



sgp»jongeren



# SOLIDE GEDREVEN PRESENT

Beleidsnota 2014 - 2018

# Inhoudsopgave

	Inleiding	3
DEEL I PLAATSBEPALING EN TOEKOMSTVISIE	Hoofdstuk 1 - Wie we zijn en waar we staan	
	1.1 Karakterisering van onze omgeving	5
	1.2 Visualisatie	5
	1.3 Boodschap	5
	Hoofdstuk 2 - Waar we naartoe willen	
	2.1 Kerndoel	6
	2.2 Speerpunten	6
2.3 Titel	6	
DEEL II DOEN EN LATEN	Hoofdstuk 3 - Orangisatie: structuur en proces	
	3.1 Positie binnn de moederpartij	8
	3.2 Landelijk Bestuur	8
	3.3 Commissies	8
	3.4 Vrijwilligers	8
	3.5 HR-beleid	9
	3.6 Arbeidskrachten	
	3.7 Financiën	9
	3.7 Visualisatie	9
	Hoofdstuk 4 - Organisatie: leden en verenigingen	
	4.1 Ledenstructuur	10
	4.2 Ledenwerving	10
	4.3 Ledenbinding	10
	Hoofdstuk 5 - Activiteiten: intern	
	5.1 Thema-avonden	11
	5.2 Training, toerusting en vorming	11
	5.3 Teamspirit - activiteiten	11
	5.4 SGP-jongerendag	11
	Hoofdstuk 6 - Activiteiten: extern	
	6.1 Workshops, lezingen en gastlessen	12
	6.2 Debatten	12
	6.3 Campagnes	12
Hoofdstuk 7 - Communicatie		
7.1 Magazines	13	
7.2 Website	13	
7.3 Social Media	13	
7.4 Inform@il	13	
7.5 Nieuwsbrief	13	
7.6 Externe media	14	

# Inleiding

Voor je ligt de beleidsnota van SGP-jongeren voor de periode 2014-2018. Aan dit eindresultaat is een lang traject vooraf gegaan: In het voorjaar van 2013 is onder leiding van Peter Schalk een visie geformuleerd. Daarin is heel beknopt vastgelegd waar SGP-jongeren staat en wat SGP-jongeren wil bereiken. Deze visie is vastgesteld op de ledenvergadering van 20 juni 2013. Daarna is op 5 november 2014 in Groenekan met vrijwilligers gebrainstormd over de bijbehorende acties. De input van die brainstorm is gebruikt bij de bestuursvergadering van 31 januari 2014 waarin de knopen zijn doorgesneden. Daaropvolgend heeft het bestuur in meerdere sessies de inhoud definitief vastgesteld.

Wat is het nut van een beleidsnota? De beleidsnota zet stippen op de horizon: Wat willen we over vier jaar bereikt hebben? Waar gaan we ons in de komende jaren mee bezighouden om welke doelen te bereiken? Op die vragen geeft de beleidsnota antwoord. Het kanaliseert daarmee de energie, creativiteit en ideeën die onze organisatie rijk is.

In de beleidsnota 2010-2014 nam mijn voorganger de volgende passage op: “De Beleidsnota kent een geheel nieuwe opbouw die niet uitgaat van de termen ‘externe omgeving’ en ‘interne omgeving’, waar bij de vorige Beleidsnota voor was gekozen, maar concentreert zich nu vooral rond het thema groei. Groei, in de diepte, in de breedte, in kracht en in uitstraling.” Welnu, de beleidsnota 2014-2018 kenmerkt zich door een combinatie van die beiden. Bewust van wie we zijn en hoe onze omgeving eruit ziet, richten we ons op versterking van de organisatie en versterking van het gezicht naar buiten.

De beleidsnota bevat twee delen. In het eerste deel, dat de titel ‘Plaatsbepaling en toekomstvisie’ heeft meegekregen, wordt de visie verwoord. Het is de basis voor datgene wat we de komende jaren gaan doen of niet meer gaan doen. In dat deel wordt tevens een toelichting op de titel gegeven. Om uitvoering te geven aan de plaatsbepaling en toekomstvisie uit het eerste deel, is een tweede deel opgenomen. Deze heeft de titel ‘Doen en laten’ meegekregen. Dit is uitgewerkt voor de organisatiestructuur, ledenwerving en ledenbinding, de activiteiten en communicatie.

Vanaf de start van dit traject was het doel te komen tot een handzame beleidsnota, zodat het actief gebruikt wordt bij de werkzaamheden die de komende jaren gedaan gaan worden. Voorwaarde daarvoor was dat de beleidsnota beknopt is. Hopelijk stemt de lezer ermee in dat deze doelstelling in ieder geval bereikt is.

Neem en lees!

Maart 2014,

Frank van Putten  
beleidsadviseur

# DEEL I

## PLAATSBEPALING EN TOEKOMSTVISIE

# Hoofdstuk 1

## Wie we zijn en waar we staan

### 1.1 Karakterisering van onze omgeving

SGP-jongeren is een geleding binnen de Staatkundig Gereformeerde Partij en is één van de vele politieke jongerenorganisaties (PJO's) die ons land rijk is. Een PJO met duizenden leden en een heel aantal plaatselijke verenigingen. Op landelijk niveau is er een bestuur, een werknemer, zijn er diverse commissies en zijn er personen die vanuit het SGP-bureau dagelijks bezig zijn met de organisatie.

SGP-jongeren is een politieke jongerenorganisatie met de Bijbel als fundament. Vanuit deze basis is zij gericht op jongeren en heeft zij een boodschap voor de hele samenleving. SGP-jongeren bestaat voor jongeren en voor de samenleving. Die samenleving is complex en dynamisch. We leven in een vrij land dat veel kansen biedt, maar zich ook kenmerkt door individualisme en secularisatie. Daarbij wil SGP-jongeren actief betrokken zijn op de SGP en proactief de Bijbelse waarden en normen uitdragen in politiek en maatschappij; nationaal en waar mogelijk ook internationaal.

### 1.2 Visualisatie

De omgeving van SGP-jongeren ziet er in een overzicht als volgt uit:



### 1.3 Boodschap

De boodschap van SGP-jongeren is kernachtig verwoord in Kernideeën 2.0, dat is uitgegeven in januari 2014 en via de website ter beschikking is gesteld. Daarnaast zijn de standpunten van SGP-jongeren te lezen op de website. Uiteindelijk is de boodschap terug te leiden naar de overtuiging dat Gods Woord heilzaam is voor de hele samenleving.

# Hoofdstuk 2

## Waar we naartoe willen

### 2.1 Kerndoel

Tijdens de visiebesprekingen heeft SGP-jongeren haar kerndoel geformuleerd: vanuit een sterke organisatie wil SGP-jongeren op een professionele manier jongeren motiveren, leden vormen en toerusten en hun belangen behartigen. Op die wijze wil SGP-jongeren fungeren als een kweekvijver voor jonge politici enerzijds en anderzijds de hele samenleving aanspreken met haar boodschap.

### 2.2 Speerpunten

Om dit kerndoel te verwezenlijken is een aantal speerpunten geformuleerd die aangeven hoe SGP-jongeren in de periode 2014-2018 aan het kerndoel handen en voeten wil geven:

- **Bouwen aan de organisatie:** SGP-jongeren wil dat vraag en aanbod tussen landelijk en lokaal goed op elkaar aansluiten. Ook moet onder de leden een 'wij-gevoel' heersen. Budgettair moet alles in orde zijn. Op deze wijze is zij een professionele organisatie.
- **Positie verstevigen:** SGP-jongeren moet in het politieke krachtenveld duidelijk identificeerbaar zijn en een goed imago bij de achterban hebben. Daar hoort bij dat SGP-jongeren haar boodschap helder omschrijft en deze ook op het juiste moment breder onder de maatschappelijke aandacht brengt. Op deze wijze kan zij jongeren motiveren en hun belangen behartigen.
- **Bagage meegeven:** SGP-jongeren gaat het aanbod aan training- en vormingsactiviteiten uitbreiden. Op deze wijze kan zij haar leden vormen en toerusten en ook enthousiasme en passie uitstralen naar anderen.

### 2.3 Titel

Gezien de bovenstaande speerpunten is de titel 'SOLIDE, GEDREVEN, PRESENT' niet zomaar gekozen. **Solide** omdat SGP-jongeren een goed georganiseerde en professionele organisatie wil zijn. **Gedreven** omdat SGP-jongeren een organisatie wil zijn die passie en enthousiasme kent en uitstraalt. **Present** omdat SGP-jongeren aanwezig wil zijn onder jongeren en in de samenleving, zichtbaar met een duidelijke boodschap.

# DEEL II

## DOEN EN LATEN

# Hoofdstuk 3

## Organisatie: structuur en proces

### 3.1 Positie binnen de moederpartij

SGP-jongeren is een zelfstandige organisatie binnen het geheel van de partij. En toch ook weer niet. SGP-jongeren voelt zich verbonden met de andere partijgeledingen. Andersom wordt SGP-jongeren bij veel activiteiten binnen de moederpartij betrokken. Niet alleen rondom verkiezingen. De beleidsadviseur is bijvoorbeeld lid van de strategiecommissie, waarin hij SGP-jongeren vertegenwoordigt. Ook is er regelmatig overleg met de Tweede Kamerfractie en de geledingen. Deze wederzijdse betrokkenheid is positief te waarderen. Wel wordt binnen SGP-jongeren aangegeven dat dit niet tot een zekere sleur mag leiden. SGP-jongeren moet een eigen mening vormen en indien deze afwijkt van de visie van andere geledingen daar het gesprek over aan gaan.

### 3.2 Landelijk Bestuur

Sinds de jaarvergadering van 2013 wordt gewerkt met een kleiner bestuur. Die werkwijze wordt gecontinueerd. Na evaluatie binnen het bestuur van SGP-jongeren zijn bestuursfuncties op sommige punten aangepast. Het bestuur kent de volgende functies: voorzitter, vicevoorzitter, secretaris, penningmeester, voorzitter politiek platform, secretaris politiek platform, bestuurslid communicatie, bestuurslid leden & relaties en bestuurslid organisatie.

Het bestuur wordt aangeduid als 'Landelijk Bestuur', aangezien er sinds 2013 geen scheiding meer is tussen een Algemeen Bestuur en een Dagelijks Bestuur.

### 3.3 Commissies

Het aantal commissies en hun huidige structuur worden gecontinueerd. Dat betekent dat SGP-jongeren vijf politieke commissies heeft die tezamen het 'breed politiek platform' vormen. Het breed politiek platform wordt aangestuurd door het 'politek platform' dat bestaat uit de voorzitter en secretaris ervan en de commissievoorzitters. Daarnaast zijn er zes organisatorische commissies: Organisatie, Leden, Relaties, KLIK, In Contact, en Communicatie. Deze worden ieder afzonderlijk aangestuurd door een commissievoorzitter. Het organogram aan het eind van dit hoofdstuk laat zien welk bestuurslid voor welke commissie verantwoordelijk is.

Wanneer de politieke actualiteit vraagt om doordenking van een zeer specifiek beleidsterrein kunnen er 'werkgroepen' in het leven worden geroepen waarvoor in het bijzonder leden van het politiek platform worden uitgenodigd te participeren. Deze werkgroepen zijn tijdelijk van aard.

### 3.4 Vrijwilligers

Alle functies die hierboven aan bod kwamen worden ingevuld door vrijwilligers. Zij maken tijd vrij om zich in te zetten voor SGP-jongeren. Als blijk van waardering krijgt elke vrijwilliger een eindejaarsgeschenk.

Het is van groot belang dat er wederzijdse betrokkenheid is op elkaar. Een uitwerking hiervan is bijvoorbeeld dat een delegatie van het bestuur jaarlijks elke commissie bezoekt.

Communicatie van bestuursbesluiten die betrekking hebben op een commissie of van dien aard zijn dat het tijdige berichtgeving vereist, gebeurt zo spoedig mogelijk door het verantwoordelijke bestuurslid.



### 3.5 HR-beleid

Sollicitatiebrieven voor commissielidmaatschap komen binnen bij de HR-adviseur. Deze voert, onder verantwoordelijkheid van de vicevoorzitter, samen met de commissievoorzitter een sollicitatiegesprek. Hij stelt een advies op richting het bestuur, met daarbij de visie van de commissievoorzitter. Het bestuur besluit over het wel of niet aannemen van vrijwilligers. Sollicitatiebrieven voor bestuurslidmaatschap komen binnen bij de secretaris. Een delegatie van het bestuur voert de gesprekken en informeert het bestuur dat vervolgens als geheel een besluit neemt (indien het quorum aanwezig is).

### 3.6 Arbeidskrachten

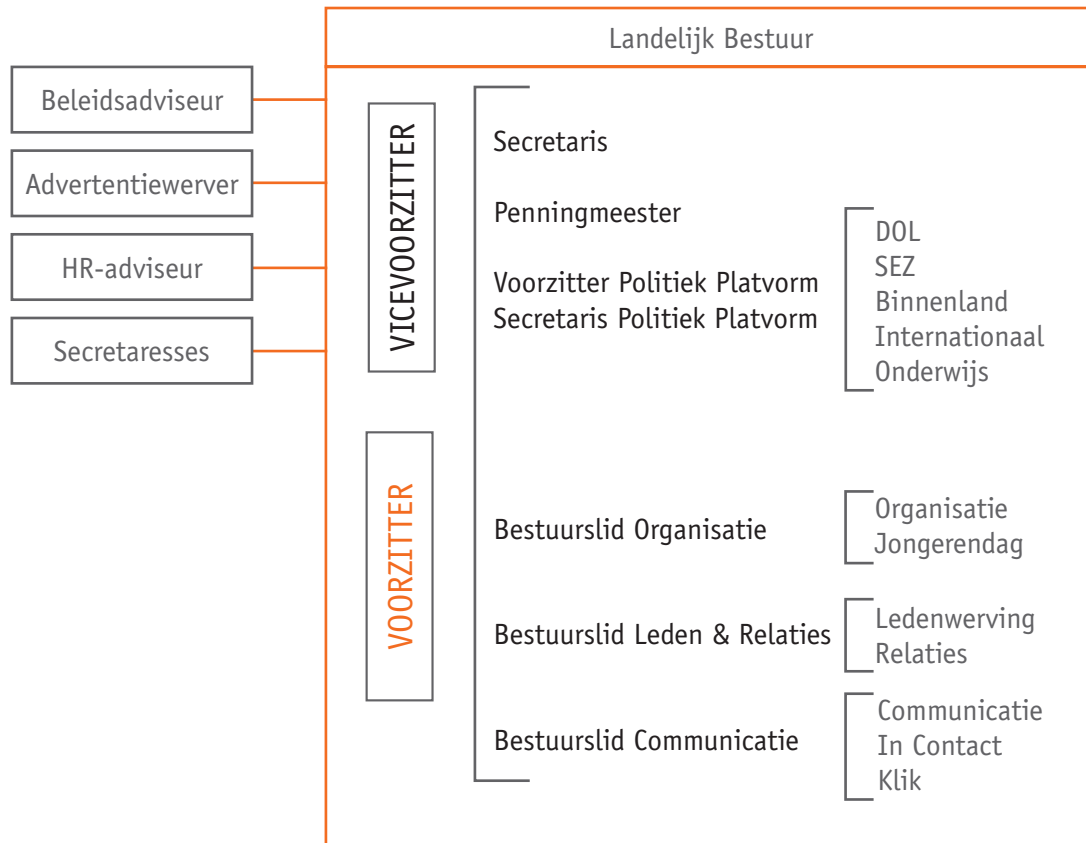
SGP-jongeren heeft iemand in loondienst: de beleidsadviseur. Deze functie blijft behouden. De beleidsadviseur heeft een breed takenpakket. De nadruk ligt echter op training, toerusting en vorming. Ook is hij de spil tussen SGP-jongeren en andere partijgeledingen. De beleidsadviseur is actief betrokken bij veel projecten en commissies. Bij externe gelegenheden vertegenwoordigt de beleidsadviseur SGP-jongeren samen met de voorzitter.

Daarnaast huurt SGP-jongeren van de partij arbeidsuren in voor (financieel) administratieve werkzaamheden.

### 3.7 Financiën

Bij het willen zijn van een professionele organisatie hoort dat financiën op orde zijn. Op drie manieren ontvangt SGP-jongeren financiële middelen: lidmaatschap, subsidie en sponsoring. Het is voor de subsidieaanvraag noodzakelijk dat alle leden op tijd betalen. De penningmeester draagt daar zorg voor. Door sponsoring kan SGP-jongeren een zekere financieringsstroom regelen. De advertenties in KLIK en In Contact zijn daar een goed voorbeeld van; de advertentiewerter is daarvoor verantwoordelijk. Ook kan gedacht worden aan stands op bijvoorbeeld de jongerendag of tijdens het voorjaarscongres (zie hoofdstuk 5). De commissie sponsoring gaat op projectbasis werken: per activiteit worden er sponsors gezocht, waarbij er oog is voor lange-termijn relaties. Het maken van kosten wordt in bestuursverband besproken en besloten.

### 3.8 Visualisatie



# Hoofdstuk 4

## Organisatie: leden en verenigingen

### 4.1 Ledenstructuur

In 2013 heeft het bestuur een onafhankelijke commissie opdracht gegeven onderzoek te doen naar (het draagvlak voor) een nieuwe ledenstructuur. Tijdens het opstellen van deze beleidsnota wordt gewerkt aan een advies over de herziening van deze structuur. De bevindingen en adviezen worden binnen het bestuur besproken en voorzien van een voorstel dat op de jaarvergadering van 2014 aan de leden wordt voorgelegd ter besluitvorming.

### 4.2 Ledenwerving

Vanaf het elfde levensjaar kunnen jongeren lid worden van SGP-jongeren. De groep 11 tot 16-jarigen zijn de zogenaamde 'KLIK-leden'. Dit lidmaatschap is gratis tot het 15e levensjaar; 15-jarigen betalen 5 euro. Vanaf 16-28 kunnen jongeren 'In Contact-lid' zijn; aan dit lidmaatschap zijn geringe kosten verbonden. Het KLIK-lidmaatschap loopt automatisch over in 'In Contact-lidmaatschap'.

Om het aantal leden op peil te houden en te vermeerderen moet er permanente ledenwerving plaatsvinden. Op een beurs of jongerendag aanwezig zijn met een stand en een online campagne zijn daar een uitwerking van.

Daarnaast wordt er jaarlijks een grote ledenwerfactie georganiseerd. De doelstelling is te zorgen dat aan het eind van deze beleidsperiode het ledental gemiddeld met 500 leden per jaar is toegenomen.

### 4.3 Ledenbinding

Het is van groot belang dat al het enthousiasme dat voor SGP-jongeren beschikbaar is, tot zijn recht komt. Het is belangrijk dat er een 'wij' gevoel heerst binnen SGP-jongeren. Dat betekent dat SGP- een passend aanbod heeft voor de verschillende behoeften van de leden.

Bedacht moet worden dat SGP-jongeren regelmatig vacatures heeft, maar niet altijd alle sollicitanten kan plaatsen. Daarom benadert de HR-adviseur deze mensen of zij op een andere wijze hun enthousiasme binnen de organisatie kwijt kunnen en of zij later alsnog beschikbaar zijn voor de functie van hun wensen. Ook kunnen (nieuwe) leden actief benaderd worden om vrijwilliger te worden.

Daarnaast moeten alle leden de mogelijkheid krijgen bij SGP-jongeren kennis op te doen en vaardigheden te ontwikkelen. Ook dat is een onderdeel van ledenbinding. De activiteiten die in het volgende hoofdstuk beschreven worden staan in dit kader.

# Hoofdstuk 5

## Activiteiten: intern

### 5.1 Thema-avonden

Tot nu toe organiseerde de landelijke SGP-jongeren regelmatig zelfstandig thema-avonden en soms in samenwerking met een lokale vereniging. Om de samenwerking tussen landelijk en lokaal te intensiveren zal de landelijke SGP-jongeren bij voorkeur geen zelfstandige thema-avonden meer organiseren. In de praktijk is gebleken dat een dergelijke samenwerking een zeer gunstig effect heeft op het aantal bezoekers.

### 5.2 Training, toerusting en vorming

SGP-jongeren hecht sterk aan het trainen, toerusten en vormen van haar leden. Daarom is besloten dat jaarlijks ten minste twee activiteiten plaatsvinden die dit bewerkstelligen. Daarbij kan gedacht worden aan een masterclass, vaardigheidstraining of nieuw op te zetten activiteiten. Zo wordt bij de start van deze periode bijvoorbeeld gewerkt aan het opzetten van een summerschool.

Voor deze activiteiten wordt een bijdrage van de deelnemers gevraagd. Om vrijwilligers extra te stimuleren deel te nemen, geldt voor hen een aangepast tarief.

### 5.3 Teamspirit-activiteiten

Zonder bij andere activiteiten te stellen dat die geen teamspirit zouden creëren, wil SGP-jongeren activiteiten organiseren die daar specifiek op gericht zijn. Denk aan sportactiviteiten, barbecue, borrels etcetera. Besloten is dat jaarlijks ten minste twee van dergelijke activiteiten worden georganiseerd.

### 5.4 SGP-jongeredag

De SGP-jongeredag is een sterk merk. Het creëert enthousiasme en een wij-gevoel in de organisatie. In deze beleidsperiode zal dan ook weer twee keer een SGP-jongeredag georganiseerd worden. Een nieuw te vormen commissie draagt zorg voor het organiseren van deze dag. Vrijwilligers worden uitgenodigd in deze commissie te participeren. Jaarlijks wordt op de begroting geld gereserveerd om deze tweejaarlijkse jongeredag te kunnen financieren.

# Hoofdstuk 6

## Activiteiten: extern

### 6.1 Workshops, lezingen en gastlessen

SGP-jongeren wordt regelmatig gevraagd een workshop, lezing of gastles te verzorgen. Bijvoorbeeld door scholen of jeugdverenigingen. Daar werkt ze graag aan mee omdat dit de zichtbaarheid vergroot, vormend is voor jongeren en de organisatie op die manier haar politieke boodschap kan presenteren. Wel wordt verwacht dat de organisatie die SGP-jongeren uitnodigt, er een vergoeding voor geeft.

### 6.2 Debatten

SGP-jongeren wordt ook regelmatig gevraagd deel te nemen aan debatten op scholen, avonden, etcetera. Omdat deze gericht zijn op het uitzenden van onze politieke boodschap worden hiervoor geen kosten in rekening gebracht.

### 6.3 Campagnes

Extern zijn we ook door middel van campagnes aanwezig. Daarbij gelden de volgende uitgangspunten: SGP-jongeren is een landelijke organisatie en voert om die reden campagne wanneer er verkiezingen voor de Tweede Kamer zijn. Voor de wijze waarop dit gebeurt wordt verwezen naar het Campagnedraaiboek dat rond de zomer van 2014 gereed moet zijn. Bij gemeenteraadsverkiezingen, verkiezingen voor de provinciale staten en verkiezingen voor het Europees parlement zal, indien daartoe mogelijkheden worden gezien, een beknopte campagne worden gevoerd.

# Hoofdstuk 7

## Communicatie

### 7.1 Magazines

De magazines van SGP-jongeren doen het goed. Voor deze beleidsperiode is besloten dat zowel KLIK als In Contact blijven bestaan. Voor KLIK geldt dat het een lange termijn-investering is: jongeren raken door dit blad vroeg vertrouwd met de organisatie.

De advertenties voor In Contact worden geregeld door een ervaren advertentiewerter. Voor adverteerders is In Contact een interessante kans om in contact te komen met een duidelijke, afgebakende doelgroep. SGP-jongeren kan door middel van deze advertenties geld ophalen waarmee de kosten gereduceerd worden.

Om de levensvatbaarheid van KLIK te vergroten wordt gestart met een test om ook KLIK open te stellen voor (een beperkt aantal) advertenties.

### 7.2 Website

De website is een belangrijk communicatieplatform. Alle informatie over SGP-jongeren is daar te vinden. Nieuwsupdates, statements, blogs enzovoorts, zijn daar te lezen. De website moet aantrekkelijk zijn. Daarvoor gelden een aantal zaken:

- De informatie op de website moet up-to-date zijn. Denk aan de agenda, vrijwilligers, etcetera.
- De website moet een facelift krijgen. Daarbij zal het verschil in doelgroepen verdwijnen omdat dit niet gewerkt heeft de afgelopen jaren.
- Er worden meer video's op de website geplaatst.
- Kwaliteit gaat voor kwantiteit. Datgene wat op de website te lezen is moet staan als een huis.

### 7.3 Social media

Hoewel de website erg belangrijk is, blijkt het in de praktijk nog belangrijker te zijn alle updates door middel van social media bekendheid te geven. Alle updates moeten dan ook van een facebook-update en een twitterbericht voorzien zijn.

### 7.4 Inform@il

Door middel van de Inform@il krijgen de vrijwilligers van de vicevoorzitter de laatste informatie in de mailbox. Dit is een directe manier om vrijwilligers te bereiken. De Inform@il wordt de komende jaren gecontinueerd.

### 7.5 Nieuwsbrief

Door middel van de nieuwsbrief worden leden door de vicevoorzitter geïnformeerd over allerlei activiteiten van SGP-jongeren. Evenals de Inform@il bij de vrijwilligers is het een directe manier om met de leden in contact te komen. Het gebruik van de nieuwsbrief wordt de komende jaren gecontinueerd.

### 7.6 Externe media

Naast de eigen communicatiemiddelen is er ook een aantal belangrijke kanalen waarmee de boodschap van SGP-jongeren de samenleving bereikt. Denk aan radio- en televisie-interviews. Deze worden in de regel door de voorzitter gegeven. Denk naast media-optredens ook aan opinieartikelen in het Reformatorisch Dagblad, het Nederlands Dagblad, Trouw, De Volkskrant en

columns op websites als ThePostOnline en CIP. Het streven is jaarlijks minimaal twaalf bijdragen te leveren in dergelijke media.

SGP-jongeren wil ook in andere dan de 'reguliere' media haar boodschap de samenleving in brengen. Dat zal echter minder 'planbaar' zijn omdat deze niet op voorhand in de boodschap van SGP-jongeren interesse hebben.

### 7.7 Ludieke acties

Met ludieke acties wordt een groot publiek bereikt. Tenminste, als een aantal media het goed oppikt. Een voorbeeld hiervan is de actie rondom SecondLove in 2013. Het bestuur heeft bij een dergelijke actie de regie. Het streven is twee ludieke acties per jaar neer te zetten. Deze moeten goed uitgedacht worden. Om de omgang met de media bij dergelijke acties goed te laten verlopen wordt een mediaprotocol opgesteld. Daarin wordt aangegeven wie wanneer voor welk medium bereikbaar is. Dat houdt ook in dat de media waarmee we in contact willen komen, beperkt kunnen worden.

