	<b>-147,700</b>	<b>2,500</b>	<b>23,000</b>	<b>5,000</b>	<b>4,550</b>	<b>4,900</b>	<b>600</b>	<b>38,500</b>	<b>5,000</b>	<b>47,350</b>	<b>6,300</b>	<b>5,000</b>	<b>5,000</b>	