

## Strategische keuzes NCDO 2015-2017

In een snel veranderende omgeving moet NCDO keuzes maken om aan te blijven sluiten bij die veranderde context. Dat betekent voor ons dat wij ons productaanbod en onze producten aanscherpen en daarvoor hybride financieringsmodellen ontwikkelen. NCDO heeft zich in 2011 omgevormd tot een kennis- en adviescentrum voor mondiaal burgerschap. Daar houden we aan vast en tegelijkertijd maken we in 2014 opnieuw pijnlijke en stevige keuzes om onze missie ook in de toekomst te kunnen blijven nastreven.

### Platforms voor betrokkenheid

Met onze platforms vervullen wij een brugfunctie tussen burgers, burgerinitiatieven, overheden, maatschappelijke organisaties en kennisinstellingen. Dat doen we vanuit de visie dat goed geïnformeerde burgers, ieder op eigen wijze, in de context van de ‘participatiesamenleving’ belangrijke bijdragen kunnen leveren aan een duurzame wereld. Goed geïnformeerde en actieve burgers hebben immers zicht op de consequenties van hun handelen en op beslissingen die door maatschappelijke organisaties, bedrijfsleven en overheid worden genomen.

We hebben de volgende kernfuncties geïdentificeerd voor de jaren 2015-2017:

- OneWorld: magazine, events, open data, online platform
- MyWorld: platform voor actieve wereldburgers
- Samsam: platform en lesmethode voor jonge wereldburgers

### Versoberen en verzakelijken

We kiezen voor de jaren 2015-2017 voor een compact portfolio dat wordt geconcentreerd rond de multi-mediale platforms OneWorld/MyWorld en Samsam. Daarbij gaan we meer vraaggericht werken. We richten onze aandacht op het ontwikkelen van duurzame *business modellen*, waarbij we vaststellen dat sommige kernfuncties ook in de toekomst niet zullen kunnen voortzetten zonder financiële bijdrage van overheden. Bij die verzakelijking past een beleid van versobering: snijden in kosten, in overhead en functies.

Het merk NCDO gaat naar de achtergrond verdwijnen. Het blijft bestaan als naam voor de Stichting die OneWorld, MyWorld en Samsam uitgeeft en als werkgever functioneert voor degenen die werkzaam zijn voor die platforms en in de ondersteuning daarvan, waaronder een aantal onderzoekers.

### Veranderende omgeving

De strategische keuzes die we maken hebben we gebaseerd op feedback van onze klanten, verkenningen van mogelijke marktposities, op de IOB-evaluatie ‘Investeren in wereldburgerschap’ en een analyse van veranderingen in onze omgeving. De drie belangrijkste elementen daaruit zijn:

#### 1. Betrokkenheid van burgers is veranderd

In 1970 was de grote maatschappelijke betrokkenheid bij mondiale vraagstukken aanleiding tot de oprichting van de Nationale Commissie voor Ontwikkelingsstrategie. Deze voorloper van NCDO werd opgericht om de brede betrokkenheid in de Nederlandse samenleving in goede banen te leiden. Gelukkig is die maatschappelijke betrokkenheid sindsdien alleen gegroeid. Wat is veranderd, is de behoefte aan een nationaal coördinerend orgaan. Organisaties die werken aan die betrokkenheid, burgers en burgerinitiatieven weten elkaar gelukkig op veel manieren te vinden. Waar de overheid tot enkele jaren geleden voor zichzelf een rol zag om die betrokkenheid te subsidiëren, zien we nu meer zakelijke, ondernemende financieringsmodellen. De overheid wordt daarin steeds vaker een partner in plaats van een financier. Daarmee veranderde de behoefte aan een breed, faciliterend orgaan tussen overheid en maatschappelijk initiatief.

## 2. Informatieconsumptie is veranderd

Lange tijd hebben veel burgerinitiatieven met trots het stempel 'gefinancierd door NCDO' gedragen. En nog steeds zien we dat initiatiefnemers zich gesteund voelen door betrokkenheid van de overheid via een nationaal orgaan. Tegelijkertijd zien we ook dat mensen zich in hun informatieconsumptie meer en meer laten leiden door gemeenschappen waar zij zich betrokken bij voelen. Daar ligt een grote kracht van ondernemende burgers die dichtbij hun burens, collega's en streekgenoten staan. Een stempel van een formeel instituut is in netwerken en sociale media veel minder belangrijk. We merken dat mensen niet zozeer op zoek gaan naar informatie van een autoriteit, maar dat zij zich verbinden rond platforms met gelijkgestemden. Platforms als Samsam, OneWorld en Myworld, de online community van actieve wereldburgers.

## 3. Deze tijd vraagt niet om instituties

Dit is de tijd van netwerken waarin het kleine groot is. Dit is de tijd van sociaal ondernemerschap. Dit is de tijd van maatschappelijke betrokkenheid die uitgroeit tot een beweging van onderop. Dit is de tijd van nieuw elan voor duurzaamheid, van betrokkenheid bij de wereld die dichtbij huis een concrete vorm krijgt. Dit is de tijd van de doeners en van de idealisten. Van een beweging van mensen die elkaar wil vinden, elkaar en anderen wil inspireren. We willen samen een nieuw verhaal maken. Niet vanuit een ivoren toren of iets dat daarop lijkt. Maar door samen te ondernemen voor een duurzame wereld.

### **OneWorld, MyWorld en Samsam in 2015-2017**

Wij gaan door in de lijn van onze missie en blijven burgers betrekken bij mondiale vraagstukken. Zoals we al decennia doen. We zijn en blijven een knooppunt van mondiaal betrokken burgers, leraren, sociaal ondernemers, leerlingen én de overheid. Als kenniscentrum speelt onderzoek daarin vanzelfsprekend een rol. De associatie met een nationale commissie die dat alles in goede banen leidt, laten we los. Daarom worden de activiteiten die we voortzetten onder de merknamen OneWorld/MyWorld en Samsam gebracht.

Onze platforms staan midden in de samenleving, functioneren binnen netwerken. Wij zijn betrokken, bewuste ondernemers met de blik naar buiten. Onze kracht ligt in het vertellen van verhalen. En daarbij trekken we heel graag op samen op met anderen betrokken ondernemende professionals. Een duurzame toekomst voor nu en voor de toekomst, voor hier in Nederland en elders, dat is wat ons verbindt.

NCDO

Amsterdam, mei 2014